



HUISSTIJLWIJZER

Alles wat je moet weten



WAAROM VERNIEUWDE HUISSTIJL?

Onze huisstijl dateerde van 1980 en was daarom dringend aan herziening toe. In de loop der jaren ontstond er een wildgroei aan projectlogo's, kleuren en lettertypen. Daardoor waren we onvoldoende herkenbaar voor bewoners.

Met deze 'vernieuwde' huisstijl zijn we dat wel. En treden we weer met één gezicht naar buiten. De gemeente is weer een herkenbare afzender.

De verschillende elementen van de vernieuwde huisstijl vormen een fris en samenhangend geheel. Het lettertype is aangepast en er zijn afspraken gemaakt over kleuren, schrijfstijl, een extra stijlelement en nog veel meer. Eén element uit de oude huisstijl hebben we wel behouden: de bekende Capelse vissen blijven deel uitmaken van ons logo.

In deze wijzer vind je beknopt alle regels en richtlijnen omtrent het gebruik van onze nieuwe huisstijl. Lettertypes, beeldmateriaal, kleuren; alles komt aan de orde.

Informatie

Wil je meer informatie? Neem dan contact op met de unit Communicatie en Representatie.



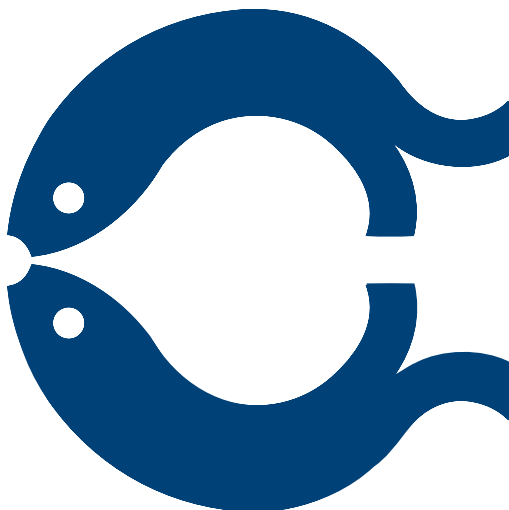
INHOUDSOPGAVE

1	De Capelse vis	4
2	Het logo	5
3	Het stijlelement	7
4	Typografie	9
5	Beeldmateriaal	10
6	Beeldgebruik	11
7	Algemene richtlijnen	12
8	Huisstijlkleuren	13
9	Voorbeelden	14
10	Tone of voice	15
11	Schrijftips	16
12	E-mail en PowerPoint	19
13	Internet	20
14	Van idee tot uiting	21

DE CAPELSE VIS

De Capelse vis

De 'Capelse vissen' vormen een ijzersterk beeldmerk. We hebben er daarom voor gekozen het ontwerp van Ben Bos van Total Design te behouden. De vissen verwijzen bovendien terug naar onze geschiedenis. Ooit was Capelle een vissersplaats. In de IJssel zwommen bermen, karperachtige vissen. Dezelfde vissen komen terug in ons logo. Het blauw staat voor het water uit de IJssel.



We handhaven dus ons beeldmerk uit 1980: twee gestileerde vissen die een hart omsluiten. Samen vormen ze de C van Capelle. Het tweede deel van ons logo is ons woordmerk, Capelle aan den IJssel. Capelle aan den IJssel en de vissen: samen vormen ze een onafscheidelijk duo.

HET LOGO

Het logo moet altijd gebruikt worden op uitingen van de gemeente. Projectlogo's van interne projecten mogen niet (meer) gebruikt worden.

gemeente **Capelle**
aan den IJssel



Logo full colour:

■ 100-60-0-40

■ 50-30-0-20

gemeente **Capelle**
aan den IJssel



Logo PMS:

■ PMS 295

■ 50% PMS 295

gemeente **Capelle**
aan den IJssel



Logo grijs:

■ 0-0-0-100

■ 0-0-0-50



gemeente **Capelle**
aan den IJssel



Logo zwart:

■ 0-0-0-100

gemeente **Capelle**
aan den IJssel



Logo diapositief:

□ 0-0-0-0

33 mm

gemeente **Capelle**
aan den IJssel



Bij standaard drukwerk mag het logo niet kleiner gebruikt worden dan 33 mm breed.

Als we samenwerken met een andere partij, moet op communicatie-uitingen minimaal de tekst: 'in samenwerking met', of 'mede mogelijk gemaakt door' en het logo van de gemeente staan.

mede mogelijk gemaakt door

gemeente **Capelle**
aan den IJssel



in samenwerking met

gemeente **Capelle**
aan den IJssel



HET STIJLELEMENT

Het stijlelement is een verticale lijn. Deze komt uit het logo in de scheiding tussen het beeld- en woordmerk. De lijn komt terug in al het beeldmateriaal en kan ook voor een kop geplaatst worden. De lijn mag eventueel aan de boven- zijde van het document aflopend geplaatst worden.

KOP

Tevens speelt de verticale lijn een grote rol op de voorkant van uitingen, bijvoorbeeld folders of leaflets.

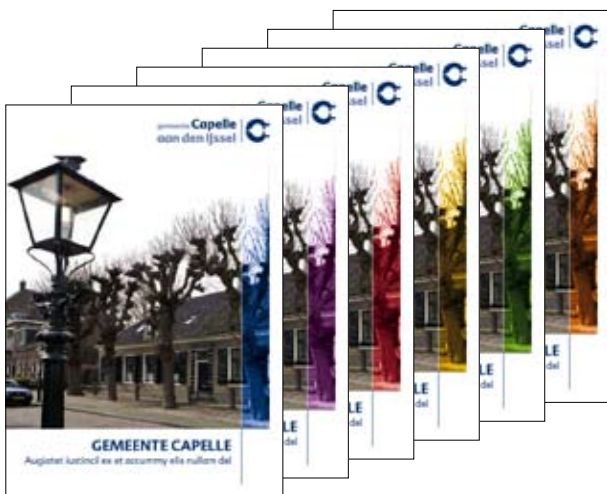


De X is altijd 5% van de breedte van het document. Deze waarde wordt gebruikt als ijkpunt. Alle maten zijn dus veelvoud van deze X. De grootte van het logo kan dan ook makkelijk bepaald worden.





De kleur van de balk wordt gekozen aan de hand van het onderwerp van de uiting. De kleurspecificaties zijn te vinden onder het hoofdstuk kleuren. Bij algemene uitingen gebruiken we donkerblauw (zie hoofdstuk kleuren).



Alleen de kleur van de balk mag veranderen, de achtergrond blijft altijd lichtblauw.



TYPOGRAFIE

Voor drukwerk dat opgemaakt wordt door een vormgever gebruiken we de lettertypen Din en Advert.

Kop:	Advert, bold, met hoofdletter zonder punt in zwart of blauw
Subkop:	Advert, light, met hoofdletter zonder punt in zwart of blauw
Verhouding:	kop : subkop = 3 : 2
Platte tekst:	Din, 10 pt (standaard), minimaal 9 pt, maximaal 11 pt, light, altijd zwart
Tussenkopjes:	Platte tekst in medium, zwart of blauw
Inleiding:	Platte tekst in medium, zwart of blauw
Interlinie:	13% van de corpsgrootte

Een blauw vlak kan gebruikt worden om bepaalde teksten extra aandacht te geven of op te laten vallen

Platte tekst:	Din, 10 pt (standaard), minimaal 9 pt, maximaal 11 pt, light, altijd wit
Kop:	Advert, met hoofdletter zonder punt, altijd in wit

Voor documenten die we zelf maken (bijvoorbeeld in Word of e-mails), gebruiken we Arial.

Kop:	Arial, bold, met hoofdletter zonder punt in zwart
Subkop:	Arial, regular, met hoofdletter zonder punt in zwart
Platte tekst:	Arial, 10 pt (standaard), minimaal 9 pt, maximaal 11 pt, regular, altijd zwart
Tussenkopjes:	Platte tekst in bold, zwart
Inleiding:	Platte tekst in bold, zwart

Algemeen

Cursief:	Gebruikt voor voetnoten
Onderstreept:	Gebruikt om tekst te accentueren

BEELDMATERIAAL

Foto's hebben de voorkeur boven illustraties bij beeldgebruik. Illustraties als strips blijven wel mogelijk. Indien je deze wilt gebruiken, neem je contact op met collega's van de unit Communicatie en Representatie. Zij helpen je bij het laten maken van geschikte illustraties.

Foto's worden altijd gemaakt door een professionele fotograaf. Zelf foto's maken resulteert zelden in de gewenste kwaliteit. Wij zijn een professionele organisatie en willen dit ook uitstralen. Slechte foto's doen hier afbreuk aan.

We proberen altijd foto's te gebruiken met plekken en/of mensen uit Capelle aan den IJssel. Dit is niet altijd voor ieder thema mogelijk, maar het is wel een streven. Communiceer je over hondenbelasting? Daar kan een mooie foto bij van een Capellenaar met hond in het Schollebos. Heb je het over een bepaalde wijk? Een foto van die wijk verlevendigt de boel.



BEELDGEBRUIK

Het gebruik van meerdere beelden op posters, covers, flyers en andere materialen is toegestaan. Wel moet er minimaal één beeld door de gekleurde balk lopen.



Er worden maximaal vier beelden geplaatst en eventuele tekst wordt altijd in wit op een lichtblauw vlak geplaatst.



Beelden die als illustraties gebruikt worden, zijn voorzien van een lijn. De lijn moet altijd verticaal gebruikt worden. Voor de waarde van X, zie hoofdstuk 3.

ALGEMENE RICHTLIJNEN



De kop en subkop bij voorkeur in de witte ruimte onder het beeld. Is er geen beeld, dan komt de tekst onder in het blauwe vlak.



Bij voorkeur werken we met tweekoloms opmaak

HUISSTIJLKLEUREN

ALGEMEEN

70
30
0
0
PMS
279

ALGEMEEN

100
60
0
40
PMS
295

LOGO

50
30
0
20
50%
PMS
295

STEUNKLEUR

50
100
0
30
PMS
260

STEUNKLEUR

0
100
80
20
PMS
187

STEUNKLEUR

0
20
100
0
PMS
116

STEUNKLEUR

60
0
100
0
PMS
368

STEUNKLEUR

0
60
100
0
PMS
166

TONE OF VOICE

Als we vanuit de gemeente schrijven, schrijven we in de 'wij' vorm. Dit is een meer betrokken vorm dan schrijven vanuit 'de gemeente'. Een voorbeeld:

✓ In de juiste vorm

Wij houden ons bezig met..., dat doen we door...

✗ Onjuist

De gemeente houdt zich bezig met..., dat doet ze door...

We schrijven simpel en concreet. We vermijden jargon en afkortingen of lichten deze toe. Onze taal is begrijpelijk voor iedereen.

We schrijven actief. Dat betekent: zo min mogelijk hulpwerkwoorden. Woorden als worden, zijn, kunnen en zullen schrap je uit je teksten.

Schrijfwijze van namen, functies en telefoonnummers:

afdelingen – afdeling schrijf je met een kleine letter. De naam van de afdeling met een hoofdletter.

taakgroepen en units – taakgroep of unit met een kleine letter, de naam van de taakgroep of unit met een hoofdletter.

namen van personen – altijd voor- en achternaam beginnen met hoofdletters.

college – college schrijven we met een kleine letter, net als wethouder, burgemeester en gemeentesecretaris.

telefoonnummers – we schrijven telefoonnummers als (010) 2848888, (0180) 222333 en (06) 11223344.

e-mailadressen – e-mailadressen schrijven we met kleine letters.

SCHRIJFTIPS

Niet iedereen vindt lezen en schrijven makkelijk. 65% van de Nederlanders kan slechts eenvoudige teksten zelfstandig lezen. Dat betekent: korte zinnen, actief taalgebruik en geen jargon. De unit Communicatie en Representatie helpt je graag bij het begrijpelijk maken van je tekst. Je kunt ook zelf al heel wat doen. Volg de regels hieronder en je teksten zijn stukken begrijpelijker.

Aantrekkelijke openingszin

Een aantrekkelijke openingszin is belangrijk. Je trekt zo de aandacht van de lezer. Let er ook op dat je belangrijkste boodschap in die eerste zin staat. Niet iedereen leest namelijk een hele tekst.

Tussenkopjes

Tussenkopjes maken een tekst aantrekkelijker. Ze geven lucht en vorm aan een tekst en verleiden de lezer tot lezen. Daarnaast houden ze de auteur op het rechte pad. Zorg er bij tussenkopjes wel voor dat ze informatief zijn en bijdragen aan de structuur van je tekst.

Actief taalgebruik

Passief taalgebruik herken je aan gebruik van 'zullen', 'worden' of 'zijn'. Dit zijn hulpwerkwoorden. Vaak kun je ze weglaten. Kijk maar: wij zullen dat gaan doen wordt wij gaan dat doen of zelfs wij doen dat. Passieve taal leest moeilijk en roept vragen op. Bijvoorbeeld: 'er wordt geklopt', maar wie of wat klopt er dan? Gebruik organisaties, zaken of mensen als onderwerp. Daarmee voorkom je passief taalgebruik. Een voorbeeld: 'Groen wordt door ons onderhouden' verander je in 'We onderhouden groen'.

Let op je doelgroep!

Zet je lezer centraal. De tekst moet ook na de openingszinnen kort, vlot en aansprekend blijven. Geef antwoord op de vragen en schrijf geen onnodig lange verhalen.

Werkwoorden

Gebruik werkwoorden die werken en vorm ze niet om tot zelfstandige naamwoorden. Bijvoorbeeld:

‘verbreden – verbreding’

‘ontwikkelen – ontwikkeling’

Daar worden je zinnen langer van.

Korte zinnen

Lange zinnen - eventueel ook met ingewikkelde tussen-zinnen - zijn moeilijk leesbaar. Er staat teveel informatie in. De zinnen ontsporen vaak en kloppen door de vele opsommingen en alle informatie niet meer. Maak korte zinnen. Dat is voor jezelf en anderen makkelijker.

Geen jargon

Jargon is vaak alleen voor mensen in het vak begrijpelijk. Sta je daar buiten, dan ken je die woorden meestal niet. Teksten worden zo onbegrijpelijk. Vervang jargon door gewone woorden, of licht de term op z’n minst toe.

Geen moeilijke woorden en ouderwetse taal

Wie slim schrijft, schrijft simpel. Een echt slimme tekst is zo eenvoudig dat iedereen het begrijpt. Vermijd ook ouderwetse woorden of woordcombinaties als ‘dienaangaande’ (daarover), ‘derhalve’ (daarom), ‘middels’ (met) en ‘betreffende’ (over). Tussen haakjes staan vervangers voor die woorden.

Voorkom fouten

Controleer een tekst altijd goed. Fouten staan erg slordig. Vind je het moeilijk om zelf je tekst te controleren, zorg er dan voor dat ook iemand anders de tekst controleert en dat hij of zij hiervoor ook de tijd heeft (en krijgt).

Getallen

Schrijf cijfers en getallen onder de twintig en ronde tientallen, honderdtallen en duizendtallen voluit, dus zeven, twaalf, zestig, tweehonderd en tienduizend. Maar ook 87, 183 en 14.793. Leeftijden, maten, gewichten en data altijd in cijfers. Ook geldbedragen en procenten worden in cijfers uitgedrukt.

Afkortingen

Het is een ambtenarentrekje om veel afkortingen te gebruiken. Diensten hebben eigen afkortingen, maar ook vakgebieden kennen weer eigen afkortingen. Ondertussen begrijpt de buitenwereld er weinig van. Dat versterkt het gevoel dat ambtenaren vooral voor andere ambtenaren schrijven. Interne afkortingen vermijden we dus in teksten die bestemd zijn voor buiten.

Hoofdletters

Personen en zaken die als 'heilig' worden beschouwd, worden met een hoofdletter geschreven (God, Allah). De rest moet echt zonder door het leven. Namen van instellingen krijgen wel een hoofdletter, soortnamen niet.

Taaltips

1. Bedenk eerst de boodschap.
En vooral: wat wil de lezer (hierover) weten?
2. Schrijf voornamelijk in korte zinnen.
Vijf woorden zijn soms genoeg.
3. Begin met een korte samenvatting.
4. Gebruik actieve zinnen.
5. Wees niet lui, bijvoorbeeld door afkortingen te gebruiken. Schrijversgemak is lezersongemak.
6. Vermijd slordigheid. Laat mensen meelesen en geef ze daarvoor ook de tijd.
7. Vermijd moeilijke woorden. Een slimme tekst is zo eenvoudig dat iedereen het begrijpt.
8. Vermijd ambtelijke narigheden, zoals jargon, eufemismen, stoppers en tangconstructies.
9. Schrijven is schrappen: houd het kort, werk met bijlagen of verwijs naar internet.

E-MAIL EN POWERPOINT

E-mailberichten worden geschreven in het lettertype Arial, tekengrootte 10, in zwart. Je mag geen achtergrond in je e-mail toevoegen. De digitale handtekening (afsluiting van je e-mail) is voor iedereen hetzelfde. Deze ziet er als volgt uit:

Voornaam Achternaam

Functie

taakgroep, unit, vakafdeling of afdeling

gemeente Capelle aan den IJssel

Rivierweg 111, 2903 AR Capelle aan den IJssel

Postbus 70, 2900 AB Capelle aan den IJssel

T. (010) 284 viercijferig doorkiesnummer

E. e-mailadres

I. www.capelleaandenijssel.nl

Voorbeeld:

Joke Smit

Communicatiemedewerker

unit Communicatie en Representatie

gemeente Capelle aan den IJssel

Rivierweg 111, 2903 AR Capelle aan den IJssel

Postbus 70, 2900 AB Capelle aan den IJssel

T. (010) 2848227

E. j.smit@capelleaandenijssel.nl

I. www.capelleaandenijssel.nl

Werk je bij de gemeentewerf of ergens anders? Gebruik dan dat adres. Voor het maken van presentaties is er een standaard PowerPoint format beschikbaar. Deze is voor iedereen hetzelfde. Het format is te vinden op Odin in de Communicatie toolkit.

INTERNET

Ook de nieuwe website staat in de nieuwe huisstijl. Het ziet er zo uit:



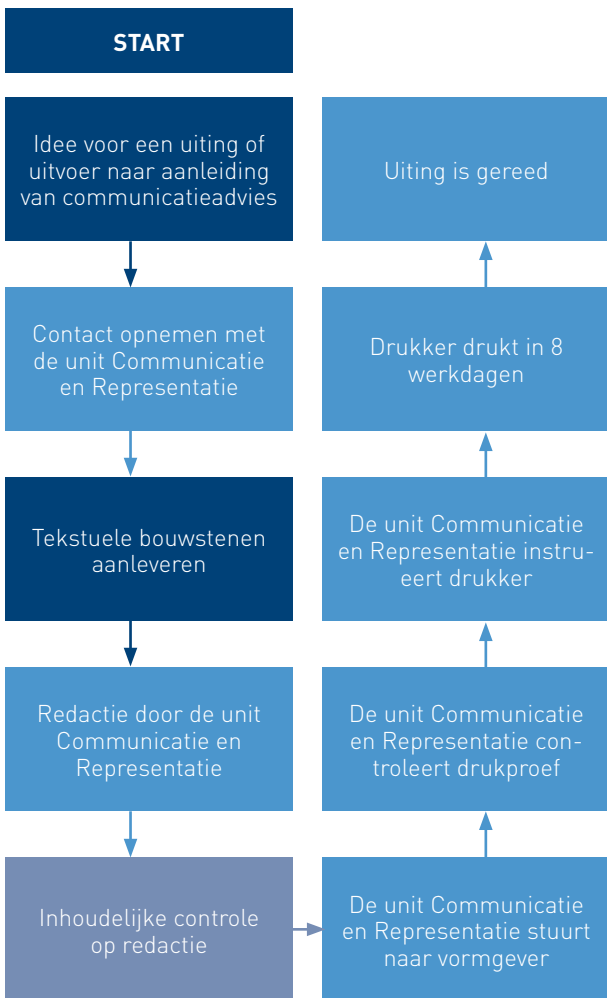
De koppen op de website staan in het lettertype Trebuchet. Dit in verband met richtlijnen voor overheidswebsites.

VAN IDEE TOT UITING

Als je drukwerk wilt laten maken, overleg dan altijd eerst met de unit Communicatie en Representatie. We kunnen je precies vertellen wat wel en niet mag binnen de huisstijl. Daarnaast adviseren we je. Drukwerk is duur en niet altijd nodig. Als je bijvoorbeeld een folder wilt laten maken voor heel Capelle bestaat er best kans dat de informatie ook (kosteloos) in de Capelse Courant kan. Dat scheelt weer op je budget. Ook hebben we soms andere goedkopere alternatieven.

De unit Communicatie en Representatie bewaakt de stijl van Capelle aan den IJssel. Dat is niet alleen het uiterlijk van drukwerk, maar ook de manier van informatie brengen. We helpen je je teksten zo begrijpelijk mogelijk te maken, speciaal voor jouw doelgroep.

Interne stukken, als beleidsnotities, gaan niet langs de unit Communicatie en Representatie. Als je echter wilt dat er iets speciaals van gemaakt wordt, kunnen we dat wel coördineren. We regelen dan een tekstschrijver, een vormgever en de drukker. Ook het proces bewaken we voor je.



- is de vakafdeling
- is communicatie
- tot hier kan er nog in tekst gewijzigd worden, daarna alleen op spellingniveau