

04/2023

Huisstijl

handboek



Inleiding

Dit huisstijlhandboek helpt bij de ontwikkeling van communicatiemiddelen. Zo is de afzender altijd duidelijk: gemeente Purmerend. Voor het toepassen van deze huisstijl zijn er richtlijnen opgesteld en ter inspiratie voorbeelden van middelen te vinden. De huisstijl is herkenbaar, uniek, toegankelijk en flexibel inzetbaar.

De gebruikte fotografie in dit huisstijlhandboek dient als voorbeeld en kun je niet gebruiken voor echte uitwerkingen.

De fotograaf van de portretbeelden is Bas Zwerver. Zie: baszwerver.nl.

De fotograaf van de kermisbeelden is Benno Ellerbroek.

Inhoud

Inleiding	02	5.3 Tabellen & grafieken	25
01. Logo	03	5.4 Illustraties	26
1.1 Basis	04	5.5 Infographics	27
1.2 Opbouw & betekenis	05	06. Iconen	28
1.3 Marges & maatvoering	06	6.1 Iconen	29
1.4 Varianten	07	07. Video	30
1.5 Beeldmerk	08	7.1 Video	31
02. Kleur	09	08. Samenwerking	32
2.1 Kleurenpalet	10	8.1 Afzenderschap	33
2.2 Kleurcodes	11	8.2 Sublogo	34
2.3 Kleurtinten	12	8.3 Toepassing sublogo	35
2.4 Voorbeelden	13	09. Toegankelijkheid	36
03. Typografie	14	9.1 Toegankelijkheid	37
3.1 Het font Corbel	15	10. Downloads & bijlagen	38
3.2 Fontgebruik	16	10.1 Downloads & bijlagen	39
04. Grid	17	11. Voorbeelden & inspiratie	40
4.1 Templates	18	12. Schrijfwijzer	43
4.2 Grid	19	12.1 Schrijfwijzer	44
4.3 Plaatsing logo & patroon	20	13. Contact	46
4.4 Patroon	21	13.1 Contact	47
05. Beeldtaal	22		
5.1 Beeldtaal	23		
5.2 Fotografie	24		



01. Logo

1.1 Basis

Dit is het basislogo van gemeente Purmerend.

Gebruik het beeldmerk boven het woordmerk alleen voor specifieke gevallen, waar het niet anders mogelijk is of een uiting die zich hiervoor leent. Stem dit vooraf altijd af met een huisstijladviseur van team Communicatie.

Gebruik logo door derden

Het logo van gemeente Purmerend (of delen ervan) kan alléén na schriftelijke toestemming van team Communicatie door derden, in offline en online publicaties of reclame-uitingen worden gebruikt.

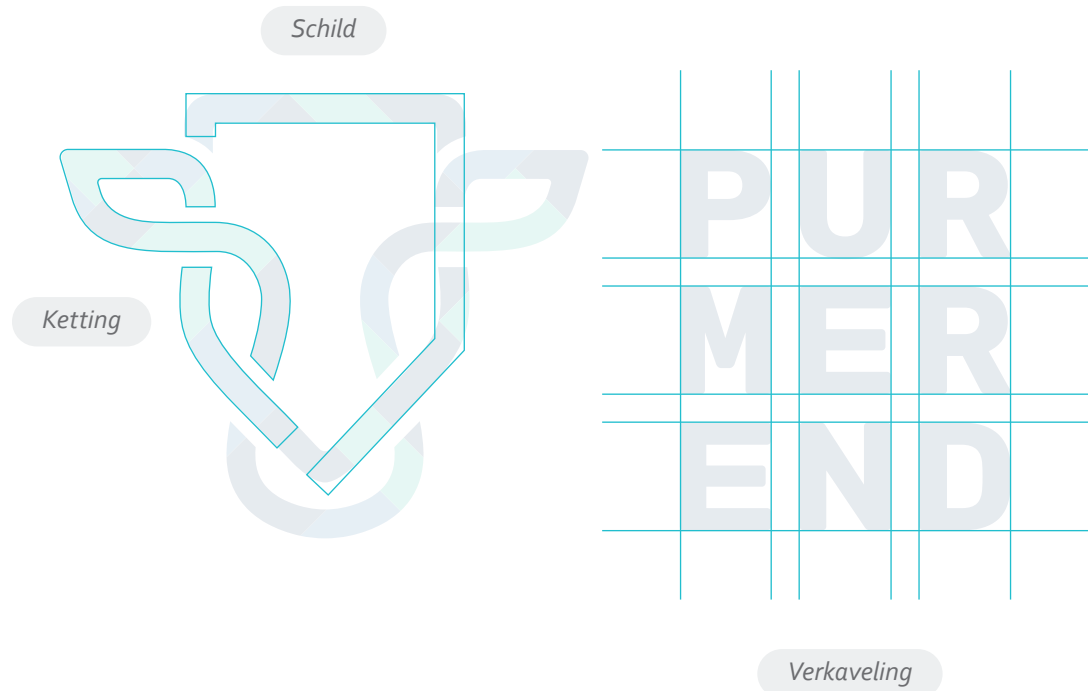
Gemeente Purmerend heeft het merkrecht op het logo (beeldmerk + woordmerk) en treedt actief op tegen inbreuk hiertegen. Het logo mag niet worden nagemaakt/aangepast.



1.2 Opbouw & betekenis

Vee en producten uit de Beemster werden vroeger al op de markten in Purmerend verhandeld. Dit bracht de Beemster en Purmerend een bijzondere verbondenheid. Dijken, open agrarisch landschap, een historisch stadscentrum, stedelijke voorzieningen, dorpen en wijken, markten en het UNESCO-predicaat 'Werelderfgoed' geven de gemeente een divers karakter en sterke regionale positie.

De verbintenis tussen de Beemster en Purmerend is op verschillende manieren terug te zien in het beeldmerk. De aan elkaar geregen elementen vormen een ketting en staan voor de bundeling van krachten. Samen vormen ze een schild en een sterk gestileerde koeienkop. Het schild staat voor gemeenschapszin en het samen één zijn. De letters naast het beeldmerk zijn gepositioneerd met gelijke tussenruimten. Net zoals de landschappelijke verkaveling in de Beemsterpolder. Het patroon in het beeldmerk staat voor de verkaveling, maar óók voor de bruisende centra en de diversiteit van de gemeente. Het patroon wordt in hoofdstuk 4 toegelicht.



1.3 Marges & maatvoering

Marges

We houden altijd voldoende witmarge rondom het logo. Gebruik minimaal de ME als afstand tot een ander object of rand. Als het echt niet anders kan, dan gebruik je uiterlijk een M als witmarge.

Maatvoering

Het logo wordt niet kleiner geplaatst dan 20 mm breed. De maat van het logo is af te leiden van het formaat waarop dit wordt geplaatst.

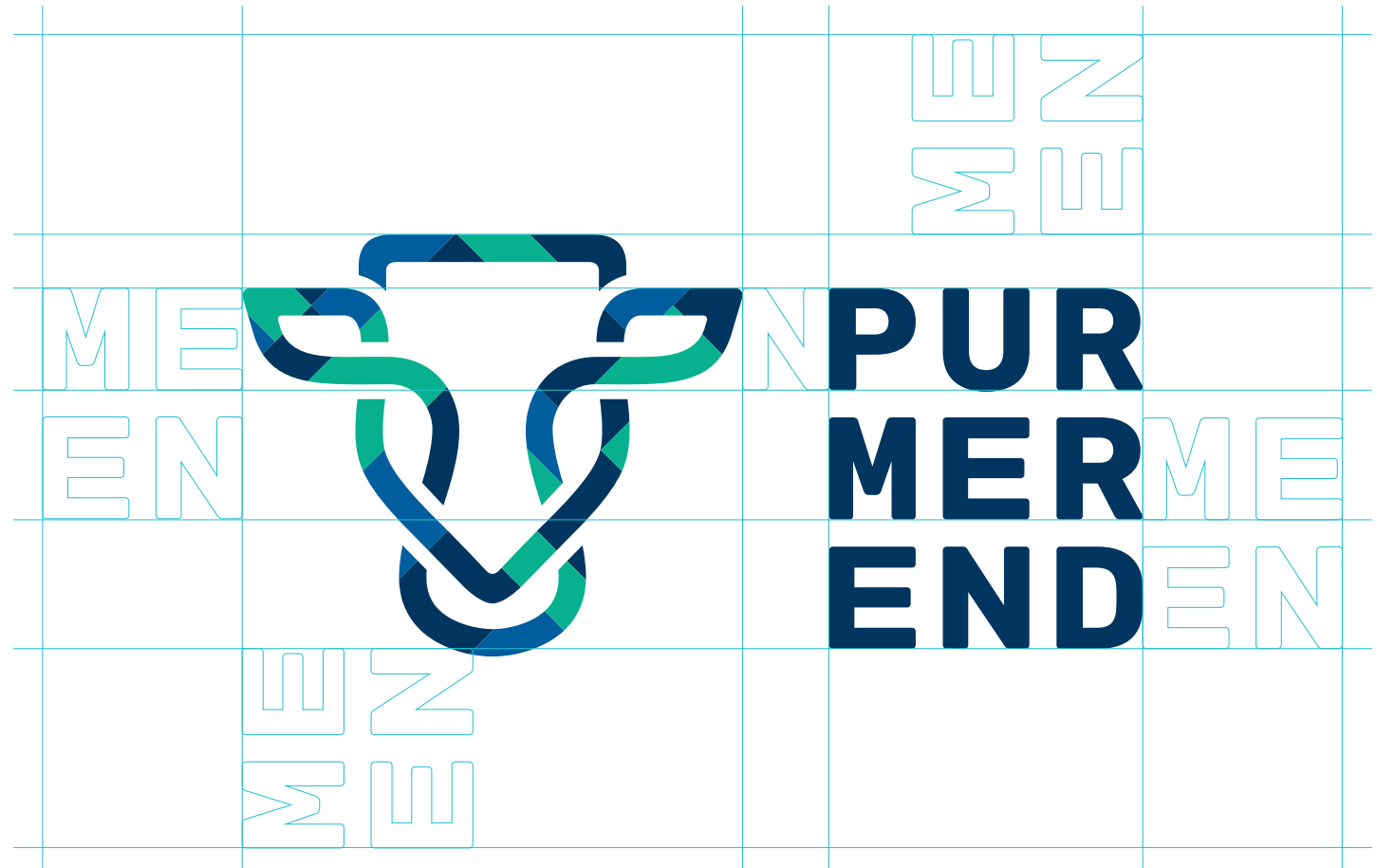
Zie [paragraaf 4.3 op pagina 20](#)

Voor de basisformaten gelden de volgende afmetingen van het logo:

- A6 = 22 mm
- A5 = 31 mm
- A4 = 44 mm
- A3 = 62 mm
- A2 = 88 mm
- A1 = 124 mm
- A0 = 176 mm

Avatar

Gebruik bij het plaatsen van de *avatar* op social media ook voldoende witmarge om het beeldmerk. Omdat het niet altijd exact te bepalen is, dient de *avatar* op deze pagina als optisch voorbeeld.



Avatar



20 mm

Maatvoering

Het logo wordt niet kleiner geplaatst dan 20 mm breed.



24px

Favicon

Voor het beeldmerk wordt een uitzondering gemaakt omdat dit ook als *favicon* dient.

1.4 Varianten

Basislogo (1)

Plaats het logo bij voorkeur altijd in kleur op een witte achtergrond of footer.

Plaats het basislogo niet op een gekleurde achtergrond. Het basislogo is ook in 3 PMS (Pantone™)kleuren beschikbaar.



Basislogo (1)

Logo wit (2)

Is het basislogo niet op wit te plaatsen? Gebruik dan de witte variant van het logo. Bijvoorbeeld op een gekleurde achtergrond (van een partneruiting).



Feestelijk logo (3)

Feestelijk logo (3)

Zet het feestelijke logo in voor thematische en feestelijke gelegenheden. Denk aan de Beemster Feestweek, kermis en lintjesregen. Neem hiervoor van tevoren contact op met een huisstijladviseur van team Communicatie.

Logo zwart (4)

Gebruik het logo in zwart alleen voor technische toepassingen, zoals een gefreesd logo.

Logo grijs tinten (5)

Gebruik het logo in grijs tinten alleen als kleur niet mogelijk is. Het logo is opgebouwd uit zwart(tinten). Gebruik van de logo's, anders dan het basislogo, wordt eerst getoetst bij een huisstijladviseur van team Communicatie.



Logo grijs tinten (5)



Logo wit (2)



Logo zwart (4)

1.5 Beeldmerk

Het beeldmerk wordt alleen bij uitzondering zonder woordmerk gebruikt. Kies in dit geval altijd voor een witte achtergrond of footer.

Gebruik het beeldmerk als *avatar* op de socialmediakanalen van gemeente Purmerend en als *favicon* op de website.

Gebruik je het beeldmerk los, anders dan de voorbeelden in dit handboek? Vraag dan toestemming aan een huisstijladviseur van team Communicatie.



Basisbeeldmerk

Full colour



Feestelijk beeldmerk

Full colour

Favicon

Het beeldmerk wordt los gebruikt als *favicon*.



↔
24px

Avatar

Het beeldmerk wordt ook los gebruikt als *Avatar* op social media.



Alternatief

Het feestelijk alternatief wordt alleen gebruikt bij speciale gelegenheden.





02. Kleur

2.1 Kleurenpalet

Primair kleurenpalet

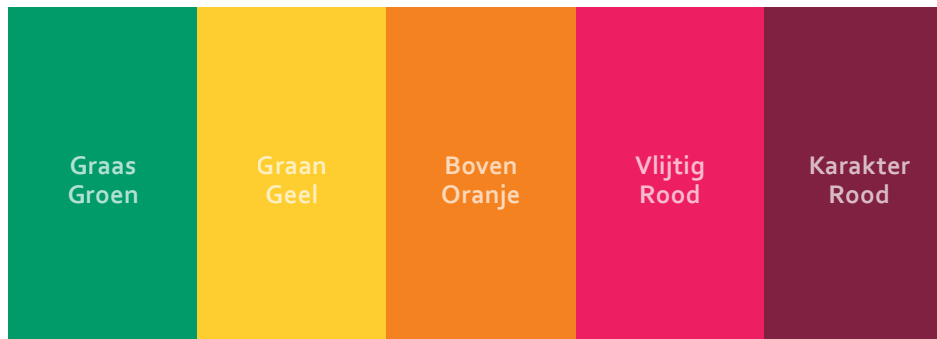
'Polder Blauw' en 'Stads Blauw' vormen samen met 'Nieuw Groen' het primaire kleurenpalet van gemeente Purmerend. Deze zijn ook toegepast in het patroon. De kleuren vormen de basis van elke uiting.



Secundair kleurenpalet

Secundair kleurenpalet

Het secundaire kleurenpalet bestaat uit 'Graas Groen', 'Graan Geel', 'Boven Oranje', 'Vlijtig Rood' en 'Karakter Rood'. Gebruik deze kleuren subtiel als steunkleuren en voor nuances. Denk aan een call to action of een button op website of app. Maar ook aan een activerend kader. Gebruik niet meer dan 2 steunkleuren per uiting of pagina.



Feestelijk kleurenpalet

Het feestelijk patroon bestaat uit 4 kleuren: 'Stads Blauw', 'Nieuw Groen', 'Graan Geel' en 'Vlijtig Rood'. Gebruik het feestelijk kleurenpalet bij feestelijke gelegenheden en na goedkeuring van een huisstijladviseur van team Communicatie.

Zie de voorbeelden voor toepassing en gebruik van de kleuren.

Complete kleurenpalet



Feestelijk kleurenpalet

**Polder Blauw**

HEX #005a9b
 RGB 0-90-155
 CMYK 100-53-2-16
 PMS 300

**Stads Blauw**

HEX #00365f
 RGB 0-54-95
 CMYK 100-60-10-53
 PMS 2955

**Nieuw Groen**

HEX #00a685
 RGB 0-166-133
 CMYK 84-0-59-0
 PMS 3268

**Graas Groen**

HEX #008e5c
 RGB 0-142-92
 CMYK 100-10-80-0

2.2 Kleurcodes

In het overzicht hiernaast staan de kleurcodes voor de huisstijlkleuren. Ze zijn geschikt voor drukwerk en digitale toepassingen.

De kleurenstalen (swatches) kun je downloaden voor Adobe Creative Cloud-software.

Let op! Niet alle kleuren voldoen aan de digitale toegankelijkheid. Zie de volgende pagina voor toelichting.

**Graan Geel**

HEX #ffcf1b
 RGB 255-207-27
 CMYK 0-19-90-0

**Boven Oranje**

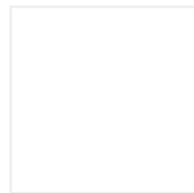
HEX #ef7d00
 RGB 239-125-0
 CMYK 0-60-100-0

**Vlijtig Rood**

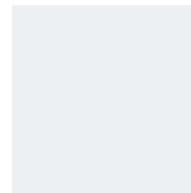
HEX #e61659
 RGB 230-22-89
 CMYK 0-97-44-0

**Karakter Rood**

HEX #88263e
 RGB 136-38-62
 CMYK 30-92-53-35

**Wit**

HEX #ffffff
 RGB 255-255-255
 CMYK 0-0-0-0

**Licht grijs**

HEX #f2f3f4
 RGB 242-243-244
 CMYK 6-4-4-0

**Midden grijs**

HEX #706f6f
 RGB 112-111-111
 CMYK 0-0-0-70

**Zwart**

HEX #000000
 RGB 0-0-0
 CMYK 0-0-0-100
 PMS Process Black

2.3 Kleurtinten

Kleurtinten zijn toepasbaar voor infographics en dergelijke toepassingen. Of als er een contrastrijke kleur nodig is voor bijvoorbeeld web- en appdesign.

Elke basiskleur (1) heeft een lichte tint (2) en een schaduw tint (3). De basiskleuren staan op de vorige pagina beschreven.

De kleurstalen (swatches) van de tinten kun je downloaden voor Adobe Creative Cloud-software.

Contrastverhouding voor teksten (tekst op witte achtergrond)

- ✓ Contrastverhouding van ten minste **4,5:1** (te gebruiken voor alle tekst).
- ⊕ Contrastverhouding van ten minste **3:1** (alleen te gebruiken voor grote tekst*).
- ⊖ Voldoet **niet** aan de contrastverhouding.

* Gebruik voor het controleren van de contrastverhouding en de juiste corps-groottes de Colour Contrast Analyser van tpgi.nl.

Zie [paragraaf 9.1 op pagina 37](#) over toegankelijkheid voor meer informatie.

✓		✓		⊕		⊕		⊖	
✓	Polder Blauw 2 HEX #196c9c RGB 25-108-156 CMYK 87-50-20-4	✓	Stads Blauw 2 HEX #183f63 RGB 24-63-99 CMYK 97-73-35-26	⊖	Nieuw Groen 2 HEX #40b494 RGB 64-180-148 CMYK 70-0-52-0	⊖	Graas Groen 2 HEX #37af78 RGB 55-175-120 CMYK 73-0-66-0	⊖	Licht Grijs 2 HEX #ffffff RGB 255-255-255 CMYK 0-0-0-0
✓	Polder Blauw 3 HEX #004b83 RGB 0-75-131 CMYK 100-60-10-25	✓	Stads Blauw 3 HEX #152646 RGB 21-38-70 CMYK 100-83-36-50	⊕	Nieuw Groen 3 HEX #1e9b7a RGB 30-151-119 CMYK 79-14-62-4	✓	Graas Groen 3 HEX #007c57 RGB 0-124-87 CMYK 100-30-80-0	⊖	Licht Grijs 3 HEX #dadada RGB 218-218-218 CMYK 0-0-0-20
⊖		⊖		✓		✓		✓	
⊖	Graan Geel 2 HEX #fed94e RGB 254-217-78 CMYK 2-13-77-0	⊖	Boven Oranje 2 HEX #f08f04 RGB 240-143-4 CMYK 2-51-98-0	⊕	Vlijtig Rood 2 HEX #e9455d RGB 233-69-93 CMYK 0-84-50-0	✓	Karakter Rood 2 HEX #972a4c RGB 151-42-76 CMYK 20-90-39-33	⊕	Antraciet 2 HEX #878787 RGB 135-135-135 CMYK 0-0-0-60
⊖	Graan Geel 3 HEX #fbbb21 RGB 251-187-33 CMYK 0-30-90-0	⊕	Boven Oranje 3 HEX #e16510 RGB 225-101-16 CMYK 7-70-100-0	✓	Vlijtig Rood 3 HEX #d12152 RGB 209-33-82 CMYK 10-96-50-4	✓	Karakter Rood 3 HEX #732940 RGB 115-41-64 CMYK 30-85-40-50	✓	Antraciet 3 HEX #575756 RGB 87-87-86 CMYK 0-0-0-80

2.4 Voorbeelden

Headings (1)

De headings zijn in basis 'Stads Blauw'.

Subheadings (2)

Kies voor subheadings een steunkleur uit het secundaire kleurenpalet. Met uitzondering van geel en oranje, in verband met toegankelijkheid.

Introtekst (3)

Gebruik voor de introtekst basis 'Nieuw Groen' of een steunkleur naar wens.

Bodytekst (4)

De bodytekst is altijd zwart.

Kaders (5)

Kaders voor bodytekst zijn in de basis 'Licht Grijs'. Als kaders in corporate uitingen meer nadruk verlangen, dan kan in de basis 'Stads Blauw' worden gebruikt. Voor meer aandacht of CTA (6) is er een andere steunkleur uit het palet inzetbaar.

Toegankelijk

Let bij het plaatsen van tekst in kleur of op een kleurvlak op de toegankelijkheidsnorm.

Steunkleur

Let wel: maximaal 2 extra steunkleuren voor uitingen toepassen.



(2)

(1)

(3)

(4)

(5)

Advertentiegrid
Van gemeente Purmerend

Veni hic totam, sus exerfer atecates sum eturehe ndipiet eum qui aut hic temquae nis consequenatures dollores.

Ga naar purmerend.nl/calltoaction

26 april

Veni hic totam, sus exerfer atecates sum eturehe ndipiet.

Qui con re id quat exilis aut enihlic to temperum ipis idi omnimus ut fugia qui consequam, as simpo re repudis voluptatis audignam.

Qui con re id quat exilis aut enihlic to temperum ipis idi omnimus ut fugia qui consequam, as simpo re repudis voluptatis audignam.

Ga naar purmerend.nl/calltoaction

purmerend.nl/calltoaction

PURMEREND

Advertentiegrid



(6)

Belangrijke mededeling
Van gemeente Purmerend

Veni hic totam, sus exerfer atecates sum eturehe ndipiet eum qui aut hic temquae nis consequenatures dollores eation estem temquae.

Ga naar purmerend.nl/corona

Vanaf 28 april

Veni hic totam, sus exerfer atecates sum eturehe ndipiet.

Qui con re id quat exilis aut enihlic to temperum ipis idi omnimus ut fugia qui consequam, as simpo re repudis voluptatis audignam est.

Ga naar purmerend.nl/corona

purmerend.nl/corona

PURMEREND

Signalerend advertentiegrid



03. Typografie

3.1 Het font Corbel

In de huisstijl van gemeente Purmerend wordt voor alle teksten het Office-font Corbel gebruikt. Van heading tot bodytekst. Het lettertype kent 6 verschillende gewichten:

1. Light
2. *Light Italic*
3. Regular
4. *Italic*
5. **Bold**
6. ***Bold Italic***

Corbel Light en Light Italic zijn niet in alle applicaties – zoals Microsoft – beschikbaar. De gewichten zijn optioneel.

Primair lettertype CORBEL

AaBbCc

1234567890

.;€@&%①②[]{}?!<≈÷=×+

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation. Consectetur adipiscing.

Alternatief Google lettertype CANTARELL

AaBbCc

1234567890

.;€@&%[]{}?!<≈÷=×+

Subheading

Heading

**Lorem ipsum dolor sit amet con
secte tuer adipiscing elit. Sed diam
nonu mmy nibh eui smod tincidu.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Alternatief font

Alleen gebruiken wanneer **Office font Corbel** om technische redenen digitaal niet toepasbaar is.
Niet gebruiken voor print.

Jaartal (1)

Onderwerp/subheading (2)

Heading

Formule: **corpsgrootte heading** = minimaal 1,5 x **corpsgrootte onderwerp**.

Formule: **tussenmarge = 2 x hoogte subheading.**

Intrtekst en tussenkop

Bodytekst en inzettekst/fotobijschrift

Corbel Regular en Corbel Italic. Deze onderdelen kunnen verschillen per uiting. Hiernaast staan richtlijnen voor een A4-uiting.

Gebruik in Microsoft Word

Voor Microsoft Word is gekozen voor een standaard lettergrootte van 11 pt met een interlinie van 14 pt.





04. Grid

4.1 Templates

Uitgangspunt is het creëren van een eenduidige lijn (huisstijl). Dit doen we door de toepassing van dezelfde marges en witruimtes in combinatie met een subtiel gebruik van het huisstijlpatroon. Dit patroon wordt zowel in kleur als in beelduitsnede toegepast.

Er zijn opmaakbestanden (Adobe Indesign) beschikbaar van de verschillende basismiddelen. Variërend van A5 tot A3 als basis. Je kunt andere formaten vanuit deze opmaak en de bijhorende richtlijnen opbouwen.

Poster A3



Brochure A4

Rapport A4



Advertentie A4



Flyer A5

4.2 Grid

Marge (1) berekenen

De korte zijde van het document gedeeld door 21 is de breedte van de marge. De marge is rondom gelijk.

De formule is: korte zijde/21. Rond het resultaat af op een heel of half cijfer.

Zetspiegel (2)

De zetspiegel bereken je door de marge te verdubbelen. De formule is: marge x 2.

Kolommen (3)

Het aantal kolommen is vrij in te delen. Het advies is een kolomaantal dat deelbaar is door 3.

Tussenruimte kolommen

De tussenruimte van tekstkolommen, als deze er zijn, is altijd 6 mm.

Verticale verdeling (4)

De lange zijde is in 6 gelijke delen opgedeeld. Op deze delen wordt de beeld-vlakverdeling gebaseerd: een beeld kan uit 2/6, 3/6, 4/6 en 5/6 van de uiting bestaan.

In deze verdeling kunnen ook een (sub)heading of andere elementen worden uitgelijnd (5).

Patroon als grid (6)

Het patroon kan als grid worden ingezet om verschillende objecten op uit te lijnen. Zoals het plaatsen van beeld of losse elementen uit het patroon.

(4)

Beeld over 3/6



(5)

Opzet
van het
grid.

(4)

Beeld over 5/6



(5)

(6)



Vergroting/verkleining evenredig met het formaat van de uiting.

4.4 Patroon

Het **Polderstadpatroon** staat voor verkaveling én voor de stadse bebouwing in de wijken. Gebruik is met name in de basiskleuren. Het patroon is subtiel toepasbaar op een middel in de ruimte die hierom vraagt:

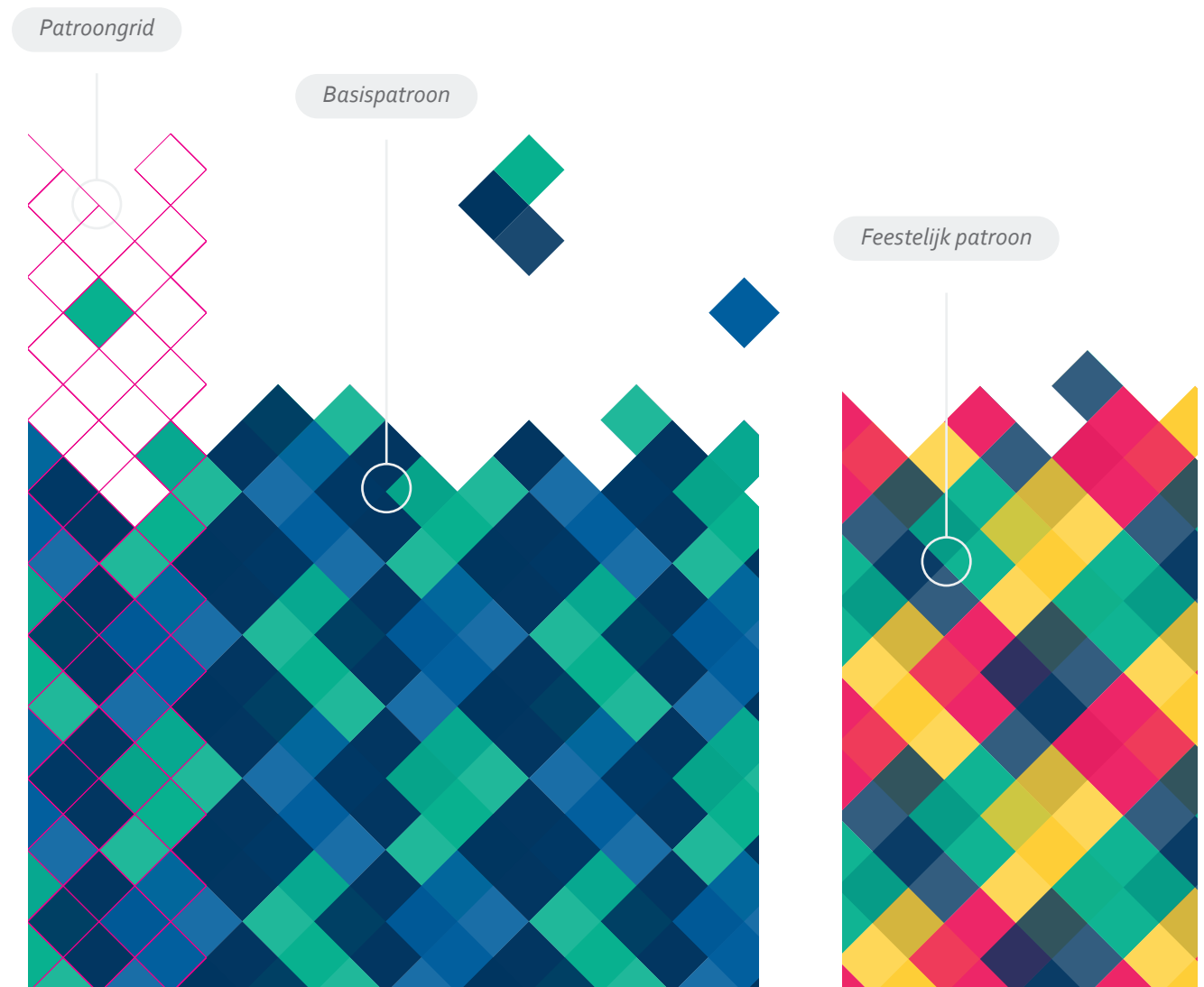
- ⊕ Geeft extra identiteit aan de huisstijl van Purmerend.
- ⊕ Als geheel en als losse elementen toe te passen.
- ⊕ Grafische oplossing bij gebrek aan beeldmateriaal.
- ⊕ De vlakken vormen subtiele letters 'p' en 'b'.
- ⊕ Toepasbaar in iconen.

Wanneer welk patroon?

Over het algemeen wordt het Basispatroon gebruikt. Veel minder vaak, maar bijvoorbeeld voor feestelijke en uitzonderlijke gebeurtenissen, is het Feestelijk patroon inzetbaar. Hier kunnen op basis van het kleurenpalet ook andere varianten van worden ontwikkeld.

Het patroon is niet zonder toestemming van huisstijladviseurs volledig aan de bovenzijde plaatsbaar.

Bij uitzondering kan een groter deel van het patroon de uiting vullen. Overleg hiervoor met een huisstijladviseur van team Communicatie.





05. Beeldtaal

5.1 Beeldtaal

Fotografie en illustraties maken een communicatieboodschap krachtig. Foto's vallen op, geven mensen een bepaald gevoel en zijn kleurrijk. We geven de voorkeur aan fotografisch beeld.

Waarom aandacht besteden aan je beeldtaal belangrijk is

- Cliché maar waar: beeld zegt meer dan 1000 woorden.
- Beeld trekt de aandacht, roept emotie op en zet aan tot lezen van de boodschap.
- Beeldtaal is geschikt voor alle media en taalonafhankelijk.



5.2 Fotografie

- De foto ondersteunt de boodschap, het doel of de rol van gemeente Purmerend.
- We gebruiken eerlijke beelden in echte situaties, die het diverse karakter van de gemeente weerspiegelen.
- Ook de mensen in de foto's zijn echt en een afspiegeling van de inwoners van de gemeente (inclusie).
- Waar mogelijk stellen we een onderwerp (mens of object) centraal.
- Foto's mogen niet aanstootgevend zijn.
- Natuurechte realistische beelden en kleuren: het beeld is niet (kleur)gemanipuleerd. (Omkleuring van een detail voor aansluiting bij de huisstijl is wel toegestaan.) Filter zoveel mogelijk vermijden.
- We gebruiken alleen afbeeldingen die rechtenvrij zijn of waarvan gemeente Purmerend de rechten heeft. Dit kan door middel van een quitclaim dat communicatie beschikbaar stelt. We vragen altijd toestemming voordat we foto's van derden gebruiken.



Beeldbank

Het beeldmateriaal in de beeldbank is gemaakt in opdracht van de gemeente of is als bestaand beeldmateriaal aangekocht.

Alle beelden in de beeldbank zijn rechtenvrij, tenzij anders omschreven, waarbij duidelijk staat waarvoor de foto's inzetbaar zijn.

5.3 Tabellen & grafieken

Grafieken worden in 2D-stijl gemaakt.

Kleur voor tabellen

Tabellen houden we zo eenvoudig en zakelijk mogelijk. We voegen alleen lijnen en de kleuren licht- en middengrijs toe om de tabel zo helder mogelijk te maken.

Kleur voor grafieken

Alle kleuren en kleurtinten uit het kleurenpalet zijn te gebruiken voor de opbouw van grafieken.

Er is een uitgebreid kleurenpalet voor grafieken beschikbaar. Dit kan opgevraagd worden bij een huisstijladviseur van team Communicatie.

Typografie

Zie [paragraaf 3.1 op pagina 15](#)

Gewijzigde Openings- tijden

Maandag	13.00 - 16.00 uur
Dinsdag	09.00 - 16.00 uur
Woensdag	09.00 - 16.00 uur
Donderdag	09.00 - 16.00 uur
Vrijdag	09.00 - 13.00 uur

purmerend.nl/openingstijden



Begroting 2022



Totale **inkomsten** € 302,2 miljoen

Rijksbijdragen
€ 202,3 miljoen

Overige
inkomsten
€ 50,1 miljoen

Lokale
heffingen
€ 49,8 miljoen

67%

17%

16%

Totale **uitgaven** € 302,2 miljoen

Ruimtelijke
ordening & wonen
o.a. bestemmingsplannen
en grondexploitatie
€ 34,9 miljoen

Bereik-
baarheid
o.a. verkeersveiligheid,
infrastructuur & mobiliteit
€ 4,2 miljoen

Veiligheid
o.a. openbare orde &
sociale veiligheid
€ 9,8 miljoen

Bestuur &
Concens
o.a. gemeentebestuur en
regionale samenwerking,
bedrijfsvoering
€ 43,5 miljoen

Beheer
openbare
ruimte
o.a. groen, wegen
& riolering
€ 28,6 miljoen

Economie
o.a. duurzaamheid,
recreatie en toerisme
€ 1,8 miljoen

Milieu
o.a. milieu en afvalbeheer
€ 17,0 miljoen

Publieks-
diensten
o.a. burgerzaken en kcc
€ 7,8 miljoen

Samen-
leving
o.a. werk en inkomen,
maatschappelijke onder-
steuning en jeugd
€ 156,6 miljoen

Hoeveel betaalt u
naar verwachting
in 2022 aan:

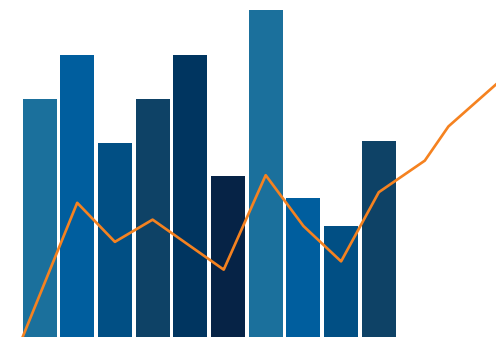
Gemeentelijke
lasten voor gezin
Onderendassakbelasting voor gezin bij
gemiddelde WOZ-waarde
€ 265,00

Afvalstoffenheffing voor gezin
€ 369,24

Ruimtelijke
heffing voor gezin
€ 392,36

Hondenbelasting
per hond
€ 826,60

* tarief voor bezit hond in bebouwde kom



5.4 Illustraties

Voor de inzet van beeld geeft de gemeente de voorkeur aan foto's boven illustraties. Gebruik van illustraties als beeldbepalend element (bijvoorbeeld op de voorzijde van een brochure) raden we af.

Richtlijnen

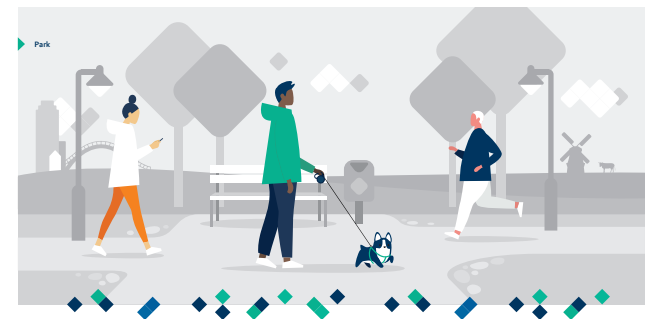
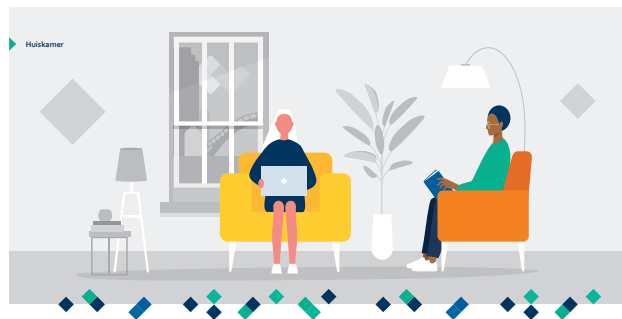
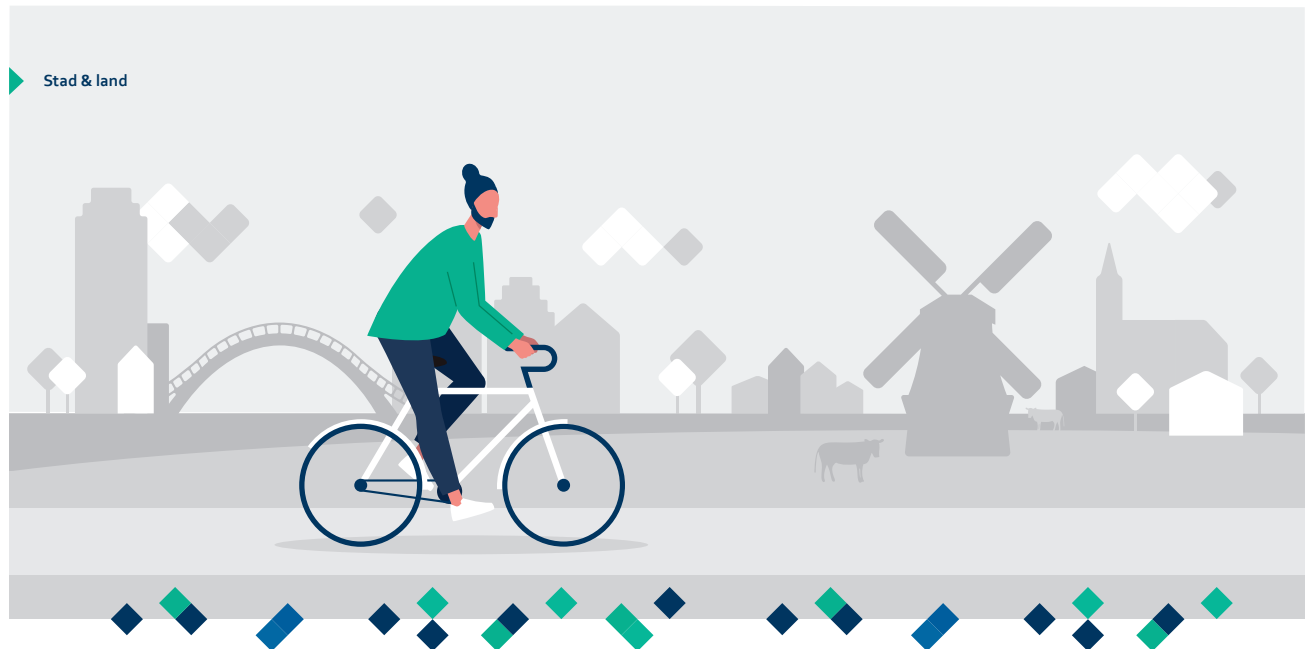
- Houd het rustig en gebruik weinig detail.
- Gebruik strakke, vloeiende vormen met afgeronde hoeken.
- Gebruik volle vlakken.

Achtergrond:

- Gebruik grijswaarden en gebruik herkenbare elementen uit de gemeente.
- Grijstinten mogen afwijken wanneer nodig.
- Laat het patroon terugkomen in de achtergrond.

Hoofdonderwerp:

- Licht dit uit door gebruik van kleurnuances uit het kleurenpalet van de huisstijl.
- Gebruik voor de huidskleur het huidskleur-kleurenpalet
- Het onderwerp wordt altijd vanaf de zijkant afgebeeld (2D).
- Houd rekening met diversiteit en inclusie.



5.5 Infographics

Richtlijnen

- Gebruik kleurnuances ter ondersteuning uit het kleurenpalet van de huisstijl.
- Gebruik een heldere tekenstijl met een simpele lijnvoering, zonder te veel details (bij voorkeur iconografisch).
- Beeldclichés of clipart zijn niet toegestaan.
- Zorg dat de informatie duidelijker wordt door de graphics.

69%

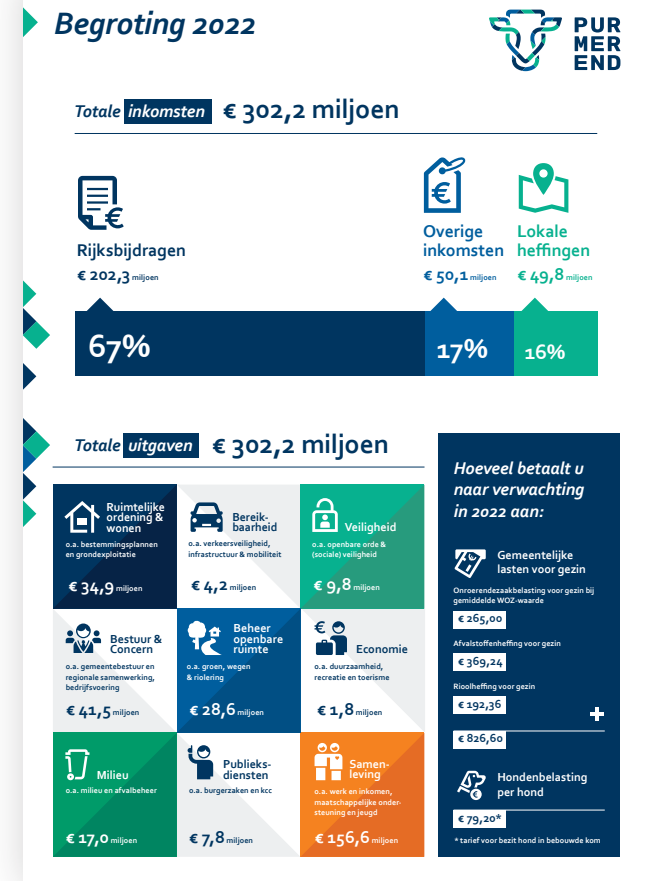
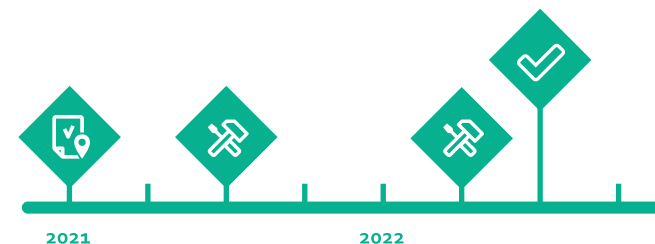
69% van de bewoners
lorem ipsum



Geplande verbeteringen

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

70 km





o6. Iconen

6.1 Iconen

Iconen zijn ondersteunend inzetbaar bij tekst en uitleg. Bij voorkeur worden iconen niet los, op zichzelf staand gebruikt, maar hebben ze een ondersteunende functie.

Voor gemeente Purmerend kun je gebruikmaken van de iconen voor de open gemeenten. Deze zijn vrij downloadbaar op:

www.opengemeenten.nl/projecten/iconen/overzicht

Om een icoon extra kracht of attentiewaarde mee te geven, kan het patroon ook in een icoon worden geplaatst. Dit dient wel subtiel te gebeuren, zodat het geheel niet te bont wordt.

- Het is **niet** toegestaan om iconen van open-gemeente aan te passen.
- Het is **wel** toegestaan om zelf een aangepast icoon te maken in dezelfde stijl.
- Opengemeente kan ingeschakeld worden om een nieuw icoon te laten maken.





07. Video

7.1 Video

Als uit naam van gemeente Purmerend video's verschijnen, gebeurt dit met gebruik van beschikbare intro- of outro-animatie. De voorkeur gaat uit naar een outro omdat de eerste seconden van een video belangrijk zijn.

Het wit-transparante logo van Purmerend kan indien gewenst rechtsboven in de hoek worden geplaatst. In een aparte laag.

Er kan een template of voorbeeld worden opgevraagd bij een huisstijladviseur van team Communicatie.

Naamtitel (lower thirds)

De naamtitel staat links of rechts. De onderste 30% van het beeld wordt vrijgehouden voor de ondertiteling.

- De naam staat onder de subtitel (functie of organisatie/onderneming).
- Er is een Premiere Pro- en Adobe After Effects-bestand dat voor naamtitels gebruikt kan worden.

Ondertiteling

Het is wettelijk verplicht om alle video's te voorzien van ondertiteling.

- Indien mogelijk is ondertiteling in Corbel Bold met kleurcode #FFFFFF; stroke kleurcode #000000.
- Lever bij video's een apart tekstbestand

aan met gesproken tekst. Doe dit in het .srt-format (open captions).

- Geen ondertiteling in de video monteren in verband met digitale toegankelijkheid.
- Komt de video op de website? Dan moet de video voldoen aan de WCAG 2.1AA.
- Naast ondertiteling moet er op de website ook een audiobeschrijving beschikbaar worden gesteld. Hierin staat naast gesproken tekst functionele audiocontent, zoals [auto rijdt weegbrug op] of [persoon typt een mail op computer].
- Houd de WCAG-webrichtlijnen aan (<https://www.w3.org/Translations/WCAG21-nl/>).

Muziek

Voor video's gebruiken wij rechtenvrije muziek of we zijn in het bezit van een licentie om het nummer te gebruiken. Licenties moeten bij een huisstijladviseur van team Communicatie aangeleverd worden.

Privacy

Vraag vooraf altijd via een quitclaim schriftelijk toestemming van de mensen die in de video herkenbaar zijn. Is de afgebeelde persoon minderjarig? Dan moet de wettelijke vertegenwoordiger de quitclaim ondertekenen. De quitclaim is op te vragen bij een huisstijladviseur van team Communicatie.

Thumbnail



Intro (still)



o8. Samenwerking

8.1 Afzenderschap

De gemeente werkt veel samen met andere partijen. Om te bepalen welke huisstijl van toepassing is, kijken we wie de hoofdafzender is. Zijn er meerdere afzenders voor de communicatieboodschap, dan gelden de volgende opties:

1. **Gemeente Purmerend is hoofdafzender en de gemeentelijke huisstijl is van toepassing, zoals beschreven in dit document.** De logo's van partners hebben een vaste positie in de vormgeving.
2. **Samenwerking met partners, waarbij gemeente Purmerend gelijkwaardig of ondergeschikt is.** Er zijn meerdere afzenders. Bij gebruik van de huisstijl van de partner wordt de huisstijl van Purmerend niet gebruikt of gecombineerd. De uitvoerende partij plaatst het logo van de gemeente, zoals beschreven staat in hoofdstuk 1.4. De partner kan toestemming van een huisstijladviseur krijgen om de gemeentelijke huisstijl te gebruiken. Voorafgaand aan de uitwerking van optie 2 is altijd afstemming nodig met huisstijladviseurs van team Communicatie.
3. **Eigen identiteit.** Bij een bestendige en langdurige samenwerking die belang heeft bij een eigen identiteit, wordt soms een nieuw merk ontwikkeld. De positionering, merkenbouw en huisstijl van de identiteit zijn maatwerk. Voor de ontwikkeling en promotie van een gebied kan gebiedsmarketing worden ingezet om een specifiek doel te bereiken. In de samenwerking mag voor gebiedsmarketing een eigen identiteit worden ontwikkeld. Het logo van gemeente Purmerend wordt in dit geval als partner op het communicatiemiddel toegevoegd. Let wel op dat de huisstijl voldoet aan de toegankelijkheidseisen. Voorafgaand aan de uitwerking van optie 3 is altijd afstemming nodig met huisstijladviseurs van team Communicatie.



1.



2.

8.2 Sublogo

Binnen gemeente Purmerend kunnen in sommige gevallen ook sublogo's worden gemaakt. De gemeenteraad heeft bijvoorbeeld een sublogo.

In het geval dat er (nog) geen eigen identiteit aan een project wordt gegeven (zie 8.1) maar het voor de externe ontvangers wel van belang is om te weten dat ze te maken hebben met een apart onderdeel van gemeente Purmerend, kan ook een sublogo worden gemaakt. Dit is altijd in overleg met een huisstijladviseur.

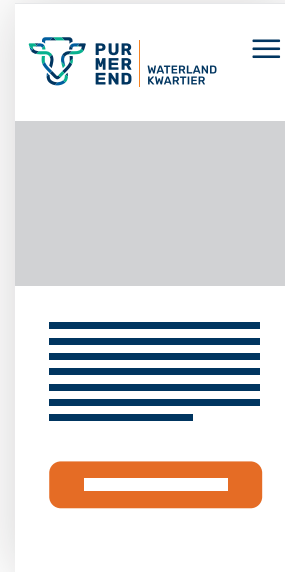


8.3 Toepassing sublogo

Regel voor (uitingen van) submerken:
Het logo wordt bij submerken altijd links geplaatst.

Op een website kan de extra kleur gebruikt worden voor buttons en lijnen. Let bij het gebruik van de extra kleur bij tekst op het juiste contrast voor de digitale toegankelijkheid.

Neem voor afstemming over de uitwerking altijd contact op met een huisstijladviseur van team Communicatie.



Avatar

In de *avatar* van het submerk plaatsen we de tekst onder het beeldmerk.



↔
24px

Favicon

Als *favicon* gebruiken we het beeldmerk zonder toevoeging. (De tekst is te klein voor een aangepast *favicon*.)



09. Toegankelijk- heid

9.1 Toegankelijkheid

Digitaal is leidend voor onze communicatie. Onze huisstijl is daarom ontwikkeld met digitaal als uitgangspunt. In verband met de toegankelijkheid en inclusiviteit voldoen alle digitale producties aan de Web Content Accessibility Guidelines (WCAG), www.w3.org/Translations/WCAG21-nl.

WCAG 2.1 niveau AA

Als gemeente mogen we volgens het 'VN-verdrag inzake rechten van personen met een handicap' bij het aanbieden van digitale diensten geen onderscheid maken tussen personen met en personen zonder handicap of chronische ziekte. Digitale toegankelijkheid gaat over de bruikbaarheid en begrijpelijkheid van digitale informatie en diensten voor elke bezoeker. Het gaat over websites, pdf's, formulieren, video's, vormgeving en applicaties, en over alle gemeentelijke websites, ook als er sprake is van een samenwerking met partners of een website voor specifieke doelgroepen.

Als gemeente zijn we wettelijk verplicht:

- Alle websites, content en apps toegankelijk te maken voor personen met een functiebeperking.
- Altijd een toegankelijkheidsverklaring te publiceren. Hierin staat of de website aan de eisen voldoet en welke maatregelen de organisatie neemt om toegankelijkheid te borgen.

De WCAG zijn opgebouwd rond 4 principes:

1. **Waarneembaar:** alle informatie en alle componenten van de gebruikersinterface zijn waarneembaar door de gebruiker.
2. **Bedienbaar:** alle componenten van de gebruikersinterface en de navigatie zijn bedienbaar door de gebruiker.
3. **Begrijpelijk:** alle informatie en het gebruik van de interface is begrijpelijk voor de gebruiker.
4. **Robuust:** content is voldoende robuust om betrouwbaar geïnterpreteerd te worden door uiteenlopende soorten technologieën, zoals schermlezers en andere hulpmiddelen.



10. Downloads & bijlagen

10.1 Downloads & bijlagen

Logo's

Vraag de complete logoset aan bij een huisstijladviseur van team Communicatie van gemeente Purmerend. Hier valt ook het Polderstadpatroon onder.

Kleurstalen

Het complete kleurenpalet is beschikbaar als importeerbaar stalen/swatches-bestand. Dit vraag je op bij een huisstijladviseur van team Communicatie.



11. Voorbeelden & inspiratie





12. Schrijfwijzer

12.1 Schrijfwijzer

Een tekst begrijpelijk schrijven is niet makkelijk. Maar wél belangrijk. We willen namelijk dat iedereen begrijpt waar wij als gemeente mee bezig zijn. Dit geldt voor onze directe collega's en andere teams, maar zeker ook voor onze inwoners. Het doel is om de boodschap duidelijk over te brengen, waardoor meer inwoners zich betrokken voelen en wij minder vragen krijgen over onze teksten. Kortom, een win-win-win-situatie.

Duidelijke taal

We gebruiken duidelijke taal. Het liefst op het zogenoemde 'B1-niveau'.

Dat betekent in de praktijk:

- We gebruiken woorden die iedereen begrijpt.
- We schrijven korte zinnen.
- We schrijven actief en vermijden hulpwerkwoorden zoals worden, kunnen, zullen, willen en gaan.
- We schrijven positief. Bijvoorbeeld: 'We zijn tot 17.00 uur open.' En niet: 'Vanaf 17.00 uur gesloten.'
- We gebruiken woorden van deze tijd, in goed verzorgde (spreek)taal.
- We gebruiken zoveel mogelijk neutrale termen. Dus niet 'man of vrouw', maar partner.
- We spreken over inwoners, niet over burgers.

Tip: kijk op www.isditb1.nl voor een taalcheck op niveau B1.

U of jij?

- In externe communicatie gebruiken we altijd 'u'.
- Bij communicatie met jongeren, arbeidsmarktcommunicatie of citymarketing gebruiken we 'jij'.
- Op social media gebruiken we 'jij'.
- Bij interne communicatie gebruiken we 'jij'.

Schrijfvorm (wij of ik?)

Het kan allebei. 'Wij' gebruik je wanneer je binnen jouw afdeling of organisatie-onderdeel de afspraak hebt dat er altijd 'wij' wordt gebruikt.

Schrijfwijze teams en gemeente

- De namen van een team beginnen met een hoofdletter, zoals Communicatie, Facilitair, Vastgoed. Het woord 'team' schrijf je met een kleine letter.
- Als je schrijft over ons als gemeente schrijf je dat als volgt: 'gemeente Purmerend'. Hierbij begint 'gemeente' met een kleine letter en 'Purmerend' met een hoofdletter.

Schrijfwijze namen medewerkers

We schrijven namen voluit: 'Neem contact op met Dirk Jansen.'

En niet: 'Neem contact op met D.G.H. Jansen.'

Schrijfwijze datum en tijd

- 3 juni 2021
- 11.00 uur

Adressering

Gebruik de voorletter en achternaam van de persoon.

Bijvoorbeeld:

P. Vermeulen

Purmersteenweg 42

1441 DM Purmerend

Geachte of beste?

- Schrijf je naar een inwoner of een zakelijk contact? Dan begin je soms met 'Geachte'. Ken je de lezer persoonlijk of is het een collega? Gebruik dan 'Beste' in combinatie met de voornaam.
- Schrijf je naar een groep ontvangers? Bijvoorbeeld een bewonersbrief, dan schrijf je:
Beste inwoner,

Aanhef

- Als je weet dat het een heer of mevrouw is:
Geachte heer Vermeulen of Geachte mevrouw Koopman,
- Als je het **niet** weet:
Geachte P. Vermeulen

Schrijfwijze telefoonnummer

- 0299 452 452
- 06 XX XX XX XX

Schrijfwijze cijfers

- We schrijven getallen tot aan 1 miljoen als cijfers en niet als woord. Dit heeft te maken met de attentiewaarden. Alles wat anders is krijgt meer aandacht.
- Duizendtallen schrijven we gescheiden door een punt.
- Ronde getallen van een miljoen of meer noteer je als volgt: 10 miljoen, 24 miljard, etc.
- Een specifiek getal van een miljoen of hoger, schrijf je wel helemaal in cijfers: 11.657.990.

wel schrijven

1 maand

4 weken

65.000

10 miljoen

liever niet

één maand

vier weken

65 duizend

10.000.000

Schrijfwijze bedragen

- Gebruik bij bedragen in euro's altijd het €-symbool.
- Bedragen schrijf je als volgt: € 75,90 of € 75,-.



13. Contact

13.1 Contact

Gemeente Purmerend, team Communicatie

Purmersteenweg 42
1441 DM Purmerend

Huisstijladviseurs

communicatie@purmerend.nl
(0299) 452 255