



veiligheidsregio
limburg-noord

Huisstijlmanual

Veiligheidsregio limburg-noord

Opzet huisstijl

De huisstijl in combinatie met het corporate design (verder te benoemen als huisstijl) van de Veiligheidsregio Limburg-Noord moet ervoor zorgen dat de organisatie altijd optimaal zichtbaar en herkenbaar is. Dit houdt in dat de bedrijfskolommen Brandweer Limburg-Noord, GHOR Limburg-Noord en GGD hun eigen identiteit behouden. De toepassing van de beschikbare huisstijlelementen is afhankelijk van met name de doelgroep en de inhoud van de communicatie.

Hoe zit de huisstijl in elkaar?

De huisstijl van de Veiligheidsregio Limburg-Noord kent verschillende stijlelementen die, afhankelijk van de doelgroep en/of boodschap, kunnen worden ingezet. Interne communicatie en ambtelijke informatie voor professionals ziet er wat soberder uit dan de extern gerichte informatie voor burgers. Binnen de Veiligheidsregio Limburg-Noord worden alle communicatiemiddelen gecoördineerd en begeleid door de afdeling communicatie.

De huisstijl van de Veiligheidsregio Limburg-Noord onderscheidt vier primaire doelgroepen.

1. Interne professionals

Inhoudelijke informatie voor professionals wordt veelal gecommuniceerd in een zakelijke toon. De vormgeving is dan ook zeer zakelijk met veel wit.

2. Partners en samenwerkende organisaties

Er zijn communicatie-uitingen die de Veiligheidsregio Limburg-Noord gezamenlijk met partners naar buiten brengt en omgekeerd. De vorm van de uiting wordt bepaald door de mate van eigenaarschap van de partner of samenwerkende organisatie.

3. Burgers

De communicatie met burgers heeft vaak een beeldend, informatief en wervend karakter. De inhoud wordt naar een begrijpelijke en direct communicerend niveau vertaald. De vormgeving is uitbundiger en kent meer stijlelementen en meer kleurvelden.

4. Eigenaren

Alle gemeenten binnen de regio Limburg-Noord.

De bouwstenen van de huisstijl

In deze manual worden de elementen beschreven waarop de huisstijl is gebaseerd.

1. Het logo
2. De huisstijl
3. De vorm
4. De typografie
5. Formaten en papiersoorten
6. Stramienen
7. De fotografie
8. Audiovisueel
9. Richtlijnen Social Media
10. Colofon

1. Het logo

- 1.1 De witruimte rondom het logo
- 1.2 Het logo wordt altijd geplaatst op een witte achtergrond
- 1.3 Het logo kent geen vervormingen en overige effecten
- 1.4 De plaats van het logo
- 1.5 Richtlijn hoogte en witruimte pay-off t.o.v. het logo
- 1.6 Logo-labels

1. Het logo

Hier lees je hoe het logo van de Veiligheidsregio Limburg-Noord gebruikt dient te worden. Wie het logo van de Veiligheidsregio Limburg-Noord wil plaatsen in communicatie-uitingen kan dit downloaden.

Het nieuwe logo bestaat uit een vaste schrijfwijze van de naam Veiligheidsregio Noord-Limburg in combinatie met een vignet dat het begin markeert van de naam.

Het logo is het symbolische boegbeeld van de organisatie. Het logo is maar een onderdeel van de huisstijl die voor de herkenning van onze organisatie moet zorgen. De kleuren, de vaste vormelementen in de communicatiemiddelen, de stijl van fotograferen, de typografie etc., zijn net zo belangrijk. Om een uiting in de huisstijl te brengen, is meer dan alleen een logo nodig.

1.1. De witruimte rondom het logo

De standaardversie van het logo staat altijd in een vastgesteld wit rechthoekig vlak. Het logo en het witvlak vormen een vaste eenheid en mogen nooit los van elkaar worden toegepast. Wel mag het logo op een volledige witte ondergrond geplaatst worden zodat het witte kader wegvalt.



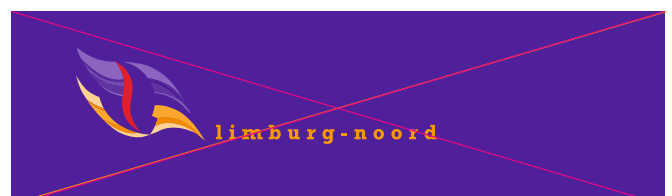
1.2. Het logo wordt altijd geplaatst op een witte achtergrond

Het logo zal nooit voorkomen op een gekleurde achtergrond. Een uitzondering op deze regel geldt bij de labels die toegepast worden op uitingen van samenwerkende partners zoals Brandweer, GHOR en GGD (zie 1.6. Logo-labels).

Goed



Fout



1.3. Het logo kent geen vervormingen en overige effecten

Het logo dient altijd in z'n geheel gebruikt te worden. Dus delen uitkaderen, afknippen, vervormen of grafische effecten toepassen, is niet toegestaan.

Goed



Fout



1.4. De plaats van het logo

Op alle uitingen wordt het logo in principe altijd linksonder en links lijnend in de eerste stramienkolom, op de onderste stramienlijn geplaatst. Bij het correspondentiedrukwerk wordt het logo linksboven en links lijnend in de eerste stramienkolom, op de eerste stramienlijn geplaatst.

Visie district Venlo

Samen zorgen voor een maatschappelijk betrokken brandweezorg

Tegen aanvaardbare kosten



veiligheidsregio
limburg-noord


samenwerken aan veiligheid en gezondheid

Kijk voor meer informatie over ons jaarplan 2011 op www.brandweer.nl/organisatie/venlo

Rijnsgeeweg 42
Postbus 11
5900 AA Venlo

+31 (0)88 11 90 000
+31 (0)77 35 42 454

info@vrio.nl
www.vrio.nl





	Veiligheidsregio Limburg-Noord	T 088 11 90 000
	Regiobureau Brandweer Limburg-Noord	T 088 11 90 500
	GHOR bureau Limburg-Noord	T 088 11 91 800



veiligheidsregio
limburg-noord

samenwerken aan veiligheid en gezondheid

www.vrio.nl

Rijnsgeeweg 42
Postbus 11
5900 AA Venlo

+31 (0)88 11 90 000
+31 (0)77 35 42 454

info@vrio.nl
www.vrio.nl



<hr/>	<input type="checkbox"/> Volgens afspraak
<hr/>	<input type="checkbox"/> Op uw verzoek
<hr/>	<input type="checkbox"/> Ter informatie
<hr/>	<input type="checkbox"/> Ter behandeling
<hr/>	<input type="checkbox"/> Ter ondertekening
<hr/>	<input type="checkbox"/> Graag retour
<hr/>	<input type="checkbox"/> Anders nl

Verzonden door: _____ Datum: _____

Locatie: _____

Met vriendelijke groet, _____

1.5. Richtlijn hoogte en witruimte pay-off t.o.v. het logo

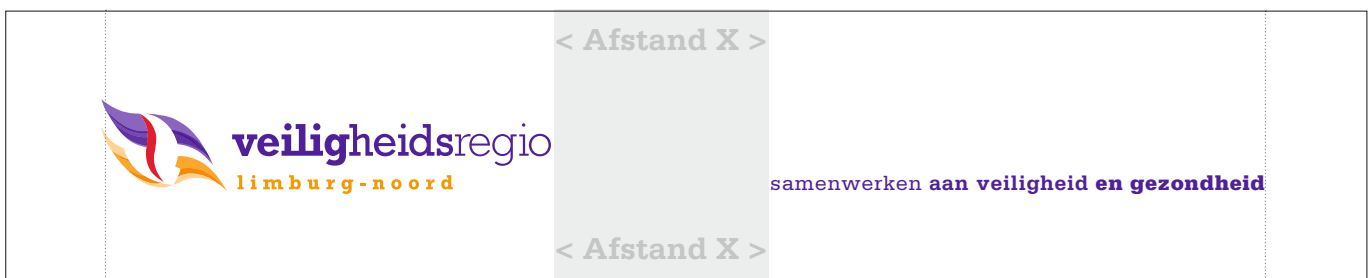
De pay-off 'samenwerken aan veiligheid en gezondheid' staat altijd rechts van het logo en op dezelfde stramienlijn als de logo-tekst 'Limburg-Noord'.

veiligheidsregio

limburg-noord

samenwerken aan

De witruimte aan de rechterkant van de pay-off is gelijk aan de witruimte links van het logo. De breedte van afstand X is dus variabel.



Afhankelijk van de beschikbare ruimte, zoals bij een banner, wordt de pay-off onder het logo geplaatst. De hoogte van de witruimte tussen logo en pay-off komt overeen met minimaal 2 keer de X-hoogte van de totale typografiehoogte van het logo.

1.6. Logo-labels

Een speciaal ontwikkeld logolabel representeert de Veiligheidsregio Limburg-Noord als er sprake is van communicatie-uitingen van de samenwerkingspartners, waarbij de Veiligheidsregio Limburg-Noord een bescheiden rol vervult. Op alle communicatie-uitingen van Brandweer, GHOR en GGD wordt altijd een logo-label geplaatst met vermelding van 'ONDERDEEL'.



2. De huisstijl

- 2.1. Kleuren
- 2.2. Huisstijlkleuren op wit
- 2.3. Rastertinten
- 2.4. Kleuren voor beeldscherm
- 2.5. Full colour, duotone, monotone
- 2.6. Kleurcoderingen paars
- 2.7. Kleurcoderingen rood
- 2.8. Kleurcoderingen geel

2. De huisstijl

2.1. Kleuren

De huisstijlkleuren zijn paars, rood, geel. Helder wit is altijd aanwezig als achtergrond bij het logo.

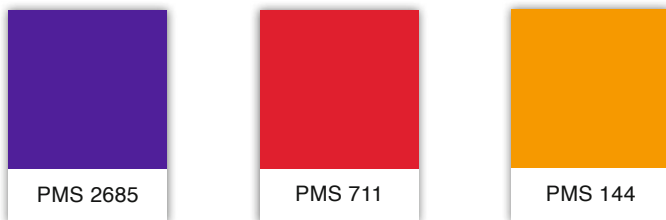
Paars staat voor Veiligheidsregio Limburg-Noord

Rood staat voor de samenwerkingspartner Brandweer

Geel staat voor de samenwerkingspartners Gemeenten

Wit staat voor de samenwerkingspartners GHOR en GGD

Over het algemeen is de kleur paars de basiskleur voor de Veiligheidsregio Limburg-Noord. Communicatiemiddelen waarin het thema afgestemd is op één van de drie partners, bijvoorbeeld de Brandweer, dan zal weliswaar de kleur rood dominant worden toegepast.



2.2. Huisstijlkleuren op wit

Door de dominante toepassing van de huisstijlkleuren wordt de identiteit van de organisatie versterkt. Ook op materiaal van de niet-papieren huisstijldragers worden de kleuren dominant doorgevoerd. De kleuren paars, rood en geel worden niet alleen in het logo en de kleurkalken gebruikt maar ook in typografie, beeld en vormmiddelen (vlakken en lijnen). In combinatie met de huisstijlkleuren kan de kleur zwart in print en druk worden gebruikt voor tekst en beeld.

2.3. Rastertinten

Om accenten te leggen, kan van elke huisstijlkleur een raster-tint worden toegevoegd in headings.

100%	50%
100%	50%
100%	50%

Voorbeeld artikel Brandweer



Voorbeeld artikel GHOR/GGD



2.4. Kleuren voor beeldscherm

Voor het beeldscherm worden de RGB-kleuren gebruikt (zie kleurcodering voor internet). Voor internet- en intranettoepassingen wordt de ondergrond wit.

2.5. Full colour, duotone, monotone

Afbeeldingen worden in full colour gebruikt. Het gebruik van afgezwakte afbeeldingen, geheel of gedeeltelijk, is niet toegestaan.

De full colour waardes zullen het vaakst gebruikt worden, omdat het logo ook in full colour is! Let dus goed op de full colour waardes.

2.6. Kleurcoderingen paars

PMS (Pantone Matsching System)	2685
Raster	50% van 2685
Full colour	Cyaan 90%
	Magenta 100%
	Geel 0%
	Zwart 5%
RGB	Rood 62
	Groen 38
	Blauw 123
Ral (verf- en lakkleuren)	RAL 5022
3M Scotchcal (vinyl beletteringen)	Avery 969
Kleurcodering voor internet	#3E267B



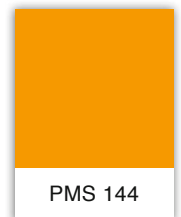
2.7. Kleurcoderingen rood

PMS (Pantone Matsching System)	711
Raster	50% van 711
Full colour	Cyaan 0%
	Magenta 100%
	Geel 80%
	Zwart 0%
RGB	Rood 195
	Groen 0
	Blauw 46
Ral (verf- en lakkleuren)	RAL 3027
3M Scotchcal (vinyl beletteringen)	Avery 981
Kleurcodering voor internet	#C3002E



2.8. Kleurcoderingen geel

PMS (Pantone Matsching System)	144
Raster	50% van 144
Full colour	Cyaan 0%
	Magenta 47%
	Geel 100%
	Zwart 0%
RGB	Rood 226
	Groen 161
	Blauw 50
Ral (verf- en lakkleuren)	RAL 1007
3M Scotchcal (vinyl beletteringen)	Avery 937
Kleurcodering voor internet	#F49700



3. De vorm

- 3.1. Tekstballons
- 3.2. Vormondersteuning bij headings
- 3.3. Backings
- 3.4. Kleurvlakken
- 3.5. Vormvlakken
- 3.6. Gebruik kleurbalk

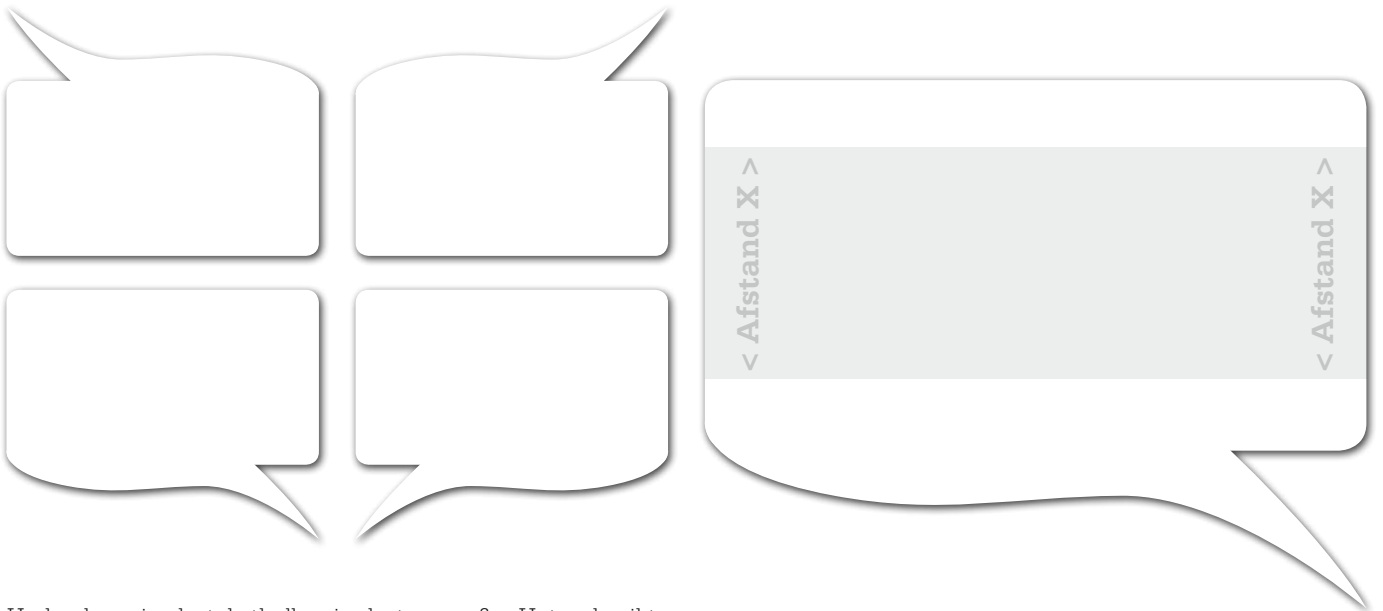
3. De vorm

De huisstijl van de Veiligheidsregio Limburg-Noord kent een aantal stijlelementen die de herkenbaarheid moeten versterken.

3.1. Tekstballons

Zo is het tekstballon voor headings een opvallend kenmerk in de communicatie-uitingen.

Headings en of titels staan in een opvallende tekstballon. De punt kent vier varianten: linksboven, rechtsboven, links-onder, rechtsonder. De hoogte van de ballon (afstand X) is flexibel, maar past qua maatvoering altijd in het stramien. Onder de ballon zit altijd een standaard slagschaduw. De kleur van de ballon is altijd wit.



Herkenbaar in de tekstballon is de typografie. Het gebruikte lettertype voor covers is 'Serifa Std - 65 Bold'. De grootte van het corps is tevens de grootte van de regelafstand. In de basis is de kleur altijd het paars van VRLN. Maar het kan bij een uiting voor b.v. de Brandweer ook rood zijn. Als er een in plaats van een foto, een achtergrondkleur wordt gebruikt, dan heeft de typografie dezelfde basiskleur (zie 2.1) als de achtergrond. Alle tekst heeft 50% van de gekozen kleur. Een of twee woorden worden eruit gelicht en krijgen 100% van de kleur.

**Publieksvoorlichting
bij branden en ongevallen
met gevaarlijke stoffen**

**Samen zorgen voor
een maatschappelijk
betrokken
brandweezorg**

De tekstballon wordt tevens gebruikt bij quotes in een artikel. De kleur is dan bij de hele tekst 50% zwart. Bij een quote spelen we met de dikte van de letters. Een quote begint met 'Serifa Std - 45 Light' en eindigt met 'Serifa Std - 65 Bold'. In het midden gebruik je 'Serifa Std - 55 Roman'. Zo ga je in 3 stappen van dun naar dik. Verder gelden hier dezelfde regels.

“Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken”

3.2. Vormondersteuning bij headings

Headings die niet in een tekstballon geplaatst worden, (bijvoorbeeld bij nieuwsbrieven, rapporten of jaarverslagen) worden ondersteund / aangezet met een vormbalkje in de kleuren van de heading (100% PMS in combinatie met 50% PMS).

Zie ook 4.1

Serifa bold,
serifa roman
en serifa light

VEILIGHEIDSREGIO NIEUWS

Bold roman...

BRANDWEER NIEUWS

Bold roman light

3.3. Backings

Grote kleurbackings zijn wat speelser en zeggen iets over de afzender. Het is niet zo streng als de richtlijnen van het logo. Het dient eerder als een illustratie te worden gezien.

Backings zijn herkenbaar aan het kleurverloop met gebruikmaking van een grafisch element 'backingwave VRLN.ai', met een dekking van 30%. Dit grafisch element mag niet toegepast worden in de fotografie.



Hier een paar voorbeelden met het gebruik van een foto.



3.4. Kleurvlakken

Kleurlakken kunnen vierkant en rechthoekig stand voorkomen in een beperkt aantal communicatiemiddelen. Ook deze vormelementen moeten eerder als een illustratie gezien worden. Deze vormelementen zijn aan de bovenzijde gerondhoekig en bedoeld voor inhoudsopgaven en/of colofonvermeldingen in nieuwsbrieven e.d.

veiligheidsspeeld

mei 2011

veiligheidsregio
limburg-noord

samenwerken aan veiligheid en gezondheid

VEILIGHEIDSSREGIO NIEUWS

Typografie zet de puntjes op de i!

Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken.

Typografie, vrij vertaald
Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken. Ook corpsgrootte, interlinie, spatiering en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen.

Zinnen vormen een verhaal
Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken. Ook corpsgrootte, interlinie, spatiering en kleur spelen

Altijd verzorgd, van a tot z
Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name

voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken. Ook corpsgrootte, interlinie, spatiering en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z.



INHOUDSOPGAVE

Typografie zet de puntjes op de i!
Pagina 1

Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken
Pagina 2

Soms moet het fluisterend
Pagina 3

Een belangrijk onderdeel in dit ontwerp
Pagina 3

Aangezien er steeds minder wordt
Pagina 4-5

Een belangrijk onderdeel in dit ontwerp
Pagina 5

Aangezien er steeds minder wordt
Pagina 7

Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken
Pagina 8

GEMEENTE NIEUWS

Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen

Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken.

Typografie, vrij vertaald
Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen.

Altijd verzorgd, van a tot z
Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen

woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken. Ook corpsgrootte, interlinie, spatiering en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend.

Zinnen vormen een verhaal
Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap.

VEILIGHEIDSSREGIO NIEUWS

Onder ons...

Nieuwe medewerkers
Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden.

Getrouwd
Ook corpsgrootte, interlinie, spatiering en kleur spelen daarbij een grote rol

Geboren
Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen.

Uit dienst
Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken.

In dit geval úw communicatieboodschap.

Aanleveren kopij
Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Kortom, een goed gekozen typografie zet de puntjes op de i!

Redactie
Letters vormen woorden, woorden vormen, zinnen en zinnen, een verhaal, lange teksten

Vormgeving
Als Right createve communicatie Roermond

Opmaak
Letters vormen woorden

3.5. Vormvlakken

Vormvlakken kunnen voorkomen in corporate brochures en personeelsadvertenties van de Veiligheidsregio limburg-noord. Ook deze vormelementen moeten eerder als een illustratie gezien worden. In deze vormelementen kan een foto (vullend) of tekst worden geplaatst.




Publieksvoorlichting bij branden en ongevallen met gevaarlijke stoffen



samenwerken aan veiligheid en gezondheid



Publieksvoorlichter m/v voor 36 uur per week

Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang.

Funcieomschrijving
Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval uw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken.

Ook corpgroote, interlinie, spatiering en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typografie zet de puntjes op de i!

Soliciteren?
Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval uw communicatieboodschap.

Meer weten? www.vrln.nl



samenwerken aan veiligheid en gezondheid

VOORWOORD

Het gouden uur

Bij incidenten waarbij gevaarlijke stoffen zijn betrokken willen burgers graag snel betrouwbare informatie krijgen over wat er aan de hand is, of ze gevaar lopen en wat ze het beste kunnen of moeten doen. In het verleden duurde het in onze regio te lang voor deze informatie kon worden vrijgegeven. Daarom is er voorgesteld om de publieksvoorlichting bij branden met gevaarlijke stoffen, ongevallen met gevaarlijke stoffen en asbest incidenten te standaardiseren. Hiertoe is een publieksinformatie tool (PIT) ontwikkeld. Het doel van is om het publiek met gebruikmaking van de tool snel, transparant en op de juiste toon te informeren over een incident waarbij gevaarlijke stoffen betrokken zijn.

Het betreft uitsluitend de eerste snelle berichtgeving tijdens het gouden uur.

Provincie

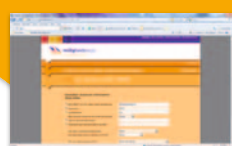
De standaardberichten zijn besproken met de provincie Limburg, de Veiligheidsregio Zuid-Limburg en de calamiteitszender L1. Afgesproken is dat het pakket aan standaardberichten provinciaal zal worden ingezet. Dit om verschillen in berichtgeving tussen de regio's te voorkomen. Uit onderzoek is gebleken dat onze regio de eerste is, die een pakket aan standaardberichten heeft ontwikkeld.

Berichten

Omwille van de eenduidigheid is getracht om de berichten zoveel mogelijk op dezelfde wijze op te zetten. De oorzaak van het incident maakt immers niet zoveel uit bij een incident, het gaat om betrouwbare informatie en instructies voor mensen die in het eiberigheids verbliven.


Er zijn vier sets aan berichten ontwikkeld, te weten:

- **Pakket A:** berichten rondom asbestincidenten;
- **Pakket B:** berichten rondom branden waarbij metingen plaatsvinden;
- **Pakket C:** berichten voor de calamiteitszender na inzet sirenealarm;
- **Pakket O:** berichten rondom incidenten met gevaarlijke stoffen.



De toekomst

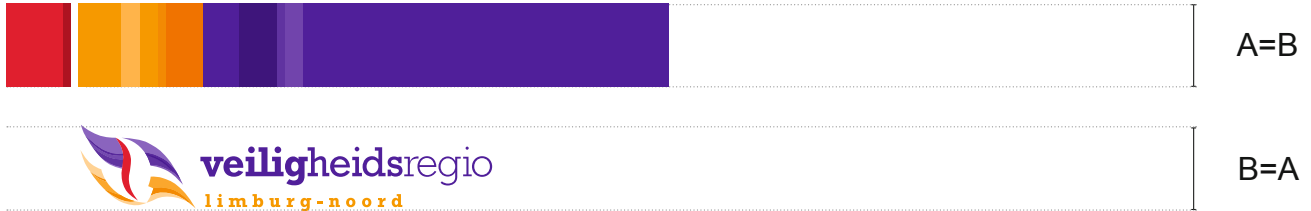
In de nabije toekomst zal er nog een pakket aan standaard bewonersbrieven worden ontwikkeld die in de nazorgfase kunnen worden ingezet. Daarnaast wordt er gewerkt aan een koppeling van de publieksinformatie tool aan 'social media'-accounts. Dit om korte berichten die worden gegenereerd uit de standaardberichten, ook via 'social media' te verspreiden. Daarnaast wordt er door onze regio nagedacht over de berichten die bij NL-Alert gebruikt kunnen worden, zowel als alarmering als ook als instructie.



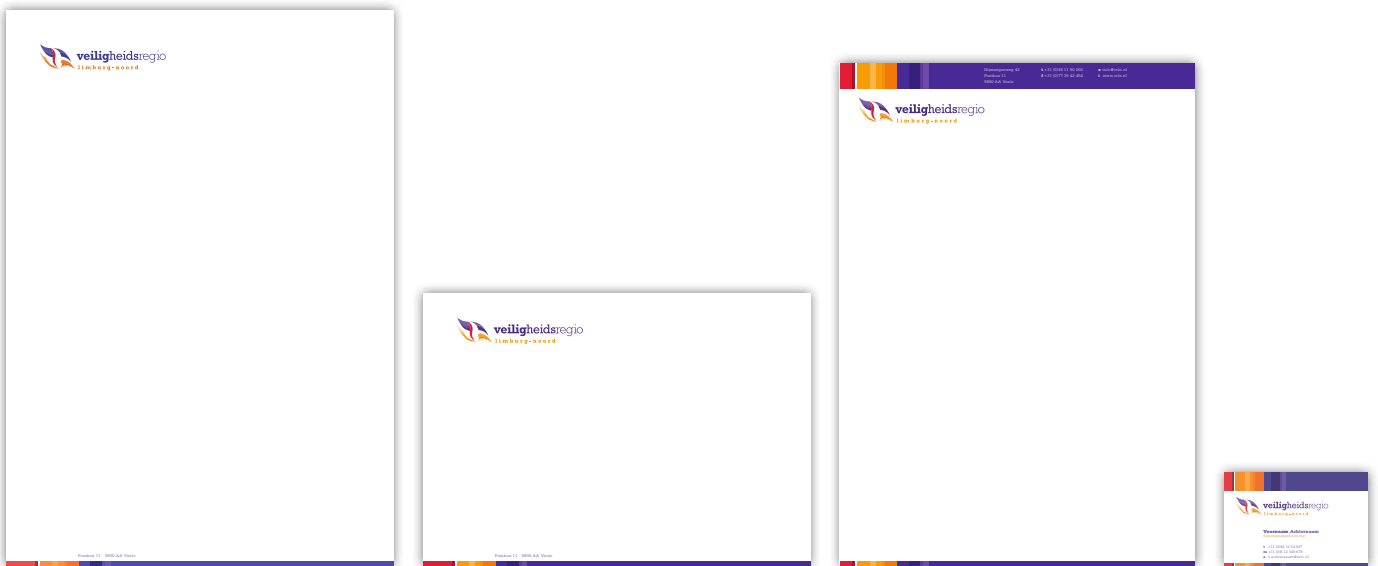
3.6. Gebruik kleurbalk

In alle uitingen wordt het logo ondersteund door een kleurbalk. De kleurbalk wordt in alle situaties driezijdig aflopende gebruikt. De toepassing van de kleurbalk is zeer variabel en loopt als een rode draad door de hele huisstijl. In elke opmaak valt de kleurbalk buiten het stramien. De diverse opmaakmogelijkheden zijn onderstaand weergegeven.

De grote balk bovenaan de pagina, heeft altijd de hoogte van het volledige logo.



Bij het huisstijl/correspondentiepakket heeft de kleine balk (onderaan de pagina) vaste maten. Als het logo 75% groot is (o.a. envelop, briefpapier) is de balk 2,5mm hoog (excl. 3mm afloop). Is het logo 55% (visitekaartje) is de balk 1,5 mm hoog (excl. 3mm afloop)



Op brochures is de kleine balk 3mm hoog. In principe komt er geen tekst in de kleine balk te staan. Mocht dit wel voorkomen, dan is het niet meer dan een internetadres. Dit komt dan altijd aan de rechterkant van de balk te staan. Deze balk zal dan hoger worden (6mm). Bij banners of posters mag de balk hoger gebruikt worden.



De volgorde van kleuren en tinten blijven altijd ongewijzigd, net als de breedtes van de tinten. De enige flexibele gedeeltes zijn vooral het rechter paarse gedeelte, en soms het linker rode gedeelte. Deze 2 flexibele gedeeltes lopen altijd van de pagina af (rood links, paars rechts). Ook de uitlijning van de kleuren met het logo is altijd hetzelfde.



Goed



Fout



4. De typografie

- 4.1. Typografiegebruik bij headings
- 4.2. Typografiegebruik bij correspondentiedrukwerk
- 4.3. Typografiegebruik bij brochures, folders en andere interne en externe communicatiemiddelen
- 4.4. Overzicht Serifa font
- 4.5. Typografie voor beeldscherm en kantoorautomatisering

4. De typografie

De huisstijltypografie van de Veiligheidsregio Limburg-Noord wordt gekenmerkt door het gebruik van het lettertype Sefira. Een stabiel lettertype met schreven. Karakteristiek is de toepassing van Sefira bold, roman en light. De combinatie van deze drie typografiekarakters zijn toegepast in het logo en de pay-off / sluitzin. In de communicatie-uitingen worden deze drie typografievarianten aangevuld met de variant Sefira Italic (cursief). De vier varianten worden toegepast voor headings, subheadings, inroteksten, leesteksten en fotobijchriften. Bij accenten in teksten wordt de combinatie Sefira bold, roman en light toegepast.

4.1. Typografiegebruik bij headings

Bij headings van twee woorden is het eerste woord Sarifa bold en het tweede woord Sarifa roman. Als een heading uit drie of meer woorden bestaat, worden achtereenvolgens de Sefira bold, roman en light gebruikt.

Als een chapeau wordt gebruikt boven een heading dan is dit altijd de Sarifa light, geheel in kapitaal.

De schrijfwijze van telefoonnummers is volgens de richtlijn 3-2-2-3 (088 11 90 000) en bij mobiele nummers is die richtlijn 2-2-3-3 (06 12 345 678).

**Serifa bold,
serifa roman
en serifa light**

VEILIGHEIDSREGIO NIEUWS

Bold roman...

BRANDWEER NIEUWS

Bold roman light



4.2. Typografiegebruik bij correspondentiedrukwerk

Briefpapier

Adresgegevens

Font: Serifa Std 45 light
Corps: 7 pt
Regelafstand: 10 pt
Spatiëring: 55 pt
Kleur: Wit

Aanduiding tel, fax, e-mail en internet

Font: Serifa Std 65 Bold
Corps: 7 pt
Regelafstand: 10 pt
Spatiëring: 55 pt
Kleur: Wit

Begeleidend schrijven

Adresgegevens

Font: Serifa Std 45 light
Corps: 7 pt
Regelafstand: 10 pt
Spatiëring: 55 pt
Kleur: Wit

Aanduiding tel, fax, e-mail en internet

Font: Serifa Std 65 Bold
Corps: 7 pt
Regelafstand: 10 pt
Spatiëring: 55 pt
Kleur: Wit

Vriendelijke groet, locatie en datum

Font: Serifa Std 45 light
Corps: 7 pt
Regelafstand: 19 pt
Spatiëring: 25 pt
Kleur: C 90 - M 100 - Y 0 - K 5

Volgens afspraak, etc.

Font: Serifa Std 45 light
Corps: 7 pt
Regelafstand: 14,2 pt
Spatiëring: 55 pt
Kleur: C 90 - M 100 - Y 0 - K 5

Visitekaartjes

Naam

Font: Serifa Std 65 Bold
Corps: 7,8 pt
Regelafstand: 8,6 pt
Spatiëring: 18 pt
Kleur: C 90 - M 100 - Y 0 - K 5

Functieomschrijving

Font: Serifa Std 56 Italic
Corps: 6,4 pt
Regelafstand: 7,6 pt
Spatiëring: 95 pt
Kleur: C 0 - M 47 - Y 100 - K 0

Adresgegevens

Font: Serifa Std 45 light
Corps: 6,4 pt
Regelafstand: 8,6 pt
Spatiëring: 75 pt
Kleur: C 90 - M 100 - Y 0 - K 5

Aanduiding tel, fax, e-mail en internet

Font: Serifa Std 65 Bold
Corps: 6,4 pt
Regelafstand: 8,6 pt
Spatiëring: 75 pt
Kleur: C 90 - M 100 - Y 0 - K 5

Enveloppen

Adresgegevens

Font: Serifa Std 45 light
Corps: 7 pt
Spatiëring: 80pt
Kleur: C 90 - M 100 - Y 0 - K 5

4.3. Typografiegebruik bij brochures, folders en andere interne en externe communicatiemiddelen

Brochure





Introtekst

Font: Serifa Std 65 Bold
Corps: 10 pt
Regelafstand: 28,2 pt
Spatiëring: 38 pt
Kleur: 50% Zwart 

Bodytekst


Font: Serifa Std 45 Light
Corps: 9 pt
Regelafstand: 12,6 pt
Spatiëring: 10 pt
Kleur: Zwart 

Headings





Font: Bold, Roman en Light
Corps: 20 pt
Regelafstand: 20 pt
Spatiëring: 2 pt
Kleur:    

A4 nieuwsbrief





Introtekst

Font: Serifa Std 65 Bold
Corps: 9,2 pt
Regelafstand: 20 pt
Spatiëring: 20 pt
Kleur: 50% Zwart 





Headings

Font: Bold, Roman en Light
Corps: 33,5 pt
Regelafstand: 33,5 pt
Spatiëring: 2 pt
Kleur:    

Headings bijschrift

Font: Serifa Std 55 Roman
Corps: 7,5 pt
Kapitaal
Spatiëring: 150 pt
Kleur:    

Subkopje

Font: Serifa Std 65 Bold
Corps: 10 pt
Regelafstand: 12,75 pt
Spatiëring: 5 pt
Kleur:    

Bodytekst

Font: Serifa Std 45 Light
Corps: 9 pt
Regelafstand: 12,75 pt
Spatiëring: 15 pt
Kleur: Zwart 

4.4. Overzicht Serifa font

Serifa Std - 45 light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$%&[.,:;!?

- correspondentie pakket, bodytekst, quote (1e), heading (3e), heading bijschrift

Serifa Std - 55 roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$%&[.,:;!?

- quote (2e), heading (2e), pay-off (1e)

Serifa Std - 65 bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$%&[.,:;!?

- titel, introtekst, subkopje, quote (3e), heading (1e), pay-off (2e)

Serifa Std - 75 black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$%&[.,:;!?

- pay-off (3e)

4.5. Typografie voor beeldscherm en kantoorautomatisering

Wanneer in digitale omgevingen wordt gewerkt, is de Arial de vervanger van de primaire huisstijltypografie. Arial wordt alleen gebruikt als beeldscherm- of printlettertype en bestaat uit een beperkter aantal gradaties dan de Sefra-familie.

Met vriendelijke groet,

Kim Baeten

communicatieadviseur / teamcoördinator communicatie



Werkdagen	op vrijdag niet aanwezig	T	+31 (0)88 11 90 000
Bezoekadres	Nijmeegseweg 42	E	info@vrln.nl
Postadres	Postbus 11 5900 AA Venlo	W	vrln.nl

De informatie in dit bericht kan vertrouwelijk zijn en is uitsluitend bestemd voor de geadresseerde. Indien u dit bericht onterecht ontvangt, wordt u verzocht de inhoud niet te gebruiken en de afzender direct te informeren door het bericht te retourneren. Wij zijn niet verantwoordelijk voor onjuiste, onvolledige of vertraagde verzending en ontvangst van dit bericht.



veiligheidsregio
limburg-noord

5. Formaten en papiersorten

5.1. Formaatbepaling

5.2. Papiersorten

5. Formaten en papiersoorten

Voor de huisstijluitingen van de veiligheidsregio Limburg-Noord worden vaste formaten en geselecteerde papiersoorten gebruikt.

5.1. Formaatbepaling

Bij de formaatbepaling zijn onderstaande punten van belang:

- Uit hoeveel pagina's bestaat de kopij tekst?
- Voor welke doelgroep is de uitgave bestemd?
- Is er in geval van verzending ook een enveloppe beschikbaar?
- Behoort de uitgave tot een serie?
- Wat moet er gecommuniceerd worden?

5.2. Papiersoort

In de correspondentiedrukwerk wordt gebruik gemaakt van witte papiersoorten (FSC-gemerkt). Getinte of gladde en glimmend gesatineerde papiersoorten zijn niet toegestaan.

Briefpapier en volgvel

Formaat: 297 x 210 mm (A4) afgewerkt
Papier: 90 grs. lasergerschikt bankpost
Druk: eenzijdig in full-colour
Afwerking: schoonsnijden tot bovenstaande formaat

C5 envelop met rechts venster

Formaat: 162 x 229 mm afgewerkt
Papier: 90 grs. normaal wit met striplock
Druk: eenzijdig in full-colour
Bijzonder: rechts venster en striplock

C4 envelop zonder venster

Formaat: 229 x 324 mm afgewerkt
Papier: 120 grs. normaal wit met striplock
Druk: eenzijdig in full-colour
Bijzonder: met striplock

Uitnodiging

Formaat: plano 435 x 145 mm, afgewerkt 145 x 145 mm
envelop 155 x 155 mm
Papier: uitnodiging 300 grs. MC silk
envelop 120 grs. Provier gegomd
Druk: uitnodiging tweezijdig in full-colour (digitaal)
envelop eenzijdig in 1 kleur (zwart)

Drieluik brochure

Formaat: 628 x 210 mm plano, afgewerkt 210 x 210 mm
Papier: 350 grs. Maco Silk
Druk: full-colour incl. mat persvernis

6. Stramienen en wordsjablonen

- 6.1. Stramien A4, 2 kolommen
- 6.2. Stramien A4, 3 kolommen
- 6.3. Stramien 210 x 210mm, 2 kolommen
- 6.4. Stramien 210 x 210mm, 3 kolommen
- 6.5 Wordsjabloon briefpapier
- 6.6 Wordsjabllon volgvel
- 6.7 Wordsjabloon inhoudsopgave rapport
- 6.8 Wordsjabloon rapport

6. Stramienen

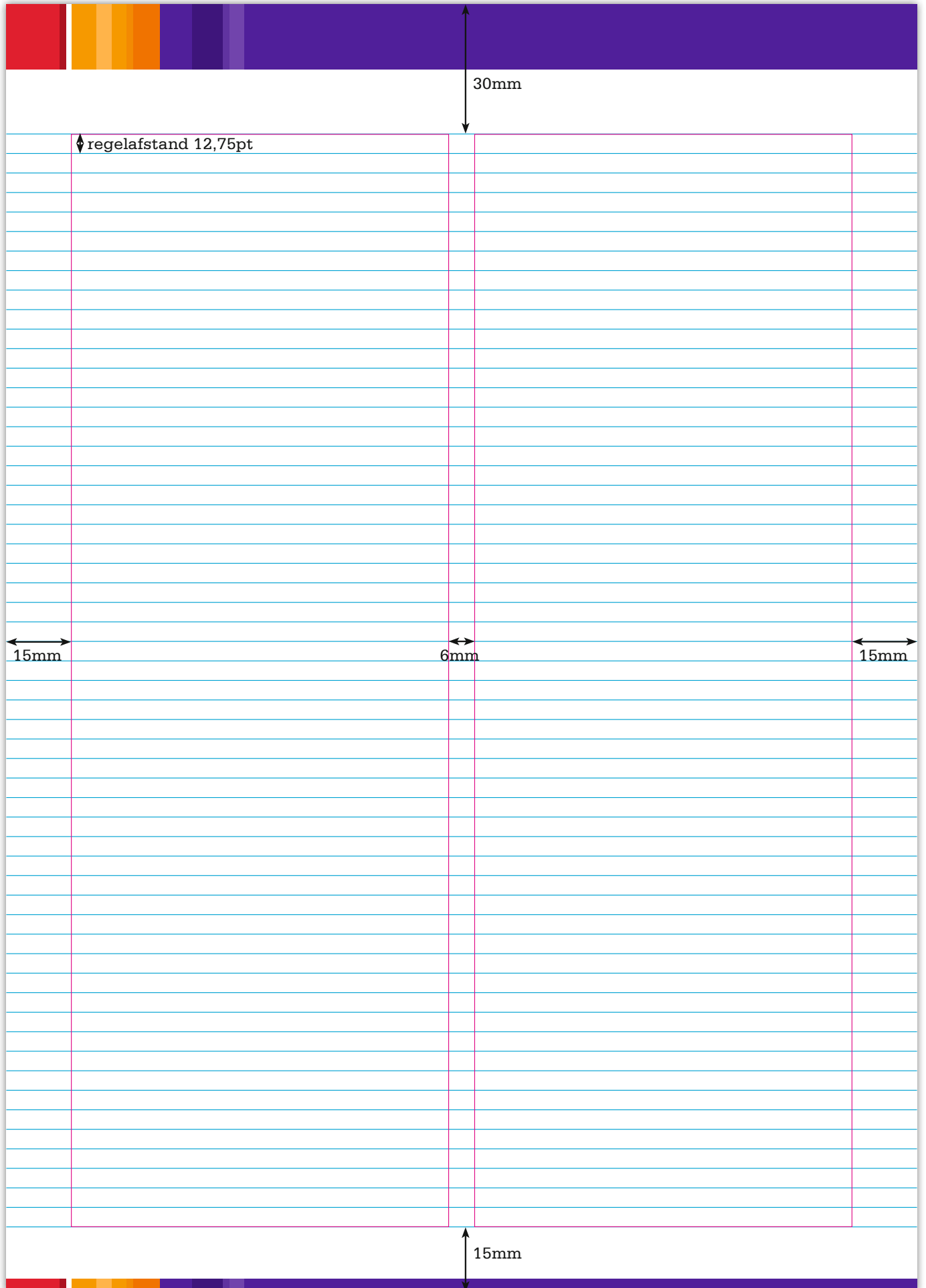
Voor de papierformaten A5, A4 en A3 zijn stramienen ontwikkeld. Elk stramien heeft aan de boenzijde of / en aan de onderzijde een aflopende driezijdig aflopende kleurbalk die buiten de zetspiegel van het stramien valt. Foto's en andere vormelementen kunnen eveneens aflopende (eenzijdig of driezijdig buiten het kader van de zetspiegel vallen).

Binnen het kader is de zetspiegel per formaat verdeeld in 2 of 3 kolommen, met tussen elke kolom een witruimte van 6 mm. De regelafstand wordt aangepast op de witruimte aan de onderkant van het stramien. De laatste tekstregel eindigt op de onderste stramienlijn. Hierdoor is de regelafstand bij de A4 brochure 12,75, en bij de 210x210 brochure 12,6 (ligt dus wel heel dicht bijelkaar). In de stramienen zijn tevens de alinea-stijlen aangegeven.

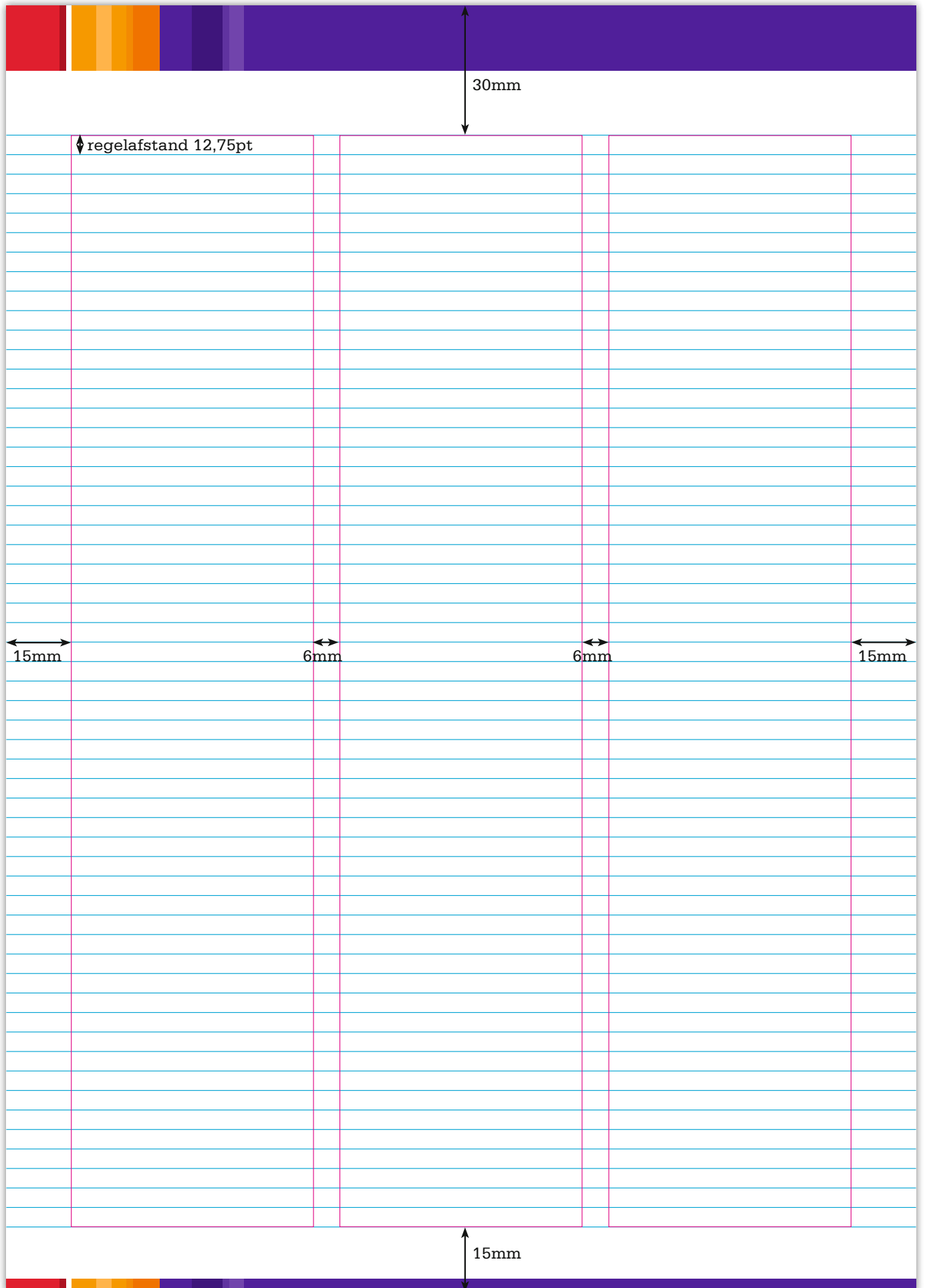
In elk stramien wordt gebruik gemaakt van een horizontale maatverdeling in millimeters en een verticale maatverdeling in punten. Bij het plaatsen van foto's, kaders, kleurvlakken in het stramien ontstaan daardoor altijd heldere maten.

De hier getoonde stramienen zijn bedoeld als universeel te gebruiken hulpmiddel. Er zijn op basis van de gegeven stramieneenheden meerdere tekstkolom indelingen en bladspiegelformaten mogelijk. Bijvoorbeeld als er rekening gehouden moet worden met inbindwijze (eventueel later door ontvangers aan te brengen perforatiegaten in verband met een bewaarfunctie) of de bindwijze van het drukwerk (bijvoorbeeld gespiraleerd in de rug). De beide gevallen kan bijvoorbeeld het rugwit uitgebreid worden.

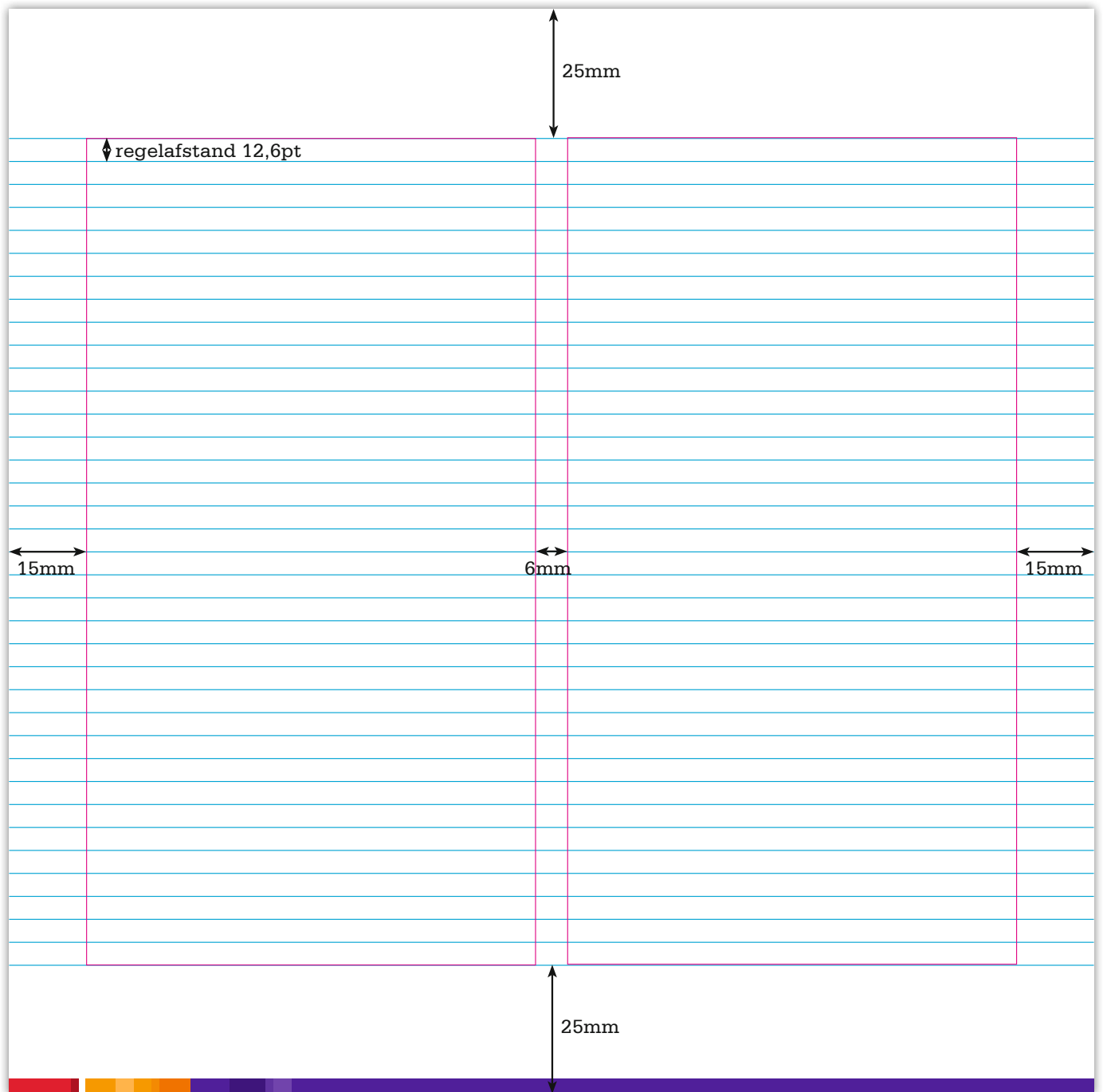
6.1. Stramien A4, 2 kolommen



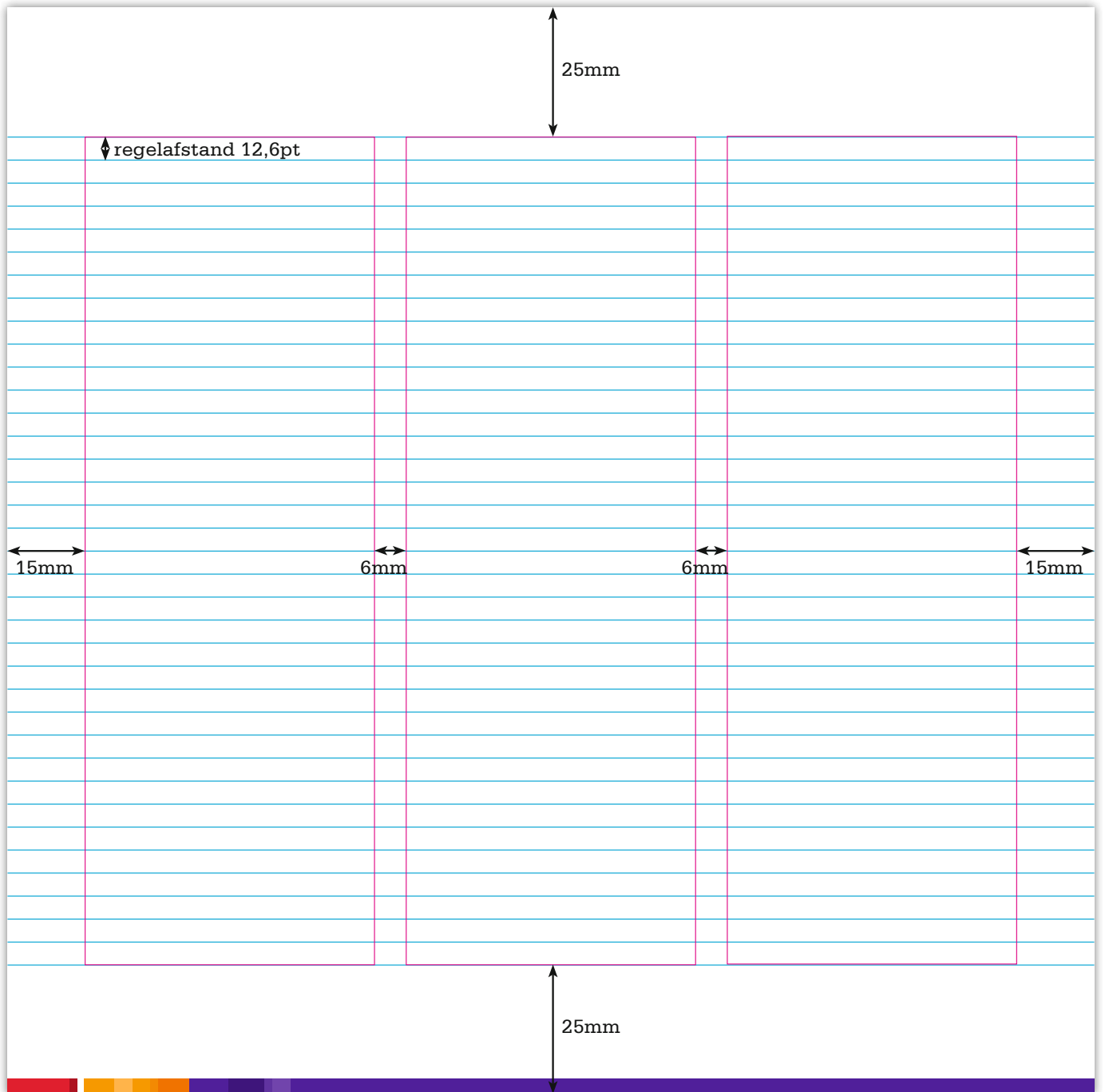
6.2. Stramien A4, 3 kolommen





6.3. Stramien 210 x 210mm, 2 kolommen



6.4. Stramien 210 x 210mm, 3 kolommen



6.5. Wordsjabloon briefpapier

 veiligheidsregio limburg-noord		Nijmeegseweg 42 Postbus 11 5900 AA Venlo	t +31 (0)88 11 90 000 f +31 (0)77 35 42 454	e info@vrln.nl i www.vrln.nl
Naam T.a.v. Voornaam Achternaam Straatnaam 123 1234 AB Plaatsnaam		Adressering: • Lettertype: Arial Regular • Corpgrootte: 10 punts • Interlinie: 14 punts • Uitlijning: links		
Betreft Datum Plaats		Betreft datum en plaats: • Lettertype: Arial Regular • Corpgrootte: 7 punts • Interlinie: 14 punts • Uitlijning: links • Spatiering: 50		
Geachte lezer, Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, 30 september vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken. Ook corpgrootte, interlinie, spatiering en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typografie zet de puntjes op de i! Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken. Met name voor lange teksten, van wezenlijk belang.		Brieftekst • Lettertype: Arial Regular • Corpgrootte: 10 punts • Interlinie: 14 punts • Uitlijning: links • Bij ruimtegebrek brieftekst vervolgen op volgpapier.		
Met vriendelijke groeten,  Afzender				

6.6. Wordsjabloon volgel

33 mm

57,5 mm

20 mm

Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, 30 september vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal.

Ook corpgrootte, interlinie, spatiëring en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typo- grafie zet de puntjes op de i! Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken.

Ook corpgrootte, interlinie, spatiëring en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typo- grafie zet de puntjes op de i! Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vorwordt versterken. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typo- grafie zet de puntjes op de i! Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typo- grafie zet de puntjes op de i! Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp.

Ook corpgrootte, interlinie, spatiëring en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typo- grafie zet de puntjes op de i! Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken.

Met name voor lange teksten, van wezenlijk belang.

2x witregel/ return

Met vriendelijke groeten,

5x witregel/ return

Afzender

25 mm

Brieftekst


- Lettertype: Arial Regular
- Corpgrootte: 10 punts
- Interlinie: 14 punts
- Uitlijning: links
- Bij ruimtegebrek brieftekst vervolgen op volgpapier.

6.7. Wordsjabloon inhoudsopgave rapport

Nijmeegseweg 42
Postbus 11
5900 AA Venlo

t +31 (0)88 11 90 000
f +31 (0)77 35 42 454

e info@vrln.nl
i www.vrln.nl



veiligheidsregio

limburg - noord

Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Doelstelling	3
2. Doelgroep en beginsituatie	3
3. Aard en omvang van de oefening	4
4. Elementen die een rol spelen	4
5. Schets van de situatie	5
6. Opdrachten	5
7. Oefenlocatie, hulpmiddelen en verbindingen	6
8. Oefenstaf en evaluatie	6
9. Tijdpad + dilemma's	7
10. Bijlagen:	
Bijlage 1: Competentiebeschrijvingen	8
Bijlage 2: Deelnemerslijst	9
Bijlage 3: Input OT per discipline	10

Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, 30 september vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp.

Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang.

Voorbeeld rapport Veiligheidsregio limburg-noord

Paginabijlschrift

- Lettertype: Arial Italic
- Corpgrootte: 10 punts
- Interlinie: 14 punts
- Uittijning: links
- 50% zwart

Paginnummer

- Lettertype: Arial Bold
- Corpgrootte: 10 punts
- Interlinie: 14 punts
- Uittijning: links

Kopje

- Lettertype: Arial Bold
- Corpgrootte: 14 punts
- Interlinie: 14 punts
- Uittijning: links
- Paarse kleur

Bodytekst

- Lettertype: Arial Regular
- Corpgrootte: 10 punts
- Interlinie: 14 punts
- Uittijning: links

Fotobijlschrift/ notitie

- Lettertype: Arial Italic
- Corpgrootte: 10 punts
- Interlinie: 14 punts
- Uittijning: links

20 mm

10 mm

25 mm

6.8. Wordsjabloon rapport

<p>1x witregel/ return na een kop en subkop/body</p> <p>Subopje</p> <ul style="list-style-type: none">• Lettertype: Arial Bold• Corpgrootte: 12 punts• Interlinie: 14 punts• Uitlijning: links	<h3>5. Schets van de situatie</h3> <h4>5.1 Oefenplot</h4> <p>Het is vandaag 11 juni 2011, 23.00 uur. In America (gemeente Horst aan de Maas) vindt het Piratenfestijn plaats. Het evenement is al geruime tijd aan de gang en alle kaarten zijn verkocht. Het aantal bezoekers ligt dan ook rond de 10.000. Zowel de hoofdtent als de cateringtent zijn vol feestend publiek.</p> <p>Rond kwart voor 10 is het rustige weer plotseling omgeslagen en de wind aangewakkerd. Binnen enkele minuten ontstaat een hevige windhoos die over het evenementterrein raast; gevolgd door hevige regenval. Door de windhoos is een gedeelte van de hoofdtent ingestort. In de cateringtent is door een omgevallen gasbrander brand uitgebroken. Er is paniek uitgebroken op het terrein. De bezoekers in de tenten zijn massaal via de nooduitgangen gevlucht waarbij diverse personen onder de voet gelopen zijn. Op het terrein zelf heerst grote verwarring en door het omgeslagen weer raken bezoekers onderkoeld. Rondom het evenementterrein is een verkeerschaos ontstaan doordat bezoekers met de auto het terrein willen verlaten terwijl hulpdiensten ter plaatse willen komen. Toegangswegen zijn door verkeerd geparkeerde auto's gedeeltelijk versperd.</p>	<p>Introtekst</p> <ul style="list-style-type: none">• Lettertype: Arial Bold• Corpgrootte: 10 punts• Interlinie: 14 punts• Uitlijning: links• 50% zwart
<p>2x witregel/ return bij begin van een nieuw kopje</p>	<h4>5.2 Oefenberichten/ operationele informatievoorziening</h4> <p>Via V-Net worden waar nodig sitraps gemaakt van zowel het CoPI als het BT. Het OT dient in de oefening gebruik te maken van V-Net. De oefenberichten worden waar nodig voorbereid en worden tijdens de oefening op V-net geplaatst. Hierbij wordt ingespeeld op de vraagstellingen en behoeften van de leden.</p> <p>Het OT krijgt het tegenspel aangeleverd via de daarvoor aangestelde tegenspelers/ observatoren.</p>	
<p>2x witregel/ return bij begin van een nieuw hoofdstuk</p>	<h3>6. Opdrachten</h3>	
<p>Paginabijlschrift</p> <ul style="list-style-type: none">• Lettertype: Arial Italic• Corpgrootte: 10 punts• Interlinie: 14 punts• Uitlijning: links• 50% zwart	<h4>6.1 Taken en opdrachten voor de deelnemers</h4> <h5>6.1.1 Primair doel</h5> <p>Het toetsen van het juiste gebruik van de BOB-methodiek door het OT, waardoor het OT het COPI ondersteunt om een incident gecoördineerd te bestrijden.</p> <p><i>Gewenst gedrag</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Het team neemt het initiatief om zich een zo compleet mogelijk beeld te vormen van de ondernomen initiatieven door hulpverleners en burgers;• Het team maakt een analyse van de noodzakelijke maatregelen om het incident gecoördineerd te bestrijden; daarbij aanhakend op de al ontstane burgerparticipatie;• Het team besluit welke maatregelen genomen dienen te worden. <h5>6.1.2 Secundaire doelen</h5> <p>Het beoefenen van het OT als team met de nadruk op de volgende competenties:</p> <p>OL: competentie "Leiderschap"</p> <ul style="list-style-type: none">• Op doelgerichte wijze sturing geven aan het team.	<p>Paginnummer</p> <ul style="list-style-type: none">• Lettertype: Arial Bold• Corpgrootte: 10 punts• Interlinie: 14 punts• Uitlijning: links
<p>Voorbeeld rapport Veiligheidsregio limburg-noord</p>		<p>5</p>



7. De fotografie

7.1. Inhoud

7.2. Uitvoering

7.3. Gebruik van foto's

7.4. Beeld en vorm in wervende personeelsadvertenties

7.1. Inhoud

Fotografie, zoals die wordt toegepast in de huisstijl van de Veiligheidsregio kent een aantal identiteitskenmerken en richtlijnen.

- De beelden ondersteunen altijd de inhoud. Die zijn dus voornamelijk functioneel en leggen iets uit.
- De beelden hebben een benoembaar onderwerp. Expliciete foto's. Geen algemene uitwisselbare sfeerbeelden.
- De aanwezigheid van mensen is altijd voelbaar in ieder beeld.
- De herkenning van de regio Limburg-Noord is, daar waar dit functioneel is, zichtbaar en voelbaar.
- Bij voorkeur zit er een contrast, een spanningsveld in het beeld.
- Het beeld is helder en fris.
- Bij voorkeur candid fotografie zodat de werkelijkheid bijna een soort documentair verslag is. Geen scheve horizon. Geen gekunsteld beeld. Geen geësceneerde beelden. Geen gelikte altijd lachende stockmodellen. De foto's tonen mensen zoals ze zijn.
- Beelden moeten geloofwaardig zijn.
- Denk aan onze multiculturele samenleving. Vermijd beelden waarop alleen maar blanke Nederlanders te zien zijn.
- Actuele beelden die aansluiten bij de doelgroep.



Samen maken we onze regio gezonder!



samenwerken aan veiligheid en gezondheid
www.vrln.nl



Samen maken we onze regio veiliger!



samenwerken aan veiligheid en gezondheid
www.vrln.nl



Samen maken we onze regio veiliger!



samenwerken aan veiligheid en gezondheid
www.vrln.nl

7.2. Uitvoering

- Beelden zijn bij voorkeur full colour.
- Geen gemanipuleerde beelden maar natuurlijke belichting en situaties.
- Vrijstaande beelden mogen, indien ze functioneel zijn.

7.3. Gebruik van foto's

De hoofdfoto op een pagina is altijd driezijdig aflopend en bij voorkeur boven in de pagina geplaatst. Op de betreffende pagina wordt dan verder geen extra beeld geplaatst. Ook inzetjes zijn niet toegestaan. Bij gebruik van meerdere beelden op één pagina worden de beelden tegen elkaar geplaatst, mits de beelden een relatie met elkaar hebben qua inhoud. In deze situatie gaat de voorkeur uit naar twee maximaal drie beelden. Bij uiteenlopende inhoud van beelden op één pagina wordt tussen de foto's de witmarge van de stramienkolommen aangehouden. Het is toegestaan om beelden over twee kolommen te plaatsen.

7.4. Beeld en vorm in wervende personeelsadvertenties en corporate brochure


In personeelsadvertenties en corporate brochures wordt altijd een driezijdig aflopend beeld geplaatst. Dit beeld krijgt aan de onderkant een vormaccent om een extra attentiewaarde te geven aan de uiting.



Publieksvoorlichting bij branden en ongevallen met gevaarlijke stoffen

veiligheidsregio
limburg-noord

samenwerken aan veiligheid en gezondheid



Publieksvoorlichter m/v voor 36 uur per week

Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang.

Funcieomschrijving
Typografie, vrij vertaald de kunst der letteren, vormt een belangrijk onderdeel in dit ontwerp. Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap. Het juiste lettertype kan de sfeer van dat wat verteld wordt versterken.

Ook corpsgrootte, interlinie, spatiëring en kleur spelen daarbij een grote rol. Soms moet het indringend, soms moet het fluisterend. Maar altijd verzorgd, van a tot z. Kortom, een goed gekozen typografie zet de puntjes op de i!

Solliciteren?
Aangezien er steeds minder wordt gelezen is leesgemak, met name voor lange teksten, van wezenlijk belang. Letters vormen woorden, woorden vormen zinnen en zinnen vormen een verhaal. In dit geval úw communicatieboodschap.

Meer weten? www.vrln.nl

veiligheidsregio
limburg-noord

samenwerken aan veiligheid en gezondheid

8. Audiovisueel

8. Audiovisueel

Filmpjes worden op vele manieren ingezet. Ze kunnen bijvoorbeeld op YouTube gezet worden en gelinkt worden aan de website. Ook voor deze audiovisuele communicatiemiddelen gelden huisstijl richtlijnen.

Filmpjes staan nooit op zichzelf. Bij voorkeur wordt er dus altijd een verband gelegd tussen communicatiekanalen die voor de kijker relevant zijn. Idealiter wordt er dus in elk filmpje verwezen naar de website www.vrln.nl.

9. Richtlijnen social media

9. Richtlijnen social media

Het gebruik van social media, bijvoorbeeld Twitter en LinkedIn, zal steeds meer plaatsvinden door medewerkers van Veiligheidsregio Limburg-Noord. Om medewerkers te ondersteunen in het adequaat inzetten van social media heeft de Veiligheidsregio Limburg-Noord richtlijnen opgezet.

Als social media inzet worden voor Veiligheidsregio Limburg-Noord dan gelden de reguliere afspraken voor dit mediagebruik. (Let op artikel 125a Ambtenarenwet en de algemeen geldende wettelijke en rechtspositionele regels!)

- Algemene communicatie vanuit veiligheidregio Limburg-Noord op Twitter vindt plaats via het account @VRLN. Wil jij een project met als afzender Veiligheidsregio Limburg-Noord onder de aandacht brengen via Twitter of andere social media, neem dan contact op met de afdeling communicatie.
- Blijf zakelijk in je opstelling en wees ook inhoudelijk ter zake, het gaat om je werk.
- Lever persoonlijke bijdrages aan discussies over je eigen werkveld, blijf bij je eigen expertise. Als je over een issue schrijft waarbij je niet zelf de expert bent, wees daar dan helder over naar je lezers.
- Vertel je verhaal kort en krachtig. Let op spelling en grammatica. Je bent het visitekaartje van Veiligheidsregio Limburg-Noord.
- Schrijf aantrekkelijk over een onderwerp: 'what's in it for me?'
- Let erop dat wat je zegt waar is en niet kan leiden tot juridische claims. Doe geen toezeggingen die je niet kunt waarmaken.
- Blijf transparant. Geef duidelijk aan wat je functie is binnen je organisatie. Maak geen nepaccounts of aliassen en maak geen blogs, sites, etc. waarvan niet duidelijk is dat deze van Veiligheidsregio Limburg-Noord afkomstig zijn.
- Maak zorgvuldig en verantwoord gebruik van technologie. Verbind je niet met organisaties of sites die zich bedienen van buitensporige 'tracking' software, adware, malware of spyware. Of met sites waarvan in alle redelijkheid kan worden aangenomen dat ze links bevatten naar illegale content, seksueel getinte content of content gericht op haatzaaien.
- Als je gebruik maakt van social media signaleer dan complimenten en kritiek over de organisatie van Veiligheidsregio Limburg-Noord. Geef ze, indien relevant, door aan de woordvoerders zodat zij desgewenst actie kunnen ondernemen. Ook wanneer je geen officiële voorlichter bent, neem je voor je organisatie een belangrijke rol in bij het monitoren van het social media-landschap.
- Is de informatie die je buiten de deur gaat brengen 'bijzondere informatie' (is het erg als de informatie openbaar wordt gemaakt?). Geef dan geen informatie waarvan je weet dat die vertrouwelijk is. Ga af op je inschattingsvermogen en gezond verstand. Wanneer je twijfelt, plaats dan geen bericht.
- Zet berichtgeving over onenigheid binnen de organisatie van Veiligheidsregio Limburg-Noord niet op externe netwerken.
- Bedenk dat lokale berichten mondiale effecten kunnen hebben.

- Realiseer je dat alles op het internet sporen achterlaat. Zodra iets online gepubliceerd is, is deze informatie permanent vastgelegd, zelfs wanneer je het bericht verwijdert of later een poging doet het bericht te anonimiseren.
- Bedenk dat je lezers, behalve het brede publiek in de regio Limburg-Noord en daarbuiten, ook je eigen medewerkers zijn. Communiceer of publiceer niets dat hen van de organisatie kan vervreemden.
- Veiligheidsregio Limburg-Noord is niet verantwoordelijk voor de inhoud van teksten, beelden, video's etc., die mensen buiten de organisatie op social media plaatsen.
- Ook dien je auteursrechten, merkrecht, publiciteitsrecht en andere rechten van derden te respecteren en toestemming te vragen om door te posten (in elk geval dient de naam van de eerste 'poster' te worden vermeld).
- Tot slot. Wees je bewust van de verbindingen tussen je persoonlijk leven en je zakelijke activiteiten. Besef dat ook partners van Veiligheidsregio Limburg-Noord en collega's vaak toegang hebben tot de online content die je plaatst. Besef ook dat informatie die in beginsel was bedoeld voor vrienden en familie kan worden doorgestuurd.

10. Colofon

10.1. Staande colofon

10.2. Liggende colofon

10. Colofon

In de gedrukte periodieken en publicaties staat altijd een colofon. De colofon heeft een vaste vorm. De invulling van de colofon kan per middel verschillend zijn, maar kent wel een vaste volgorde.

10.1. Staande colofon

Uitgave Veiligheidsregio Limburg-Noord

Jaargang x nr. x, maand 201x

Oplage xxxx exemplaren

Redactie communicatieafdeling Veiligheidsregio Limburg-Noord (xxx@xxxxxx.nl)

Tekst communicatieafdeling Veiligheidsregio Limburg-Noord

Fotografie xxx xxx - xxx xxxx - xxx xxxxxx

Vormgeving Ad Eight creatieve communicatie, Roermond

Redactieadres

communicatieafdeling Veiligheidsregio Limburg-Noord

Postbus 11 - 5900 AA Venlo

t 88 11 90 000

f 077 35 42 454

e info@vrln.nl

i www.vrln.nl

©Dit (of titel noemen) is een uitgave van Veiligheidsregio Limburg-Noord. Niets uit deze uitgave mag worden gereproduceerd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, film of welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

10.2. Liggende colofon

Uitgave Veiligheidsregio Limburg-Noord **Jaargang x** nr. x, maand 201x **Oplage** xxxx exemplaren **Redactie** communicatieafdeling Veiligheidsregio Limburg-Noord (xxx@xxxxxx.nl) **Tekst** communicatieafdeling Veiligheidsregio Limburg-Noord **Fotografie** xxx xxx - xxx xxxx - xxx xxxxxx **Vormgeving** Ad Eight creatieve communicatie, Roermond **Redactieadres** communicatieafdeling Veiligheidsregio Limburg-Noord, Postbus 11, 5900 AA Venlo, **t** 88 11 90 000, **f** 077 35 42 454, **e** info@vrln.nl, **i** www.vrln.nl

©Dit (of titel noemen) is een uitgave van Veiligheidsregio Limburg-Noord. Niets uit deze uitgave mag worden gereproduceerd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, film of welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

