

HUISSTIJL HANDBOEK

De Bibliotheek

www.landelijkehuisstijl.nl

September 2017



de Bibliotheek





Inhoudsopgave	2	6 Kleurgebruik	
1. Het merk		6.1 Algemene huisstijlkleuren	23
1.1 Ontstaan merk	3	6.2 Kleurenopbouw	24
1.2 Merkwaarden	4	7 Typografie	
2 Het logo		7.1 Huisstijllettertype	25
2.1 Logo, woordbeeld en vignet	5	7.2 Opbouw typografie in drukwerk	26
2.2 Het basislogo	6	8 Fotografie	
2.3 Het basislogo compact	7	8.1 Richtlijnen beeldtaal	27
2.4 Gebruik vignet en plectrum	8	8.2 Toepassingen fotografie	28
2.5 Logo op diverse ondergrondkleuren	9	8.3 Rechtenvrije beelden in de beeldbank	29
2.6 Logo met pay-off	10	9 Tone of voice	30
3 Logostructuur en -gebruik		10 Middelen en doorontwikkeling	31
3.1 Naamgeving	11	Bijlagen	
3.2 Basislogo met subnaam	12	I. Reglement	34
3.3 Aanverwante logo's	16	II. Huisstijlbewaking	35
3.4 Multifunctionele gebouwen	17		
3.5 Samenwerkingen	18		
4 Plectrumgebruik op beeld			
4.1 Vormtaal, logo en plectrumgebruik	19		
4.2 Alternatieve kleur	20		
5 Iconen			
5.1 Iconenset	21		
5.2 Gebruik van iconen	22		



Dit is het huisstijlhandboek van de Bibliotheek. Hierin vind je de algemene richtlijnen voor het gebruik van het merk en de bijbehorende huisstijl van de Bibliotheek. Specifieke informatie met betrekking tot online vormgeving, social media en de stijl voor jeugd en jongeren vind je in aparte bijlagen.

1 Het merk

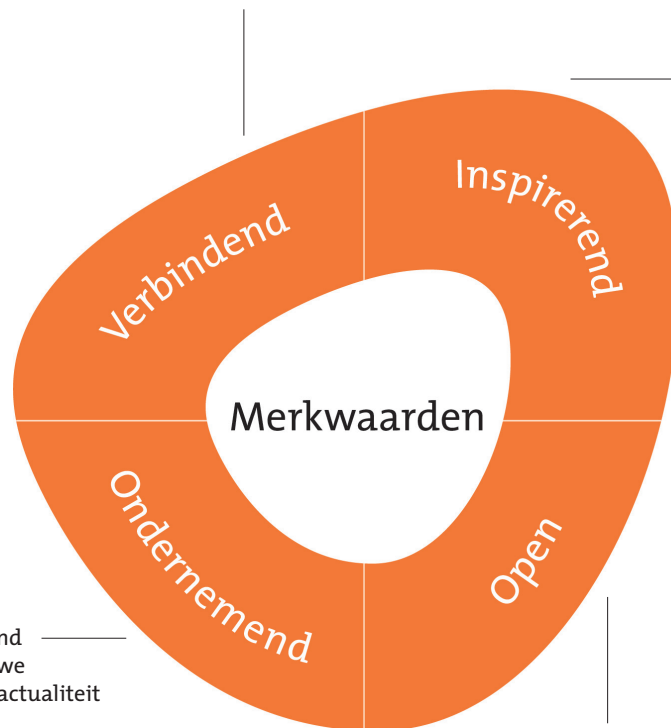
- 1.1 Ontstaan merk
- 1.2 Merkwaarden

Ontstaan merk

In 2008 ontstond de wens één sterk merkbeeld te ontwikkelen zodat alle bibliotheken een sterk landelijk merk lokaal kunnen uitdragen. En zo is in 2009 onder leiding van de VOB het nieuwe merkbeeld met bijbehorende huisstijl ontwikkeld en in de loop van de jaren geïmplementeerd. Bijna alle openbare bibliotheken in Nederland maken in meer of mindere mate gebruik van het landelijk merkbeeld.

Inmiddels zijn er diverse kleine aanpassingen aan de huisstijl gedaan. Verbreding van het bibliotheekwerk en de toename in het gebruik van digitale en social media vraagt om een continue doorontwikkeling van de huisstijl. Dat gebeurt onder regie van het Merkteam van de VOB. In dit merkdokument krijg je een update van het merk en de huisstijl anno 2017.

De Bibliotheek creëert een veilige omgeving waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Wij helpen mensen mee te komen en mee te doen in de samenleving. Hierin werken wij samen met lokale en landelijke partners.



De Bibliotheek is een plek waar we mensen inspireren. Wij nodigen hen uit om steeds weer iets nieuws te ontdekken, hun kennis te vergroten en het beste uit henzelf te halen.

Wij staan open voor de wereld met al zijn verhalen. Wie je ook bent en wat je ook doet, de Bibliotheek is er voor iedereen. Altijd en overal.

We ontwikkelen ons voortdurend en zijn altijd op zoek naar nieuwe initiatieven die inspelen op de actualiteit van de (lokale) omgeving.

De essentie van het merk bestaat uit merkwaarden. Deze merkwaarden beschrijven wie we zijn en wie we willen zijn in de toekomst.

1 Het merk

1.1 Ontstaan merk

1.2 Merkwaarden

Waar staan we voor?

De Bibliotheek is een laagdrempelige, publieke voorziening die mensen helpt in hun persoonlijke ontwikkeling. De Bibliotheek stelt zich ten doel dat iedereen volwaardig en zelfstandig aan de samenleving kan deelnemen.

Daarnaast wil de Bibliotheek een 'third place' bieden voor iedereen die wil ontspannen en die een moment van rust ('time-out') zoekt om informatie in wat voor vorm dan ook tot zich te nemen. Ontspannen, Ontmoeten, Ontwikkelen en Ontdekken vormen daarbij de kernbegrippen. De Bibliotheek is daarmee een speeltuin van kennis, prikkeling en ervaring voor ieder individu.

De Bibliotheek opereert vanuit een onafhankelijke positie, is toegankelijk voor iedereen en stelt in alles wat zij doet het ontwikkelperspectief van mensen centraal. Daarmee draagt de Bibliotheek bij aan het welzijn van iedereen en levert meerwaarde aan de maatschappij.



de Bibliotheek

Woordbeeld

Woordbeeld 'de Bibliotheek'

De merknaam is 'de Bibliotheek'. De merknaam wordt nooit zonder het voorzetsel 'de' gebruikt en ook in lopende teksten hanteren we 'de Bibliotheek'.

Belangrijke overwegingen bij de keuze voor de naam 'de Bibliotheek' zijn:

- Spreektaal (aansluiting op hoe klanten over de Bibliotheek praten).
- Eén merknaam die uitstijgt boven alle vestigingen.
- Het weglaten van het woordje 'Openbare', omdat dit weinig betekenis en toegevoegde waarde heeft voor de klant.
- Het toevoegen van het woordje 'de': persoonlijker, krachtiger, dichterbij, meer aanduiding van een begrip, meer een merk.
- Kleur grijs voor woordbeeld: basic, puur, simpel.



Vignet

Betekenis van het vignet

Belangrijke overwegingen bij de keuze voor het vignet:

- Modernisering van het 'oude' logo, de twee 'lezertjes'.
- Kleur oranje vignet: vrolijk, levendig, eigentijds, passie, plezier, Nederlands en 'nationaal' kleurbeeld.
- Vorm: warm, rond, krachtig en opvallend, ook in drukke omgeving.

2 Het logo

- 2.1 Logo, woordbeeld en vignet
- 2.2 Het basislogo
- 2.3 Het basislogo compact
- 2.4 Gebruik vignet en plectrum
- 2.5 Logo op diverse ondergrondkleuren
- 2.6 Logo met pay-off

Logo, woordbeeld en vignet

De Bibliotheek is 'een levendige plek waar verbindingen worden gelegd'. De wereld is een ontdekkingsplek, je kunt er dingen ontdekken die je zelf niet had kunnen bedenken en de Bibliotheek helpt je op weg. De basis (vrije toegang tot cultuur en informatie) blijft voorop staan.

Het vignet is een iconisch beeld; zonder te letterlijk te zijn gaat het over 'lezen en informatie'. Door het figuratieve staat de mens centraal in dit vignet. Het publiek zal verschillende associaties hebben, maar door de abstractie wordt het vignet iconisch en nergens anekdotisch of te letterlijk.

Associaties die genoemd worden:

- Lezertje.
- Lachend gezichtje.
- 'Focus' of zoekknop (zoeken en vinden).
- Het dakje: het huis van ...

de Bibliotheek

Basislogo positief, Pantone 021/418



Het lichtoranje in het logo is een percentage van PMS 021 namelijk 40% of 100% PMS 1485.



de Bibliotheek

Basislogo diapositief, Pantone 021/418



de Bibliotheek

Basislogo positief



45% zwart

20% zwart



de Bibliotheek

Basislogo diapositief



2 Het logo

- 2.1 Logo, woordbeeld en vignet
- 2.2 Het basislogo
- 2.3 Het basislogo compact
- 2.4 Gebruik vignet en plectrum
- 2.5 Logo op diverse ondergrondkleuren
- 2.6 Logo met pay-off

Het basislogo

De zwart-witlogo's mogen alleen gebruikt worden als er geen kleurtoepassing mogelijk is. Bijvoorbeeld in krantenadvertenties of zwart-witkopieën (interne memo's e.d.).

Minimale breedte
15 mm



de Bibliotheek



de Bibliotheek

Basislogo positief, Pantone 021/418
(transparant 40% van 021 of PMS 1485)



de Bibliotheek

Basislogo positief, 45% en 20% zwart

Minimale breedte
15 mm



de Bibliotheek

Minimale breedte
15 mm



de Bibliotheek



de Bibliotheek



de Bibliotheek

Minimale breedte
15 mm



de Bibliotheek

2 Het logo

- 2.1 Logo, woordbeeld en vignet
- 2.2 Het basislogo
- 2.3 **Het basislogo compact**
- 2.4 Gebruik vignet en plectrum
- 2.5 Logo op diverse ondergrondkleuren
- 2.6 Logo met pay-off

Het basislogo compact

Het compacte logo mag alleen gebruikt worden als het lange logo qua ruimte niet mogelijk is.

De zwart-wit logo's mogen gebruikt worden als er geen kleurtoepassing mogelijk is. Bijvoorbeeld in krantenadvertenties of zwart-witkopieën (interne memo's e.d.).

Het vignet mag ook los gebruikt worden als daar behoefte aan en reden voor is zoals een raamstickering.

de Bibliotheek



Logo = woordbeeld + vignet.



Vignet.



Plectrum.



Een ander schildvorm dan het juiste plectrum is niet toegestaan.



Het vignet kantelen is niet toegestaan.



Het vignet of plectrum spiegelen is niet toegestaan.

2 Het logo

- 2.1 Logo, woordbeeld en vignet
- 2.2 Het basislogo
- 2.3 Het basislogo compact
- 2.4 Gebruik vignet en plectrum
- 2.5 Logo op diverse ondergrondkleuren
- 2.6 Logo met pay-off

Gebruik vignet en plectrum

Hiernaast een uitleg van de gebruikstermen en een aantal do's en don'ts.

Probleem

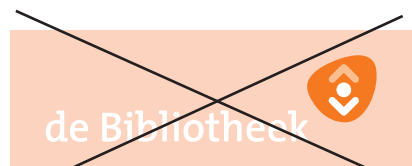


Het logo moet geplaatst worden op een oranje ondergrond.

Het logo kan maar in één kleur geproduceerd worden (bijvoorbeeld zeefdrukken op stof).



Het logo is slecht leesbaar door te weinig contrast.



Het logo is slecht leesbaar door te weinig contrast.

Oplossing



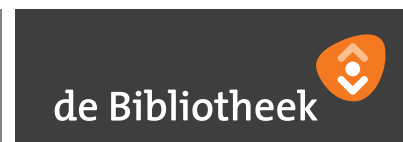
Gebruik bovenstaand logo: witte basis met diapositief vignet, waarbij het bovenste 'dakje' 29% van de volle kleur oranje is.



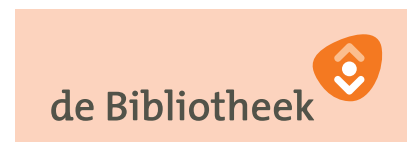
Bij hoge uitzondering mag het bovenste 'dakje' worden uitgespaard.



Gebruik het diapositieve logo...



...of nog liever: plaats het logo op de juiste kleur ondergrond.



Gebruik het basislogo.

2 Het logo

- 2.1 Logo, woordbeeld en vignet
- 2.2 Het basislogo
- 2.3 Het basislogo compact
- 2.4 Gebruik vignet en plectrum
- 2.5 Logo op diverse ondergrondkleuren
- 2.6 Logo met pay-off

Logo versus achtergrond

Let erop dat het logo altijd voldoende contrasteert met de achtergrond.



DearJoe 6, oranje

2 Het logo

- 2.1 Logo, woordbeeld en vignet
- 2.2 Het basislogo
- 2.3 Het basislogo compact
- 2.4 Gebruik vignet en plectrum
- 2.5 Logo op diverse ondergrondkleuren
- 2.6 Logo met pay-off

Logo met pay-off

'De Bibliotheek maakt je rijker'

De Bibliotheek is voor iedereen toegankelijk, ongeacht leeftijd, ras, sekse, godsdienst, levensbeschouwing, beroep of maatschappelijke positie. Je kunt er werken, studeren, activiteiten bezoeken, lezen, lenen en nog veel meer. Voor ieder wat wils. Kortom, de Bibliotheek 'maakt je rijker'.

Het lettertype dat voor de pay-off wordt gebruikt is de Dear Joe 6. De maten en verhoudingen zijn vastgelegd, zie pagina 15.

3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Multifunctionele gebouwen
- 3.4 Aanverwante logo's
- 3.5 Samenwerkingen

Naamgeving

In de landelijke huisstijl hanteren we voor klantcommunicatie (business to consumer, b2c) het woordbeeld ofwel de merknaam 'de Bibliotheek', die samen met het vignet het logo vormt. De merknaam is altijd 'de Bibliotheek', dus geen verbasteringen zoals bieb of stadsbibliotheek. Alleen hierdoor ontstaat een eenduidig beeld van het merk in het land.

Schrijfstijl

In de schrijfstijl dient de merknaam te worden gebruikt, dus altijd een combinatie van 'de' en 'Bibliotheek'. Het woord 'Bibliotheek' wordt geschreven met een hoofdletter en 'de' met een kleine letter, tenzij deze aan het begin van een zin staat. Afgeleiden krijgen ook een hoofdletter, zoals 'Bibliotheken', 'Bibliotheekpas' en 'Bibliotheekvestiging'. In lopende tekst kan in het geval van afgeleiden het lidwoord achterwege worden gelaten. Gebruik van het woord bieb is alleen toegestaan in schrijftaal, niet in combinatie met het merkbeeld.

De woorden 'de' en 'Bibliotheek' worden zo min mogelijk onderbroken.

- Dus niet 'de Centrale Bibliotheek', maar 'de Bibliotheek Centrum'.
- Dus niet 'de Stationsbibliotheek', maar 'de Bibliotheek op het station'.





3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Multifunctionele gebouwen
- 3.4 Aanverwante logo's
- 3.5 Samenwerkingen

• Basislogo met subnaam

Aan 'de Bibliotheek' kan streek-, plaats- of wijknaam worden toegevoegd, mits dit een toegevoegde waarde biedt.

Ditzelfde geldt voor subnamen voor formats, diensten/producten en services. Voor meer informatie zie de volgende pagina's.

de Bibliotheek 

lettertype 'de Bibliotheek':
The Mix Semi Bold
Spatiëring: optical -15 pt.
Let op: het lettertype is gemodificeerd!

de Bibliotheek 
Groningen

Normale lengte subnaam
Optisch rechts lijnen met vignet
The Mix Semi Bold
Spatiëring: optical +20 pt.

de Bibliotheek 
Ede

Zeer korte subnaam van 4 of minder letters
Optisch rechts lijnen met letterbeeld
The Mix Semi Bold
Spatiëring: optical +20 pt.

de Bibliotheek 
Hoogezand-Sappemeer

Maximale lengte subnaam
(bij nog langere namen mag de corpgrootte verkleind worden)
Optisch rechts lijnen met letterbeeld
en niet langer dan het vignet
The Mix Semi Bold
Spatiëring: optical +20 pt.

3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Multifunctionele gebouwen
- 3.4 Aanverwante logo's
- 3.5 Samenwerkingen

Basislogo met subnaam

De corpgrootte van de subnaam is 75% van de corpgrootte van het woordbeeld. Dus: als het woordbeeld op corps 20 pt. gebaseerd is, is de subnaam corps 15 pt.

NB Subnaam typografie wordt nooit gemodificeerd.



Modificeren typografie in het logo

Voorbeeld van gemodificeerde b:





de Bibliotheek



de Bibliotheek
Groningen



de Bibliotheek
Ede



de Bibliotheek
Hoogezand-Sappemeer

Corpsgrootte langere subnamen

3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Multifunctionele gebouwen
- 3.4 Aanverwante logo's
- 3.5 Samenwerkingen

Logo compacte variant met toevoeging vestigingen

De corpsgrootte van de subnaam is 75% van de corpsgrootte van het woordbeeld. Dus: als het woordbeeld op corps 20 is gebaseerd, is de subnaam corps 15.

De subnaam lijnt rechts met het woordbeeld.

Bij een langere subnaam mag de corpsgrootte verkleind worden tot dezelfde breedte als het basiswoordbeeld van 'de Bibliotheek'.



3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Multifunctionele gebouwen
- 3.4 Aanverwante logo's
- 3.5 Samenwerkingen

Logovariant met toevoeging formats, diensten / producten en services

Formats, diensten / producten en services van de Bibliotheek worden aangegeven in het font The Mix. Het is een functionele toevoeging.

De pay-off staat wel in Dear Joe 6: deze zin moet emotie toevoegen en is geen functionele toevoeging.

Zowel pay-off als andere ondertitels aan het logo zijn oranje.

De corpgrootte van de subnaam is 75% van de corpgrootte van het woordbeeld. Dus: als het woordbeeld op corps 20 is gebaseerd, is de subnaam corps 15.

De subnaam lijnt rechts met het woordbeeld.

Bij een langere subnaam mag de corpgrootte verkleind worden tot dezelfde breedte als het basiswoordbeeld van 'de Bibliotheek'.



Juist



Onjuist



Juist

3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Aanverwante logo's
- 3.4 Multifunctionele gebouwen
- 3.5 Samenwerkingen

Aanverwante logo's

Uitgangspunt van aanverwante logo's is dat de logo's een afgeleide zijn van het basislogo 'de Bibliotheek', zodat duidelijk is dat het één familie is. Het woord 'Bibliotheek' wordt er zoveel mogelijk in verwerkt.

Elke organisatie, niet zijnde een Bibliotheek, die lid is van de Vereniging van Openbare Bibliotheken en gebruik wil maken van 'de Bibliotheek' huisstijl dient hier toestemming voor te vragen bij het Merkteam.

Business-to-business-organisaties

De logo's zoals hiernaast afgebeeld zijn op maat gemaakt voor provinciale en landelijke organisaties die onderdeel zijn van en werken voor de Bibliotheekbranche. Het gaat hierbij om business to business communicatie richting Bibliotheken of andere partners zoals (lokale) overheden of organisaties. In geval van communicatie richting de consument is de afzender altijd 'de Bibliotheek' en worden deze logo's dus niet gebruikt.

Het lettertype Dear Joe 6 mag nooit gebruikt worden in business-to-business organisatie-logo's.

de Bibliotheek 



On-brand

de Bibliotheek 
vanBeresteyn



Endorsed

 vanberesteyn de Bibliotheek 



Multi-branded

3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Aanverwante logo's
- 3.4 Multifunctionele gebouwen
- 3.5 Samenwerkingen

• Multifunctionele gebouwen

Er zijn geregeld Bibliotheken die samen met andere publieke voorzieningen (zoals poppodium, speltheek, muziekschool, VVV, museum, kunsttuin, gemeente, theater) in één gebouw zitten. Ze hebben vaak een gezamenlijke eigen huisstijl en vanuit deze huisstijl wordt er richting klant gecommuniceerd.

Er zijn 3 opties mogelijk:

- on-brand
- endorsed
- multi-branded

In overleg met het Merkteam kan een huisstijl voor een multifunctioneel gebouw worden ontwikkeld, gebaseerd op de huisstijl van de Bibliotheek.



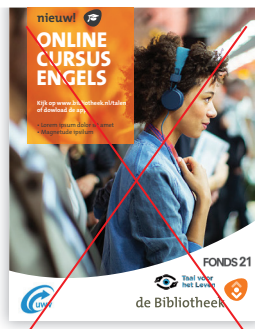
Fout: de diverse vestigingsnamen worden gecombineerd in één logo



Goed: voorzijde folder/flyer: maximaal 3 logo's



Goed: alleen het logo 'de Bibliotheek' wordt gebruikt



Fout: meer dan drie afzenders op de voorzijde



Goed: logo's van samenwerkende partijen op de achterzijde

3 Logostructuur en -gebruik

- 3.1 Naamgeving
- 3.2 Basislogo met subnaam
- 3.3 Multifunctionele gebouwen
- 3.4 Aanverwante logo's
- 3.5 Samenwerkingen

Samenwerking met andere Bibliotheken

Bij samenwerking tussen meerdere Bibliotheken wordt het logo 'de Bibliotheek' gehanteerd zonder vestigingsnamen.

Samenwerking met andere partners

Bij samenwerking met andere partijen worden de logo's van de samenwerkingspartners toegevoegd als endorsement (stempel) binnen de huisstijl van de Bibliotheek. Ook hiervoor geldt dus: geen mix maken van 2 huisstijlen.

Bij meer dan 3 afzenders: alle beeldmerken op achterzijde folder/flyer.

4 Plectrumgebruik op beeld

4.1 Plectrumgebruik op beeld

4.2 Alternatieve kleur



Fout: witruimte/logo aan bovenzijde



Fout: plectrum van het logo gespiegeld

Vormtaal, logo- en plectrumgebruik op beeld

- Fotografie wordt in een groot, aflopend plectrum geplaatst.
- Tekstvlakken zijn vanaf nu rechthoekig.
- Het oranje vlak is transparant. Let op: dit is een grafische filter; '100% fel licht'.
- Het plectrum mag nooit gespiegeld of gedraaid worden.



4 Plectumgebruik op beeld

4.1 Plectrumgebruik op beeld

4.2 Alternatieve kleur

Alternatieve kleur

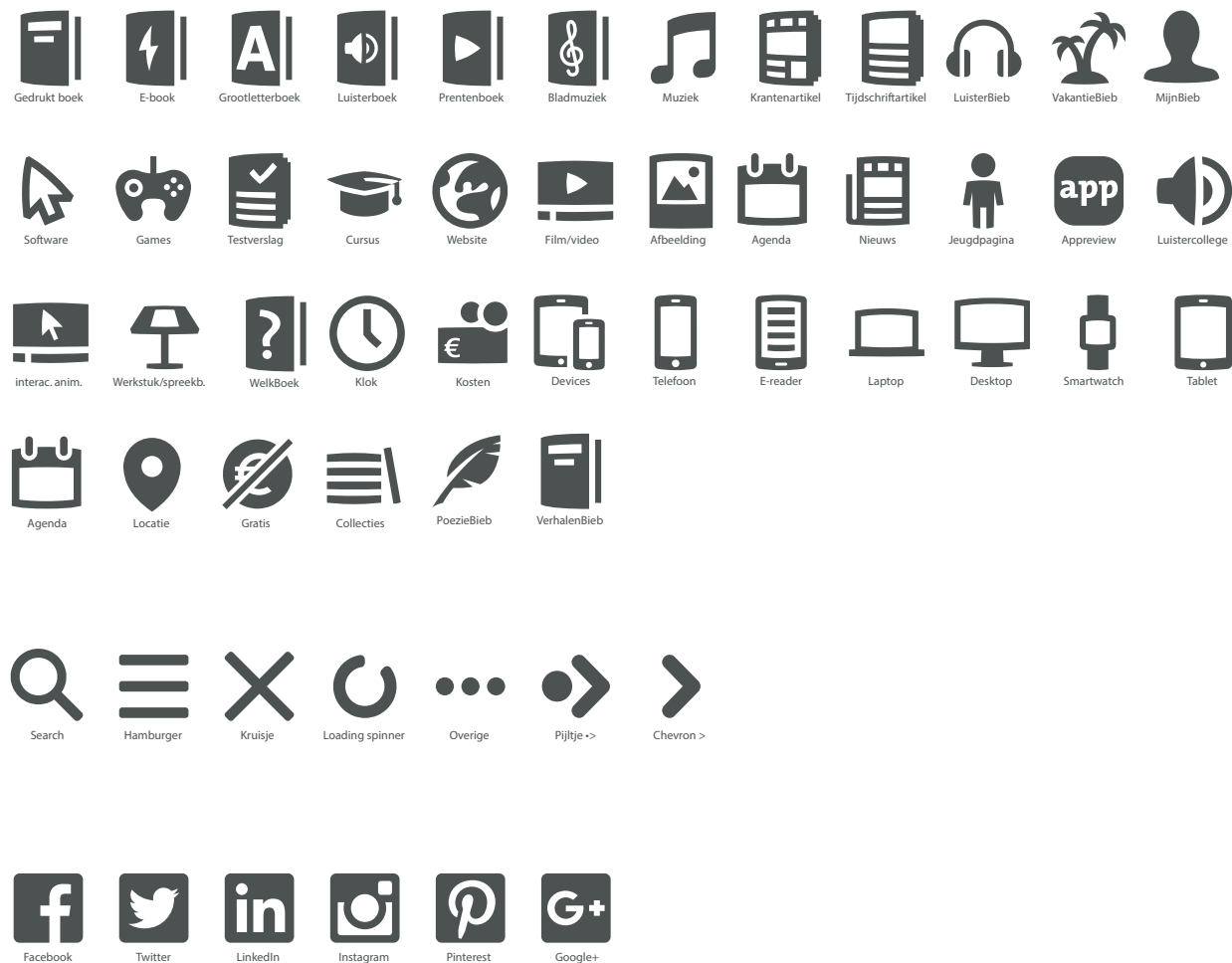
Het gebruiken van een antraciet doorzichtige achtergrond geeft het beeld een iets zakelijkere uitstraling.

5 Iconen

- 5.1 Iconenset
- 5.2 Gebruik van iconen

Iconenset

Hiernaast is de iconenset weergegeven. Voor meer informatie over ontbrekende iconen en/of gebruik, neem contact op met het Merkteam (merkteam@debibliotheken.nl) of raadpleeg de website www.landelijkehuisstijl.nl.



Icoon los geplaatst op een 'witte' achtergrond



Icoon geplaatst op een 'oranje' gekleurd plectrum



Icoon geplaatst op een 'antraciet' gekleurd plectrum



5 Iconen

- 5.1 Iconenset
- 5.2 Gebruik van iconen

Gebruik van iconen op beeld

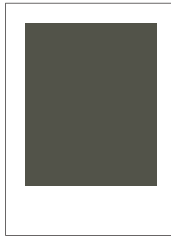
Hiernaast wat voorbeelden hoe iconen gebruikt kunnen worden. Als het mogelijk is op of op de rand van het tekstvlak.

Kleur 1



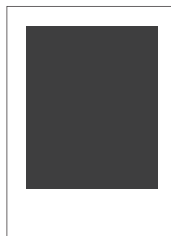
PMS 021 C

Kleur 2



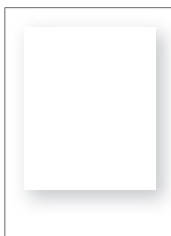
PMS 418 C

Kleur 3



PMS 426 C

Kleur 4



Wit

4 Kleurgebruik

4.1 Algemene huisstijlkleuren

4.2 Opbouwkleuren

Algemene huisstijlkleuren

Het logo is opgebouwd uit twee basiskleuren. Oranje (PMS 021) voor het vignet en grijs (PMS 418) voor het woordbeeld.

Kleur 3 is de kleur antraciet. Antraciet wordt gebruikt wanneer groen moeilijk te drukken/printen is, of wanneer er meer 'pit' aan een huisstijl-item moet worden gegeven, bijvoorbeeld bij stadsbibliotheken. De kleuren mogen naast elkaar bestaan. Kleur 4 is de kleur wit. Wit zorgt voor frisheid en luchtigheid.

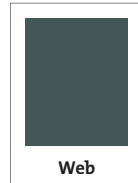
Kleur 1



PMS 418 C



FC C = 3
M = 0
Y = 31
K = 75



Web R = 80
G = 84
B = 80



RAL 7022
Sikkens F2.05.25

Kleur 2



PMS 021 C



FC C = 6
M = 65
Y = 100
K = 0



Web R = 255
G = 115
B = 32

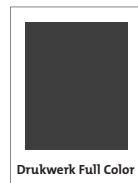


RAL 2004
Sikkens D3.71.48

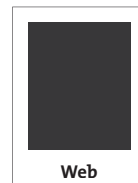
Kleur 3



PMS 426 C



FC C = 0
M = 0
Y = 0
K = 90

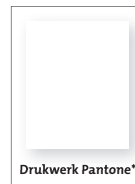


Web R = 57
G = 55
B = 58

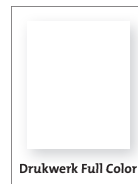


RAL 9011
Sikkens S5.03.16

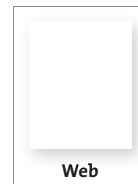
Kleur 4



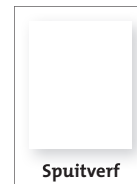
Wit



FC C = 0
M = 0
Y = 0
K = 0



Web R = 255
G = 255
B = 255



RAL 9003
Sikkens LN.00.87

4 Kleurgebruik

4.1 Algemene huisstijlkleuren

4.2 Opbouwkleuren

Opbouwkleuren

De CMYK-opbouwkleur zal nooit 100% de PMS kunnen benaderen. Er zijn altijd verschillende elementen die invloed kunnen hebben op het kleurresultaat:

- materiaal van de ondergrond
- kleur van de ondergrond
- weersomstandigheden
- op grote vlakken kan kleurverschil groter lijken

Belangrijk: ga bij het omzetten van PMS-kleuren naar full-colour nooit uit van een automatische omzetting door Illustrator of Indesign, maar volg de instructie voor de opbouwkleur zoals hiernaast aangegeven.

The Mix plain
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Arial Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ARIAL BLACK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Dear Joe 6
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

5 Typografie

- 5.1 Huisstijllettertypes
- 5.2 Opbouw typografie in drukwerk

Huisstijllettertypes

- Als huisstijllettertype voor **drukwerk** wordt het lettertype The Mix gebruikt. Het woordbeeld is The Mix Semibold aangepast in zijn rondingen.
- Het The Mix-lettertype bestaat uit een grote familie van book en medium tot bold tot black en kent daarnaast kleinkapitalen en mediëvalcijfers. Gebruik het cursief, de 'italics', alleen voor citaten en quotes. Gebruik voor cijfers in koptekst (kapitalen) the Mix Expert, om te voorkomen dat cijfers 'zakken'.
- Het lettertype The Mix kun je bestellen via de online portal www.landelijkehuisstijl.nl, klik op 'lettertype'.
- Gebruik op **beeldschermen** (websites) de 'The Mix Sans' indien mogelijk in titels. En gebruik voor de koppen en voor de lopende teksten 'Arial'.
- Het lettertype dat voor de **pay-off** (de Bibliotheek maakt je rijker) wordt gebruikt is de 'Dear Joe 6'. Deze mag ook voor campagnes en acties worden gebruikt. (zie pagina 15).
- Het lettertype Arial heeft een hele grote familie van Ultra light, medium tot black. Type 'italic' wordt niet gebruikt. Arial wordt gebruikt voor e-mail, Powerpoint en website.

ONDERDEEL	LETTERTYPE	STIJL	PUNTEN	SPATIËRING	REGELAFSTAND	KLEUR
Pay-off	Dear Joe 6	Regular				oranje (pms 021) / wit
Kop omslag 1	The Mix Extra Bold	Bold Plain	50	-15	42 pt	oranje (pms 021) / wit
Kop omslag 2	The Mix Extra Bold	Bold Plain	38	-15	32 pt	oranje (pms 021) / wit
Kop binnenwerk	The Mix Extra Bold	Bold Plain	28	-15	24 pt	oranje (pms 021) / wit
Subkop omslag	The Mix Semi Bold	Bold Plain	min 17 max 25	-15	28 pt	grijs (pms 426) / wit
Subkop binnenwerk	The Mix Semi Bold	Bold Plain	17,5	-15	28 pt	grijs (pms 426) / wit
Highlight kop	The Mix Semi Bold	Bold Plain	17	-15	21 pt	oranje (pms 021) / wit
Highlight tekst	The Mix Semi Bold	Bold Plain	13	-15	14 pt	grijs (pms 426) / wit
Quote kop	The Mix Semi Bold	Bold Italic	12	-15	21 pt	oranje (pms 021) / wit
Quote tekst	The Mix Semi Bold	Bold Italic	11	-15	14 pt	grijs (pms 426) / wit
Introductie	The Mix Semi Bold	Bold Plain	12	0	21 pt	grijs (pms 426) / wit
Bodytekst	The Mix	Mix Plain	8,5	0	14 pt	grijs (pms 426) / wit
Tussenkop	The Mix Semi Bold	Bold Plain	8,5	-15	14 pt	grijs (pms 426) / wit
Bronvermelding	The Mix Semi Bold	Light Plain	7	0	10,5 pt	grijs (pms 426) / wit
Inprint briefpapier	Arial	Regular	10	0	13 pt	zwart
Email	Arial	Regular	10	0	13 pt	zwart
Powerpoint	Arial					
PPBegin/eind,titel/slot	Arial	Black	28	0	-	grijs (pms 426) / wit
PPBegin/eind,subtitel	Arial	Black	22	0	-	wit
PPBinnenin kop	Arial	Black	24	0	-	Oranje
PPBinnenin subkop	Arial	Black	16	0	-	grijs (pms 426) / wit
PPLopende tekst	Arial	Regular	10	0	-	grijs (pms 426) / wit

5 Typografie

5.1 Huisstijllettertypes

5.2 Opbouw typografie

Opbouw typografie

Hiernaast een tabel met de opbouw van de tekst van een brochure of ander drukwerk.



6 Fotografie

- 6.1 Richtlijnen beeldtaal
- 6.2 Toepassingen fotografie
- 6.3 Rechtenvrije beelden in de beeldbank

Richtlijnen beeldtaal

De huisstijl van de Bibliotheek is gericht op de mens: de mens staat centraal. Dit komt ook naar voren in de fotografie.

De beeldtaal heeft de volgende kenmerken:

- Lezen staat niet langer centraal, maar de mens, de producten en de services van de nieuwe Bibliotheek.
- Veel licht en wit in de foto's voor de frisheid, lens flares zijn toegestaan
- Brede afspiegling van de bevolking
- Hoge scherpste- diepte werking
- Houding is naturel, niet geposeerd
- Hoog contract in donker/licht
- Heldere, scherpe, niet te donkere foto's
- Geschikt voor drukwerk (op groot formaat) en digitaal gebruik.



Het vignet met pijlen mag alleen op de voorzijde/omslag gebruikt worden van drukwerk.



Het plectrum is het vignet zonder pijlen en mag ook in het binnenwerk van drukwerk gebruikt worden.



Goede uitsnede!



Let op! Nooit fotografie in het vignet gebruiken, als dit als logo (vignet in combinatie met de tekst 'de Bibliotheek') bedoeld is!

de Bibliotheek



Geen goede uitsnede, meer inzoomen op gezichten.



Uitsnede niet goed, te drukke omgeving, inzoomen op gezicht.



Uitsnedes niet goed, te drukke irrelevante omgeving.

6 Fotografie

- 6.1 Richtlijnen beeldtaal
- 6.2 Toepassingen fotografie
- 6.3 Rechtenvrije beelden in de beeldbank

Fotografie

De fotografie wordt beeldvullend over de pagina toegepast of in het plectrum. Richtlijnen voor fotografie in vignet of het plectrum:

- de mens staat in principe centraal
- inzoomen op gezicht

Illustraties

Om de herkenbaarheid van één landelijk merk te kunnen borgen heeft het de voorkeur om alleen fotografie te gebruiken. Het gebruik of ontwikkelen van illustraties voor specifieke activiteiten of campagnes wordt dan ook afgeraden.

Uitzonderingen zijn:

- De illustraties die specifiek zijn ontwikkeld voor de jeugd- en jongerenhuisstijl, zie het huisstijlhandboek voor jeugd & jongeren.
- Het gebruik van illustraties horende bij de CPNB-campagnes.
- Het promoten van een activiteit waarbij de illustratie leading is, zoals een activiteit rondom Geronimo Stilton.

6 Fotografie

- 6.1 Richtlijnen beeldtaal
- 6.2 Toepassingen fotografie
- 6.3 Rechtenvrije beelden in de beeldbank



Rechtenvrije beelden in de beeldbank

De beelden zijn een selectie van beelden uit de beeldbank. Ze laten een dwarsdoorsnede zien van de Bibliotheekbezoeker. Het zijn goede voorbeelden. Ze zijn rechtenvrij beschikbaar en te downloaden via www.landelijkehuisstijl.nl. Deze beelden zijn bijvoorbeeld te gebruiken in folders en flyers, als beeld op raampartijen, wanden of in advertenties.

Maak zo veel mogelijk gebruik van de foto's uit de landelijke huisstijldatabase. Ze voldoen aan de richtlijnen voor de foto's en zijn vrij te downloaden. Mochten er foto's gemaakt moeten worden voor prominente communicatiedragers, zoals wanden of sfeernavigatie, dan moeten deze vooraf worden geaccordeerd door het Merkteam.

nieuw!

ONTDEK WAT JOUW VRIENDEN LEZEN

Hartelijk dank voor uw mail.

Tone of voice

U versus je/jij

- In alle communicatiematerialen is gekozen voor de je/jij-vorm. Bij direct aanspreken, ook schriftelijk, gebruik je de u-vorm. Voor doelgroepgerichte communicatie kan dit anders zijn. De doelgroep, het communicatiekanaal en de actie bepalen uiteraard mede of 'je/jij' of 'u' wordt gebruikt als aanspreekvorm.

Klantbenadering

- Probeer zo veel mogelijk positief te formuleren. Gebruik bijvoorbeeld 'kosten voor te laat inleveren' in plaats van het strenge 'boete' en 'speciale openingstijden' of 'zomeropening' in plaats van 'zomersluiting' of 'gesloten tussen 3 en 6 mei'.
- Voorkom klantonvriendelijke of overbodige mededelingen als 'niet meer dan twee kerstboeken per klant' of 'dit mag u lenen'.

Taalgebruik

- We communiceren in het Nederlands. Uitzondering vormen ingeburgerde begrippen zoals kids of namen voor abonnementen zoals small, medium, large.
- De Bibliotheek is vrouwelijk. Als voorbeeld: 'de Bibliotheek en haar medewerkers'.
- Voor de juiste schrijfwijze volgen wij het Groene Boekje.

8 Middelen en doorontwikkeling



Voor het ontwikkelen en bestellen van middelen in de landelijke huisstijl werken wij samen met Biblionet Enschede. Hier kan je terecht voor de huisstijlhandboeken, lettertypes, vormgeving en fotografie. Maar ook voor stationery (brieven, enveloppen), drukwerk, gadgets en exterieurmiddelen (vlaggen, banieren, belettering) ben je daar aan het goede adres. Op deze pagina en de volgende vind je een impressie van die middelen.

Voor de bestelling van deze en meer verwijzen wij je naar www.landelijkhehuisstijl.nl. Als je je hier aanmeldt, krijg je een inlogcode toegestuurd die je toegang geeft tot de bestelsite.

Doorontwikkeling

Het Merkteam en Biblionet Enschede werken samen aan het ontwikkelen van middelen die passen binnen de huisstijl. Dit gebeurt echter met een klein budget. Het goed vullen en benutten van de huisstijlportal kunnen wij alleen door samen te werken met Bibliotheken die gebruik maken van de huisstijl. Denk aan het delen van acties en campagnes. Heb je goede resultaten behaald? Deel het met de rest van het land!



Voorbeelden van in- en outdoorpromotie

Communiceren begint buiten! Laat zien wat je als bibliotheek in huis hebt, wat men er kan doen, denk aan zowel permanente als tijdelijke communicatie.



8 Middelen en doorontwikkeling

Communiceren begint buiten! Laat zien wat je als Bibliotheek in huis hebt en wat men er kan doen. Denk aan zowel permanente als tijdelijke communicatie.

de Bibliotheek



Reglement voor het gebruik van logo en huisstijl 'de Bibliotheek'

Artikel 1

De Vereniging van Openbare Bibliotheken is eigenaar van de rechten op het gebruik van het collectief logo en huisstijl 'de Bibliotheek'.

Artikel 2

Het logo is geregistreerd bij het Benelux Bureau voor de Intellectuele Eigendom en mag alleen gebruikt worden zoals in dit reglement bepaald.

Artikel 3

Logo en huisstijl mogen uitsluitend worden gebruikt door Bibliotheekorganisaties die lid zijn van de Vereniging van Openbare Bibliotheken als bedoeld in artikel 4 lid 1 onder a van de Statuten, d.d. 31 december 2010, en die hiertoe een overeenkomst met de Vereniging zijn aangegaan onder door de Vereniging gestelde voorwaarden.

Artikel 4

Landelijke en decentrale organisaties die deel uitmaken van de branche van het Openbare Bibliotheekwerk, zijn door het aangaan van deze overeenkomst bevoegd logo en huisstijl te tonen in alle communicatie-uitingen volgens de specificaties zoals die vermeld zijn in de Huisstijlhandboeken van de Bibliotheek die zijn bekendgemaakt op www.debibliotheeken.nl. Overig en ander gebruik is alleen toegestaan na schriftelijke toestemming van de secretaris/directeur van de Vereniging van Openbare Bibliotheken.

Artikel 5

Het bestuur van de Vereniging van Openbare Bibliotheken houdt toezicht op het gebruik van het logo volgens de wijze zoals in het vorige lid bepaald en door de bibliotheken die hiertoe volgens dit reglement gerechtigd zijn.

Artikel 6

Het bestuur van de Vereniging Openbare Bibliotheken zal tegen partijen die dit reglement overtreden ná een waarschuwing juridische stappen ondernemen. Voor leden van de Vereniging van Openbare Bibliotheken zal nader worden bepaald hoe om te gaan met bibliotheken die het reglement niet naleven.

Artikel 7

Het bestuur van de Vereniging van Openbare Bibliotheken is bevoegd om nadere regels of voorschriften te stellen met het oog op de toepassing van dit reglement.

Aldus vastgesteld door het bestuur van de Vereniging van Openbare Bibliotheken, d.d. 16 september 2011

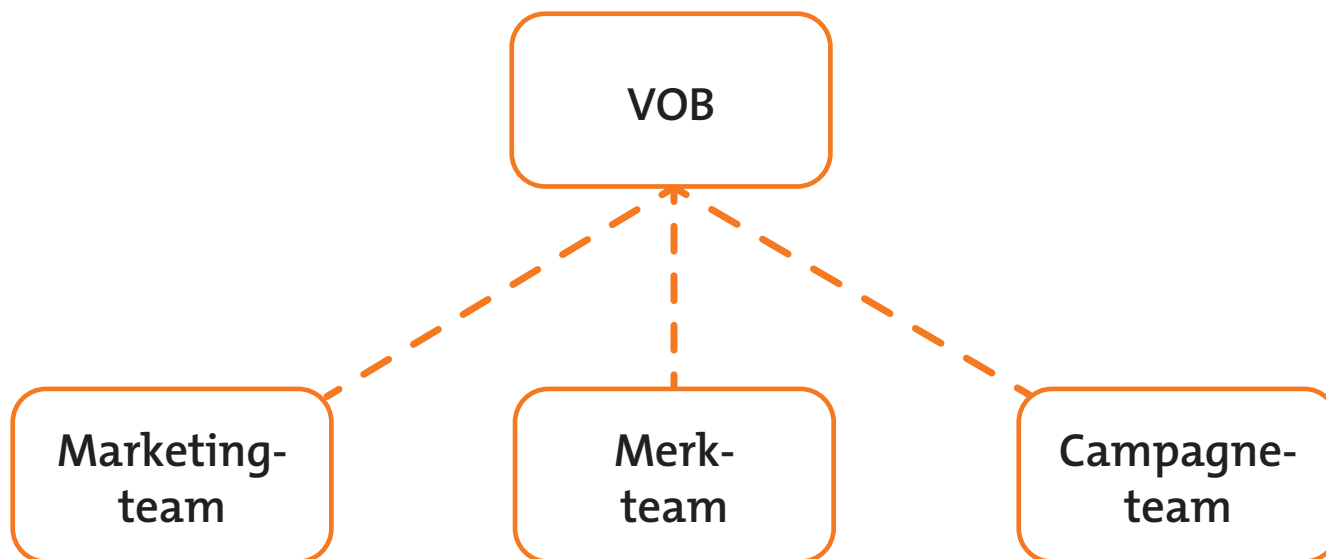
Bijlagen

- I. Reglement
- II. Huisstijlbewaking

Intellectueel eigenaarschap en gebruiksrecht

SVT Branding & Design Group heeft de huisstijl ontworpen en is intellectueel eigenaar. De Vereniging van Openbare Bibliotheken heeft opdracht gegeven voor de ontwikkeling van de landelijke huisstijl en heeft het gebruiksrecht. Koninklijke Bibliotheek verzorgt de digitale implementatie en draagt bij aan de verdere ontwikkeling.

Bibliotheekorganisaties die gebruik willen maken van de huisstijl hebben zich te houden aan het reglement.



Bijlagen

- I. Reglement
- II. Huisstijlbewaking

Huisstijlbewaking

Bibliotheken en Bibliotheekorganisaties dienen het landelijk Merkteam om advies of goedkeuring te vragen bij een specifieke ontwikkeling van de huisstijl. Ze kunnen ook concrete uitwerkingen voorleggen.

Het landelijk Merkteam werkt in opdracht van de directeur van de Vereniging van Openbare Bibliotheken.

Het Merkteam is te bereiken via merkteam@debibliotheken.nl.