Huisstijlhandboek
Gemeente Bergen op Zoom

Gemeente Bergen op Zoom

Voorwoord

In dit huisstijlhandboek zijn de basisregels voor de toepassing van de huisstijl van de gemeente Bergen op Zoom vastgelegd. Aan de hand van duidelijke voorbeelden kunt u zien hoe de huisstijl toegepast dient te worden op tal van uitingen. Met dit handboek krijgen het bestuur, het management, de medewerkers en de diverse leveranciers een beeld van de richtlijnen die gevolgd dienen te worden.

De handhaving en uitvoering van de huisstijl behoort tot de verantwoordelijkheid van Communicatie & Voorlichting van onze gemeente. Het is echter ieders eigen verantwoordelijkheid de richtlijnen in de dagelijkse praktijk ook goed toe te passen. De huisstijl en de juiste uitvoering ervan draagt bij aan een professionele, positieve uitstraling van onze gemeente. De huisstijl sluit goed aan op de boodschappen die we als gemeente willen uitdragen.

Inhoud

4 **Inleiding**

5 1.0 **Elementen**
6 1.1 Logo of wapen
7 1.2 Logo
10 1.3 Gebruik logo
13 1.4 Schrijfwijze
14 1.5 Kleurgebruik
16 1.6 Typografie print
18 1.6 Typografie website | correspondentie
21 1.6 Typografie e-mail
22 1.6 Typografie illustratief
23 1.7 Vormentaal
24 1.7 Kruizen
26 1.7 Vlakken
27 1.8 Fotografie
29 1.9 Illustratie

31 2.0 **Toepassing**
32 2.1 Visitekaartje
33 2.2 Flyer grafisch
34 2.2 Flyer foto
35 2.3 Affiche grafisch
36 2.3 Affiche foto
37 2.4 Brochure
39 2.5 Wagenpark
41 2.6 Roll-up banners
42 2.6 Hangbanners
43 2.6 Beachflag
44 2.7 Powerpoint
45 2.8 Socials
46 2.9 Teamsachtergrond

Inleiding

Op briefpapier, gebouwen, borden en auto’s laat de gemeente Bergen op Zoom zien wie ze is en wat ze doet. De huisstijl speelt een grote rol in hoe mensen de gemeente zien en begrijpen. Omdat de gemeente op veel verschillende manieren met verschillende groepen mensen communiceert, is het belangrijk dat de huisstijl altijd op dezelfde manier wordt gebruikt. Dit zorgt ervoor dat de gemeente herkenbaar blijft en een duidelijk imago heeft.

In dit handboek staan regels voor hoe de huisstijl moet worden toegepast. Het is belangrijk om deze regels te volgen, zodat de stijl niet verloren gaat. Als er situaties zijn waarbij dit handboek geen antwoord geeft, kunt u contact opnemen met de afdeling Communicatie & Voorlichting. Zij kunnen u verder helpen en de juiste oplossing bieden. Als u ook nog vragen heeft of bepaalde bestanden nodig heeft, kunt u hen ook benaderen.

De elementen

1.1 Logo of wapen

Het gemeentelogo en het stadswapen zullen naast elkaar bestaan, met elk een andere functie.

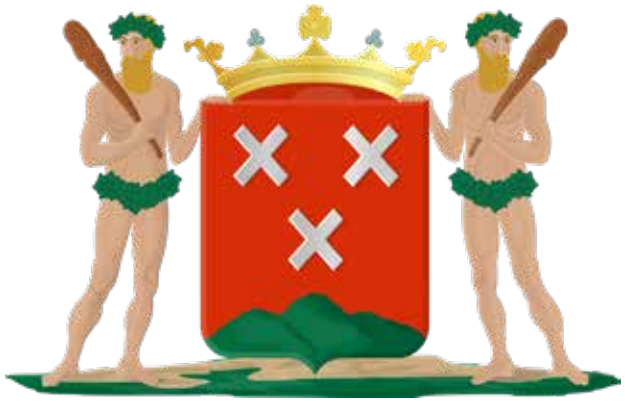
Het wapen

Het oude stadswapen van Bergen op Zoom blijft altijd bestaan en wordt trots getoond als symbool van de stad. Het wapen wordt vooral gebruikt bij historische en officiële gebeurtenissen. Het mag echter nooit worden gebruikt als vervanging van het logo van de gemeente.

Als het wapen wordt gebruikt, moet altijd het officiële wapen worden getoond, zoals het in 1817 werd goedgekeurd door de Hoge Raad van Adel. De beschrijving van het wapen uit het wapendiploma van 16 juli 1817 is als volgt: 'Van keel, beladen met drie Sint Andries kruisen van zilver, staande twee en een, en pointe en berg van sijnople. Het schild gedekt met eene kroon van goud van vijf fleurons van hetzelfde en vastgehouden door twee wildemannen.'

Het logo

Het logo van de gemeente is het belangrijkste beeldmerk in de huisstijl. Het logo bevat elementen van het stadswapen, maar heeft een andere functie. Het logo wordt niet alleen gebruikt voor de stad Bergen op Zoom, maar ook voor de dorpen Halsteren en Lepelstraat. Het logo helpt om het imago van de hele gemeente uit te stralen. Het geeft de gemeente een uitstraling van kracht, vernieuwing en professionaliteit.



Wapen

Gemeente Bergen op Zoom

Logo

1.2 Logo

Kenmerken van het logo

Het logo is het belangrijkste onderdeel van de huisstijl en moet volgens strikte regels worden gebruikt. Het ontwerp is zorgvuldig samengesteld, zodat alle elementen goed in balans zijn. Het logo mag niet worden aangepast of gekopieerd. Een digitaal bestand van het logo kan worden aangevraagd bij Communicatie & Voorlichting van de gemeente Bergen op Zoom. Het logo bestaat uit drie onderdelen:

1) Woordmerk De tekst “Gemeente Bergen op Zoom” is het belangrijkste element van het logo. Het lettertype is een moderne versie van Adobe Jenson, wat zorgt voor een klassieke, maar eigentijdse uitstraling. Het woordmerk moet altijd samen met de andere onderdelen van het logo worden gebruikt en mag niet los geplaatst worden.
2) Golvingen De golvingen onder het logo komen uit het stadswapen, waar drie bergen te zien zijn. Ze symboliseren de waterrijke omgeving van de gemeente, zoals de Schelde, de rivier de Zoom, het Markiezaatsmeer en de Brabantse Wal.
3) Wildeman De wildemannen uit het stadswapen zijn een bekend symbool van de stad. In het logo zijn ze vernieuwd en dynamischer gemaakt, maar behouden ze hun herkenbare uitstraling.

Kleurstelling

De rode kleur in het logo is afgeleid van het stadswapen en past goed bij de donkerpaarse kleur. Samen vormen deze kleuren de basis van de huisstijl.

1.2 Logo

Formaat van het logo

Het logo is niet gebonden aan specifieke formaten. Het is goed bruikbaar op zeer klein formaat en op zeer groot formaat. De leesbaarheid staat bij een keuze voor het formaat voorop, daarom is er een minimum formaat van 20 mm vastgesteld. Voor diverse uitingen waarvan voorbeelden staan in dit handboek zijn de formaten echter wel bepaald. De digitale bestanden van deze uitingen zijn beschikbaar bij Communicatie & Voorlichting.

Minimale vrije witruimte

De minimale vrije witruimte rondom het woord- en beeldmerk bedraagt aan boven- en onderzijde 10 mm en links en rechts 20 mm. Binnen deze ruimte dienen geen teksten of afbeeldingen te worden geplaatst. Wel mag het logo óp een afbeelding worden geplaatst (zie Correct gebruik van het logo).

Afstand tot de papierrand

De minimale afstand van het logo tot de papierrand bedraagt aan alle zijden minimaal 5 mm.

Rechten van het beeldmerk

Het logo van de gemeente Bergen op Zoom is als beeldmerk gedeponeerd bij het Benelux Merkenbureau. Gebruik van het logo of onderdelen ervan is voorbehouden aan de gemeente Bergen op Zoom. Gebruik van het logo of onderdelen ervan door andere partijen zal te allen tijde worden bestraft.



Minimale grootte



Witruimte rondom logo

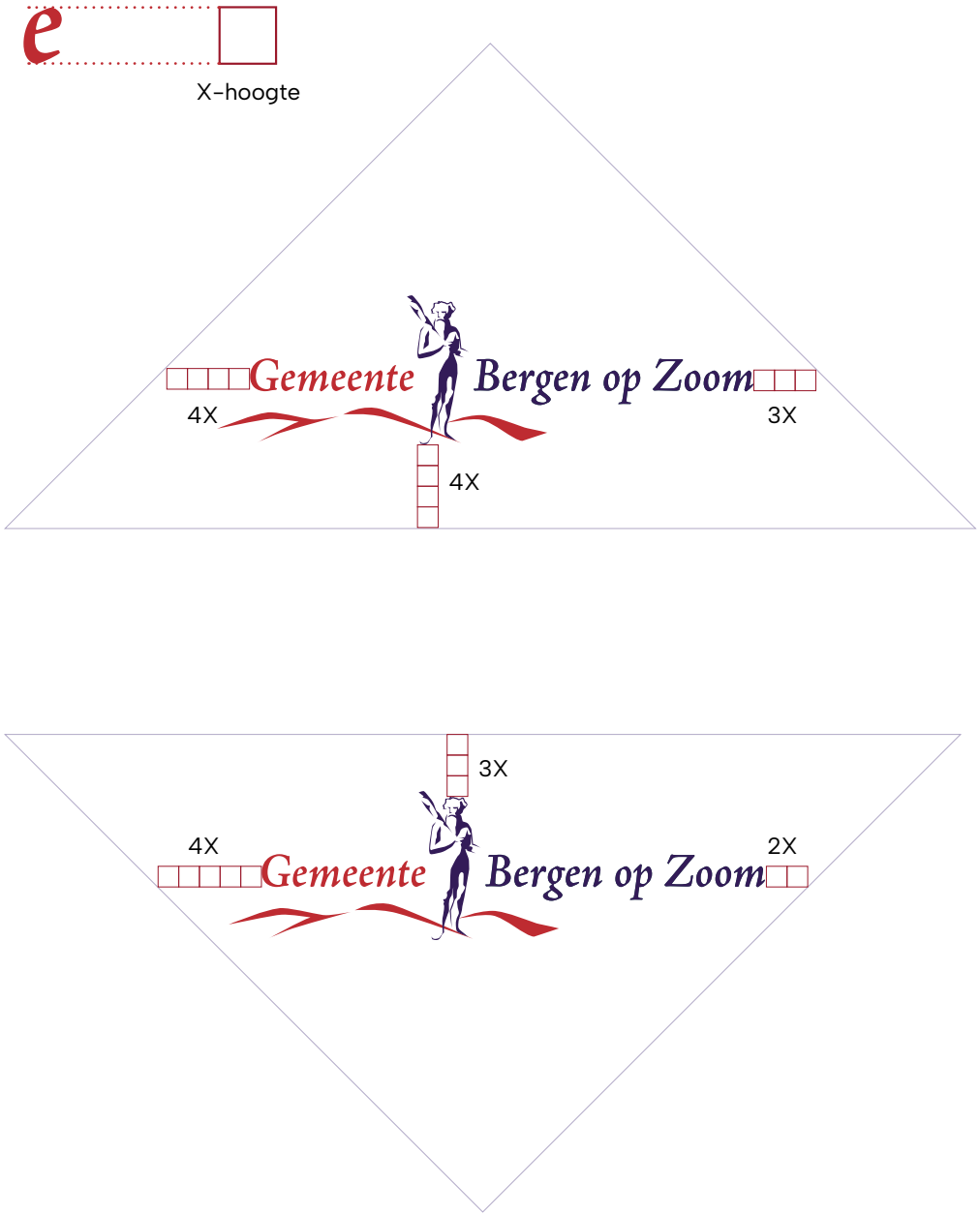


Afstand tot papierrand

1.2 Logo

Plaatsing in driehoek

Als het logo in een driehoek wordt gebruikt, dient de volgende positie te worden aangehouden.



1.3 Gebruik logo

Varianten

Om in alle voorkomende situaties het logo goed te kunnen gebruiken zijn er drie varianten beschikbaar.

1) Basislogo Het logo dat in principe de voorkeur heeft bij gebruik ziet u aan de linkerzijde. Het logo is opgebouwd uit twee kleuren. Het logo mag op een afbeelding geplaatst worden, mits deze niet te donker is. De leesbaarheid van het logo staat voorop.
2) Logo in diapositief Indien een donkere achtergrond gewenst is, wordt het logo in diapositief geplaatst. Dit logo is volledig wit. In de diapositieve vorm worden nooit kleuren toegepast.
3) Logo in zwart Bij zwart/wit druk, zoals bijvoorbeeld bij een krantenadvertentie mag het logo in zwart afgebeeld worden. Er worden hierbij geen grijstinten gebruikt. Achtergrond mag grijs zijn, echter nooit meer dan 20%.

Uitzondering

Indien het, gezien de druktechniek, niet mogelijk is voor één van de bovenstaande varianten te kiezen (bijvoorbeeld één of twee kleurendruk zonder zwart), plaats dan het logo in één kleur, te weten de donkerste kleur die gebruikt wordt. Gebruik nooit twee verschillende kleuren die niet gelijk zijn aan het basislogo. Let wel: gebruik van het logo op deze wijze is alleen in speciale gevallen toegestaan en dient in alle gevallen vooraf ter goedkeuring voorgelegd te worden aan Communicatie & Voorlichting.

1

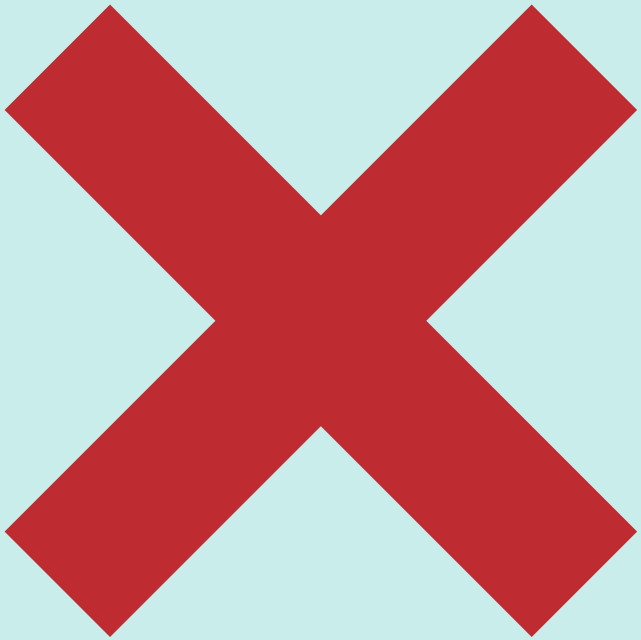
2

3

1.3 Gebruik logo

Foutief gebruik

Om een goed gebruik van het logo door alle medewerkers na te streven, volgt er hieronder een opsomming van voorbeelden van uitvoeringen zoals het absoluut niet toegestaan is.





✗ Tekst apart plaatsen van het logo



✗ Opsplitsen van logo-elementen



✗ Een of meerdere grijswaarden



✗ Andere kleuren



✗ Aanpassen logo-verhoudingen



✗ Combinatie andere elementen



Logo half over een afbeelding/ foto plaatsen



Logo in diapositief plaatsen met een deel in het paars



Logo in 2 kleuren op een achtergrond plaatsen die daar niet geschikt voor is



Het woordmerk los gebruiken



Onderdeel van het logo vóór het logo plaatsen



Logo in diapositief plaatsen met een deel in het rood



Doezelstraal rond logo



Schaduw achter logo



Andere typografie in het logo plaatsen



Afdelingsnaam koppelen aan het logo



Het wapen als logo gebruiken



Het oude logo gebruiken



Tekst rondom plaatsen



Plaatsen van tekst binnen de vrije witruimte van het logo

1.4 Schrijfwijze

Schrijfwijze in lopende tekst

De woorden: ‘gemeente Bergen op Zoom’ worden in de lopende tekst altijd op dezelfde manier geschreven. Het woord ‘gemeente’ begint altijd met een onderkast letter (=normale letter). Alleen aan het begin van een zin, begin van een kop of in het logo schrijft men het woord gemeente met een beginkapitaal. Het woord ‘gemeente’ is vrouwelijk en dient dan ook in combinatie met ‘zij’ en ‘haar’ gebruikt te worden.

De woorden:
‘gemeente Bergen op Zoom’
worden in de lopende tekst altijd
op dezelfde manier geschreven.

1.5 Kleurgebruik

Primaire kleuren

De huisstijl van de gemeente Bergen op Zoom bestaat uit twee basiskleuren. Zowel de rode als donkerpaarse kleur kunnen voor teksten gebruikt worden. Het heeft de voorkeur om de bodytekst in donkerpaars en de tussenkoppen in het rood van de huisstijl te plaatsen.

De huisstijlkleuren van het logo zijn rood en donkerpaars. Deze kleuren zijn sfeerbepalend in alle communicatie-uitingen van de gemeente Bergen op Zoom.

De rode kleur is afgeleid van het stadswapen en vormt een ideale eenheid met de donkerpaarse kleur. Om samenhang in de verschillende uitingen te creëren is het belangrijk dat de gedrukte kleuren er steeds hetzelfde uitzien. Het 'kleurgevoel' moet onafhankelijk van de techniek hetzelfde zijn. Afwijkingen van de kleuren dienen tot een minimum beperkt te worden. Per techniek zijn er waardes vastgelegd.

De kleuren mogen worden gebruikt in percentages oplopend van 10% tot 100%.

Secundaire kleur

Als er meer kleur nodig is, kunnen de blauwe kleuren worden gebruikt als extra op de vormgeving.



CMYK C87 / M94 / Y0 / K23
RGB R44 / G32 / B78
WEB #331B58
PANTONE PMS 269
RAL 4007



CMYK C0 / M91 / Y72 / K23
RGB R180 / G76 / B66
WEB #BD2B30
PANTONE PMS 187
RAL 3002



CMYK
C21/ M7 / Y2 / K0
RGB
R210/ G225 / B242
WEB
#D2E1F2



CMYK
C58 / M27 / Y0/ K0
RGB
R115/ G164 / B223
WEB
#71A4DF



CMYK
C71 / M38 / Y0 / K0
RGB
R74/ G140 / B216
WEB
#4A8CD8



CMYK
C76 / M45 / Y0/ K0
RGB
R56/ G128 / B213
WEB
#3880D5

1.5 Kleurgebruik

Accent kleuren

De uitgebreide set accent kleuren geeft iedere vormgever de ruimte om, daar waar nodig, accenten aan te geven. Er moet echter geen kakofonie aan kleuren ontstaan. Bij voorkeur gebruiken we de kleuren dan ook ton-sur-ton.
Alle accent kleuren mogen worden gebruikt in percentages oplopend van 10% tot 100%.



CMYK C0 / M36 / Y72 / K23
RGB R205 / G149 / B73
WEB #CD9549



CMYK C10/ M38 / Y93 / K0
RGB R248 / G171 / B22
WEB #F8AB16



CMYK C87 / M47 / Y16 / K2
RGB R9 / G114 / B66
WEB #0972A6



CMYK C69 / M0 / Y51 / K65
RGB R28/ G89 / B73
WEB #1D5949



CMYK C77 / M7 / Y45 / K1
RGB R3 / G166 / B155
WEB #03A69B

1.6 Typografie print

Lettertypen print (flyers/posters))

We gebruiken twee lettertypes, beide zijn Google Fonts. Voor drukwerk en belettering gebruiken we Albert Sans en Brygada 1918. Brygada is goed leesbaar voor lange teksten door de schreef. Albert Sans is ook makkelijk te lezen en wordt voor verschillende uitingen gebruikt, zoals folders en brochures. Dit is een schreefloos lettertype en komt in verschillende stijlen, zoals licht, cursief en vet. Je kunt beide lettertypes ook samen gebruiken voor een dynamisch effect. Een voorbeeld is het gebruik van Brygada voor de tekst en Albert Sans voor koppen en quotes.

Lettergroottes

De lettergrootte hangt af van de communicatie-uiting.
Op een visitekaartje is de tekst kleiner dan op briefpapier.
Je kunt zelf kiezen welke grootte je gebruikt.

Voor brieven en mailsjablonen gebruiken we wel een standaardlettertype, namelijk Arial, lettergrootte 10. Hierover meer onder het volgende hoofdstuk: Typografie website/ correspondentie

Albert Sans

Albert Sans 15/19

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) – + ? . > < : ;

Light	*Light Italic*
Regular	*Regular Italic*
Medium	*Medium Italic*
Bold	***Bold Italic***
Black	***Black Italic***

Brygada 1918

Brygada 15/19

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Regular

Bold

1.6 Typografie print

Albert Sans

Albert Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Albert Sans Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»()-+?.><:;*

Albert Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Albert Sans Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»()-+?.><:;*

Albert Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Albert Sans Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»()-+?.><:;*

Albert Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Albert Sans Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Albert Sans Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Albert Sans Black Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Brygada

Brygada Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

Brygada Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&"/»*()-+?.><:;

1.6 Typografie website | correspondentie

Lettertypen

Voor e-mail, brieven en sjablonen gebruiken we Arial, tekengrootte 10. Dit lettertype staat standaard ingesteld op de laptops van de gemeente Bergen op Zoom. Voor de website gebruiken we de Nunito en de Merriweather. In het logo gebruiken we Adobe Jenson MM italic 524 wt 12 op, maar dit lettertype wordt alleen voor het logo gebruikt.

Nunito

Nunito 15/19

A B C D E F G H IJ K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h ij k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Light	*Light Italic*
Regular	*Regular Italic*
Semibold	*Medium Italic*
Bold	***Bold Italic***
Black	***Black Italic***

Merriweather

Merriweather 15/19

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) – + ? . > < : ;

Regular

Bold

Arial

Arial

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Regular	*Italic*
Bold	***Bold Italic***

1.6 Typografie website | correspondentie

Nunito

Nunito Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Nunito Light Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;*

Nunito Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Nunito Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;*

Nunito Semi Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Nunito Medium Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ ǂ € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;*

Nunito Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Nunito Bold Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ ǂ € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Nunito Black

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

Nunito Black Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e é ë f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & ” / » * ( ) - + ? . > < : ;

1.6 Typografie website | correspondentie

Merriweather

Merriweather Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

Merriweather Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»()-+?.><:;*

Merriweather Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

Merriweather Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»()-+?.><:;*

Merriweather Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

Merriweather Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

Merriweather Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

Merriweather Black Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

1.6 Typografie e-mail

Arial

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»()-+?.><:;*

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

Arial Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdeéëfghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#€%&”/»*()-+?.><:;

1.6 Typografie illustratief

Expressief

Het gebruik van Cardenio Modern als extra lettertype kan effectief zijn om bepaalde stukken tekst extra nadruk te geven. Dit lettertype heeft een eigentijdse en stijlvolle uitstraling die goed kan helpen om specifieke informatie of citaten visueel te onderscheiden van de rest van de tekst.

Om de nadruk verder te versterken, kun je de tekst plaatsen in een kader. Dit creëert niet alleen visuele scheiding, maar maakt de tekst ook duidelijker en gemakkelijker te vinden binnen de context van het onderwerp. Het kan bijvoorbeeld gebruikt worden voor belangrijke inzichten, citaten, of samenvattingen die je wilt dat de lezer snel opvalt.

Cardenio Modern

cardenio Modern 15/19

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E É Ë F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # € % & " / » * ( ) - + ? . > < : ;

Regular

BOLD



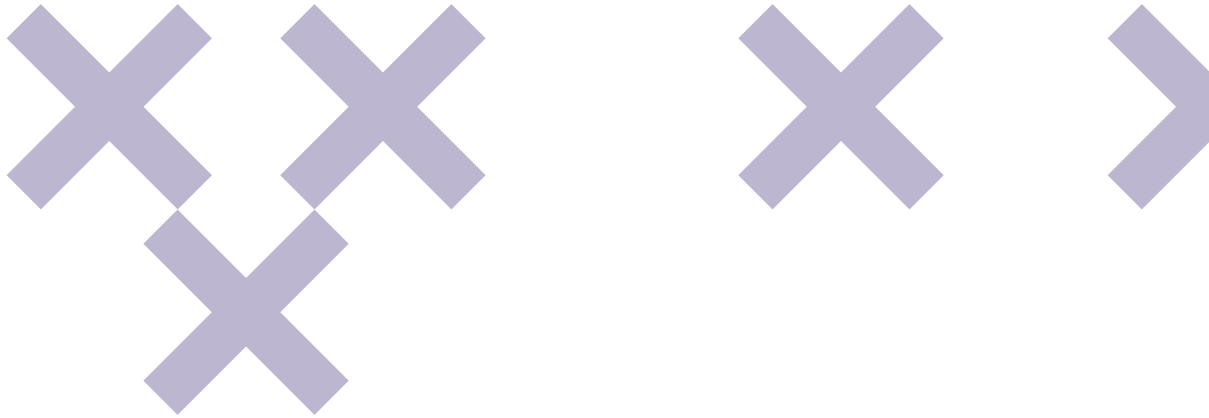
1.7 Vormentaal

De vormentaal – ook wel look&feel genoemd – voorziet het beeldmerk van een sterk onderscheidende visuele context. Het logo zelf heeft niet veel vormen om een stijl uit te halen, behalve de kleuren. Daarom zijn er extra elementen toegevoegd die helpen om de visuele identiteit sterker te maken.

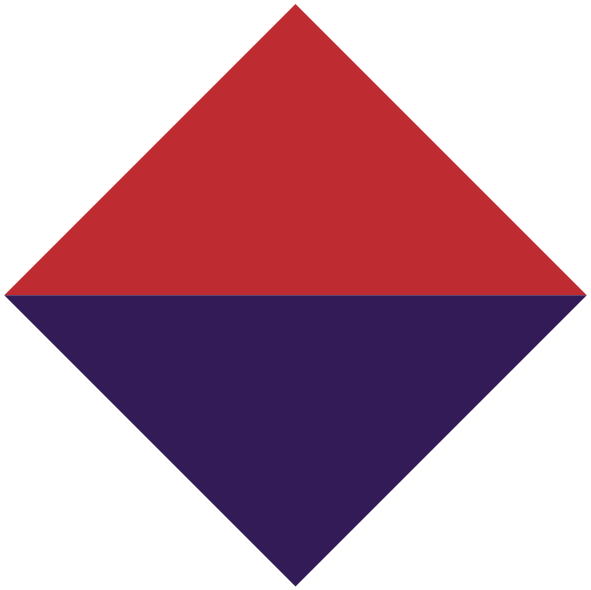
Een van deze elementen zijn de **kruizen**. Dit zijn de drie Sint Andries kruisen, die zowel gecombineerd als apart gebruikt kunnen worden. Als ze als combinatie worden gebruikt, kan dat enkel in de getoonde ordening. Ze worden op een lijn geplaatst met andere ontwerp elementen, zodat ze samen een samenhangend geheel vormen.

Een ander belangrijk element zijn de **vlakken**. De hellingsvlakken in het ontwerp symboliseren de golvingen van het landschap en de waterrijke omgeving. Ze verwijzen naar plekken zoals de Schelde, de rivier de Zoom, het Markiezaatsmeer en de Brabantse Wal, die het landschap van de gemeente kenmerken. De vlakken kunnen op verschillende manieren worden gebruikt om interessante vormen en verhoudingen te creëren.

Met deze elementen en de gekozen kleuren en fonts kan het ontwerp zowel speels en modern zijn, als ook zakelijk, professioneel en stevig. De vormentaal zorgt ervoor dat de gemeente een eigen, unieke uitstraling krijgt, die het gebied goed weerspiegelt.



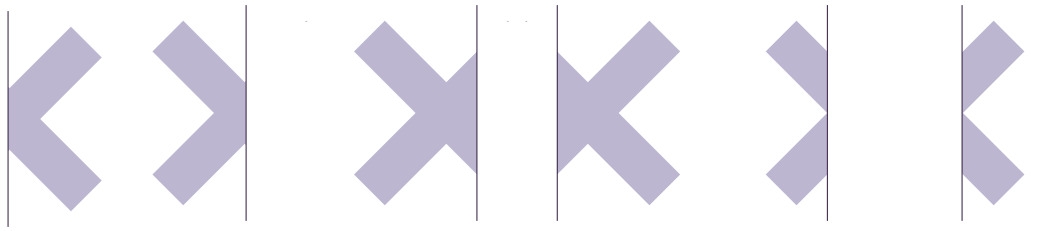
1 Kruizen



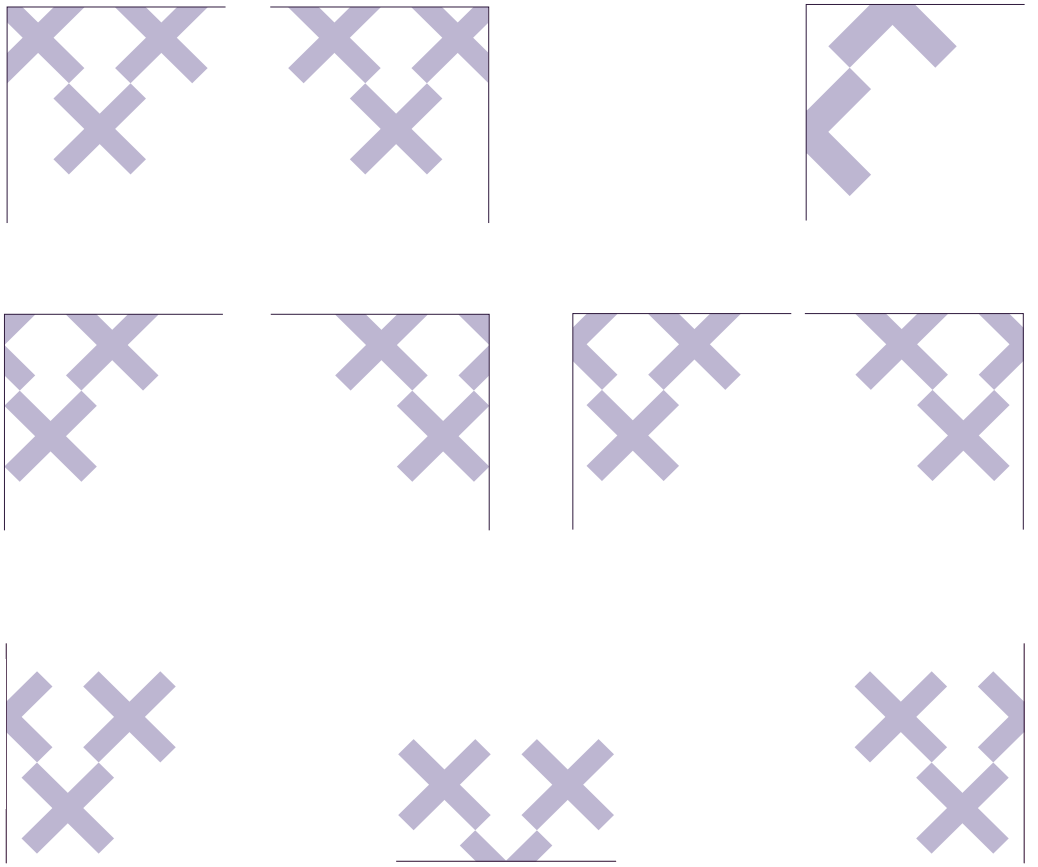
2 Vlakken

1.7 Kruizen

De kruizen kunnen in de volgende combinaties als decoratief element in vlakken worden opgenomen.

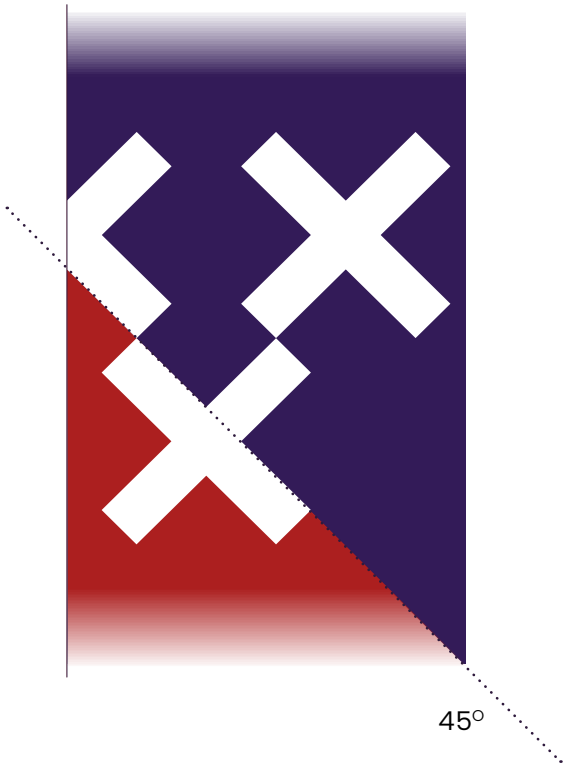


Toegestane combinaties



1.7 Kruizen

De kruizen kunnen als ankerpunt worden gebruikt om vlakken op te delen. Delen van het kruis mogen hierbij van kleur veranderen. Gebruik bij deze verdeling alleen de volle kleuren van rood, paars en wit.







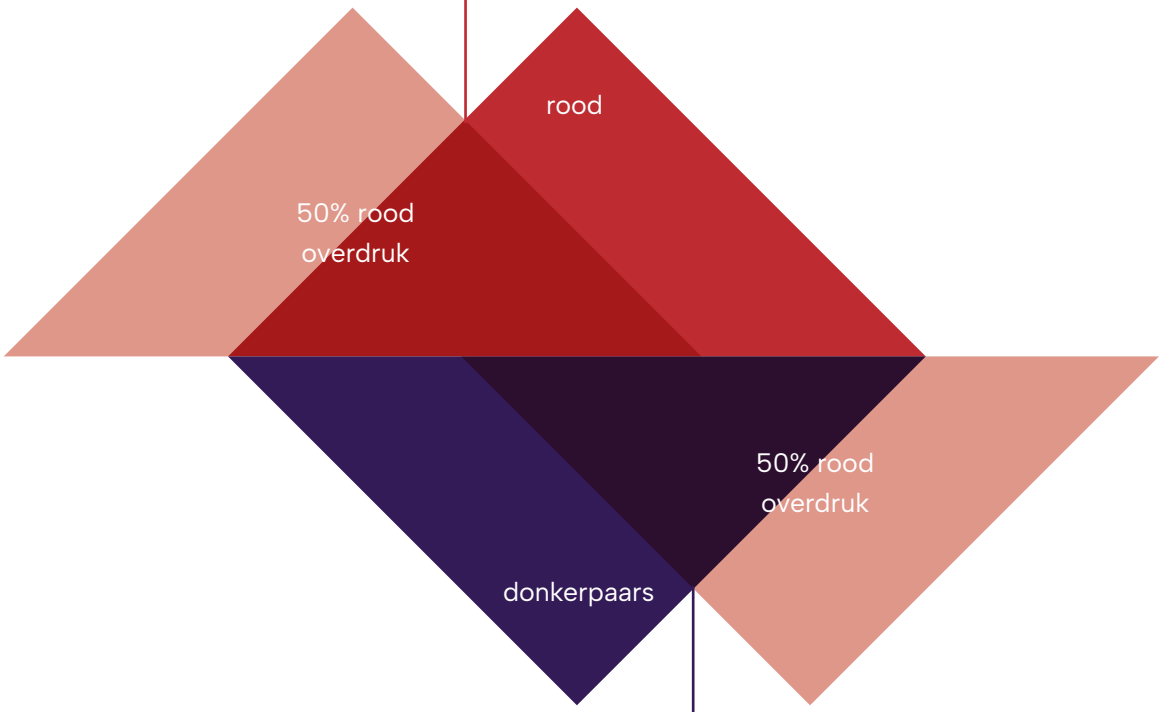


1.7 Vlakken

Rood dient altijd 100% te worden gebruikt. Donkerpaars mag in verschillende percentages worden gebruikt. Voor wat extra variatie in de vlakken kun je een extra tint gebruiken. Door 50% rood op overdruk toe te passen, krijg je meer mogelijkheden voor een rijker beeld.

ROODTINT

CMYK	C0 / M95 / Y82 / K32
RGB	R172 / G31 / B31
WEB	#AC1F1F



DONKERPAARS TINT

CMYK	C87 / M97 / Y36 / K53
RGB	R47/ G25 / B61
WEB	#2F193D

1.8 Fotografie

Bergen op Zoom draait om mensen. Het gaat niet om afstand, maar om samen zijn en dichtbij. Dit zie je ook terug in de fotografie. De foto's laten mensen zien die actief zijn in de samenleving. Ze mogen gedeeltelijk in beeld zijn voor een intiemer effect. We gebruiken echte mensen die de inwoners van Bergen op Zoom vertegenwoordigen, gefotografeerd met natuurlijk licht in hun eigen omgeving. Geen geforceerde sfeer, felle kleuren of modellen.



Voorbeelden fotografie



Geen geënsceneerde fotografie



Geen felle kleuren



Geen theatrale fotografie



Geen geforceerde sfeer



Geen kleurfilters



Geen modellen

1.9 Illustratie

De verhalende illustratiestijl bestaat uit figuren die de processen binnen de gemeente op een humoristische en vereenvoudigde manier weergeven. We gebruiken stock-beelden van EamesBot op Shutterstock als basis, die we zelf aanpassen en tekenen om ze passend te maken voor het thema. Voor de kleuren wordt er een beperkt scala gebruikt om in de Gemeente Bergen op Zoom-stijl te blijven. Het biedt de voorkeur om de illustraties hierin uit te voeren.







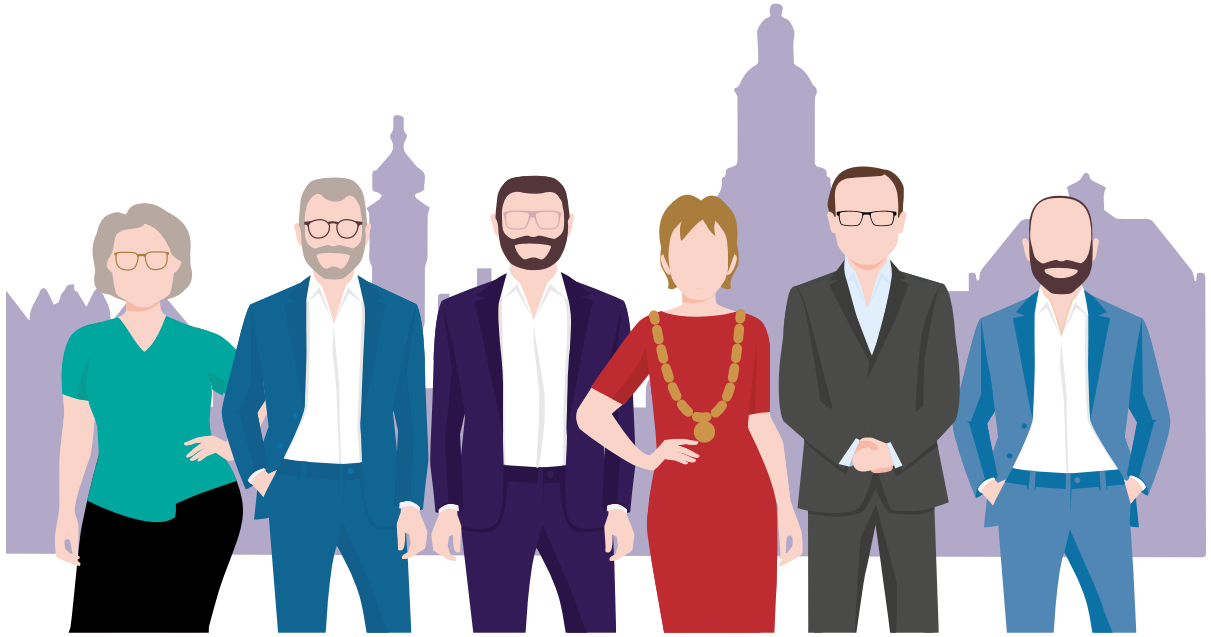




Voorbeelden illustraties

1.9 Illustratie

De specifiekere illustratiestijl biedt ruimte voor meer detail en specifiekere uitgewerkte thema's. Gebouwen, mensen of objecten worden met meer detail en realistischer getekend.





Voorbeelden illustraties

Toepassing

2.1 Visitekaartje

Medewerkers kunnen bij de Repro via Top Desk een visitekaartje laten maken.



2.2 Flyer grafisch

Op de voorkant van de flyer komt het **logo** bovenin de hoek. De toepassing van het **kruis** zorgt verder voor de **vlakverdeling**, passend bij de inhoud in de kleuren **rood en paars.**

Daaronder staat de titel en een korte inleiding. Op de achterkant staat meer gedetailleerde informatie, duidelijk en overzichtelijk.





Grafische versie

2.2 Flyer foto

Op de fotografische versie zijn de grafische elementen kleiner, zodat de foto meer ruimte krijgt. Het **logo** staat altijd op dezelfde plek voor herkenning en eenheid in de folder- en flyerreeks, net als het **kruis** en het **kleurvlak**. Hierdoor is er een vaste ruimte voor een **titel** en een **subtitel**.







Foto versie

2.3 Affiche grafisch

Op de voorkant van het affiche komt het **logo** boven of onder in de hoek. De toepassing van het **kruis** zorgt verder voor de **vlakverdeling**, passend bij de inhoud in de kleuren **rood en paars.**







Grafische versie

2.3 Affiche foto

Op de fotografische versie zijn de grafische elementen kleiner, zodat de foto meer ruimte krijgt. Het **logo** staat altijd op dezelfde plek voor herkenning en eenheid in de folder- en flyerreeks, net als het **kruis** en het **kleurvlak**. Hierdoor is er een vaste ruimte voor een **titel,** een **subtitel** en **tekst**.







Foto versie

2.4 Brochure

De liggende brochure heeft een vaste indeling van logo en kruizen. Daarnaast is er ruimte voor een grote foto met titel.

De brochure biedt veel ruimte om de informatie op verschillende manieren weer te geven. Pagina's kunnen worden opgedeeld met vlakken. De illustraties tonen de processen, terwijl de fotografie de menselijke kant laat zien.





Voorwoord

Beste lezer,

We leven in een prachtige gemeente waar veel gebeurt. En waar ook in de toekomst veel zal gebeuren. Sinds ik burgemeester ben van de gemeente Bergen op Zoom spreek ik al met veel inwoners. En het valt me op dat mensen hier veel liefde voor de gemeente hebben, heel creatief zijn en veel ideeën en plannen hebben. Precies dat zorgt ook voor de eigenheid van deze stad. Mijn collega, wethouder Letty Demmers, die bestuurlijk verantwoordelijk is voor participatie zegt daarom ook niet voor niets: 'Laten we de deskundigheid en creativiteit van onze inwoners gebruiken. Het levert een beter plan, product of besluit op. Bovendien blijven inwoners op die manier betrokken bij hun omgeving. Soms ontstaan er zelfs nieuwe netwerken en samenwerkingsverbanden. Dat is mooi om te zien'.

Met elkaar bouwen we woningen, organiseren we evenementen en richten we straten en pleinen opnieuw in. We zorgen er samen voor dat de stad schoon blijft en veilig is en dat iedereen een dak boven zijn hoofd heeft. Zo bouwen we aan een gemeente waar je fijn kunt leven in je eigen buurt, maar ook prettig samenleeft met mensen die wat verder van je vandaan wonen. Deze participatievisie is een oproep om met elkaar in gesprek te gaan, plannen te maken en te kijken hoe we deze kunnen uitvoeren. Net als het bestuursakkoord 'Samen Bergen Verzetten' doorstreept deze participatievisie het beleid van goede ideeën en initiatieven. Ook uit het college haar ideeën graag besproken met maatschappelijke partners, instellingen, ondernemers en inwoners. Want samen 'maken' we de gemeente, verzetten we elkaar, worden plannen beter gedragen en daardoor makelijker uitvoerbaar.

Met de participatievisie in de hand is duidelijk waar partijen aan toe zijn, wat de verwachtingen zijn en wat er in de praktijk aan participatie mogelijk is. Eendudigheid in de manier van werken is daarbij een belangrijke stap. Tegelijkertijd krijgt participatie op meerdere manieren vorm waardoor het altijd maatwerk blijft. Namens het college van burgemeester en wethouders zeg ik dan ook dat ik blij ben met deze participatievisie. Dat de samenleving écht aan set is. Dat inwoners volwaardig en gelijkwaardig deelnemen aan inspraak en samenwerking bij collectieve vraagstukken.

Ik hoop en verwacht dat deze visie onze gemeente helpt bij die belangrijke samenwerking, want door onze liefde voor Bergen op Zoom krijgen we samen 'Bergen voor elkaar'.

Margo Mulder, Burgemeester gemeente Bergen op Zoom

Bijlage 1. Werkvormen voor participatie

Keuze voor een werkvorm
Hieronder bieden we een overzicht van verschillende werkvormen, gekoppeld aan de niveaus van participatie volgens de participatieladder. Het is belangrijk om te realiseren dat je gedurende een participatieproces per moment kunt besluiten wat een passend participatieniveau is en welke werkvormen daarbij het meest geschikt zijn. Het kan dus handig zijn om de tabel met werkvormen er regelmatig bij te pakken.

Neem bij je keuze voor een werkvorm de volgende overwegingen mee:

1. **Wat vinden de beoogde deelnemers zelf belangrijk in de keuze voor een werkvorm?**
   - Overweeg verschillende werkvormen voor verschillende groepen. Hiermee kun je tegemoet aan meerdere wensen en voorkom je dat je met een je keuze voor een werkvorm mensen uitsluit.
   - Een mix van digitale en fysieke vormen kan je beeld vergroten.
2. **Wat zijn voorwaarden voor mensen om mee te doen?**
   - Realiseer je dat de zichtbare en onzichtbare beperkingen van mensen eisen stellen aan de ruimte, zoals rolbegrenkelijkheid, geborgheid en benodigde ondersteuning voor mensen met een zintuiglijke beperking.
3. **Wat wil je met de werkvorm bereiken?**
   - Bepaal of je met een werkvorm met de deelnemers samen een mening wil vormen of dat je meningen wil ophalen.
   - Bepaal of je voornamelijk wilt praten of dat je samen iets wilt doen, bekijken, ontwerpen of maken.
4. **Hoe past de werkvorm in het grotere geheel aan activiteiten?**
   - Denk na wat de feedback en lessen uit eerdere bijeenkomsten betekenen voor de te kiezen werkvorm
   - Wees er scherp op dat je met deze werkvorm in combinatie met andere activiteiten niet te veel van mensen vraagt

Werkvormen voor participatie*

Toehoren	Raadplegen	Adviseren	Coproduceren	Meebeslissen	Lading vanuit initiatief
Nieuwsbrieven	Interviews	Kliekbord- / ijzigerkgroep	Co-creatiewerkshop	Burgerberaad	Inwonersinitiatief
Updates via website of sociale media	Digitale vragenlijst	Inwonerpanel	Participatieraad	Burgerjury	Projectleiding over wijkprojecttaams
Informatieavonden	Focusgroepen	Ideeëntbus	Gebiedscommissie	Burgerbegroting	
Podcast	Vragenlijst één je face-to-face afnoemt	Spontane gesprekken	Ontwerp- of werkatelier	Inwoners zijn lid van de stuur- of regiegroep	
Flyer	Inloopspreekuur, - middagen of -avonden	Adviesgesprekken in de wijk of op het stadskantoor	Luisten en lezten (zelf plan maken op basis van luisterlezten)		
Spontane gesprekken	Openbare consultatie	Hackathon of designsprint	Verenetlingsplanner	Uitdagerecht	
Informatiekiosk (op drukke plekken)	Polls op sociale media	Veiling (route en groene kaarten)	Participatief begroten	Referendum	
Storymap maken	Spontane gesprekken	Verenetlingsplanner			
Webinar	Brainstorm	Weeklicafé			
Advertentie	Burgerpanel	Tour de Gemeente			
Factsheet	Lagerhuisdebat				
Festival	Wensboom				
	Swipocratie				
	Crowdmapping (problemen aangeven op stadskaart)				

"Overzicht van werkvormen
Onderstaanden tabel bevat een selectie van werkvormen, gerelateerd aan de verschillende treden van de participatieladder. Het niveau 'toehoren' is bewust grijs gemaakt, omdat hier geen sprake is van invloed door inwoners. Dit zien wij dus niet als participatie.

2 Samen leven in Bergen op Zoom

We geloven dat een sterke samenleving ontstaat door samenwerking tussen inwoners, ondernemers, maatschappelijke partners en de gemeentelijke organisatie. Door samen te werken aan vraagstukken, plannen en besluiten die onze gemeenschap en fysieke leefomgeving betreffen, zorgen we voor een breder draagvlak en een verhoogde kwaliteit van het beleid en van onze projecten. Participatie vervult daarmee een sleutelrol in het werk van de gemeente. Het geeft inwoners en andere betrokkenen de mogelijkheid om invloed uit te oefenen op zaken die voor hen belangrijk zijn.

2.1 Wat is participatie?

We geven in Nederland en dus ook in onze gemeente op verschillende manieren betekenis aan het woord participatie. Verschillende definities geven vaak al bijna van zet een andere visie op participatie. Zo maakt het uit of je participatie als een proces van inspraak ziet of als een proces van samenwerking ziet. Het laatste veronderstelt meer invloed van inwoners, ondernemers en maatschappelijk partners. Participatie staat in onze akkoorden en visies steeds net wat anders omschreven (zie ook de separate bijlage). Deze participatievisie helpt ons hier meer eenheid in aan te brengen.

Op basis van alle vergaarde input en dialogen zijn we gekomen tot de volgende definitie van participatie:

Participatie is het proces waarbij inwoners, ondernemers en maatschappelijke partners invloed uitoefenen op collectieve vraagstukken, beslissingen of diensten die hen aangaan en hierbij in co-creatie samenwerken.



* In deze cirkelen circa opinieën van vanwege de beeldkwaliteit over inwoners. We bedoelen dan ook ondernemers en maatschappelijke partners.
Definitie gebaseerd op de definitie van Vroom, Proactief Nederland en Van Buuren (2019). Onderbouwd onderzoek en definitieontwikkeling inwoners, ondernemers, participatie in de fysieke leefomgeving. Erasmus|Rotterdam Universiteit Rotterdam.

Scope
Deze visie heeft betrekking op participatie bij de projecten die we als gemeente uitvoeren en het samen met inwoners, ondernemers en maatschappelijke partners ontwikkelen en evalueren van beleid.
Het participatie bedoelen we zowel inwoners- ook overheidsparticipatie. In dat laatste gevval ondersteunt de gemeente een inwonersinitiatief en/of project dat door inwoners wordt gedrid.

Deze definitie van participatie laat zien dat we inwoners niet alleen willen betrekken als input om onze te denken of te adviseren. We zien inwoners als partners. We willen graag met hen samen en/of invloed hebben op beslissingen en dat hun stemmen gehoord worden in het beleid en de projecten die hen raken. Participatie zorgt ervoor dat we beleid niet alleen vanuit de overheid ontwikkelen en evalueren, maar samen met de mensen die het aangaat. Dit leidt tot betere resultaten, vergroot het draagvlak en de betrokkenheid van inwoners. En kunnen we tot beter beleid, goede beleidsmaatlaten en makers we samen de samenleving moeten.

Doordat participatie op steeredere manieren vorm kan krijgen, is participatie altijd maatwerk. Soms vereist een een project een uitgebreide rol voor inwoners, terwijl in andere gevallen intensieve samenwerking nodig is. Dat betekent dus dat wij niet gebonen in een vaste size-fits-all-benadering van participatie. Ondersteken en ervaringen in andere gemeenten maken duidelijk dat je steeds weer samen moet bespalen hoe participatie er in een bepaalde situatie het beste uit kan zien. Tegelijkertijd kun je wel consistent handelen: vanuit gedeelde kernwaarden, duidelijkheden en een vast stappenplan. Deze zijn te vinden in deze visie.



Bijlage 2. Tips voor evaluatie en reflectie

Evaluatie en reflectie op de uitkomsten zijn krachtige hulpmiddelen om te leren van participatieprocessen en verbeteringen in gang te zetten. Het helpt om te achterhalen of doelen zijn behaald, deelnemers zich gehoord voelen en of de uitkomsten van het proces ook echt hebben geleegen in de uiteindelijke beslissingsvorming. Er is niet één manier om te evaluaren en participeren. Ook dit is maatwerk. Kies voor een aanpak die past bij de doelen van het traject en die direct toepasbare inzichten oplevert.

Hoe pak je evaluatie en reflectie aan?

1. **Onderwerpen bepalen.** Bepaal allereerst wat je wilt evalueren: Denk vooraf na over de vragen die je wilt beantwoorden. Wil je weten hoe tevreden deelnemers zijn, of hun ideeën goed zijn verwerkt, of hoe groot de impact was op beleidsbesluiten?
   Een helder doel maakt de evaluatie eenvoudiger en relevanter. Verdeep vind je twee evaluatiekaders die je kunnen helpen.
2. **Deelnemers bepalen.** Bedenkt vervolgens wie je bij de evaluatie betrekt. Wie bepalen de doelen van de evaluatie? Wie mogen hun mening geven? En wie zijn betrokken bij het duiden van de uitkomsten. Denk in het bijzonder na over hoe je inwoners, ondernemers en maatschappelijk partners hierbij kunt betrekken. Samen evalueren is een samenwerking en het onderlinge vertrouwen versterken.
3. **Methoden bepalen.** Kies tot slot hoe je de evaluatie uitvoert en welke methoden je gebruikt om antwoorden op je vragen te krijgen. Gebruik methoden die passen bij de betrokkenen en het doel van de evaluatie: een enquête kan snel brede input opleveren, terwijl een groepsgesprek meer diepgang biedt. Zorg ervoor dat de gekozen methoden toegankelijk zijn voor alle deelnemers en dat de resultaten eerlijk en betrouwbaar worden vastgelegd. Het combineren van meerdere methoden kan helpen om een completer beeld te krijgen van de ervaringen en effecten van het participatieproject.

Wat evalueer je? Twee evaluatiekaders

Om je op weg te helpen, geven we hier twee mogelijke evaluatiekaders.

1 Evaluatiekader 1: De participatiepijlers

Dit kader helpt je om te kijken naar belangrijke onderdelen van het proces. Stel jezelf bijvoorbeeld de volgende vragen:

- **Diversiteit:** Hebben we een juiste en representatieve mix van inwoners, maatschappelijk partners en/of ondernemers gesproken? Is er ook gesluisterd naar mensen die wat minder over het voor hen een stroken?
- **Invloed:** Hebben we het juiste niveau op de participatieladder gekozen? Wat was de uiteindelijke kwaliteit van de besluitvorming? Hoe is de inbreng van inwoners meegenomen? Voelen mensen zich gezien en gehoord?
- **Informatie en waardigheden:** Hebben we de juiste informatie verstrekt? Hadden mensen voldoende gesprokke- en luistervaardigheden tijdens de gesprekken? Hebben we de juiste communicatie–uitingen en juiste taal gekozen?
- **Verbinding:** Hebben activiteiten meer inzicht gekregen in de netwerkt van inwoners, ondernemers en/of maatschappelijk partners? En hebben inwoners, ondernemers en/of maatschappelijk partners meer inzicht gekregen in de uitdagingen rond beslisvorming en uitvoering? Was er een goede balans tussen zintmuteren in de systeem– en leefwereld?
- **Draagvlak:** Was er voldoende draagvlak voor het participatieproces onder alle betrokkenen? Waren de verwachtingen helder?

2 Evaluatiekader 2: De doelstellingen

Je kunt ook toetsen in hoeverre het in jullie project of beleidsproject lukt of is gelukt om te werken volgens de doelstellingen in deze visie:

- Heb iedereen dezelfde informatiepositie?
- Was er open communicatie over wat wel en niet kan?
- Was er ruimte om actief en gedudig te luisteren?
- Hebben we altijd een terugkoppeling gegeven?
- Was er sprake van maatwerk?
- Waren we flexibel?



3 Stappenplan voor projecten, beleidsontwikkeling en –evaluatie

Welke stappen doorloop je wanneer je beleid participatief wilt ontwikkelen of evalueren? Of wanneer je een project samen met inwoners wil uitvoeren? In dit hoofdstuk presenteren we het een stappenplan voor participatie. Bij elke stap staat een andere vraag centraal. Beginnend op deze vraag kan onderstaand stappenplan van het bovenste plan een aanpak voor elke beleidsproject of project.



2.2 Waarom is dit belangrijk?

Het doel van participatie is niet om ervoor te zorgen dat alle partijen het eens worden, maar om inwoners de mogelijkheid te geven om mee te praten, te denken en te beslissen over wat voor hen van belang is. Hierdoor hebben zij invloed op keuzes die hun persoonlijke en fysieke leefomgeving aangaan.

Participatie past bij de kernwaarden van onze gemeente en helpt om te handelen volgens deze kernwaarden. We luisteren dat bijvoorbeeld toe. We kiezen ervoor om dieselfaar eerst te noemen, omdat de samenwerking willen ondernemen en de saamhorigheid willen versterken.

1. Dienstbaar
De gemeente luistert naar inwoners en helpt hen hun ideeën te realiseren door samen naar oplossingen te zoeken. Door inwoners te betrekken, kan de gemeente dienstbaar zijn aan de behoeften van de samenleving.

2. Betrouwbaar
Participatie vereist het het vertrouwen, doordat de gemeente afspraken nakomt en open is over welke keuzes worden gemaakt en waarom. Inwoners zien dat hun inbreng serieus wordt genomen en teruggkomt in de besluiten. Door samen te werken en afspraken na te komen, laat de gemeente zien dat ze een betrouwbare partner is in het vormgeven van de toekomst. Samenwerken aan de toekomst van de gemeente vergroot de betrokkenheid en het vertrouwen van inwoners in lokale beslissingen.

3. Enthousiasme
Ambtenaren van onze gemeente zijn betrokken en werken vanuit de ambitie om toegevoegde waarde te leveren voor de samenleving. Samenwerking met inwoners maakt steeds weer duidelijk waar we het met elkaar voor doen. Door inwoners actief bij beleidsmatige beslissingen te betrekken, krijgt iedereen de kans om mee te kunnen aan een betere leefomgeving.

4. Vooruit
Participatie is de sleutel om samen met inwoners nieuwe, toekomstgerichte ideeën te ontwikkelen en in de praktijk te brengen. Door inwoners mede-eigenaar te maken van de problemen en uitdagingen van de stad, werken we samen aan toonaangevend en realiseren we vernieuwende oplossingen die de lleegse samenleving sterkere maken. We willen dat onze gemeente een voorbeeld is voor anderen, met samenwerkingen waarop we trots kunnen zijn.

Wat mogen mensen van de gemeente verwachten?
Inwoners, ondernemers en maatschappelijke partners mogen van ons als gemeente verwachten dat wij open communiceren over het participatieproces. We maken vooraf helder welke vrij kunnen spelen, wat de kaders zijn en wat er met hun input gebeurt. Wij streven ernaar om inwoners actief te betrekken en hen zo goed mogelijk te informeren.

Onze doelstellingen

We zorgen dat iedereen dezelfde informatiepositie heeft.
Informatiesymmetrie betekent: maken goede gesprekken laatig. Daarom investeren we permanent in goede informatievoorziening. Dat doen we zowel naar inwoners die actief participeren als inwoners die het proces vanaf de zijlijn volgen. We besteren de drieslag 'krijgsten, doorpraten en terugkoppelen'.

Open communicatie over wat wel en niet kan.
We schepen duidelijkheid over vervaachtingen. We zijn open over onze participatieprocessen: welke ruimte is er om mee te denken? Waarop willen en kunnen inwoners wel en geen invloed uitoefenen?

Actief en gedudig luisteren.
We nemen de tijd om de vragen, ideeën en suggesties van inwoners te begrijpen en serieus te nemen. We zijn een prettige gesprekspartner zonder we de kunst van het luisteren en een goede dialoog beheersen.

We ommen meerstemmigheid.
We bevragen een diverse groep inwoners samen met verschillende perspectieven, omdat we zo meerdere kanten van een dossier bekijken. Ook stimuleert een diverse groep de constructief dialoog is ons tot oplossingen voor complexe uitdagingen te komen. We zoeken hierbij ook de stille steemberkend op.

We geven altijd een terugkoppeling.
We laten altijd weten hoe de inbreng invloed heeft gehad op de uiteindelijke beslissing. Gaven en gehoord worden betekent niet altijd dat iemand zijn of haar zin krijgt. Dit omdat beslissen altijd moeelden waarden en perspectieven moeten wegen. Zeker wanneer er niet een wenselijk volkaan kan worden, is het belangrijk om duidelijk uit te leggen waarom dat zo is. Ook als het in een beleidsproject of project tegenuit of langer duurt dan gepland, koppelen we het eerlijke verhaal inzenstijds terug aan inwoners.

- **We leveren maatwerk in participatieprocessen.**
  We snappen dat er geen een-size-fits-all benadering mogelijk is. Elk vraagstuk vraagt om zijn eigen aanpak waarbij we werkvormen, rollen voor inwoners en een andere inzteek. Bij het bepalen van de aanpak hebben we oog voor de behoeften en draagkracht van inwoners, ondernemers en maatschappelijk partners.
- **We zijn bereid om onze plannen en ideeën aan te passen.**
  Wij snappen dat participatie om wendbaarheid vraagt. Door diverse manieren bij elkaar te brengen, dare we nieuwe inzichten op die betekenen dat we onze ideeën of plannen bijstellen. We vragen inwoners zo vroeg mogelijk in een beleidstraject of project om mee te denken, zodat er daadwerkelijk ruimte is om invloed uit te oefenen.
- **We verwachten dat iedereen die deelneemt aan participatietrajecten achter deze doelstellingen kan staan.**
  Tegelijkertijd benoffen we ons dat belangen en standpunten in een participatietraject soms verschillen. Deze visie helpt hopelijk om tot gewenschappelijke goed te komen. Het is daarnine zonet een richtingenjam als ons uitnodiging om samen de dialoog aan te gaan, ook bij uiteenlopende perspectieven.

Stap 1: Randvoorwaarden toetsen met een afwegingskader

Vraag: Is participatie haalbaar?

Bij de start van een project of beleidstraject is het belangrijk om te bepalen of de randvoorwaarden op orde zijn om aan de slag te gaan met participatie. Als we participatie starten, doen we het goed. We zijn helder over wat er wel en niet mogelijk is. Daarom is het belangrijk om onderstaand afwegingskader toe te passen voordat we een participatietraject starten. Met dit kader bepaal je of alle benodigde randvoorwaarden op orde zijn om met participatie te starten.

1. **Ruimte voor participatie** – Is er voldoende ruimte om de inbreng van betrokkenen een plek te geven in de besluitvorming? Bepaal of het beleidstraject of project flexibel genoeg is om daadwerkelijke invloed mogelijk te maken. Let op: we vinden het alleen maar informeren van inwoners geen participatie. Participatie betekent dat je inwoners daadwerkelijk invloed geeft en/of ambteraden de ruimte krijgen om een inwonersinitiatief te ondersteunen.
2. **Geschiktheid van het onderwerp** – Leent het onderwerp van het project, het te ontwikkelen of te evalueren beleid zich voor participatie? Zijn er voldoende redenen om belanghebbenden te betrekken, zoals directe impact op de persoonlijke en fysieke leefomgeving of specifieke kennis die inwoners toevoegen? Past het betreffende inwonersinitiatief binnen de kaders van gemeentelijk beleid en levert het een positieve maatschappelijke bijdrage aan de lokale samenleving? Kijk hiervoor ook naar de kaders in de uitzonderlijke zijkenicles.
3. **Tijd** – Bepaal of er voldoende tijd beschikbaar is voor een zinvol en impactvol participatieproject. De complexiteit van een vraagstuk is een goede oorspreller van hoe intensief een participatieproject zal zijn en wat het aan tijd zal vragen. Houd rekening met de doorlooptijd en met de complexiteit van het traject. Zijn betrokkenen het eens over wat het probleem is en wat er nodig is, of zijn de meningen juist sterk verdeeld? In hoeverre is er onderwerp kennis of juist onzekerheid over wat wel of niet werkt? Hoe gevoelig ligt het onderwerp? Hoe complexer het vraagstuk, des te belangrijker participatie is. Maar ook: des te meer interactie er nodig zal zijn.
4. **Beleidsbereid** – Een goede afstemming met andere participatieprojecten essentieel. Hiermee houden we rekening met de beleidsbereid van inwoners en andere betrokkenen. Om te voorkomen dat zij overbelast raken door een opeenstapeling van participatieactiviteiten, maken we gebruik van een wijjkgebonden participatiekalender. Deze kalender biedt een overzicht van alle lopende en geplande participatieactiviteiten. Dit maakt het mogelijk om trajecten op elkaar af te stemmen en de belasting voor de betrokkenen eerlijk te verdelen. Bijvoorbeeld door op één avond meerdere thema's aan bod te laten komen. Zo laten we zien dat we inwoners serieus nemen en participatie niet alleen beloven, maar ook daadwerkelijk mogelijk maken.
5. **Budget en capaciteit** – Een succesvol participatieproject vraagt niet alleen tijd, maar ook de juiste middelen en inzet. Het is belangrijk om vooraf helder te hebben welk budget beschikbaar is voor participatie en of dit toereikend is om het traject op een effectieve en inclusieve manier vorm te geven. Participatie vraagt om middelen voor bijvoorbeeld communicatie, bijeenkomsten, ondersteuning van inwonersgroepen en waar nodig externe expertise. Door hier in een vroeg stadium rekening mee te houden, voorkomen we dat participatie een bijzaak wordt of dat verwachtingen niet worden waargemaakt. Een goed participatieproces vraagt bovendien om voldoende inzet van ambtenaren en andere betrokkenen met de juiste kennis en vaardigheden. Het organiseren van bijeenkomsten, het begeleiden van discussies en het verwerken van input zijn intensieve taken. Maak hier tijdig interne capaciteit voor vrij.

Als al bovenstaande randvoorwaarden op orde zijn, leg je het vooraf om met participatie te starten ter beslisvorming voorzien het college. Als de voorwaarden niet op orde zijn, is het belangrijk om vast te leggen waarom participatie op dit moment niet mogelijk is. Leg dit voor aan je manager en uiteindelijk ook de aan inhoudelijk verantwoordelijk wethouder. Bekijk samen of je alsnog ruimte kunt creëren om tot participatie over te gaan.



Stap 2. Doelen en kaders bepalen

Vraag: Wat willen we bereiken met participatie? Welke kaders en verwachtingen gelden?

1. **Participatiedoelen bepalen** – Waarom kies je voor een rol van inwoners, ondernemers en/of maatschappelijke partners? Wat wil je bereiken met een inwonersinitiatief? Formuleer het doel van de participatie helder. Wil je bijvoorbeeld de betrokkenheid van inwoners vergroten, extra deskundigheid betrekken of gezamenlijk plannen maken? Zorg dat je helder hebt wat we en niet kan. Het is belangrijk om deze doelen helder te hebben, zodat je in een latere fase helder over de kaders kunt communiceren en dus de juiste verwachtingen creëert.
2. **Krachtenveldanalyse doen** – Maak een overzicht van de betrokken partijen. Identificeer wie invloed heeft op het project of beleidstraject, welke groepen baat hebben bij het traject en wie juist hinder kunnen ondervinden. Bedenk welke groepen je wilt laten participeren.
3. **Verantwoordelijkheden beleggen** – Bepaal wie het participatieproces aanstuurt en wie de eindverantwoordelijkheid draagt. Is de initiatiefnemer de gemeente, een externe partij of betreft het een inwonersinitiatief? Leg vast wie aanspreekpunt is en wie wie informeert. Bij gemeentelijke initiatieven is een projectleider vaak het aanspreekpunt. Bij externe partijen is dit doorgaans een contactpersoon van de organisatie en bij inwonersinitiatieven kan een betrokken inwoner als aanspreekpunt fungeren
4. **Besluitvormingsproces uitdenken** – Bespreek vooruit hoe de resultaten van het participatietraject worden verwerkt in het besluitvormingsproces. Wees open over de manier waarop inbreng van inwoners wordt meegenomen en welke rol deze speelt in de uiteindelijke besluitvorming. Denk goed na over de momenten van bijpraten, doorpraten en terugkoppelen en bedenk wat te doen als dilemma's ontstaan, bijvoorbeeld doordat wensen en meningen sterk uit elkaar liggen.

Zes methoden voor evaluatie en reflectie

1. **Vragenlijst:** Je kunt een digitale of papieren vragenlijst maken, die je bijvoorbeeld kunt verspreiden onder deelnemers aan een traject of die je vraagt in te vullen na afloop van een bijeenkomst
2. **Interviews:** Je maakt een korte lijst van onderwerpen of vragen en stelt deze aan betrokkenen. Je maakt hier verslagen van die je vervolgens analyseert zodat je hier rode draden uit kunt halen.
3. **Focusgroepen:** breng een diverse groep betrokken bij elkaar en laat hen samen nadenken over wat er goed gaat en beter kan. Overweeg prikkelende stellingen om het gesprek op gang te helpen of stel open vragen en geef iedereen de kans om deze te beantwoorden.
4. **Interviews:** Een ambtenaar, inwoner, ondernemer of maatschappelijk partner brengt een dilemma in dat hij(zij) ervaart in de samenwerking of het participatieproject, en samen zoek je naar oplossingen.
5. **Moreel beraad:** Je staat stil bij een moreel dilemma. Wat is wijsheid om na te doen? Denk bijvoorbeeld aan het wegen van de verschillende wensen van inwoners, ondernemers en maatschappelijke partners.
6. **Check-out:** maak aan het einde van een bijeenkomst een rondje langs de deelnemers en vraag of iedereen een tip of top geeft over hoe het overlag is gegaan.

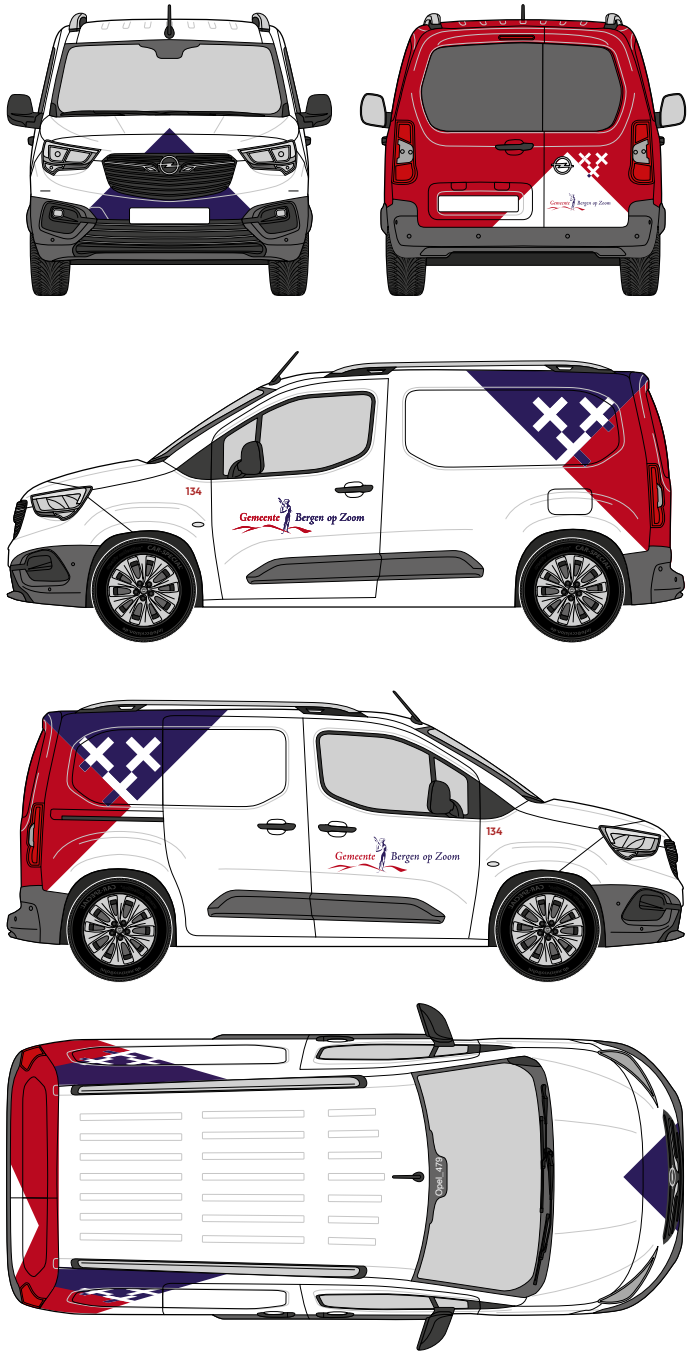


Houd het praktisch
Evalueren hoeft niet tijdsvreed te zijn. Een eenvoudige vragenlijst, een paar gesprekken of een korte check-out bieden vaak al waardevolle inzichten. Zorg dat evaluatie altijd leidt tot concrete verbeteracties, zodat elk evaluatieinzoek een kans wordt om te leren.



2.5 Wagenpark

De vlakverdeling op de auto’s, samen met de grafische elementen en het logo, zorgt voor een dynamisch en herkenbaar beeld in het wagenpark.




Gemeente Bergen op Zoom
Gemeente Bergen op Zoom
Gemeente Bergen op Zoom
Gemeente Bergen op Zoom
Gemeente Bergen op Zoom

2.6 Roll-up banners

Bij de grafische versie kunnen de vlakken en elementen naar keuze worden gecombineerd (zoals te zien is bij de hangbanners). Bij de fotografische versie zijn de grafische elementen kleiner, zodat de foto meer ruimte krijgt. Het logo staat altijd op dezelfde plek voor herkenning en eenheid in de banners.



Grafische versie

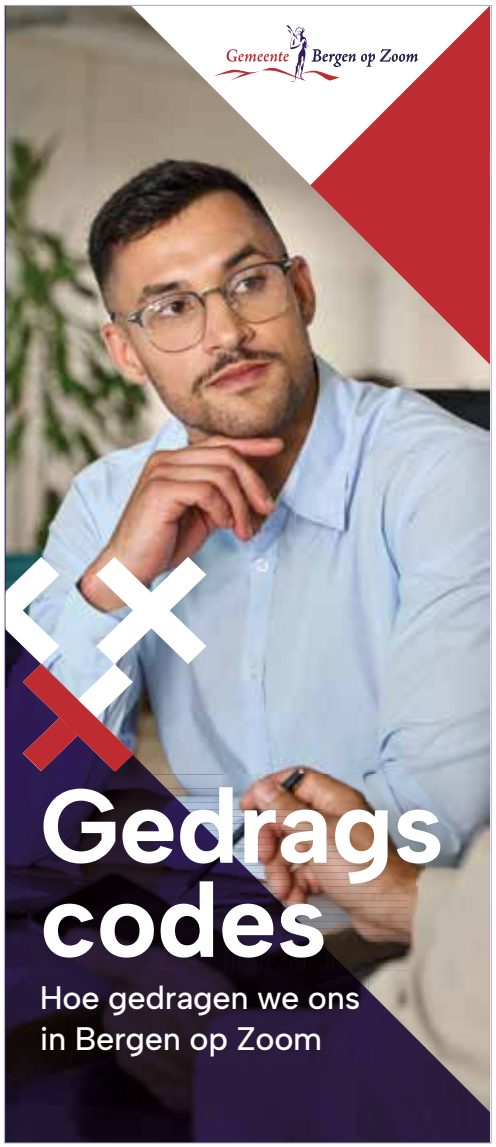


Foto versie

2.6 Hangbanners





2.6 Beachflag



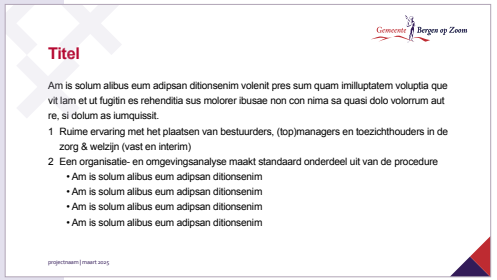
Versie tekst verticaal

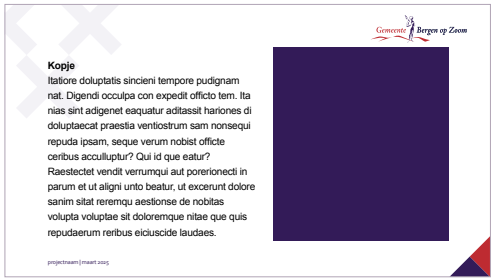


Versie tekst horizontaal

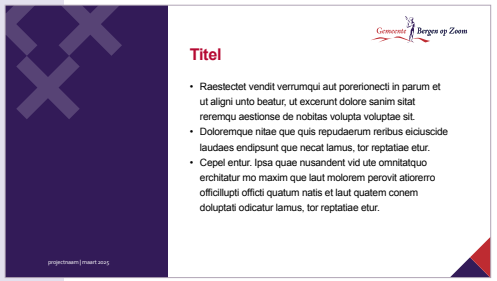
2.7 Powerpoint

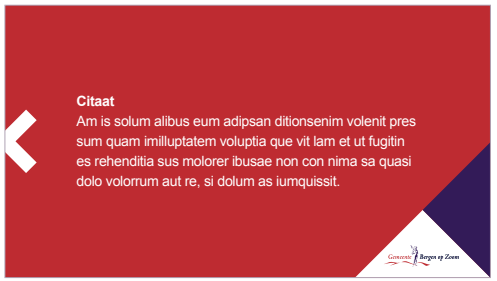






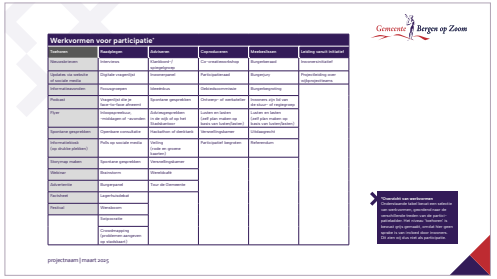


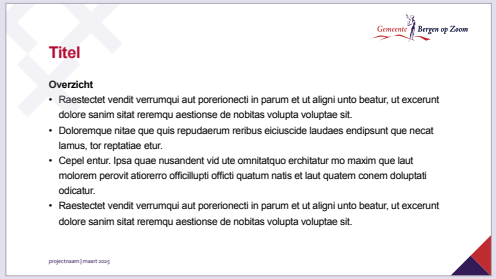


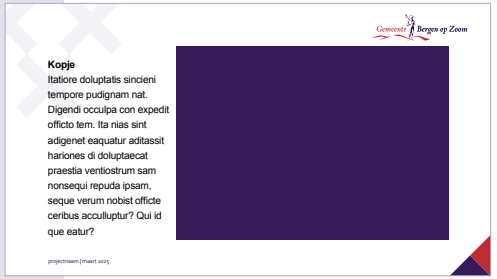














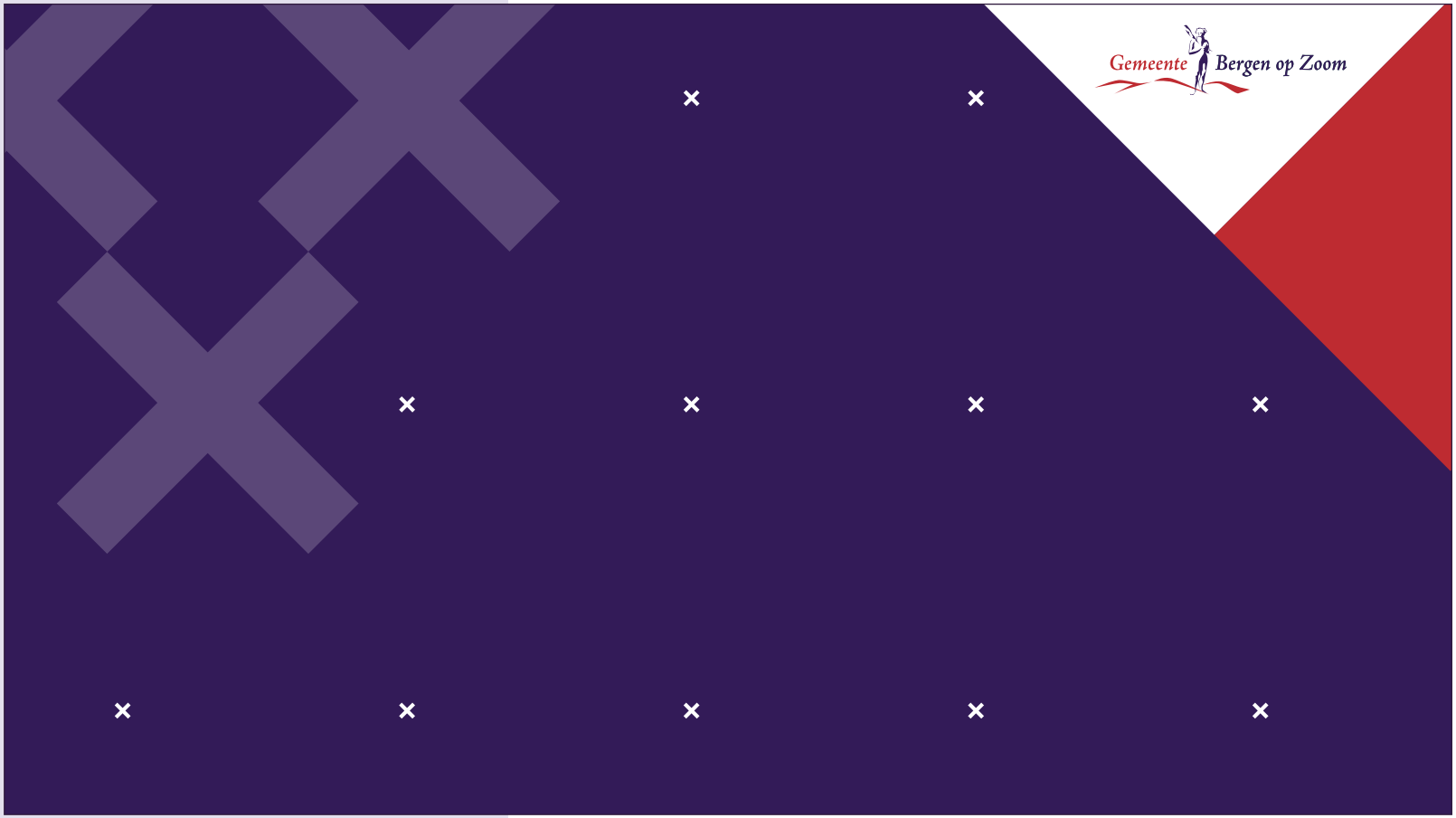
2.8 Socials


Participatievisie
Gemeente Bergen op Zoom
Doe je mee?
Gemeente Bergen op Zoom


Participatievisie
Gemeente
Bergen op Zoom
Doe je mee?
Gemeente Bergen op Zoom


Doe je mee?
Participatievisie
Gemeente Bergen op Zoom
Gemeente Bergen op Zoom

2.9 Teamsachtergrond



Meer informatie

Afdeling Communicatie
communicatie@bergenopzoom.nl