

Huisstijl

Wageningen University & Research

Merkenbeleid en huisstijl Wageningen University & Research

september 2020



Leeswijzer

Interactieve pdf stijlgids

Navigatie

Navigeren door het document gaat via de navigatiebalk rechtsonder op de pagina.



Door op een van de icons in de navigatiebalk rechtsonder op de pagina te klikken, kom je bij het betreffende hoofdstuk."



In de inhoudsopgave kun je klikken op een van de onderwerpen om naar het onderwerp te gaan.

The screenshot shows the 'Bouwstenen huisstijl' section of a PDF. At the top, there's a navigation bar with icons for Home, checkmark, stack of blocks, and book. Below it is a table of contents with items like Logo, Kleur, Typografie, etc. A large number '2' is circled on the right side of the page. A callout box highlights the 'Kleur' section, which discusses the university's color palette and its use in various media like print and digital.

Inleiding en achtergrond

Waarom een stijlgids?

Wageningen University & Research (WUR) is een sterk merk. Eenheid, kracht en herkenbaarheid in onze visuele uitstraling is voor het merk belangrijk.

De huisstijl is het 'visitekaartje' van Wageningen University & Research en kent vele gebruikers. Deze stijlgids is ontwikkeld om gebruikers te inspireren en te informeren. De ziel van het merk en de huisstijl wordt beschreven, evenals de manieren waarop de huisstijl kan worden toegepast.

De stijl van het huis

De merkwaarden van Wageningen University & Research ondersteunen de externe profiling van WUR. Ze zijn verwerkt in de manier van werken en in de communicatie en vormen de ziel van het merk.

De merkwaarden zijn:

- inhoudsgedreven
- maatschappelijk relevant
- topkwaliteit
- internationaal
- oplossingsgericht

De merkwaarden zijn voor de huisstijl vertaald naar identiteitskenmerken. Alle huisstijlbouwstenen zijn hierop gebaseerd (zie hoofdstuk 'Bouwstenen huisstijl').

Merkenbeleid

Door een consequent merkenbeleid te voeren bouwt Wageningen University & Research aan een grotere bekendheid en aan een uniforme nationale en internationale uitstraling.

Uitgangspunten hierbij zijn:

- Werken aan een sterk corporate merk.
 - De internationale uitstraling van Wageningen University & Research versterken.
 - Betere zichtbaarheid van Wageningen University & Research in de pers.
- De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Deze onderstreept waar Wageningen University & Research voor staat en verwoordt dat wat de organisatieonderdelen verbindt.

We gebruiken geen pay-off om ons merk te ondersteunen.

Één gezicht voor Wageningen University & Research

Uitgangspunt bij de huisstijl, gekoppeld aan het merkenbeleid:

- de boodschap is verschillend
 - de ontvanger is verschillend
 - de afzender is gelijk
(Wageningen University & Research)
- Dat betekent dat alle onderdelen van Wageningen University & Research zich op alle contactmomenten door middel van de huisstijl presenteren met één gezicht.

Leveranciers

Wageningen University & Research heeft vaste leveranciers voor print- & drukwerk. Neem voor meer informatie contact op met traffic@wur.nl.

Vragen?

Heb je vragen of kom je er niet uit?

Neem dan contact op met huisstijl@wur.nl.

Richtlijnen merkenbeleid

Het merk Wageningen University & Research

Merkgebruik in de media

Merkgebruik in wetenschappelijke publicaties

Merknaam in juridische documenten

Taalbeleid

Boilerplate

Telefoonbeantwoording

E-mailonderschrift

Aanmelding voor congressen

Visitekaartjes

Briefondertekening

Afkortingen

Organisatorische benamingen

Titulatuur (inclusief titels and functies leden Raad van Bestuur)

1

Het merk Wageningen University & Research

Richtlijnen voor gebruik

In 2016 is een nieuw merkenbeleid ingevoerd. We zijn van 11 merken naar 1 merk gegaan: Wageningen University & Research. Het is voor Wageningen University & Research belangrijker dan ooit om een sterke positie te hebben in de markt, de keuze voor 1 sterk merk moet daarbij helpen.

Praktisch betekent de keuze voor 1 merk het volgende: op alle uitingen wordt de naam Wageningen University & Research en het logo van Wageningen University & Research gebruikt. De Wageningen Research-instituten zijn herkenbaar met een eigen domeinbeschrijvende naam, maar niet met een eigen logo. De universiteit gebruikt in haar communicatie ook de volledige merknaam Wageningen University & Research.

Internationaal is 'Wageningen' een begrip, in Nederland is er ruimte om ons merk te versterken. Dat geldt zeker ook voor de positie van Wageningen Research. Economische ontwikkelingen en keuzes die de overheid in de afgelopen jaren heeft gemaakt t.a.v. door de overheid gefinancierd onderzoek maken het nog

belangrijker om ons goed te profileren in de markt. Dit is aanleiding om het unieke samenwerkingsmodel van de organisatie, dat ons inhoudelijk zo sterk maakt, duidelijker neer te zetten. Onze kracht ligt immers in de combinatie van onderwijs met fundamenteel, toegepast en praktijkgericht onderzoek. Met het merk Wageningen University & Research laten we dat duidelijker zien dan voorheen.

Het merk Wageningen University & Research

Structuur

Wageningen University & Research heeft gekozen voor een monolithische merkenstructuur. Dat betekent: één merk en één logo. De merknaam is Wageningen University & Research. Er is geen Nederlandstalige variant van de merknaam.



Het merk moet in alle uitingen zichtbaar zijn. De eerste keer dat de merknaam wordt genoemd in publicaties wordt deze uitgeschreven op de volgende manier: Wageningen University & Research (wordt altijd met een &-teken geschreven). Daarna kan eventueel de afkorting 'WUR' worden gebruikt. 'Wageningen' kan in mondeling taalgebruik of in teksten worden gebruikt als synoniem nadat het merk voluit is gebruikt.

Voor de research-instituten mogen de door de RvB vastgestelde domeinaanduidingen (zoals hieronder weergegeven) worden gebruikt. De domeinaanduidingen worden altijd volledig uitgeschreven behalve in situaties waar geen ruimte is voor de volledige naam. Zie ook het onderdeel Gebruik van afkortingen.

De namen van andere onderdelen zoals kenniseenheden, business units (met een business unit wordt hier een onderdeel van een instituut bedoeld), groepen etc. worden extern niet gecommuniceerd behalve op visitekaartjes en in de ondertekening van brieven en e-mails als onderdeel van de functiebeschrijving.

De vastgestelde domeinaanduidingen van de instituten en de bijbehorende URL's in Nederlands en Engels zijn:

Instituten	
Wageningen Environmental Research	NL: www.wur.nl/environmental-research EN: www.wur.eu/environmental-research
Wageningen Plant Research	NL: www.wur.nl/plant-research EN: www.wur.eu/plant-research
Wageningen Bioveterinary Research	NL: www.wur.nl/bioveterinary-research EN: www.wur.eu/bioveterinary-research
Wageningen Economic Research	NL: www.wur.nl/economic-research EN: www.wur.eu/economic-research
Wageningen Marine Research	NL: www.wur.nl/marine-research EN: www.wur.eu/marine-research
Wageningen Academy	NL: www.wur.nl/wageningenacademy EN: www.wur.eu/wageningenacademy
Wageningen Livestock Research	NL: www.wur.nl/livestock-research EN: www.wur.eu/livestock-research
Wageningen Food & Biobased Research	NL: www.wur.nl/food-and-biobased-research EN: www.wur.eu/food-and-biobased-research
Wageningen Food Safety Research	NL: www.wur.nl/food-safety-research EN: www.wur.eu/food-safety-research
Wageningen Centre for Development Innovation	NL: www.wur.nl/wcdi EN: www.wur.eu/wcdi

Universiteit	URL
Wageningen University & Research	NL: www.wur.nl/university EN: www.wur.eu/university

Namen nieuwe onderdelen

Wanneer voor een nieuw onderdeel een naam gekozen moet worden dient hiervoor bij de directeur CC&M toestemming te worden gevraagd via het [huisstijlbureau](#).

Richtlijnen voor merkgebruik in de media

Wageningen University & Research heeft gekozen voor een monolithisch merkenbeleid: één merk en één logo. De richtlijnen voor merkgebruik in de media zijn gebaseerd op dit uitgangspunt.

Dit betekent dat de merknaam Wageningen University & Research altijd gebruikt moet worden. De namen van de Wageningen Research-instituten en Wageningen Academy, kunnen vanwege de toevoeging van 'Wageningen' aan de naam ook los worden gebruikt, maar gebruik van de volledige merknaam heeft de voorkeur.

Voorbeelden:

Universiteit

- Prof. Hoogleraar Entomologie van Wageningen University & Research heeft onderzoek gedaan naar....
- Wageningen University & Research is dit jaar voor de 14e keer op rij eerste geworden in de Keuzegids Hoger Onderwijs
- De instroom van eerstejaars studenten bij Wageningen University & Research is dit jaar weer met 10% gestegen
- Kom studeren bij de opleiding biologie van Wageningen University & Research

Wageningen Research-instituten

- Voorkeur: Jan Jansen, plantonderzoeker van Wageningen University & Research heeft onderzoek ...
- Alternatief: Wageningen Plant Research heeft onderzoek gedaan naar

NB Wanneer er bijvoorbeeld in optredens in op televisie of radio te weinig tijd/ruimte is voor een volledige vermelding dan wordt gekozen voor uitsluitend de merknaam Wageningen University & Research.

Wageningen Academy

- Wageningen Academy organiseert een ...

WOT

De kleinere WOT-eenheden blijven de bestaande namen gebruiken in combinatie met de merknaam Wageningen University & Research, bijvoorbeeld:

- Onderzoek door het Centrum voor Visserij Onderzoek, onderdeel van Wageningen University & Research.

BU of afdeling

- Business Units en afdelingen presenteren zichzelf als onderdeel van WUR
- Wageningen University & Research, Facilitair Bedrijf introduceert Windows 10 (of iets anders).

Merkgebruik op de cover van uitingen

Wageningen University & Research is altijd de afzender. Een research-instituut is een onderdeel van WUR en mag volgens het merkenbeleid alleen in in zinsverband vermeld worden op de cover en niet als losstaande naam.



Voorbeelden:



FOUT De naam van het research-instituut mag niet los gebruikt worden op de cover. Dit lijkt nu een afzender, maar de afzender is Wageningen University & Research.



GOED Livestock research is een werkveld en geen naam van een research-instituut van Wageningen. Wageningen University & Research is hier de afzender.



FOUT De naam van het research-instituut mag niet los gebruikt worden op de cover. Dit lijkt nu een afzender, maar de afzender is Wageningen University & Research.



GOED De naam van het research-instituut staat in zinsverband. Wageningen University & Research is hier de afzender.

Richtlijnen voor merkgebruik in wetenschappelijke publicaties

In wetenschappelijke publicaties van een research-instituut moet altijd de merknaam Wageningen University & Research worden gebruikt, in combinatie met de domeinaanduiding van het instituut. In wetenschappelijke publicaties van de universiteit moet de merknaam Wageningen University & Research worden gebruikt in combinatie met de naam van de leerstoel-groep. Een juist merkgebruik in wetenschappelijke publicaties is van groot belang voor de vindbaarheid van onze wetenschappelijke output in belangrijke internationale citatie-databases en daarmee ook de positie in belangrijke universiteits-rankings.

Richtlijnen voor gebruik merknaam in juridische documenten

De naamgeving van onderdelen in juridische documenten zoals contracten wijkt op een aantal punten af van de richtlijnen voor het merkgebruik. Dat komt doordat de juridische structuur van de organisatie en de merkstructuur niet dezelfde zijn. Wageningen University & Research is een samenwerkingsverband van twee juridische entiteiten en kan als niet-juridische entiteit geen contracten afsluiten. Wel kunnen contracten worden afgesloten (gezamenlijk of alleen) door de achterliggende rechspersonen: Stichting Wageningen Research (KvK-nummer 09098104) en Wageningen University (KvK-nummer 09215846). Wanneer Stichting Wageningen Research en Wageningen University als twee rechspersonen gezamenlijk een contract aangaan dan kan Wageningen University & Research naar voren worden.

gehaald door onder Wageningen University/Stichting Wageningen Research op te nemen: gezamenlijk hierna te noemen: Wageningen University & Research.

Taalbeleid

WUR streeft een consistent taalbeleid na. De organisatie communiceert tweetalig: in het Nederlands én in het Engels (Brits-Engels/UK). Zo worden de nationale en internationale doelgroepen bereikt en kunnen zowel Nederlandstalige als internationale medewerkers en studenten volledig deelnemen in de communicatie. Wanneer er op een communicatiedrager maar ruimte is voor één taal, dan gebruiken we Engels.

Richtlijnen voor gebruik Boilerplate

Wij gebruiken een zogenaamde boilerplate op verschillende documenten zoals persberichten en brochures. De boilerplate geeft in het kort algemene informatie over de organisatie zodat de context van een publicatie altijd duidelijk is zonder dat deze steeds aan de tekst van een document hoeft te worden toegevoegd.

De tekst van de boilerplate is:

Nederlands

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun

krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.500 medewerkers (5.500 fte) en 12.500 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

Engels

The mission of Wageningen University & Research is "To explore the potential of nature to improve the quality of life". Under the banner Wageningen University & Research, Wageningen University and the specialised research institutes of the Wageningen Research Foundation have joined forces in contributing to finding solutions to important questions in the domain of healthy food and living environment. With its roughly 30 branches, 6,500 employees (5,500 fte) and 12,500 students, Wageningen University & Research is one of the leading organisations in its domain. The unique Wageningen approach lies in its integrated approach to issues and the collaboration between different disciplines.

Richtlijnen voor telefoonbeantwoording

De keuze voor een monolithisch merkenbeleid komt ook tot uitdrukking in de wijze waarop we de telefoon opnemen. Een monolithisch merkenbeleid is de keuze voor één merk met één logo. Dat betekent dat we het merk Wageningen University in principe altijd noemen.

Uitzondering vormen de Wageningen Research-instituten, daar volstaat de volledige naam van het instituut inclusief de toevoeging van 'Wageningen' en datzelfde geldt voor Wageningen Academy. Bij de beantwoording van de telefoon wordt de merknaam Wageningen University & Research altijd eerst genoemd. In de praktijk ziet dit er als volgt uit:
Universiteit

- Goedemorgen, Wageningen University & Research met de leerstoelgroep Biochemie
- Goedemorgen, Wageningen University & Research met de opleiding Economie en Beleid
- Goedemorgen, Wageningen University & Research met het onderwijsinstituut

Instituut

- Goedemorgen, Wageningen Economic Research, u spreekt met de afdeling Communicatie
- Goedemorgen, Wageningen Plant Research, u spreekt met de receptie Stafafdeling/FB
- Goedemorgen, Wageningen University & Research u spreekt met de afdeling Corporate Value Creation
- Goedemorgen, Wageningen University & Research u spreekt met het Facilitair Bedrijf afdeling Inkoop
- Kleinere WOT-eenheden
- Goedemorgen, Wageningen University & Research u spreekt met de WOT Natuur en Milieu

NB Ook de op de telefoon ingesproken voicemailtekst dient de juiste organisatienaam te bevatten. Stel deze op de juiste manier in. Door het instellen van voicemail wordt tevens bijgedragen aan de wensen van de organisatie t.a.v. het bereikbaar zijn van de medewerkers.

Richtlijnen voor het gebruik van e-mailonderschrift

De huisstijl van Wageningen University & Research is van toepassing het e-mailonderschrift. Deze kan met onderstaande handleiding dusdanig worden ingesteld dat deze automatisch onder iedere e-mail wordt geplaatst.

Het e-mailonderschrift wordt opgemaakt in lettertype Verdana, standaard (regular) lettergrootte 10 in zwart. Het onderschrift bevat een aantal vaste en een aantal optionele onderdelen en kan in het Nederlands of in het Engels worden opgesteld.

- (titel) Voornaam en achternaam
- Functie
- Optioneel: aanwezigheidsinformatie
- Merknaam Wageningen University & Research of voor een Wageningen Research-instituut de naam van het instituut
- Afdeling of onderdeel: bv. leerstoelgroep, opleiding, OWI, stafafdeling etc.
- Postbus, postcode, plaatsnaam (en landsnaam)
- Optioneel: Bezoekadres, postcode, plaatsnaam
- Telefoonnummer
- E-mail
- URL
- Optioneel: extra URL
- Optioneel: KvK-nummer (verplicht voor medewerkers van onderdelen ingeschreven bij de KvK).
- www.disclaimer-nl.wur.nl (voor het Nederlandstalige onderschrift), of www.disclaimer-uk.wur.nl (voor het Engelstalige onderschrift).

Voorbeeld

Voornaam Achternaam, functie
Aanwezig: maandag t/m donderdag
Wageningen Plant Research
Afdeling ..
Postadres
Bezoekadres
Telefoonnummer
Url
KvK: Wageningen Plant Research is gevestigd in Wageningen en geregistreerd bij de Kamer van Koophandel onder nummer ...

Of
Voornaam Achternaam, functie
Aanwezig: maandag t/m donderdag
Wageningen University & Research
Leerstoelgroep Biochemie
Postadres
Bezoekadres
Telefoonnummer
Url
KvK: Wageningen University is gevestigd in Wageningen en geregistreerd bij de Kamer van Koophandel onder nummer ... www.disclaimer-nl.wur.nl

Maken van het e-mailonderschrift (Office 2016)

- Stap 1: Klik in het hoofdvenster van Microsoft Outlook op het menu Bestand klik dan op Opties, E-mail

- Stap 2: Ga naar de derde tekst van boven met de naam Handtekeningen voor berichten maken of wijzigen, en klik op Handtekeningen
- Stap 3: kies voor Nieuw
- Stap 4: Vul in het scherm wat zich opent jouw eigen naam, kies OK
- Stap 5: In het vak Handtekening bewerken gebruik je voor je e-mail onderschrift/handtekening. Zet het lettertype in Verdana 10

Richtlijnen voor aanmelding congressen

Wageningen University & Research heeft gekozen voor een monolithisch merkenbeleid, één merk en één logo. Wanneer je je aanmeldt voor een (wetenschappelijk) congres of andere bijeenkomst, seminar of cursus is het merkenbeleid leidend voor de wijze waarop je dit doet. Op veel congressen zijn meerdere wetenschappers van Wageningen University & Research aanwezig, vaak van verschillende onderdelen. De praktijk leert dat de wijze waarop men zich aanmeldt verschilt. Voor de buitenstaander is dan niet meer herkenbaar dat deze wetenschappers afkomstig zijn van dezelfde organisatie. Daarom moet een aanmelding voor een congres altijd vanuit Wageningen University & Research zijn, ook wanneer je werkt voor een van de research-instituten. Wanneer er ruimte is kun je de naam van het instituut toevoegen of je expertise. Wanneer dat niet het geval is meld je je alleen aan met je eigen naam en de merknaam Wageningen University & Research.

Richtlijnen visitekaartjes

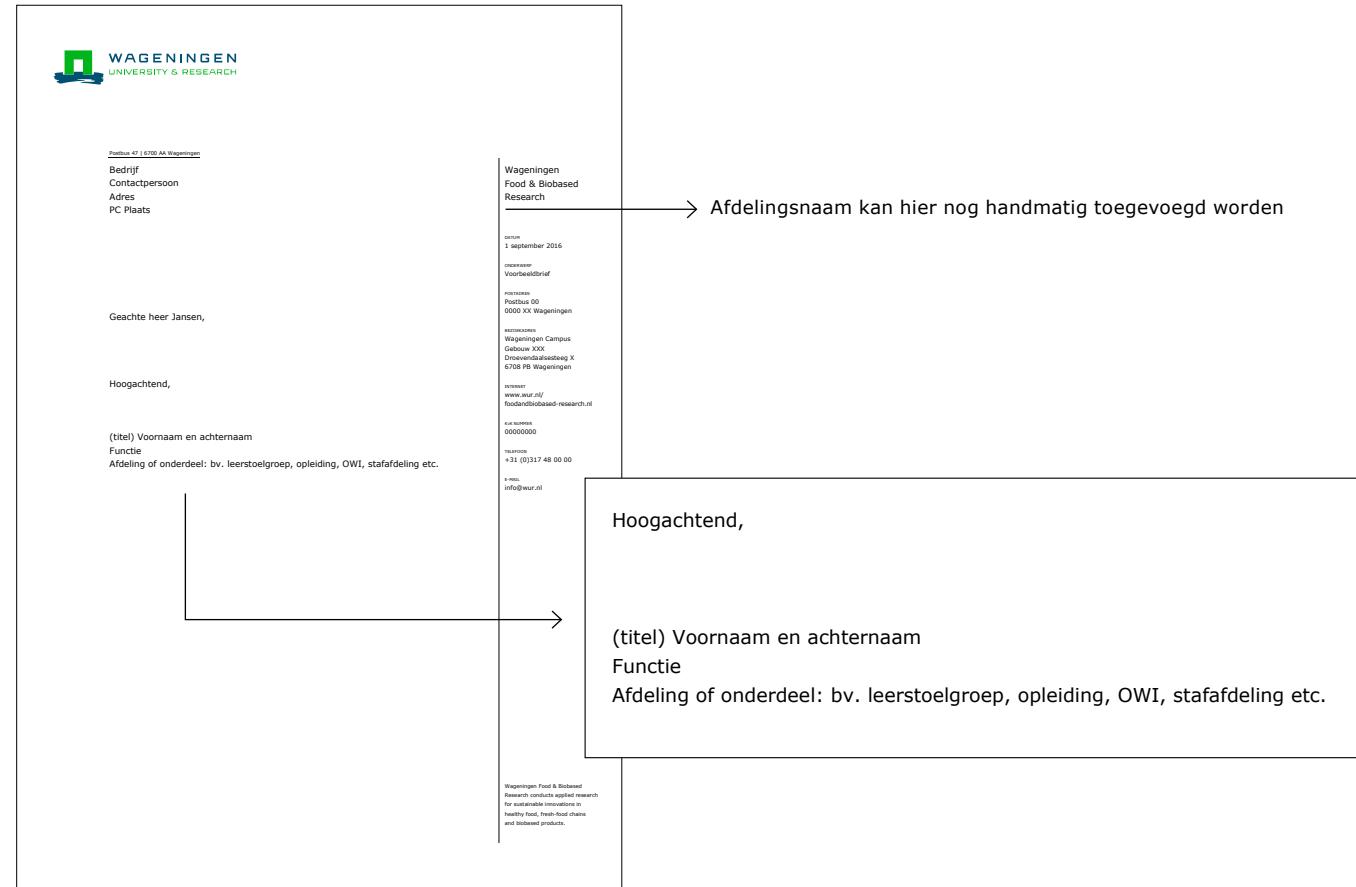
De huisstijl van Wageningen University & Research is van toepassing op de visitekaartjes. Visitekaartjes kunnen volgens onderstaand voorbeeld worden ingevuld in de brandportal.



Visitekaartjes die afwijken van de standaardopmaak, en niet via het bestelsysteem gegenereerd kunnen worden, kunnen worden besteld via traffic@wur.nl.

Richtlijnen voor briefondertekening

De huisstijl van Wageningen University & Research is van toepassing op de ondertekening van brieven. Brieven kunnen volgens voorbeeld hiernaast worden ondertekend.



Richtlijnen voor gebruik van afkortingen

De Wageningse cultuur en de cultuur van de meeste universiteiten en kennisinstellingen is een cultuur van afkortingen. Zodra een nieuwe naam wordt gekozen is de eerste vraag wat de afkorting wordt. Natuurlijk zijn afkortingen nodig op een aantal plekken, maar gebruik van afkortingen is niet altijd nodig en creëert ook een interne cultuur die buitenstaanders uit sluit. Dit is precies wat we niet willen als we streven naar een betere positie op de markt. Het is dan ook de bedoeling om in de nieuwe merkenstructuur met beleid om te gaan met afkortingen, alleen daar waar het nodig is en waar het voor alle betrokkenen duidelijk is waar de afkortingen voor staan. Voor de merknaam Wageningen University & Research mag de afkorting WUR worden gebruikt als eerst de gehele naam is uitgeschreven, ook kan op dezelfde wijze worden verwezen naar 'Wageningen' als Wageningen University & Research wordt bedoeld..

Op welke plekken wel:

Zonder uitputtend te zijn, zijn er verschillende toepassingen aan te wijzen waar gebruik van afkortingen wel voor de hand ligt:

- *Subsidiaanvragen en contracten*

In documenten als EU aanvragen en contracten die vele pagina's tellen en waarin namen van onderdelen heel vaak genoemd worden mogen deze worden afgekort nadat eerst de juridisch correcte en volledige naam is genoemd.

- *Interne systemen en databases*

Wageningen University & Research kent vele interne

systemen en databases waarin onderdelen worden genoemd, deze kennen alle verschillende randvoorwaarden voor weergave van namen van onderdelen. Afkortingen zijn hierin toegestaan zolang binnen de context waarin deze afkortingen worden gebruikt steeds duidelijk blijft voor alle gebruikers waar de afkortingen voor staan. Het is door de verschillende randvoorwaarden van deze systemen niet mogelijk om hier één standaard voor te kiezen.

- *Social media*

Social media kennen beperkingen voor het aantal te gebruiken lettertekens in account- en profielnamen, bij Twitter is dit het sterkst. Kijk op [intranet](#) welke keuzes we hebben gemaakt om zo herkenbaar mogelijk te zijn in social media.

Voorkeursafkortingen instituten

Zoals aangegeven is de keuze van een afkorting grotendeels afhankelijk van de context: wat is de doelgroep, hoe zorg je voor begrijpelijkheid voor de doelgroep, welke beperkingen worden opgelegd door het medium. Afkortingen voor de instituten liggen grotendeels voor de hand, voor Environmental Research en Economic Research is een extra letter nodig in de afkorting om deze instituten niet met elkaar te verwarren:

Wageningen Plant Research - WPR

Wageningen Livestock Research - WLR

Wageningen Food & Biobased Research - WFBR

Wageningen Environmental Research - WENR

Wageningen Economic Research - WECR

Wageningen Bioveterinary Research - WBVR

Wageningen Marine Research - WMR

Wageningen Food Safety Research - WFSR

Wageningen Centre for Development Innovation - WCDI

Het is niet de bedoeling om de domeinaanduidingen van de instituten te gebruiken los van het woord Wageningen. Hiervoor is expliciet gekozen in de concernraad.

Afkorting juridische entiteiten

Net als voor de merknaam en de aanduidingen van instituten geldt ook voor de juridische entiteiten dat afkortingen zo min mogelijk moeten worden gebruikt. Daar waar het om bovengenoemde redenen niet anders kan of praktisch heel wenselijk is wordt de universiteit afgekort tot WU en Stichting Wageningen Research tot WR.

Richtlijnen voor gebruik van organisatorische benamingen

De RvB heeft de volgende schrijfwijze van organisatorische benamingen van Wageningen University & Research vastgesteld, te gebruiken in officiële correspondentie.

Indien de benaming aan het begin van een zin staat is de eerste letter uiteraard wel met een hoofdletter.

Nederlands voluit	afkorting
raad van toezicht	RvT
raad van bestuur	RvB
college van bestuur	CvB
concernraad	CR
algemeen directeur	AD
directeur bedrijfsvoering	—
corporate directeur	—
directeur	—
manager	—
kenniseenheid	KE
leerstoelgroep	—
onderzoekschool	—
college voor promoties	—
onderzoeksinstiutuut	—
business unit	—
stuurgroep	—
centrale ondernemingsraad	COR
gemeenschappelijke vergadering	GV
studentenraad	SR

Engels voluit	afkorting
Supervisory Board	SB
Executive Board	EB
Executive Board	EB
Board of Directors	BoD
Managing Director	MD
Director Operations	—
Corporate Director	—
Director	—
Manager	—
Sciences Group	SG
Chair Group	—
Graduate School	—
Academic Board	—
Research Institute	—
Business Unit	BU
Steering Committee	—
Works Council	—
Student Staff Council	SSC
Student Council	SC

Richtlijnen voor het gebruik van titulatuur

In dit document worden richtlijnen gegeven voor gebruik van academische en hbo-titulatuur in het Nederlands en in het Engels voor en na de invoering van de BAMA structuur.

In het Nederlands

Door de invoering van het BAMA (kort voor Bachelor Master) systeem – bedoeld om het onderwijs in verschillende landen beter op elkaar aan te laten sluiten – hebben we te maken met twee soorten titels die beide worden gebruikt: de oorspronkelijke academische en hbo-titulatuur en de nieuwe titulatuur volgens het BAMA-systeem. Welke titel wordt gebruikt is afhankelijk van het moment waarop men is afgestudeerd.

Oorspronkelijke academische titulatuur

Er zijn verschillende academische graden, de meest voorkomende zijn: doctorandus (drs.), meester (mr.), ingenieur (ir.) doctor (dr.) waarbij:

- dr. en mr. gaan voor ir. en drs.
- dr. gaat voor mr. behalve bij een ‘meester’ in de rechten die gepromoveerd is in de juridische facultet dan is de volgorde mr. voor dr.
- ir. gaat voor drs.

Een geslachtsaanduiding (voor vrouwen) vóór de titulatuur is niet gebruikelijk.

In Nederland wordt de titel drs. niet genoemd als de persoon ook de titel dr. bezit.

Professor is geen academische graad, maar een universitaire ambtelijke titel en gaat voor alle academische titels.

Een professor die met emeritaat is mag de functieaanduiding prof. blijven gebruiken en hij mag het bijvoeglijk naamwoord emeritus aan zijn functietitel toevoegen. De afkorting em. staat altijd vóór prof.

In het Nederlands is het gebruikelijk dat alle titels worden genoemd (maar niet dr. én drs.), dit is echter niet verplicht. Men kan er voor kiezen alleen de hoogste titel te gebruiken.

Academische titulatuur volgens het BAMA systeem

Voor studenten aan de universiteit worden na invoering van het BAMA-systeem na afronding van de BSc-opleiding de titels Bachelor of Science (BSc) of Bachelor of Arts (BA) gebruikt, afhankelijk van de opleiding.

Na afronding van de masteropleiding gelden de titels Master of Arts (MA) of Master of Science (MSc). Officieel mogen deze titels worden geplaatst zowel met als zonder met een komma na de naam. Wij adviseren om geen komma te gebruiken, omdat dit steeds couranter begint te worden.

Het is voor Nederlands gebruik niet de bedoeling dat titels van voor 2002 automatisch in BAMA-titels worden omgezet.

Oorspronkelijke hbo-titulatuur

In 1986 is titulatuur in het hele hoger beroepsonderwijs ingevoerd. Tot die tijd bestond alleen de titel ing., verbonden aan technische en landbouwkundige studierichtingen. Vanaf dat moment konden alle hbo-bachelors na 4 jaar baccalaureus de titel bc. voeren, eventueel gevuld door het vakgebied. De titel ing. bleef de geldende titel voor de technische en landbouwkundige studierichtingen.

De ing. titel kan worden gecombineerd met academische titels als drs. en mr. De ing. titel volgt dan op de academische titels. De ing. titel wordt echter vaak weggelaten wanneer er ook sprake is van een ir. titel.

Hbo-titulatuur volgens het BAMA-systeem hbo-afgestudeerden mogen sinds 2009 de graad 'Bachelor' (B) gebruiken. Voor sommige opleidingen geldt de titel 'Bachelor of Applied Sciences' (BASc) of 'Bachelor of Applied Arts' (BAA). De toevoeging 'Applied Sciences' mag alleen worden gebruikt door afgestudeerden aan techniek- en economieopleidingen.

Deze titels worden geplaatst na de naam. Net als bij de academische BAMA-titels adviseren wij om ze zonder komma te plaatsen.

In het Engels

In de Engelstalige wereld is men niet erg gehecht aan titulatuur, zeker minder dan in Nederland. In het Engels zijn de twee meest bekende titels: Professor en Doctor. Professor wordt afgekort geschreven als Prof. en Doctor

wordt afgekort geschreven als Dr (zonder punt). De achterliggende regel is dat als de afkorting niet eindigt met de laatste letter van het woord, de afkorting wordt afgesloten met een punt.

Het is in het Engels gangbaar om slechts één titel te gebruiken: de hoogste titel. Nederlandse academische auteurs noteren vaak conform Nederlands gebruik alle titels. Engelstalige lezers vinden dit vreemd en ongebruikelijk.

Dr in het Engels mag ook vervangen worden door PhD achter de naam (met een komma achter de naam). PhD, en ook MSc en BSc, worden zonder punt achter de naam geschreven. De regel van de hoogste titel blijft ook hier van toepassing.

Wetenschappers die zich presenteren buiten Nederland mogen een Engelstalige titel gebruiken. Wanneer ze zijn afgestudeerd voor 2002 mogen ze daarvoor de corresponderende titel uit de BAMA-structuur gebruiken.

Wie toch kiest voor gebruik van de Nederlandse titels (zoals ir., drs., mr.) in Engelse documenten, moet deze titels in cursief vóór de naam schrijven. De cursieve schrijfwijze geeft aan dat er sprake is van een woord of afkorting in een vreemde taal. De correcte schrijfwijze is dus ir. J.M. Smit.

Een geslachtsaanduiding zoals Mrs gebruikt wordt niet gebruikt in combinatie met academische titulatuur.

Andere titels

Andere titels die veel voorkomen zijn bij voorbeeld: RA voor de registeraccountant, RC voor de registercontroller. Deze titels worden gebruikt na de naam.

Voorbeelden

Oorspronkelijke academische titulatuur:

titel schrijfwijze

drs. drs. J. Jansen

drs. en dr. dr. J. Jansen

dr. en mr. dr.mr. J. Jansen of mr. dr. Jansen
(bij gepromoveerde jurist)

ir. ir. J. Jansen

ir en drs. ir.drs. J. Jansen

ir. en dr. dr.ir. J. Jansen

prof. prof. J. Jansen

em.prof em.prof. J. Jansen

Academische titulatuur volgens BAMA-systeem

titel schrijfwijze

BSc J. Jansen BSc

BA J. Jansen BA

MSc J. Jansen MSc

MA J. Jansen MA

MSc en MA J. Jansen MSc, MA

Oorspronkelijke hbo-titulatuur

titel schrijfwijze

ing. ing. J. Jansen

bc. bc. J. Jansen

ing. en drs. drs.ing. J. Jansen

ing. en ir. ir. J. Jansen

hbo-titulatuur volgens BAMA-systeem

titel schrijfwijze

B J. Jansen, B

BASc J. Jansen, BASc

BAA J. Jansen, BAA

BASc en BAA J. Jansen, BASc, BAA Overige titels

titel schrijfwijze

RA J. Jansen RA

RC J. Jansen RC

NB Titels hoeven niet vertaald te worden, men kan ook kiezen voor de Nederlandse titulatuur als boven beschreven cursief gedrukt.

In het Engels

titel schrijfwijze

prof. prof. J. Jansen

prof.dr prof. J. Jansen of prof.dr J. Jansen

prof.dr ir. prof. J. Jansen of prof.dr J. Jansen of prof.dr ir. J. Jansen

Uitleg afbrekingen titulatuur in het Engels

prof.dr ir. J. Jansen

prof. Met punt, omdat de afkorting niet eindigt met de laatste letter van het woord.

dr. Zonder punt, omdat de afkorting eindigt met de laatste letter van het woord.

ir. Cursief met punt, omdat het een Nederlandse titel is (cursief) en deze afgebroken wordt volgens de Nederlandse taal (punt). Geldt voor elke vreemde taal.

Titulatuur en functies van de RvB

NL: **Prof.dr.ir. Louise O. Fresco** Voorzitter Raad van Bestuur Wageningen University & Research

ENG: **Prof.dr ir. Louise O. Fresco** President Executive Board of Wageningen University & Research

NL: **Prof.dr.ir. Arthur P.J. Mol** Rector Magnificus van Wageningen University and Vicevoorzitter Raad van Bestuur Wageningen University & Research

ENG: **Prof.dr ir. Arthur P.J. Mol** Rector Magnificus of Wageningen University and Vice-President Executive Board of Wageningen University & Research

NL: **Rens L.A.C. Buchwaldt, MBA** Lid Raad van Bestuur Wageningen University & Research

ENG: **Rens L.A.C. Buchwaldt, MBA** Member Executive Board of Wageningen University & Research



Bouwstenen huisstijl

[Logo](#)

[Do's & Don'ts](#)

[Kleur](#)

[Colour sets](#) | [Artwork Colour Set](#)

[Typografie](#)

[Do's & Don'ts](#)

[Vlakverdeling](#) |

[Logoveld](#) | [Covers](#) | [Stramien A4](#) | [Stramien A5](#)

[Beeld](#) |

[Do's & Don'ts](#) | [Logo's](#) | [Infographics](#) | [Pictogrammen](#) |

[Organogrammen](#) | [Grafieken](#) | [Tabellen](#)

[Film en animatie](#)

[Afzenderschap](#)



Logo

Logo

Het logo van Wageningen University & Research bestaat uit een vaste combinatie van een beeldmerk en een woordmerk en is gedefinieerd in naam- en vormgeving:

- Het beeldmerk heeft een vaste positie t.o.v. het woordmerk.
- Het beeldmerk mag nooit zonder woordmerk worden toegepast. Voor iconen bij social media en apps geldt een uitzondering.
- Het is niet toegestaan om een eigen naam toe te voegen aan het beeldmerk.

Logovarianten

Naast het standard-logo van Wageningen University & Research zijn er nog drie andere varianten: de stacked-, double-stacked en de mobile-versie. Het standard-logo is het logo dat de voorkeur heeft. Is dit niet goed leesbaar op een uiting of een site, dan kan er voor een van de secondary-logo's gekozen worden. De mobile-versie is alleen voor mobile devices.

Standard-logo's zijn te downloaden, ook voor externen zonder inlog, op: www.brandportal.wur.nl (oranje button). Secondary-logo's op te vragen bij huisstijl@wur.nl.

Beeldmerk

Het oorspronkelijke concept van ons beeldmerk is:

- teken voor huis (twee wanden + dak),
- symbol voor leefbare plek op aarde en voor de relatie tussen de mens en zijn omgeving.

Het beeldmerk is daarmee gekoppeld aan onze missie: 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Het begrip huis kan staan voor het complex van verbindingen en verhoudingen tussen de mens en zijn omgeving.

Merkenbeleid

- Het merk moet in alle uitingen zichtbaar zijn.
- De eerste keer dat het merk Wageningen University & Research wordt genoemd in publicaties wordt de volgende schrijfwijze gebruikt: Wageningen University & Research.
- Na de eerste vermelding mag het merk in publicaties afgekort worden tot *WUR* of mag er gebruik gemaakt worden van het synoniem *Wageningen*.

Project- en afdelingslogo's

Binnen het merkenbeleid is het niet toegestaan eigen project- of afdelingslogo's te gebruiken.

Beeldmerk



Woordmerk

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Standard-logo



Secondary-logo's



Stacked



Double-stacked



Mobile (alleen voor mobile devices)

Toepassing kleurvarianten

Alle logo's zijn in drie kleurvarianten beschikbaar: full colour, zwart en wit. Het full colour-logo wordt uitsluitend toegepast op een witte achtergrond. Het witte logo kan worden toegepast op een kleurvlak of een foto. Het zwarte logo kan worden toegepast op een wit vlak, een kleurvlak of een foto. Voor toepassing op kleurvlakken en foto's geldt: voldoende contrast.

Full colour-logo

Mag uitsluitend op een witte achtergrond geplaatst worden. Bij een gekleurde achtergrond of een foto het witte of zwarte logo gebruiken.



Witte en zwarte logo

Het witte en zwarte logo zijn een outline. Dit mag niet het ingekleurde full colour-logo zijn. Het witte en zwarte logo hebben ook niet de inkepingen aan beide zijden van het poortje bij het blauw zoals het full colour-logo.



Beeldmerk altijd mét woordmerk

Voor iconen in social media en apps geldt een uitzondering (richtlijn in ontwikkeling).



Vaste logobelijning

Het beeldmerk heeft een vaste positie t.o.v. het woordmerk.



Alleen officiële woordmerken

Het is niet toegestaan om een eigen naam of de naam van een onderdeel toe te voegen aan het beeldmerk.



Kleur

Wageningen University & Research heeft binnen haar huisstijl gekozen voor een compacte kleurenreeks en een specifieke toepassing daarvan, waardoor de huisstijl een onderscheidend karakter heeft.

De WUR-kleuren

- basisset: vijf hoofdkleuren en drie accentkleuren
- voor coated en uncoated materialen gelden dezelfde specificaties

Basisafspraken

Dekking

De kleuren mogen alleen vol, egaal en dekkend toegepast worden. Tinten zijn alleen toegestaan waar dat functioneel is, zoals bij tabellen en illustraties.

Hoofdkleuren

De hoofdkleuren kunnen worden gebruikt voor alle lay-out-elementen.

Accentkleuren

De accentkleuren kunnen worden gebruikt voor kleine kleuraccenten zoals korte teksten, speciale typografische tekens, kleine achtergrondvlakken, lijnen, tabellen en pictogrammen.

Zwart

Zwart wordt gebruikt voor tekst en lijnen en nooit voor achtergrondvlakken.

Kleuren in illustraties

Het kleurpalet voor illustraties heeft een extra kleur rood. Deze is bedoeld voor functionele illustraties zoals figuren, infographics, pictogrammen, data visualisaties, organogrammen en kaarten. Voor overige illustratiesoorten, zoals redactionele of campagne-illustraties, is de kleurkeuze vrij en vervalt het onderscheid tussen hoofd- en accentkleuren. Het gebruik van tinten is in illustraties toegestaan. Kleurverlopen zijn toegestaan in infographics, datavisualisaties en kaarten (uitsluitend functioneel gebruiken).

Web- en beeldschermkleuren

Een van de uitgangspunten bij het visueel ontwerp voor digitale middelen is een optimale leesbaarheid en contrastwerking. Daarom zijn er voor het beeldschermgebruik een paar extra kleurvarianten toegevoegd. Kleurvlakken in digitale middelen mogen bij uitzondering, wel transparant worden toegepast. Bij deze middelen kan dat functioneel zijn om bijvoorbeeld meer dieptewerking te krijgen. Wit wordt ook hier niet transparant toegepast.

Volle, egaal dekkende kleurtoepassing

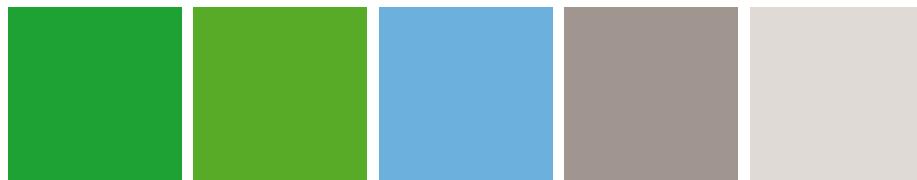


Transparante kleurtoepassing



Basic Colour Set | *Text, text boxes, background, lines (offset, print, lacquer, film)*

Hoofdkleuren



PMS 361	PMS 368	PMS 284	PMS 6	Warm Grey 2
CMYK 80/0/98/0	CMYK 70/0/100/0	CMYK 59/17/0/0	CMYK 14/19/21/38	CMYK 6/7/9/11
RGB 52/178/51	RGB 105/190/40	RGB 106/173/228	RGB 165/157/149	RGB 213/210/202
HTML #34B233	HTML #69BE28	HTML #6AADE4	3M 100-453	HTML #A59D95
3M 100-719			Avery 285	HTML #D5D2CA
Avery 956			3M 100-706	3M 100-11
RAL 6018			RAL 5012	Avery 404
				Avery 428
				RAL 7030
				RAL 9002

Accentkleuren



PMS 151	PMS 2945	PMS 3025
CMYK 0/64/100/0	CMYK 100/60/0/0	CMYK 100/27/10/56
RGB 255/121/0	RGB 0/84/159	RGB 0/81/114
HTML #FF7900	HTML #00549F	HTML #005172
3M 100-717	3M 100-002	3M 100-003
Avery 151	Avery 956	Avery 943
RAL 2003	RAL 5005	RAL 5009

Overig



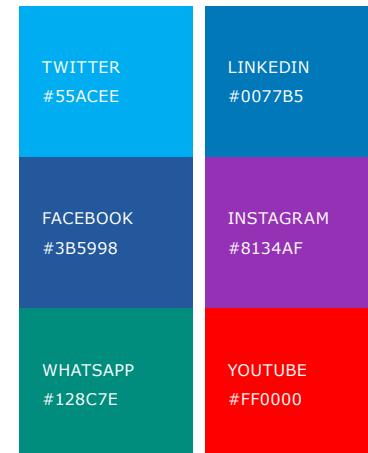
Wit	Zwart
CMYK 0/0/0/0	CMYK 0/0/0/100
RGB 255/255/255	RGB 0/0/0
HTML #FFFFFF	HTML #000000

Web colour set | *Text, text boxes, background, lines*

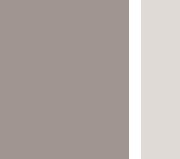
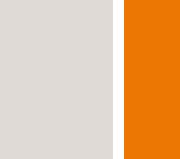
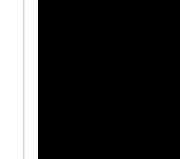
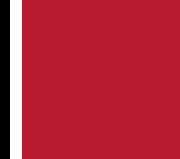
Hoofdkleuren

Kleurcode (hex)	Mag gecombineerd worden met				
34B233					
007C00					
22671B					
6AADE4					
306EA1					
015172					
FF9933					
ED7301					
FFFFFF					
EEEDE6					
DEDCCF					
333333					
000000					

Overig



Artwork Colour Set | *Charts, data visualisations, figures, icons, infographics, maps (offline and online)*

Hoofdkleuren		Accentkleuren								Overig		Illustratiekleur				
									PMS 361	PMS 368	PMS 284	PMS 2945	PMS 3025	Wit	Zwart	PMS 1805
CMYK 80/0/98/0	CMYK 70/0/100/0	CMYK 59/17/0/0	PMS 6	Warm Grey 2	PMS 151	CMYK 0/64/100/0	CMYK 100/60/0/0	CMYK 100/27/10/56	CMYK 0/0/0/0	CMYK 0/0/0/100	CMYK 0/0/0/10	RGB 5/96/76/22	RGB 170/39/47	HTML #AA272F		
RGB 52/178/51	RGB 105/190/40	RGB 106/173/228	CMYK 14/19/21/38	CMYK 6/7/9/11	RGB 255/121/0	RGB 0/84/159	RGB 0/81/114	RGB 255/255/255	RGB 0/0/0	RGB 0/0/0	RGB 0/0/0	HTML #AA272F	HTML #AA272F	HTML #AA272F		
HTML #34B233	HTML #69BE28	HTML #6AADE4	RGB 165/157/149	RGB 213/210/202	HTML #FF7900	HTML #00549F	HTML #005172	HTML #000000	HTML FFFFFF	HTML #FFFFFF	HTML #000000	HTML #AA272F	HTML #AA272F	HTML #AA272F		
3M 100-719		3M 100-453	HTML #A59D95	HTML #D5D2CA	3M 100-717	3M 100-002	3M 100-003									
Avery 956		Avery 285	3M 100-706	3M 100-11	Avery 151	Avery 956	Avery 943									
RAL 6018		RAL 5012	Avery 404	Avery 428	RAL 2003	RAL 5005	RAL 5009									
			RAL 7030	RAL 9002												

Artwork Tint values | *Use restricted*



Typografie

Typografie is een belangrijk element in de visuele identiteit.

Een juist gebruik van typografie zorgt voor helderheid, leesbaarheid en een krachtige visuele uitstraling.

Lettertypen

Algemeen gebruik

- Verdana
- Georgia: aanvullend: quotes, testimonials en streamers

Specialistisch gebruik

- Palatino: aanvullende letter boektypografie
- Sun: aanvullende letter alleen voor arbeidsmarktadvertenties

Verdana

Verdana is de basisletter.

Georgia

De Georgia cursief normaal is voor quotes, streamers en figuren als aanvullende letter geselecteerd. Deze gebruiken we niet voor platte tekst of koppen.

Palatino

De Palatino is voor binnenwerk van oratieboekjes en als ondersteunende letter in boeken.

Sun

In de (arbeidsmarkt)advertenties voor de landelijke dagbladen wordt een smallere schreefloze kopletter gebruikt, passend bij de uitstraling van de Verdana.

Zetwijze

De stijl van Wageningen is krachtig en duidelijk. Dat geldt ook voor de lettertypen en typografie.

Regular

In de Wageningen-huisstijl wordt tekst zoveel mogelijk in Regular gezet. Bold wordt gebruikt als tussenkop of ter accentuering van platte tekst.

Linkslijnend

Teksten linkslijnend, en niet gecentreerd, uitgevuld of rechtslijnend.

Normaal spatiëren

Niet versmallen/verbreden of op andere wijze vervormen.

Leesbaar

Binnen de huisstijl moet een lettergrootte en regelafstand altijd in evenwicht zijn met voldoende contrast.

Corpsgroottes

In onze huisstijl is de standaard zetwijze voor platte tekst Verdana regular 8,5 pt met interlinie 13 pt. De corpsgrootte van de koppen is vrij.

Kleurgebruik in teksten

Voor broodteksten heeft zwart de voorkeur. Koppen en accenten kun je in kleur toepassen.

Lettertypen

Verdana

Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP-pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234
567890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=

Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP-pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234
567890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=

Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmN-nOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYy
Zz1234567890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=**

Bold italic

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmN-nOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYy
Zz1234567890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=**

Palatino

Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP-pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz1234567
890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=

Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqR-rSsTtUuVvWwXxYyZz1234567890
!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=

Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP-pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz123
4567890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=**

Bold italic

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP-pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz123
4567890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=**

Georgia

Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP-pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz123456
7890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=

Sun

Bold condensed

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuV-vWwXxYyZz1234567890!?!@£\$%&()/\{.,,:""~+--=

Let op! Gebruik van het lettertype Sun is alleen toegestaan voor de arbeidsmarktadvertenties.



Zetwijze

Hoofdkop

- ✓ Kop Verdana Regular
- ✗ **Kop Verdana Bold**
- ✗ KOP VERDANA REGULAR
- ✗ Kop Georgia

Tussenkop

- ✓ Kop Verdana Regular
- ✓ **Kop Verdana Bold**
- ✗ KOP VERDANA REGULAR
- ✗ Kop Georgia

Platte tekst

- ✓ Verdana regular dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor.
- ✗ **Verdana bold pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo,**
- ✗ KAPITALEN LOREM ANTE, DAPIBUS IN, VIVERRA QUIS, FEUGIAT A, TELLUS. PHASELLUS VIVERRA.

Uitlijning

- ✓ Linkslijnend dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur mus.
- ✗ Rechtslijnend dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur mus.
- ✗ Gecentreerd dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur mus.
- ✗ Uitgevuld dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur mus.
- ✗ Sterk uitgespatieerd dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur mus.

Kleurgebruik koppen

- Zwart ipide ipide niendar
- Groen 361 ipide niendar
- Groen 368 ipide niendar
- Blaauw 284 ipide niendar
- Warm Grijs 6 ipide niendar
- Warm Grijs 2 ipide niendar
- Oranje 151 ipide niendar
- Blaauw 2945 ipide niendar
- Blaauw 3025 ipide niendar

Cullesto eium fugitisitisi se nam rem ut volut et renimodic te non reculpa ipitia natur. Vent di cum quasi temperiorio tempori busandero conse.

Lorestoirest am evendae

Cullesto eium fugitisitisi se nam rem ut volut et renimodic te non reculpa ipitia natur? Iberit harumquodi nobisquo dolorem porrovit essus et entis a dollam libus apiscim dolorrum ne reperro et endae esequo commo ipsumet voluptu sandaeerum quas atumqui occuscilit, atur?

Pudit expero

Vent di cum quasi temperiorio tempori busandero conse de optatem oluptaest explaccae labore, qui que dit odi destrumquam qui apiet milla de volo est volectem venimus ipsamus aperumquiam que nullupat quatenia cuscieniet untem sit quam lat debit voluptis am rehent, net pratur? Quiat fuga.

Vlakverdeling

De standaard communicatiemiddelen van Wageningen University & Research worden consequent opgebouwd uit vaste vormelementen met name op de beeldbepalende posities zoals op covers. Samen vormen ze de vlakverdeling.

Opbouw

De vlakverdeling wordt opgebouwd uit:

- grid
- logoveld
- cirkel
- teksten
- lijnen, kleurvlekken en vormen
- beelden

Vlakverdeling: wanneer wel en niet?

De basiselementen grid en logoveld zijn WUR-stijlelementen en zijn verplicht bij de standaard communicatiemiddelen. De cirkel is functioneel en facultatief.

Uitzonderingen zijn alleen mogelijk voor middelen die een uniek en/of eenmalig karakter hebben.

- boeken (o.a. boek Orion)
- diploma's Wageningen University & Research
- internet en intranet
- bewegwijzering
- correspondentiemiddelen
- tijdschriften
- marketingcampagnes

Grid

Standaard opmaaktemplates voor publicaties zijn gebaseerd op een grid (paginastramien) met vaste paginamarges, vlakverdeling en basislijnen.

Formaten

Binnen de huisstijl wordt zoveel mogelijk met standaard A-formaten (A6 tot A0) gewerkt.

Opmaaktemplates

Er zijn InDesign-opmaaktemplates beschikbaar voor publicaties in A4, A5 en vierkant formaat (210 x 210 mm).

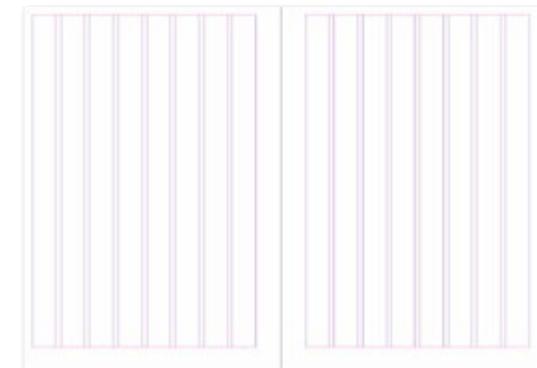
Kolomindeling en bladspiegel

De basiskolomindeling voor volgpagina's is 8-koloms. Bij brochures/folders/factsheets zijn er voor de volgpagina's twee soorten zetspiegel toegestaan: identiek stramien voor alle volgpagina's en links/rechts gespiegeld stramien.

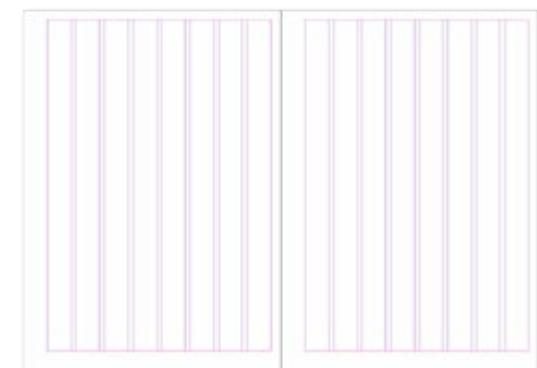
Maatwerk

Afwijkende formaten zijn toegestaan als de inhoud daarom vraagt. In geval van maatwerk moet de vormgeving zoveel mogelijk worden aangesloten bij de standaard grids voor wat betreft logoveld en paginamarges.

Gespiegeld stramien



Identiek stramien



Logoveld

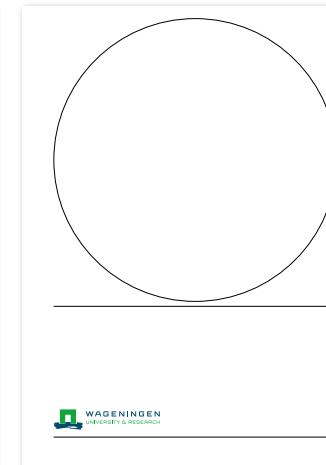
Binnen de standaard opmaaktemplates zijn vaste velden aangewezen voor de logoplaatsing: het logoveld.

Het logoveld wordt altijd aan het grid gehaakt en heeft per template vaste maten en posities.

Toepassingsprincipes logoveld

- Op covers en posters worden de logo's altijd in een 'logoveld' geplaatst.
- Het logoveld staat altijd boven- of onderaan.
- Het logo wordt altijd linksonder of linksboven in het logoveld geplaatst.
- Het logo kan in full colour, wit of zwart worden geplaatst, afhankelijk van de ondergrond.
- Het logoveld wordt gemarkeerd door het of te vullen met een volvlak hoofdkleur, of door aan boven- en onderzijde een horizontale lijn te plaatsen.
- Onder het logoveld kan een achtergrondkleur of foto doorlopen, mits helder en leesbaar.
- De organisatieonderdelen mogen niet op de cover. Organisatieonderdelen zoals afdelingen of business-units, maar ook Library, Wageningen Academy, Wetenschapswinkel en WOT's kunnen worden vermeld in het colofon.
- Partnerlogo's mogen ook in het logoveld worden geplaatst, rechts naast het WUR-merk.
- Toepassing partnerlogo's: klein formaat, voldoende tussenruimte, optisch lijnend en gelijkwaardig.
- Als er partnerlogo's worden geplaatst dan krijgt het logoveld een witte ondergrond.
- Naast de logo's kan er ook tekst in het logoveld worden geplaatst.

Logoveld Wageningen



Logoveld Partnerlogo's

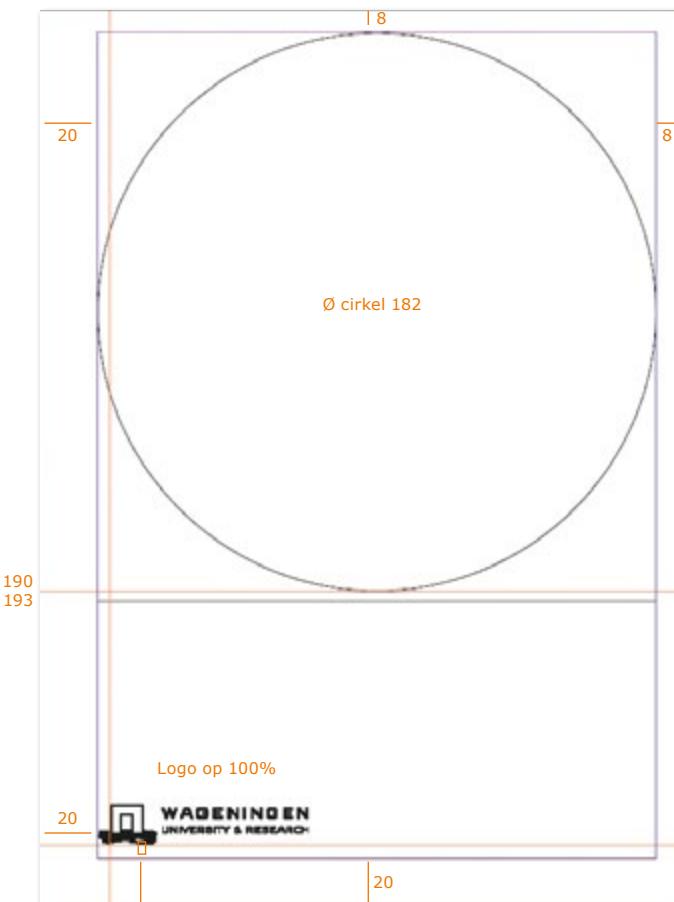


Opties vlakverdeling cover



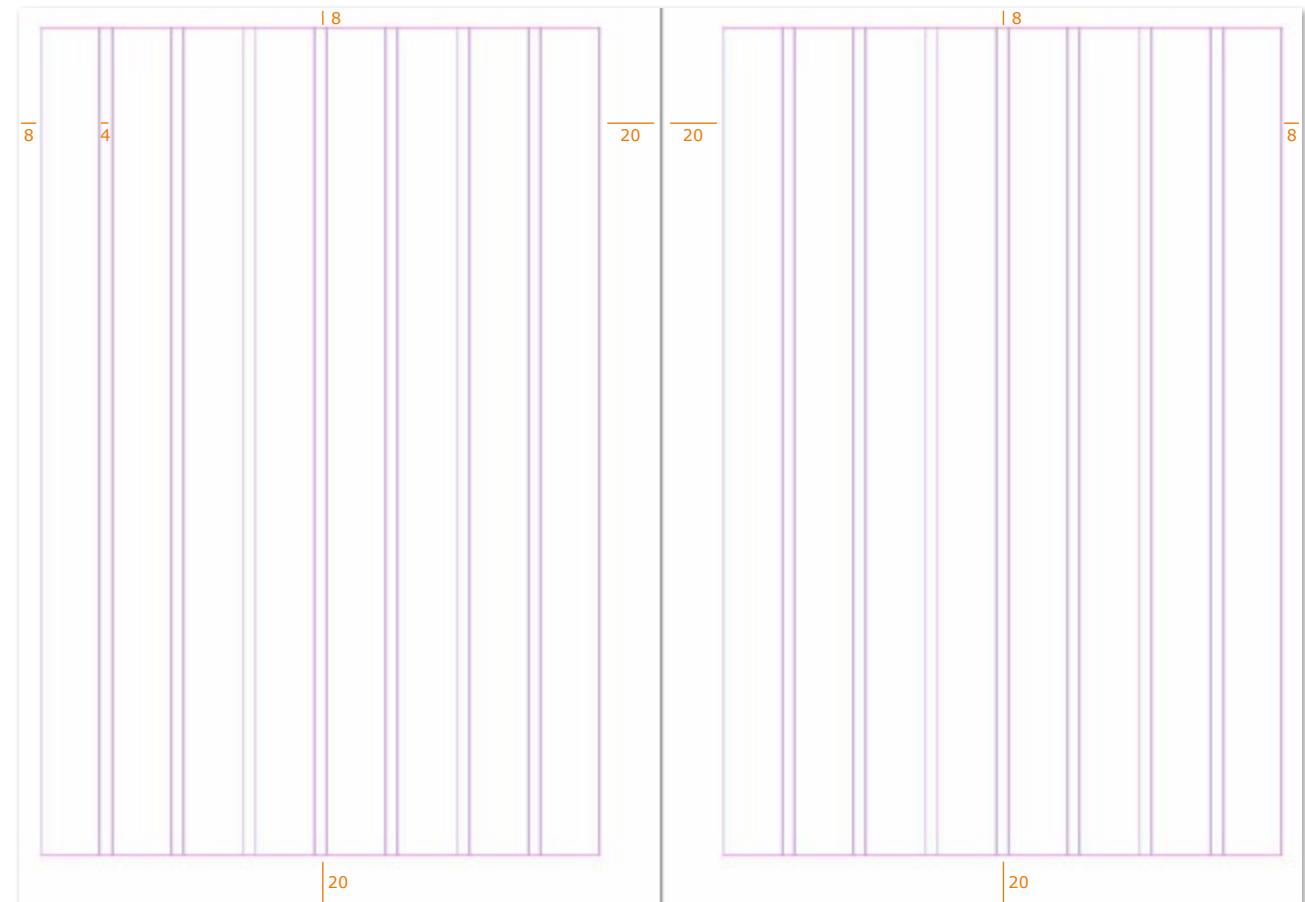
Stramien A4 | positie logo

Stramien cover A4 (in mm)



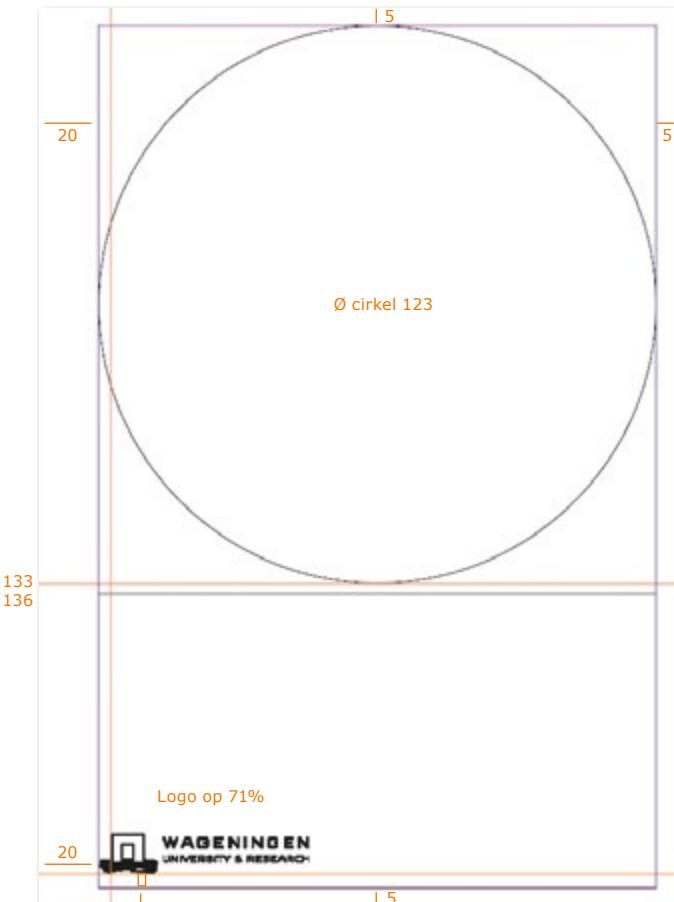
De ruimte tussen het logo en stramien is gelijk aan de hoogte van de opening in 'poortje'

Stramien binnenwerk A4



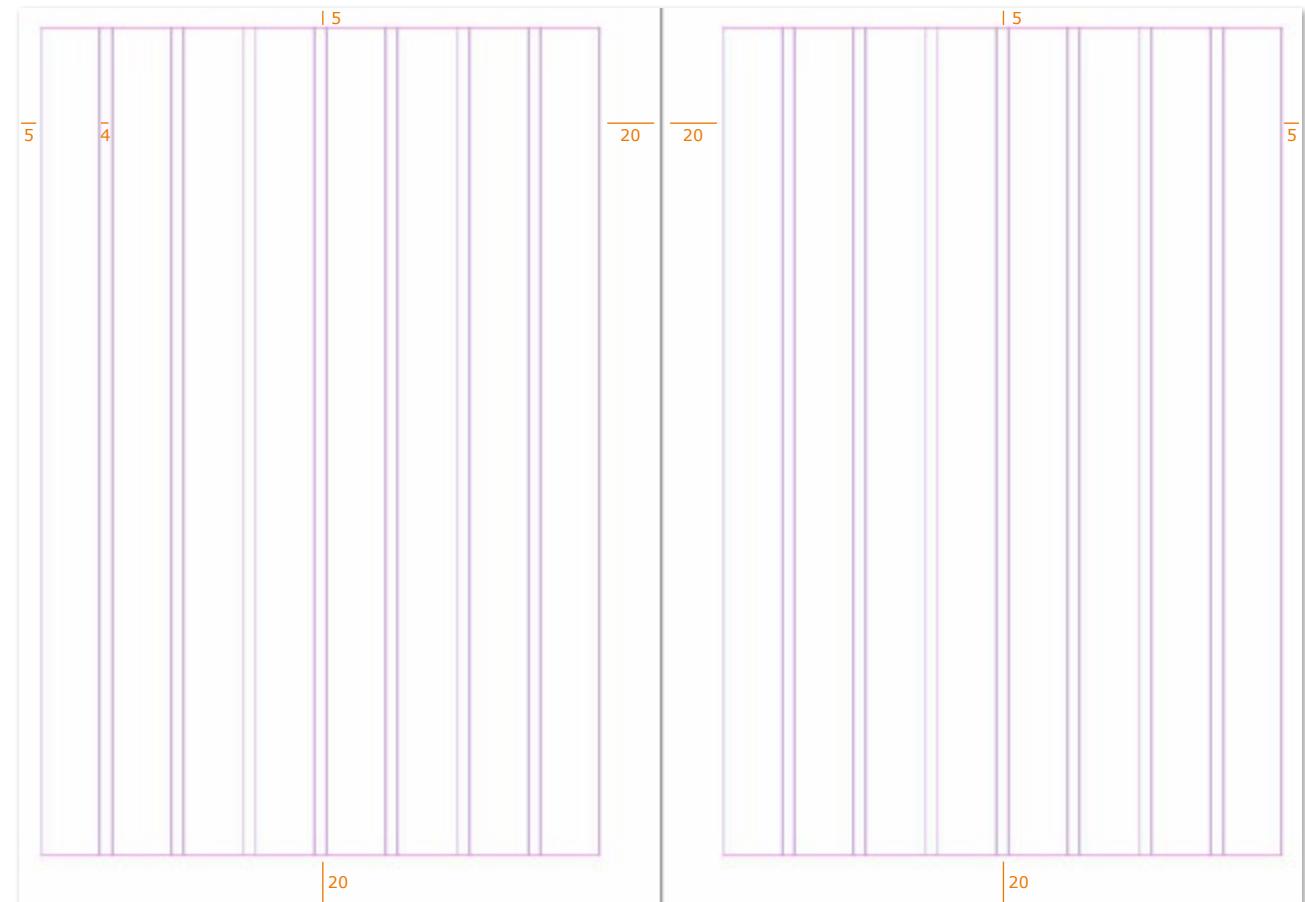
Stramien A5 | positie logo

Stramien cover A5 (in mm)



De ruimte tussen het logo en stramien is gelijk aan de hoogte van de opening in 'poortje'

Stramien binnenwerk A5 (in mm)



Cirkel

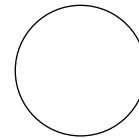
De cirkel is een belangrijk stijlelement van de huisstijl.
De vorm refereert aan onze missie 'To explore the potential of nature to improve the quality of life' en staat voor:

- aarde
- kiem
- cel

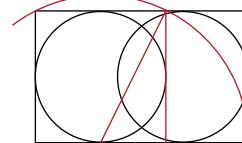
De toepassing van de cirkel op beeldbepalende plekken in de huisstijl is facultatief en moet functioneel zijn.

In de standaard opmaaktemplates zijn vaste plekken aangewezen voor de plaatsing.

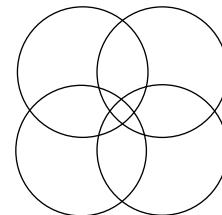
aarde



gulde snede



kiem of cel



Toepassingen cirkel

Toepassingen

- bij de signing: kader voor gebouwnamen, -nummers, pijlen en pictogrammen
- accent op covers, i.c.m. tekst en/of beeld
- vormelement bij illustratieve typografie ('missiecirkel')
- vormentaal in diagrammen, tabellen, enzovoort

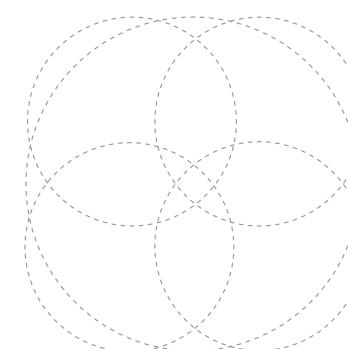
Soorten toepassingen

- enkele cirkel
- dubbele cirkel, gelijke grootte
- dubbele cirkel, ongelijke grootte
(vaste verhouding en posities)
- cirkelrij
(drie tot vier overlappende fotocirkels, gelijke grootte)
- cirkellijn
- cirkelvormig kleurvlak
- cirkelvormig beeldkader

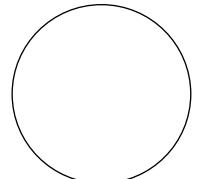
Wanneer géén cirkel

- als er geen ruimte is
- als een cirkel niet functioneel is
- bij belemmeringen op technisch of gebruikersvlak
- voorbeelden waar de cirkel geen vaste plek heeft:
 - wetenschappelijke posters (ruimtegebrek)
 - frontcover van wetenschappelijke rapporten
(coverbeeld soms niet te combineren met cirkel)
 - internet en intranet

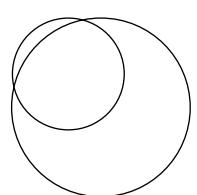
Circel opbouw



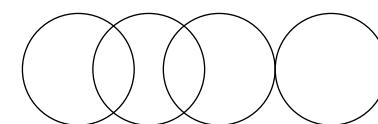
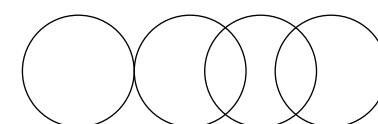
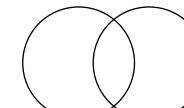
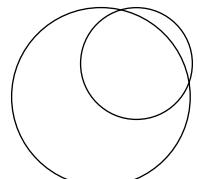
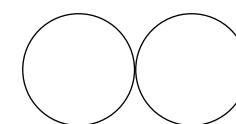
Enkel



Dubbel



Cirkelrij



Tekstkaders

Tekstkaders zijn in onze huisstijl rechthoekig en haken altijd aan het grid.

Beeldkaders

Beeldkaders zijn in onze huisstijl rechthoekig of cirkelvormig. Rechthoekige beeldkaders hebben geen afgeronde of decoratieve hoeken en haken altijd aan het grid.

Lijnen

Basislijndikte: 1pt.

Lijnen van tabellen: 0,5-1pt

Voorbeeldtoepassingen: markering logoveld, cirkellijnen, lijnen om kadertekst.

Kleurvlakken

In de huisstijl gebruiken we bij de vlakverdeling twee soorten kleurvlakken:

- rechthoekig (staand, liggend, vierkant)
- cirkelvormig

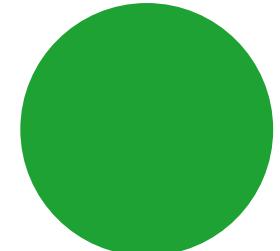
Toepassingen

- Rechthoekige kleurvlakken hebben in onze huisstijl geen afgeronde of decoratieve hoeken. Uitzondering: afgeronde knoppen en zoekvensters in online media.
- Cirkelvormige kleurvlakken hebben op covers vaste maten en verhoudingen.
- Kleurvlakken haken altijd aan het grid en lijnen zoveel mogelijk ten opzichte van elkaar.
- Voor kleurvlakken zijn alle kleuren uit de basiskleurtabel toegestaan, behalve de illustratiekleur rood.
- Kleurvlakken krijgen alléén een vulkleur en nooit zowel een vulkleur als een contourlijn.

Tekstkader

Cullesto eium fugitisisi se nam rem ut volut et renimodic te non reculpa ipitia natur? Iberit harumquodi nobisquo dolorem porrovitis essus et entiis a dollam libus apiscim dolorrum

Kleurvlak



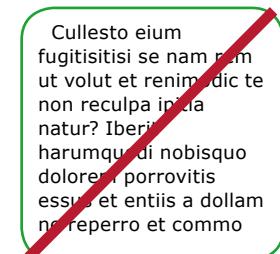
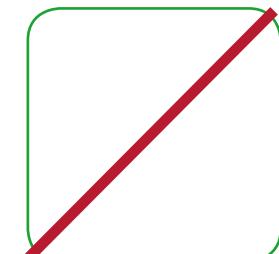
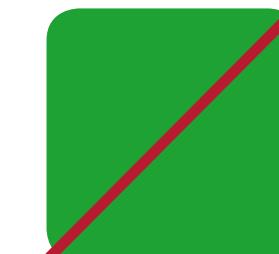
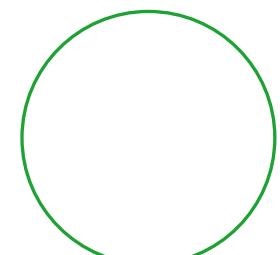
Beeldkader



Markeringslijn



Cirkellijn



Vormelement tekstballon

De tekstballon kan worden gebruikt voor:

- quotes
- streamers
- testimonials
- highlights

Toepassingen

- Tekstballonnen haken altijd aan het grid
- De tekstballon mag aangepast worden. De radius van de ronde hoeken is exact een kwart cirkel.
- Het heeft de voorkeur om binnen één productie één maat te hanteren voor de hoekradius.
- Spiegelen en roteren van de tekstballon is toegestaan.
- Alle kleuren uit de basiskleurtabel zijn toegestaan, behalve rood.
- De tekstballon kan een vulkleur krijgen of een contourlijn (niet beide).

Typografie van tekstballon

De inhoud van de tekstballon kan variëren. Per soort is er een richtlijn voor de typografie:

- *Quotes en streamers* worden gezet uit de Georgia cursief, linkslijnend. Corpsgrootte is vrij. Het eerste dubbele aanhalingsteken is groot, het laatste aanhalingsteken volgt het corps van de quote. De naam van de geciteerde kan ín of buiten de tekstballon worden gezet. Als er een foto van de persoon bij de tekstballon staat dan de naam in de foto.
- *Testimonials en 'highlights'* worden in hun geheel gezet in Verdana.

Do's & Don'ts vlakverdeling

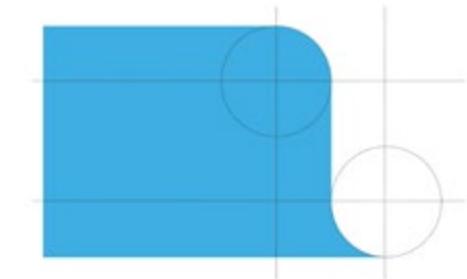
Do's

- heldere, eenvoudige en functionele lay-out
- layoutelementen lijnend met grid
- voldoende wit

Don'ts

- complexe gelaagdheid
- schaduw- of 3D-kaders en -letters
- beeld-, tekstkaders of kleurvlakken met afgeronde of decoratieve hoeken

Tekstballon



Beeld

In de communicatiemiddelen van Wageningen University & Research hebben fotografie en film een belangrijke rol. Gebruik een heldere stijl, ongemanipuleerd en in kleur. In het visueel concept is er op beeldbepalende posities ook plaats voor pictogrammen.

Beeldtaal

Beeld moet in samenhang met de tekst:

- een verhaal vertellen
- de doelgroep aantrekken, verrassen, prikkelen en verwarmen ('bij Wageningen gebeurt het');
- de gebruiker verleiden om te lezen en/of door te klikken
- de inhoud weerspiegelen
- een visitekaartje zijn

Do's

- eerlijk / authentiek
- herkenbaarheid / eigen mensen
- internationaal
- verschillende doelgroepen (wel bij elkaar horend)
- zorgvuldig
- zorgzaam / menselijk (maar niet soft)
- impact / invloed / 'boegbeelden'
- modern
- bouwen aan een betere wereld
- 'real life'
- innovatie / buiten gebaande paden
- positief / denken vanuit oplossingen
- dynamiek / actie / beweging
- zichtbaar op vele podia

- maatschappelijke relevantie
- duidelijk

Don'ts

- kneuterig
- onduidelijk
- gekunsteld
- vervreemdend
- afstandelijk
- reclame-achtig
- overdreven stockfoto
- negatief
- gezocht
- wereldverbeteraar

Identiteitskenmerken huisstijl

Vijf identiteitskenmerken, allen gekoppeld aan onze merkwaarden:

- authentiek
- impact
- krachtig
- internationaal
- duidelijk

Alle beelden moeten aan deze kenmerken voldoen.

Beeldrichtlijn en bereik

De beeldrichtlijnen gelden met name voor alle beeldbepalende fotografie, illustraties en video. Maar ook voor covers van brochures, rapporten, magazines, de homepage van internet of de opening van een belangrijke presentatie. Het volgen van de richtlijnen zal vaak betekenen dat er professionele beeldleveranciers bij betrokken zijn. Voor beeldbepalende producten is dat goed haalbaar, voor foto's bijvoorbeeld op subpagina's op intranet ligt dat lastiger. Breed gebruik van de richtlijnen is uiteraard meer dan welkom.

Beeldbank

Wageningen heeft een beeldbank online op de brandportal van Wageningen University & Research:
www.brandportal.wur.nl

Staan de gezochte beelden hier niet op, dan kan er voor opdrachten van WUR ook gebruik gemaakt worden van het abonnement van Communication Services op www.shutterstock.com. Hiervoor moet wel toestemming van de opdrachtgever voor zijn i.v.m. de kosten die hieraan verbonden zijn. Contact: traffic@wur.nl.

Fotografie

Voor bijvoorbeeld het fotografieonderwerp 'Werken & studeren bij Wageningen University & Research' hebben we onderstaand 'beeld-DNA' geformuleerd, passend bij de identiteitskenmerken van Wageningen: mensen in beeld ('het gaat om mensen'): actieve, levendige uitstraling. Dit kan gebruikt worden als leidraad voor fotografie in het algemeen.

- authentiek: echte mensen, situaties en locaties (eventuele enscenering onzichtbaar)
- kenmerkend: kenmerkende, natuurlijke werkomgeving uit dagelijkse praktijk, of kenmerkende omgeving die iets zegt over het werk of de activiteit. Geen onbestemde omgeving
- krachtig: sterk idee, sterke compositie/uitsnede, krachtige kleuren, helder contrast
- duidelijk: focus op onderwerp, geen rommelige details, ruimte in het beeld (grote, rustige vlakken)
- internationaal: serie toont mensen met verschillende nationaliteiten
- bij 'onderzoekers aan het werk': domeinen zichtbaar (planten, dieren, voeding, omgeving, ...)
- de beelden moeten zonder bijschrift begrijpelijk zijn.

Kleur

Lead images zijn full colour. Let daarbij op het volgende:

- voldoende heldere kleurvlakken in omgeving, mensen (kleding), objecten en/of achtergrond
- natuurlijke kleuren: niet faden, vervagen of vervormen
- aantrekkelijke kleurcombinaties
- bij voedsel: qua kleur 'smakelijke' aanblik

Technische kwaliteit

- helder (niet te donker, niet te grijs)
- goed contrast: lichte, midden, donkere partijen
- scherp
- scherpte/diepte: functioneel en subtiel gebruik van onscherpte in voor- of achtergrond
- belichting: 'natuurlijk', gezichten expressief en goed uitgelicht, geen schaduwen op achterwand

Illustraties

Redactieillustraties worden bij voorkeur niet op covers maar op minder beeldbepalende plekken gebruikt.

Do's

- heldere opbouw, duidelijk onderwerp
- duidelijke vormen en contouren
- rustige achtergrond
- klare lijn
- klein kleurpalet
- liever heldere kleuren dan pastel kleuren
- krachtig contrast
- verrassend element

Don'ts

- groot of flets kleurpalet
- losse, slordige stijl
- overbodige details
- onvoldoende contrast
- fotorealistisch
- strip- of fantasiefiguren



Voor intern gebruik
mogen uitingen wat
luchtiger zijn met
illustraties als dat beter
in de communicatie is
dan een foto



Beeld

✓ Do's



Authentiek

✗ Don'ts



Reclame

✓ Do's



Focus op onderwerp

✗ Don'ts



Geen onderwerp

✓ Do's



Fotoregie (compacte opstelling, rustige achtergrond)

✗ Don'ts



Geen fotoregie (brede opstelling, onrustige achtergrond)



Wageningen Campus, echte mensen



Anonieme locatie, fotomodellen



Inhoudelijk beeld uit publicatie



Frontale boekcover



Open



Gesloten



Echte wereldbol



Illustratieve wereldbol



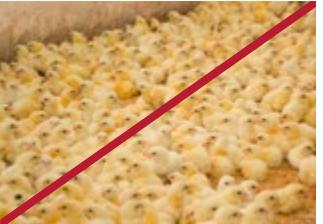
Campus met uitstraling



Saai en flets



Positief



Te veel leed



Duidelijk



Onduidelijk



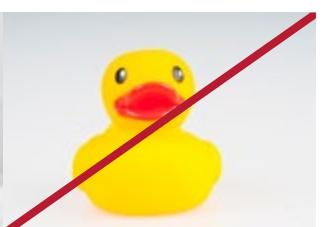
Aandacht voor compositie, actief beeld



Compositie en inhoudelijk idee missen, statisch beeld



Product in context, mensen



Product zonder context

Beeld

✓ Do's



Natuurlijke kleur

✗ Don'ts



Kleurmanipulatie

✓ Do's



Natuurlijk licht

✗ Don'ts



'Reclamebelichting'

✓ Do's



Actueel

✗ Don'ts



Gedateerd



Goed contrast



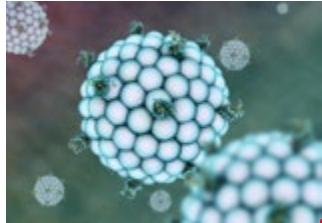
Onvoldoende contrast



Scherp



Onscherp



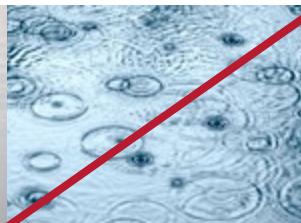
Computertekening in fotorealistische stijl



Te veel effect



Impact in beeld



Geen context



Kleurrijk en helder



Grijs



Verhaal



Geen verhaal

Logo's

Naast het logo van Wageningen University & Research spelen ook pictogrammen/iconen een rol in onze communicatie.

Project- of afdelingslogo's niet toegestaan

Binnen het merkenbeleid zijn project- of afdelingslogo's niet toegestaan. Als er binnen projecten behoefte is aan een projectvignet dan kan daarvoor een pictografisch symbool worden ingezet. Gebruik dit soort pictogrammen dan ook alleen als ondersteunend illustratief element in een variabele lay-out en niet als logo of Lead Image. In de picto mag niet de naam van het onderdeel worden opgenomen. Wel mag een werkveld worden genoemd, zoals bijv:

DO

Value creation
Livestock research

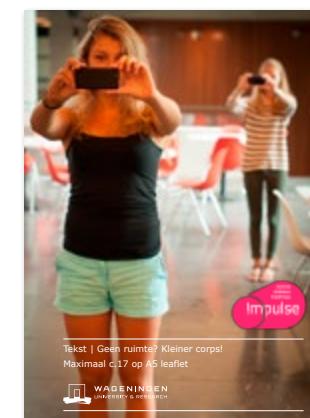
DON'T

Corporate Value Creation
Wageningen Livestock
Research

Partnerlogo's niet als Lead Image gebruiken

Logo's mogen nooit als Lead Image worden gebruikt. Plaats de logo's dan ook in de velden voor vrije content, altijd in klein formaat, bij meer logo's optisch lijnend ten opzichte van elkaar.

Projectvignetten



Infographics

Infographics kunnen een bijzonder nuttige rol spelen in onze communicatie.

Soorten infographics

- datavisualisaties: geven inzicht in cijfers/kwantitatieve informatie (kolommen, lijnen, taartdiagram)
- kaarten (geografische informatie)
- organogrammen (structuur van organisatie)
- stroomdiagrammen (processen: geld, techniek, productie)
- timeline (ontwikkeling door de tijd heen)
- opengewerkte modellen (hoe werkt het?, technisch, medisch, enz.)
- mengvormen

Dimensies

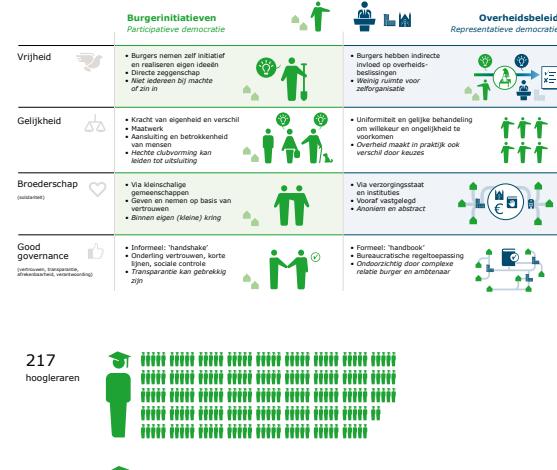
- statisch (eventueel als 'clickable map')
- dynamisch (video animatie, widget, film)
- interactief (gebruiker kan invloed uitoefenen op de wijze van weergave)
- game (veel animatie en spelelementen)
- 3d-animatie (virtual of augmented reality)

Stijlaspecten bij infographics

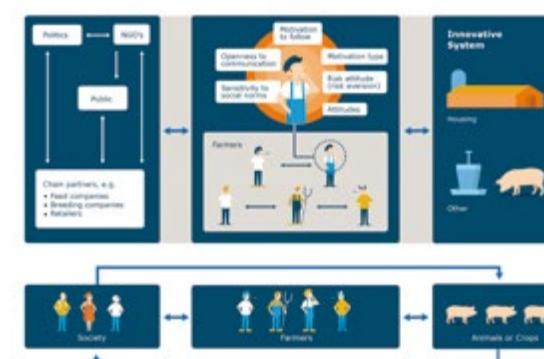
- Altijd ondersteunend aan de inhoud:
eenvoudig en helder, gevarieerd en kleurrijk.
- Visuele elementen kunnen fotografisch, illustratief als pictografisch zijn: gebruik altijd duidelijk en consequent.
- Gebruik huisstijlkleuren, pas kleuren functioneel toe, in een goed contrast. Stem de kleuren af.
- Gebruik zo min mogelijk variatie in lijndikte.

Infographics

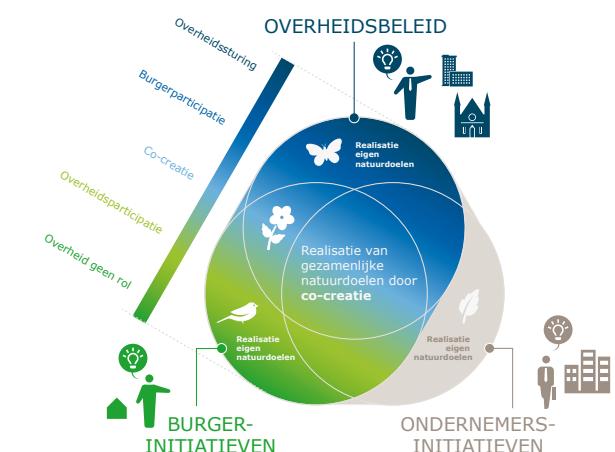
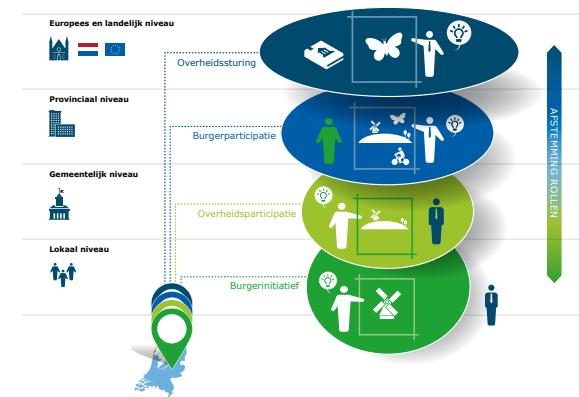
Democratische waarden



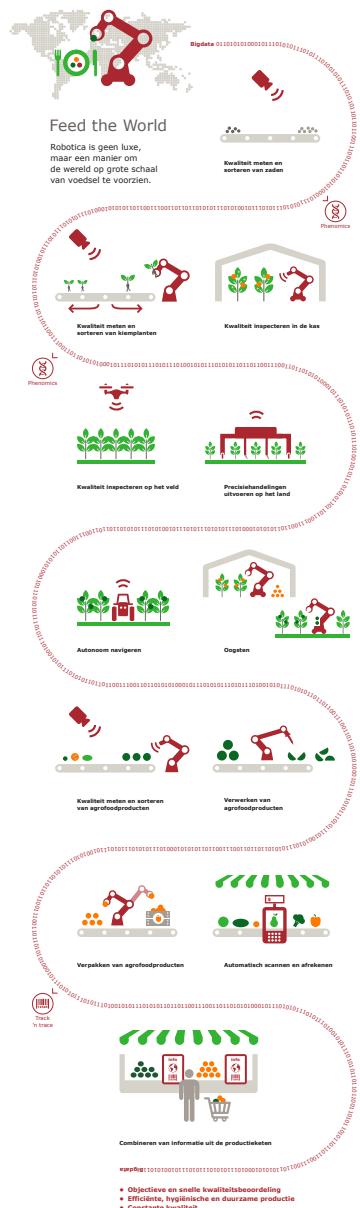
Aggregation levels involved in the development of sustainable systems:



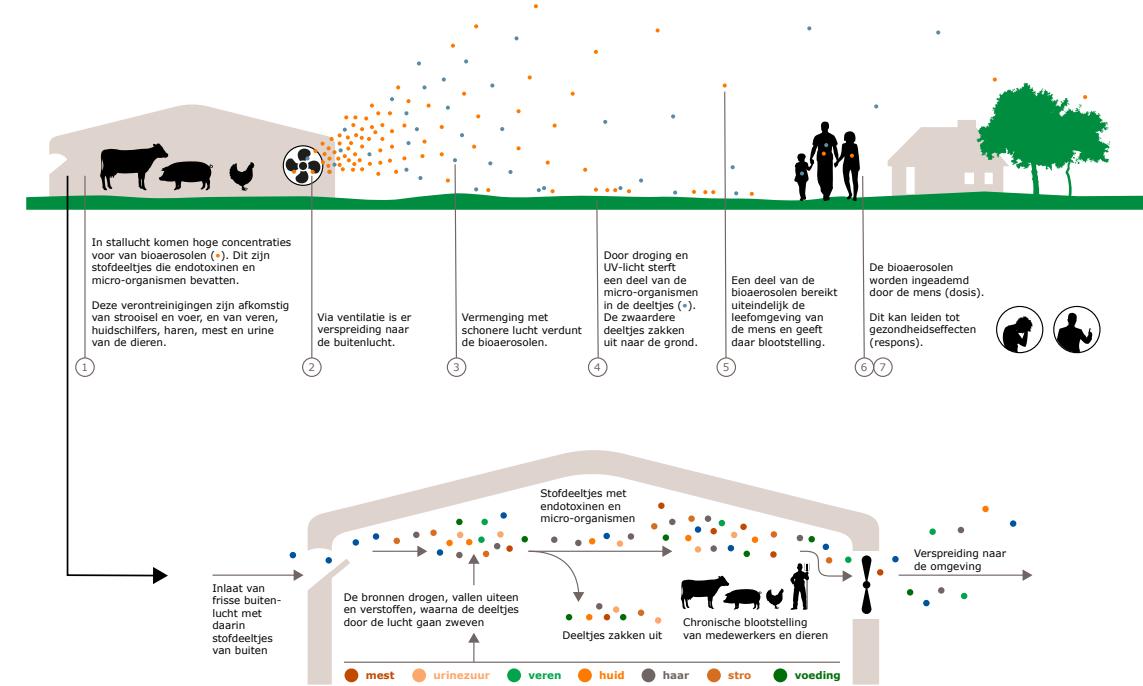
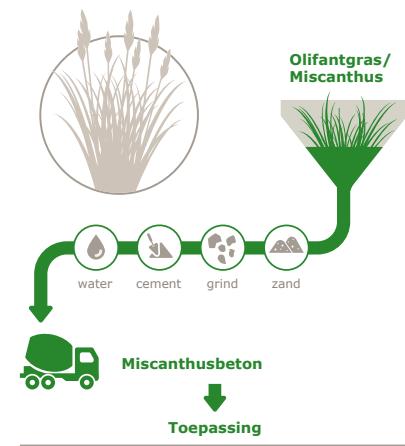
In de praktijk kunnen er op één plek meerdere overheidsrollen tegelijkertijd spelen vanuit verschillende beleidsterreinen en op verschillende bestuurslagen.



Robotica in agrofood



Milieuvriendelijk beton



Governments - policy



Companies - innovation



Initial phase



Mapping requirements for change

Diagnosis



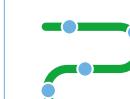
Collect and analyse data + develop proposals

Vision & strategy



Present recommendations and select partners

Roadmap



Draw up action plan and schedule

Completion



Present vision and action plan

Pictogrammen

- universeel; pictogrammen werken in alle talen!
- bevorderen compactheid en overzichtelijkheid van informatie
- mooi en eenvoudig gedetailleerd
- helder en functioneel
- eenkleurig, plat (geen diepte), zonder omlijning
- niet te gebruiken als (een alternatief) voor logo

Bewegwijzering

Specifiek voor de bewegwijzering is een eigen serie pictogrammen ontwikkeld, in vormentaal en lijnvoering geheel passend bij de huisstijl.

De templates voor de bewegwijzering zijn in beheer bij Communication Services en onze vaste leveranciers. Voor het uiterlijk van buitenbewegwijzering kan contact worden opgenomen met huisstijl@wur.nl.

Stijlvast en flexibel

Zorg er bij een serie pictogrammen voor dat deze stijlvast zijn en flexibel kunnen worden ingezet.

Bestaande pictogrammen

De al beschikbare pictogrammen zijn te downloaden in de [brandportal](#).

Pictogrammen



Kaarten

In onze communicatiemiddelen is de vormgeving van kaarten altijd ondersteunend aan de inhoud.

Do's

- duidelijke hiërarchie in informatie
- eenvoudige, heldere en functionele detaillering
- kleuren uit huisstijl kleurpalet
- duidelijk kleurcontrast
- geen omlijning van kleurvlakken
- gebruik van huisstijlletters en typografie
- goed leesbare, compacte teksten

Don'ts

- te veel detaillering
(zoals onnodige pijlen, symbolen en omlijning)
- zwakke kleurpercentages, zwak contrast
- onleesbare tekst

Organogrammen

Er zijn twee modellen, de keuze is vrij:

- organogram met achtergrondvlak
- organogram zonder achtergrondvlak

Werkwijze

Het centrale beheer van de Wageningen-organogrammen ligt bij Communication Services, afdeling Traffic:

- archivering basistemplates
- gecontroleerde, centrale update van alle (taal)versies en bestandsformaten (o.a. ai, jpg, png, emf)

Organogrammen liggen bij Online-redactie Wageningen:

- omzetting naar clickable maps
- publicatie op wur.nl

Kleurcodering

- donkerblauw: directie, staf, diensten
- groen: Wageningen University
- lichtblauw: Wageningen Research

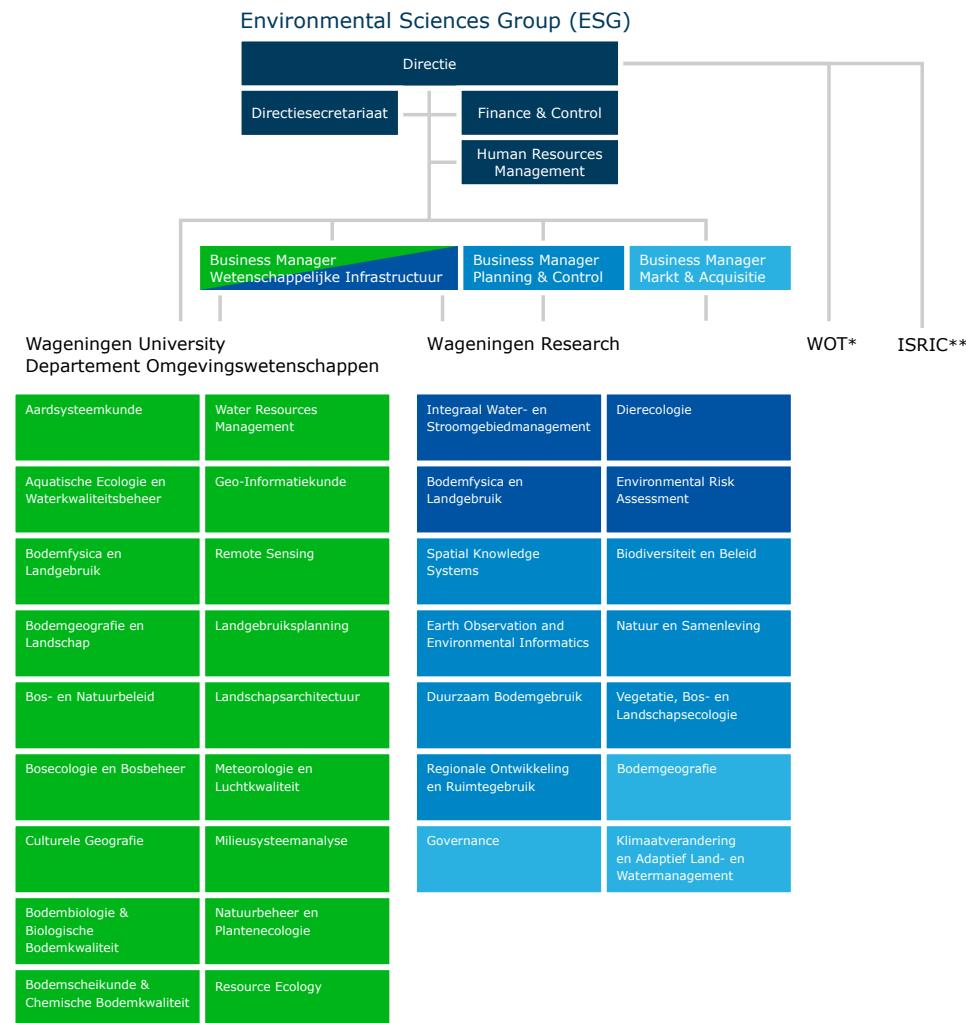
Andere huisstijlkleuren zijn vrij te gebruiken.

Stijlaspecten

- organogrammen zijn in full colour
- bij de kleuren wordt zoveel mogelijk de kleurcodering gehandhaafd, in een duidelijk kleurcontrast
- lijndiktes zijn consequent
- geen omlijning van kleurvlekken
- gebruik van huisstijlletters en typografie
- goed leesbare teksten

(Organigram en organogram zijn beide correct.
Consequente schrijfwijze aanhouden.)

Organogram



Grafieken

Kleurgebruik

Voor grafieken worden de huisstijlkleuren gebruikt.

Het gebruik van tinten (percentages van de volle huisstijlkleuren, in stappen van 15%) is toegestaan.

Typografie

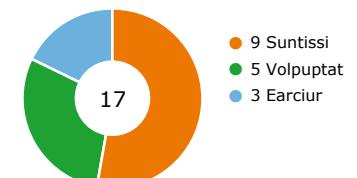
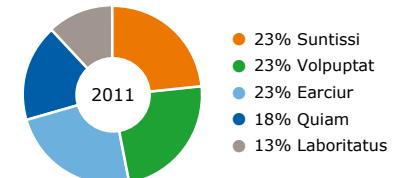
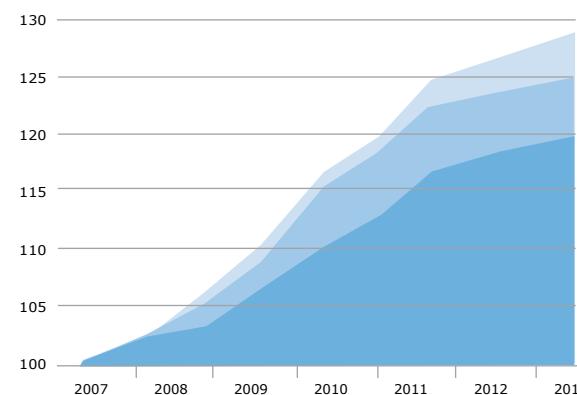
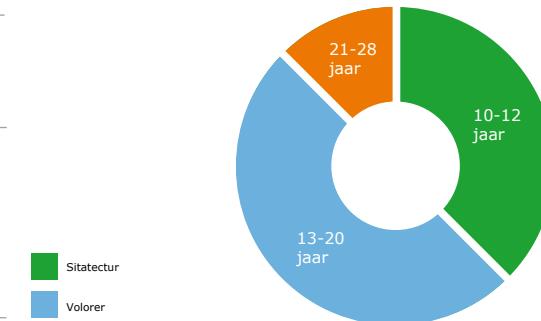
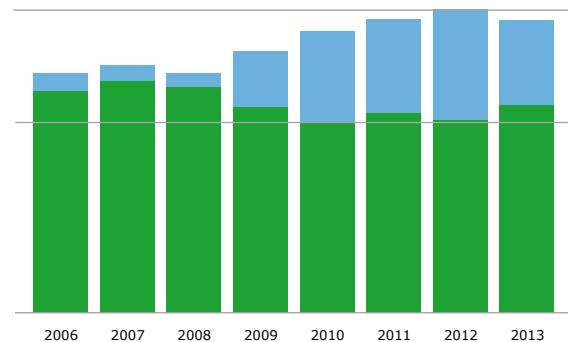
Typografisch wordt er gebruik gemaakt van de Verdana.

Stijl

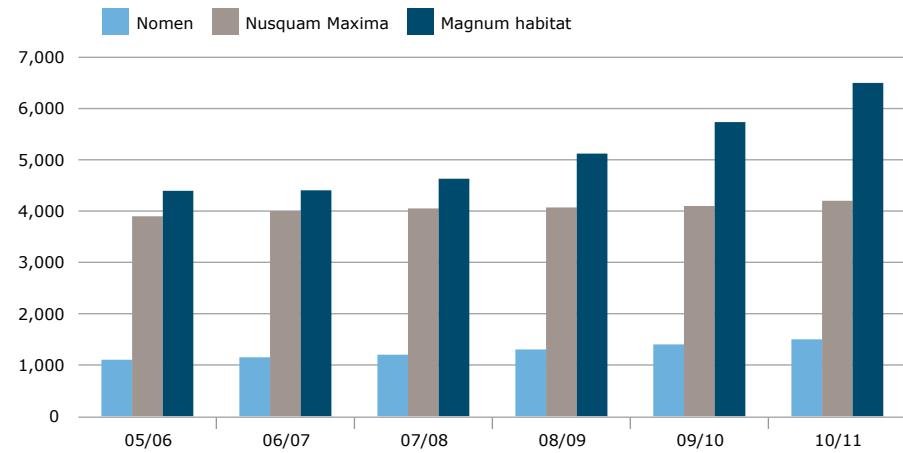
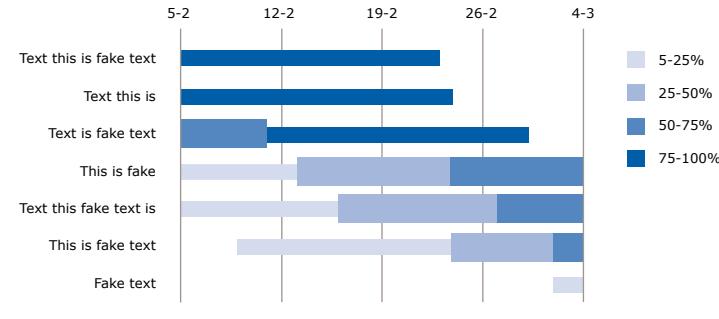
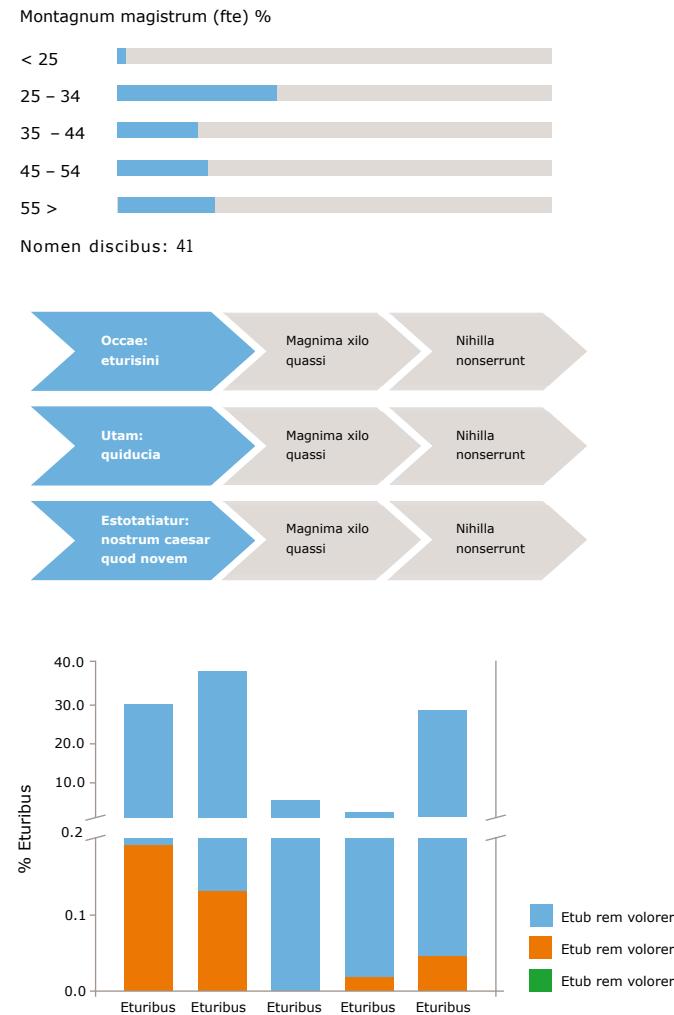
De grafieken en diagrammen zijn bij voorkeur 2-dimensionaal omdat WUR op een zo sobere, heldere en eenvoudig mogelijke manier informatie wil overdragen.

Grafieken en diagrammen zijn altijd eenvoudig, to-the-point en kennen een strakke, gestileerde vorm. Details worden zoveel mogelijk achterwege gelaten. Net zoals in de tabellen worden alleen horizontale lijnen weergegeven.

Grafieken



Grafieken



Tabellen

Kleurgebruik

Voor de tabellen worden de huisstijlkleuren gebruikt.

Typografie

Er wordt gebruik gemaakt van de Verdana.

Tabel 1

Kop	Kop	Kop
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel
Tekst tabel	Tekst tabel	Tekst tabel

Bron: laborum ressum

Stijl

Tabellen zijn altijd eenvoudig. Details worden zoveel mogelijk achterwege gelaten. Bij tabellen worden alleen horizontale lijnen weergegeven. Op deze manier heeft de illustratie voldoende witruimte en integreert deze beter in de (web)pagina.

- lijn 1pt
- Verdana regular 10/13pt
- Verdana bold 7/9,75pt
- Verdana regular 7/9,75pt
- lijn 0,5pt
- Verdana regular 6/7,95pt

Tabellen opmaken

Indesign

In de basistemplates van WUR, die bij Communication Services opgevraagd kunnen worden, staan alineastijlen voor tabellen.

Word

In de rapporttemplates van WUR, die onder de huisstijltab in Word beschikbaar zijn, staat een tabelstijl die een tabel in de goede stijl van Wageningen zet.

- 1 Tabel helemaal selecteren
- 2 Naar menu *Hulpmiddelen voor tabellen > ontwerpen*
- 3 Kies de tabel die rood is omcirkeld



- 4 Tabel staat in huisstijl

Film en animatie

Voor films met als afzender Wageningen University & Research gelden alle basiselementen van de huisstijl. Voor films van is er een standaard begin- en eindleider (intro en outro) beschikbaar.

Intro en outro in huisstijl

Films van WUR hebben een intro en outro in huisstijl met het logo (Nederlands- en Engelstalig).

De intro-outro is zonder audio en is te downloaden op www.brandportal.wur.nl. In de outro kan een eigen URL worden gebruikt. Ook kunnen partnerlogo's worden toegevoegd. Bij de bestanden in de brandportal zit een handleiding.

Inhoud map Intro-outro op de brandportal:

Intro-outro, inclusief:

- Watermerk logo (stacked version, wit) links bovenin het scherm.
- Drie varianten van de naambalkjes (grijs, groen en lichtblauw). De filmer mag zelf kiezen welke kleur te gebruiken.

Naamtitels

Naamtitels staan in de de het intro-outro-bestand op www.brandportal.wur.nl onder de oranje button. Externen die geen inlog hebben kunnen deze ook downloaden.

Maak je hier geen gebruik van dan de typografie naamtitels in films van WUR volgens onderstaande richtlijnen toepassen.

- De 'naam' wordt toegepast in Verdana normaal, corps 86 pixels. De 'functie' of 'titel' wordt toegepast in Verdana normaal, corps 47 pixels (interlinie 50,3 pixels, letterspatie 0 pixels). 30 pixels is het minimale corps (i.v.m. leesbaarheid).
- De naamtitel is in principe wit of zwart. Zorg voor een goed contrast.

Typografie

Voor alle teksten in de film moet Verdana worden gebruikt. Voor ondertiteling mag Arial worden gebruikt.

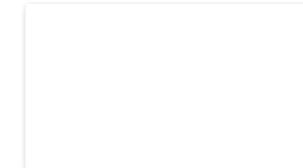
Kleur

Films van Wageningen zijn in full colour. Zwart/wit of duotone beelden zijn in niet toegestaan. Uitzondering: eventuele archiefbeelden (als het functioneel is dat er contrast is met de rest van de film). Voor typografie, achtergronden of animatiebeelden worden de huisstijlkleuren gebruikt.

Beeldstijl

- Filmbeelden moeten geloofwaardig zijn, zowel videobeeld als fotoanimatie. Er wordt bij voorkeur een documentaire-stijl gehanteerd (normaal perspectief), mensen worden getoond zoals ze zijn (geen modellen) en er is geen opzichtige beeldmanipulatie.
- Infographics zijn binnen de huisstijl altijd eenvoudig en helder.
- Ontwikkel voor illustratieve animaties een visuele stijl die past bij de huisstijl van WUR.

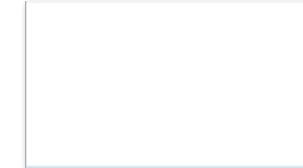
Intro



Outro NL en ENG



Naamtitels



Animatie



Afzenderschap

Bij Wageningen University & Research wordt veel samengewerkt, zowel tussen interne onderdelen als met externe partners. Wie is in die gevallen nu eigenlijk de afzender, en hoe gaan we daar in de huisstijl mee om? Daarvoor zijn richtlijnen opgesteld.

Samenwerking binnen WUR

Samenwerkingsverbanden tussen twee of meer organisatieonderdelen van Wageningen University & Research hebben als afzender altijd Wageningen University & Research. Het is mogelijk om de afzonderlijke organisatieonderdelen bijvoorbeeld op een titelpagina en/of in het colofon te vermelden.

Samenwerking met externe partners

Samenwerkingsverbanden met externe partners kunnen op verschillende manieren worden gepresenteerd:

- Door gebruik te maken van de huisstijl van WUR. Het WUR-merk moet in dat geval hoofdafzender en penvoerder zijn. In het logoveld wordt het WUR-merk links geplaatst. Rechts daarvan is ruimte voor de logo's van de partners. Als er meerdere partners zijn, maar niet alle partners zijn gelijkwaardig, dan krijgen alleen de partners die hoofdafzender zijn (eerste niveau) een plek in het logoveld, en de overige partners (tweede niveau) worden elders vermeld, bijvoorbeeld (tekstueel) in een colofon.
- Door gebruik te maken van de stijl van een externe partner, in de gevallen waarbij een van de externe

partners de hoofdafzender is. In dat geval leveren we het juiste logo van Wageningen. Bij plaatsing van het Wageningen-merk moet rekening worden gehouden met de minimale marges rond het logo, en de richtlijnen voor het full colour logo (full colour-logo uitsluitend op witte ondergrond).

- Door een eigen huisstijl te ontwerpen. Dat kan alleen als het samenwerkingsverband een zelfstandige (juridische) entiteit is met een eigen bedrijfsvoering. Een eigen huisstijl voor projecten van WUR is niet toegestaan.

Vermelding externe logo's op website

In tegenstelling tot de digitale nieuwsbrief zijn er op de WUR-site zijn er geen vaste plekken voor partnerlogo's. Contact: soda@wur.nl

Houd het volgende aan bij de vormgeving:

- Partner- of projectlogo's mogen op onze website nooit als lead image worden gebruikt.
- Plaats dit soort logo's dan ook in de velden voor vrije content
- Plaats logo's altijd in klein formaat, bij meer logo's optisch lijnend ten opzichte van elkaar.

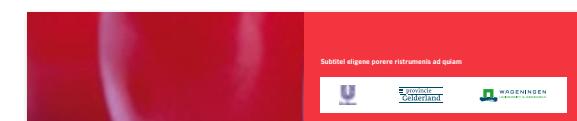
Samenwerking met interne partners:
altijd alléén logo Wageningen University & Research



Samenwerking met externe partners:
Wageningen University & Research hoofdafzender en penvoerder > huisstijl Wageningen, logovermelding externe hoofdafzenders in logoveld rechts naast WUR-merk



Samenwerking met externe partners, externe partner hoofdafzender > huisstijl externe partner



Voorbeelden

De voorbeelden van de omslagen en binnenwerken gelden voor alle uitingen en niet alleen voor de uiting waar ze bij staan.

Folder-brochure A4

Folder-brochure A5

Folder-brochure afwijkend formaat

Flyers

Uitnodiging A5

Informatieve poster

Boekje A6

Boekje A5

Boek

Boek 'special'

Interactieve PDF

Narrowcasting

Digitale nieuwsbrieven & uitnodigingen

Rollup-banner

3

Folder-brochure A4 | staand



Plant breeding techniques in a new era

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

This booklet takes a look at the potential of new scientific developments to assist plant breeders in making the production of healthy food more sustainable and reliable. It describes and explains concrete examples of how three of the NPBTs, namely cisgenesis, induced early flowering, and in particular genome editing, are applied.

2 | Wageningen University & Research



New opportunities for the sustainable production of healthy food

Worldwide, agriculture is facing serious sustainability issues. This booklet presents an integrated approach that covers the entire production chain. Positioned at the base of the chain, plant breeders will have to develop robust varieties in a shorter period of time to keep up with changes in climatic conditions, soil quality and pathogen & pest pressures, increasing food demand and the evolving health and taste preferences of consumers.

Fortunately, a range of New Plant Breeding Techniques (NPBTs) have been developed to assist breeders in a more efficient and precise adjustment of the genetic constitution of crops. These include genome editing techniques, which have made tremendous progress since the introduction of CRISPR-Cas in 2012. They will be helpful in improving important traits in crops that have, until now, been difficult to improve via classical breeding alone.

This booklet takes a look at the potential of new scientific developments to assist plant breeders in making the production of healthy food more sustainable and reliable. It describes and explains concrete examples of how three of the NPBTs, namely cisgenesis, induced early flowering, and in particular genome editing, are applied.

• Hämmerli AJ et al. (2016). *Potato Research* 59: 35-66.
• Radchawsky H et al. (2011). *New Phytologist* 192: 364-377.

New Plant Breeding Techniques: cisgenesis, induced early flowering and genome editing

Genome editing, such as with CRISPR-Cas, allows DNA to be changed at precisely specified points in the plant genome, so that plant traits can be adjusted in an accurate and efficient way.

Cisgenesis is a technique that introduces genes from one species or crosses two species into the plant. The DuRIP® programme has shown as proof of principle that by using this technique, potato varieties can be produced with durable resistance to the devastating disease late blight by introducing disease resistance genes from wild potato species.

In induced early flowering, a transgene induces fruit tree seedlings to flower before they normally would.

This enables fruit tree breeders to cross plants every year, allowing for the fast introduction and combination of desirable traits, after which the transgene is eliminated. This accelerates introgression of disease resistance genes from wild species into new varieties through crossing. No DNA from non-crossable species is present in the variety produced.

Disease resistance, such as with CRISPR-Cas, shows the effect of late blight on the potato variety *Bintje*. The plants in front contain no resistance genes against the disease, while those at the back contain one or more resistance genes introduced via genome editing. The plots on the left have been sprayed with fungicides. Introduction with classical breeding would have taken decades, whereas genome editing can do it in a few years. The resistant potato plants need approximately 75% less fungicide and improve harvest security.

Plant breeding techniques in a new era | 3



Example 1

Resistance to disease is crucial for more sustainable agriculture. If it is possible to use fewer crop protection chemicals during cultivation, reducing environmental impact, this represents an improvement in a truly sustainable way, from farmers to consumers. CRISPR-Cas broadens the range of genes amenable for disease resistance to include susceptibility genes – the plant genes that get infected by a pathogen – in the breeding process. Genome editing has enabled American researchers to produce rice resistant to bacterial blight, in genes that have traditionally been difficult to manipulate via classical breeding techniques.

Research on susceptibility genes is now flourishing and several relevant genes have been identified in a range of crops including maize, potato, tomato, sugar beet, rice, wheat, barley and cassava, all exposed to a diverse array of pathogens, including fungi, nematodes, bacteria and viruses.¹ This approach is especially interesting for many pathogens for which no disease resistance exists in the germplasm of the crop.



Three examples of desirable traits produced by genome editing

Genome editing has already been used to create a number of valuable traits, generating improvements that range from more sustainable cultivation to food that is adapted to the needs of specific consumer groups.

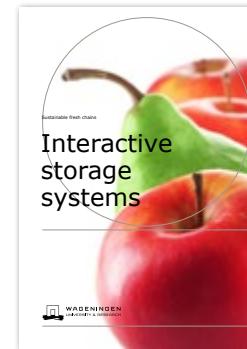
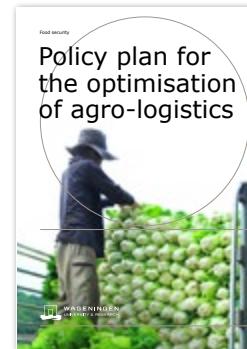
¹ Li T et al. (2012). *Nature Biotechnology* 30: 290-292.
² Schouman H & Bai Y (2017). *Progrine Annual* 2017:44-45.
³ Andersen H, Turner H, Nicoll A, Fall AG, Samuelsson H, Hofmeyer P (2016). Efficient generation of resistance to late blight in potato (Solanum tuberosum) by transient CRISPR-Cas9 expression in protoplasts. *Plant Cell Reports* 35: 103-110.
⁴ Sanchez-Llado S et al. (2017). *Plant Biotechnology Journal*.

Plant breeding techniques in a new era | 4

Sustainable fresh chains

Smart supply chains

**WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH**



Getting a grip on quality throughout the chain

What's the best way to transport strawberries to distant markets? Or deliver avocados ready to ripen just when consumers want to eat them? Or reduce losses of vegetables, fruits and flowers in the supermarket via produce that stays fresh longer.



The global market for fresh produce is very competitive, with vast numbers of providers and increasingly demanding customers. Consumers value consistent high quality and demand ready-to-eat food in convenient packaging, but want all this at a low price level. In order to be successful, it is imperative that a high-quality supply chain must be proactive and react at the right moment, decisive. Detailed, reliable insight into product quality – at every step and moment in the chain – is crucial but not yet available in ready-to-use systems.

The next level in quality control

Wageningen Food & Biobased Research develops smart-chain solutions that give fresh-produce suppliers better control of product quality throughout the chain. We use both classical and more-advanced technologies to measure baseline quality (a product's condition when it begins its journey) and to predict future developments and quality changes throughout the chain. The gathered data are used as input for quality-

decay models, allowing users an accurate quality prediction. This, uniquely comprehensive, approach enables chain members to monitor quality at ever-higher levels. Such systems could also serve as guide to making informed decisions, for example about packaging, mode of transport, best market location and best time of the season to sell.

Unique chain-wide approach

Wageningen Food & Biobased Research employs a multidisciplinary value-chain approach. We have broad expertise – from plant physiology, conditioning (cooling techniques) and knowledge management to packaging technology, biochemistry, sensor technology and management – backed by over 75 years experience in the fresh produce supply chain. We know about quality control – from classical measurements such as sugar content to more advanced techniques such as measuring metabolites (for example in case of rot) and other taste-related volatile compounds. We are developing methods that can be used by growers, for example to predict quality development in later stages of the distribution cycle.

Recently we invested in a novel technology called PTR-TOF-MS. A new development in spectroscopy, it gives an instrument-based objective definition of product taste: a valuable alternative to using time-consuming sensory panels. It is the only option we have now. The PTR-TOF-MS allows us to monitor taste and liking of a product almost continuously in supply chains where temperature, humidity and storage times can easily have a negative influence on quality. This is the first step in developing low-cost (taste) sensors, for real-world applications that will ensure fresh produce is ready to enjoy rather than

quality, decay models and conditions during transport and storage.

Sea-transport protocols

Wageningen Food & Biobased Research has developed advanced directions for sea transport of fruits and vegetables, to give producers best-practice guidelines on how their products should be sorted, packed, loaded, cooled and transported, in order to maintain quality and optimise shelf life.

GreenCHAINge

We are collaborating with a number of Dutch plant breeders, growers, wholesalers and transporters to improve the sustainability of cut-flower transport to destination. This applies to cut flowers and fruits and vegetables also. A vital switch for flowers is from air to sea transport and from road to rail. We have determined which transport conditions optimise product quality and shelf-life – an essential contribution to support such a significant shift.



'The ability to predict quality allows companies in the supply chain to improve shelf life and make fruits and vegetables ready to enjoy'

Light as a new post-harvest technology

It appears that fruit life can be significantly extended by exposing green fruit to light of specific wavelengths and intensities. Wageningen Food & Biobased Research has begun a collaboration with the leading industry in this field to explore this potential. The aim is to develop applications that can be implemented in storage, transport and supermarket displays.

Reduction of post-harvest losses

Wageningen Food & Biobased Research develops strategies to reduce post-harvest losses (PHL) throughout the chain and is participating in a range of European projects. One example of research is FoilPack, an initiative for optimising the reuse of supermarket left overs. Another project is Fusion, a group of European institutes developing science-based methods for monitoring and reduction of losses.



Wageningen Food & Biobased Research is one of the contract research organisations of Wageningen University & Research. We conduct applied research for sustainable innovations in healthy food, fresh-food chains and biobased products.



Information

Matthijs Montsma
T +31 (0)317 48 70 13
E matthijs.montsma@wur.nl

Bosse Welanden 9
6706 WS Wageningen
The Netherlands
www.wur.eu/wfbr

European Union Reference Laboratory

Wageningen Food Safety Research hosts two European Union Reference Laboratories (EURLs)

- Residues of growth promoters, sedatives and mycotoxins in food of animal origin
- Mycotoxins and plant toxins in food and feed

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

How to ensure high quality uniform testing within the EU?

The EURLs:

- define analytical methods and diagnostic techniques;
- provide NRLs with the analytical methods, diagnostic techniques and organise proficiency tests;
- train staff from NRLs and official laboratories;
- provide the Commission with scientific and technical assistance in the area of laboratory analysis, support Commission activities on risk management and risk assessment;
- collaborate with the competent laboratories in non-EU countries on testing.

Analytical services

The EURLs use state-of-the-art analytical equipment and have well trained staff at Wageningen Food Safety Research (WFSR) for the performance of following analytical services:

- Residue and contaminant analysis: specific legal limits and matrices require specialised analytical methods. The EURLs also provide assistance to official laboratories that do not have access to such methods.
- Confirmatory analysis: often unexpected or even conflicting results require confirmatory analysis by alternative methods. The EURLs have the expertise and facilities to carry out confirmatory analysis.
- When necessary, the EURLs are asked to fulfil the role of arbitrator.
- Dissemination of analytical methods: all methods developed by the EURLs are made available to official laboratories of EU Member States, of Candidate Member States and Third Countries.

Proficiency tests

The EURLs organise proficiency tests for the NRLs. This gives the NRLs a chance to evaluate the suitability and quality of their laboratory equipment, methods and staff.

Annual workshop

The annual workshop is the meeting moment for representatives of NRLs, EURLs and the European Commission for network building and exchange of information. Recurring subjects are: new legislation, newest developments in analytical methodology and new proficiency tests. Guest speakers are invited or expert of the institutes will present the newest developments. The future work program is compiled, based on consultation of the Commission and the representatives of the NRLs.

Reference standards

The EURL for growth promoters, sedatives and mycotoxins in food of animal origin produces analytical reference standards for QA/QC assistance and provide reference materials to the NRLs. Many of the provided substances are not commercially available.

Training courses

The EURLs organise training for groups and individuals, seeking to update or expand their knowledge and skills in analytical methods and quality control within an EU regulatory framework.

Our aim is to create a learning experience for each NRL directed to improving skills applicable in their control laboratories. Training is organised at WFSR first class facilities by experienced staff. The analytical services and training activities aim at governmental research laboratories in EU Member States, Candidate Member States and Third countries.

To explore the potential of nature to improve the quality of life

For further information, please contact us.

Wageningen Food Safety Research (WFSR)

T +31 317 480250
eurl.myco-tox@wur.nl
eurl.growth-promoters@wur.nl

www.wur.eu/food-safety-research
WFSR is ISO/IEC 17025:2005 and ISO/IEC 17043:2010 accredited.

WFSR is conducting independent research on safe and reliable food. Furthermore we specialize as official control laboratory in state-of-the-art analyses of food and feed. We determine residues, toxins, contaminants and microbial and viral contamination in food and feed. To this end we have the required facilities, equipment, methods, personnel, accreditation, authorisation and permission to perform forensic research. We advise governments and provide a broad range of training activities. WFSR is a national and European Union reference laboratory. We are part of the international knowledge organisation Wageningen University & Research.

Folder-brochure A5 | staand

Amstelland,
van dromen en denken naar doen

Stichting Beschermers Amstelland (SBA) heeft de Wetenschapswinkel gevraagd om de overlevingskansen voor Amstelland in kaart te brengen. De hele wereld van de stad vormt een bedrijf voor het gebied dat voor een groot deel wordt beheerd door veshouderij. Het voorbereiden van de landbouw en het beheer van het landschap zijn cruciaal voor een mooi Amstelland, maar de toekomst ziet er voor veel boeren niet gunstig uit.

De onderzoekers van WUR adviseren horeca- en recreatiebedrijven om meer verbinding te zoeken met elkaar, maar ook meer te gaan samenwerken met boerenbedrijven. Er is een goed merkverhaal nodig voor Amstelland en er is ruimte voor toeristische arrangementen. Er zijn kansen voor streekproducten en voor boerenbedrijven die zich niet alleen richten op voedselproductie, maar ook op bijvoorbeeld recreatie of zorg.

Daarnaast zouden ook burgerorganisaties zich meer moeten inzetten op samenwerking. Met elkaar en met bedrijven. Een actieve gemeenschap van burgers en bedrijven die zich inzet voor Amstelland maakt het voor de wereld gemakkelijker om plandogatisch bescherming te blijven legitimeren.

In lijn met deze aanbevelingen hebben zevenentwintig melkveehouders in Amstelland – samen met de vogelbescherming – het initiatief genomen voor een zuivelfabriek in het centrum van Amsterdam, op basis van een nieuw verdienvorm voor agrarisch natuurbeheer. Met het opzetten van een regionale zuivellijn hopen de boeren zich te verzekeren van een goede toekomst en bij te dragen aan het open landschap rond Amsterdam.

Als spin-off van het project is een platform opgericht, 'Amstelgoed'. Of samenwerking tussen ondernemers in het Amstelland te stimuleren en een brug te slaan tussen stad en (Amstel)land. Doel is de aantrekkelijkheid en bekendheid van het gebied te vergroten en activiteiten en producten een podium te bieden. Hierin komen verschillende initiatieven met betrekking tot recreatie, toerisme en (streek)producten samen.

Cijfers 2016

Projecten 2016 36 waarvan afgerond 14

De 14 afgeronde projecten in 2016 zijn tot stand gekomen in samenwerking met:

- 16 opdrachtgevers
- 116 studenten
- 44 onderzoekers
- 71 stakeholders

↓ output

- 27 studentenverslagen
- 10 rapporten
- 2 brochures
- 2 concept apps
- 21 presentaties

Verdeling projecten over kennisgebieden en samenwerkingsverbanden binnen projecten

Kennisgebied	Aantal projecten	Opdrachtgever
Agrotechnology & Food Sciences Group	1 project	RIKILT
Animal Sciences Group	3 projecten	---
Environmental Sciences Group	17 projecten	---
Plant Sciences Group	4 projecten	---
Social Sciences Group	11 projecten	ABERES Hogeschool Van Hall Larenstein

Begroting 2016 426.100 €
12.100 € externe middelen
35.000 € max. budget per project

Contact
wetenschapswinkel@wur.nl
(0317) 48 39 51
www.wur.nl/wetenschapswinkel

Maatschappelijke waardecreatie in de praktijk

Jaarrapport 2016 Wageningen University & Research, Wetenschapswinkel

Maatschappelijke waarde van onderzoek ontstaat bij het gebruik van de toepassing van de resultaten. Via de Wetenschapswinkel ondersteunt Wageningen University & Research (WUR) onderzoeksprojecten waarbij het initiatief komt van maatschappelijke organisaties en ondernemende groepen burgers. Met de Wetenschapswinkel geeft WUR mede invulling aan haar maatschappelijke taak.

De Wetenschapswinkel neemt onderzoeksrapporten op van organisaties die over beperkte (financiële) middelen beschikken. Deze onderzoeksrapporten sluiten aan bij een maatschappelijk probleem en bij het Wageningse kennisdomen van voeding en voedselproductie, leefomgeving, gezondheid, leefstijl en levensstandigheden. De onderzoeken worden uitgevoerd door onderzoekers en studenten van WUR.

Grasduinen in de resultaten van 2016

In 2016 is gekeken aan twee onderzoeksprojecten, zoals het bereiken van vrijwilligers bij landschapsonderhoud in Gelderland, het effect van hoogspanningslijnen op de ontwikkeling van 'opp-gebruutte landbouw' in Zeeland, het herstel met planten en schimmels van vervuilde bodems in Amstelland en ook aan een verdienmodel voor sociale en culturele kinderopvang. In Limburg is een onderzoek gedaan om de vraag waar studenten en onderzoekers van WUR antwoorden op te hebben gevonden waarom de klanten verder kunnen.

Vaak gaat het om projecten die het lokale belang overstijgen. Zo heeft bijvoorbeeld een onderzoeksrapport gericht op de arbeidscultuur in Siera Leone gefindanceerd door de Wereldbank en de Nederlandse ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport via de digitale "farmer field school". Om zo kennisuitwisseling over de toekomst van bijvoorbeeld gecertificeerde cacao mogelijk te maken zonder dat boeren fyse brieven hoeven te komen.

Soms gaat het om projecten die politiek gevoelig liggen of leiden tot maatschappelijk debat en media-aandacht. Zo is er een onderzoeksrapport gedaan voor de gemeente Eindhoven en de Rijksoverheid als ARC Nederland en de Gelderlander aandacht besteedt aan de toekomst van de landbouw in de regio. Het onderzoek naar de legitimatie van de aanleg van een nieuwgevulde rivier in de Waal.

In 2016 was ook de impact van eerder afgeronde projecten monitoren, zoals de oplevering van een nieuw dorpsplan in Spijk (Gelderland). En soms is er sprake van een spin-off in de vorm van commerciële vervolgopdrachten, bijvoorbeeld een project waarin onderzoekers, boomkwekers en natuurorganisaties plannen hebben uitgewerkt om de biodiversiteit in de gemeente Zutphen te vergroten.

Een dorpshart voor Spijk, het is gelukt!

Stichting Actief Spijk heeft de arbeide om de leefbaarheid van het dorp te verbeteren. Een dorpshart realiseren was hieraan een onderdeel. Mede dankzij de inbreng van Wageningse kennis via de Wetenschapswinkel is op 29 september 2016 het eerste officiële dorpshart van Nederland officieel geopend met toonzaam kerstfeest. De historische ligging van een dorpskant waar de ontmoeting centraal staat, een natuurlijke plek voor een groeiend aantal dorpsactiviteiten. Daarnaast hebben de onderzoekers de stichting ondersteund in het verbeteren van de leefbaarheid van het dorp. Door het vinden van de meest kansrijke en passende strategische verbindingen met ontwikkelingen in de omgeving van Spijk.

C 35.000 onderzoeken → Wetenschapswinkel kennis → 7 studenten → 3 onderzoekers → 7 stakeholders → Dorpshart → € 800.000 voor de ontwikkeling van het nieuwe dorpshart afkomstig van lokale ondernemers (met name de baaikwekerijen), gemeente en provincie.

Reuk- en smaakveranderingen bij oncologische patiënten

Stichting Humanie voeding van WUR beschikt over deze kennis; het ontbreekt hen echter aan de middelen om deze met patiënten te delen. In samenwerking met de Wetenschapswinkel zijn de volgende onderzoeken gefinancierd:

- Welke kennis en insichten kunnen varcat en leverarmmiddelen/enteralvoedingen worden ingezet om praktische oplossingen te vinden voor smaakvermindering bij (ex-)kankerpatiënten?

- In hoeverre is het mogelijk specifieke smaakversterkers te ontwikkelen gebaseerd op de vijf basismaken – de smaakbelijvering bij (ex-)kankerpatiënten past niet kunnen bevredigen?

Dit onderzoek zal naar verwachting in september 2017 worden afgerond.

50 | Voorbeelden

Home

✓

3D

PDF

Folder-brochure afwijkend formaat | staand

210 x 260mm



Ouderen blijven langer vitaal als ze extra eiwit eten en krachtrechtning volgen, zo blijkt uit wetenschappelijke studies. In het project ProMuscle in de praktijk onderzoeken experts of deze aanpak toepasbaar is in de reguliere zorg voor thuiswonende ouderen, en welke economische voordeelen een brede inzet van het interventieprogramma met zich mee kan brengen. De resultaten worden in de loop van 2018 bekend gemaakt.

Oftewel uit de stoel, maar ook uit bed komen: veel alvastgaande dingen zijn voor ouderen zo vaneffectief dat meer. Ouderen gaan gepend met een afname van spiermassa (sarcopeen) en spierkracht; vanaf het 70e levensjaar raken mensen steeds maar liefst 3% aan spieren kwijf. Ze kunnen last hebben van een been of een arm, een been of heup te breken, of om zoek te worden. Vaak hebben ze dan extra hulp nodig van bijvoorbeeld een wijkverpleegkundige, huisarts of fysiotherapeut. Dat brengt hoge maatschappelijk kosten met zich mee.

Nieuwe onderzoeken zien dat kwetsbare ouderen hun motoriek sterk kunnen verbeteren. Uit de ProMuscle studie blijkt dat het lichaamsfunctieonderzoek verbetert als zij begeleid worden bij het opbouwen van spierkracht en spiermassa. Een combinatie van krachtrechtning en voeding met extra eiwit – een typische aanpassing in lach schet de eiwitinname bij veel ouderen op dit moment te kort – lijkt hierbij het meest kansrijk.

'Sinds mijn deelname aan ProMuscle kan ik weer zelf boodschappen doen. Ik had niet verwacht dat ik me zo fit zou gaan voelen!'

Delenaar van studie ProMuscle in de praktijk



ProMuscle in de praktijk
Het leefstijlprogramma ProMuscle, oorspronkelijk getoetst in een wetenschappelijke setting, wordt nu via het project 'ProMuscle in de Praktijk' geïmplementeerd in de reguliere zorg en zorgorganisatie in Gelderland. Ook wordt in de praktijk de (kosten)effectiviteit onderzocht. De deelnemende thuiswonende ouderen worden verdeeld over een groep die extra eiwit krijgt en een controlegroep die alleen reguliere zorg ontvangt.

De interventie duurt 12 weken en bestaat uit krachtrechtning onder begeleiding van een fytotherapeut, gekoppeld aan voedingsadvies door een diëtiste. De doelgroep is dat de deelnemers dagelijkse 1,2 gram eiwit per kg lichaamsgewicht binnen krijgen, evenvechtig verdeeld over de dag, bijvoorbeeld door extra zuivel te eten, en/of eiwitrijke tussenstopjes. Na deze periode van intensieve begeleiding gaan de deelnemers zelfstandig voor met hun nieuwe dieet en de krachtrechtning. Ze kunnen hierbij voor advies terecht bij de GGD, gemeentes en lokale welzijns- en zorgorganisaties. De deelnemende zorgorganisaties en de gemeente winnen tijdens het project intensief kennis en ervaringen uit om zo een brede uitrol van het programma mogelijk te maken.

Doel van het onderzoek

- Bepalen hoeveel effect eiwitrijke voeding en krachtrechtning hebben op het fysieke functioneren van ouderen in de praktijk.
- Economische evaluatie van het leefstijlprogramma ProMuscle en advies opleveren hoe gemeenten en zorgorganisaties dit leefstijlprogramma kunnen uitvoeren.

Beoogde resultaten

Een interventieprogramma dat:

- de spiergezondheid van kwetsbare ouderen verbetert op termijn en langere termijn;
- koostuinbaar is;
- toepasbaar is voor (zorg)professionals in de dagelijkse praktijk;
- een goede basis voor doelmatig en leidend ouderenbegeleiding voorstelt;
- de zelfredzaamheid van ouderen vergroot en ouderen minder kwetsbaar maakt.



ProMuscle in de praktijk is een meerdere publiek-private samenwerking met financiering vanuit de Topsector AgriBioFood. Het programma loopt tot en met 2018.

Consortiumpartners



Deelnemende organisaties



Informatie

Emile Doots
Borne-Wetlands 9
6708 WG Wageningen
T 0317 48 02 62
E emile.doots@wur.nl
www.wur.nl/wfr



Flyers | A4 en vierkant

**WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH**

Wageningen Campus

Centre where knowledge and talent come together

Wageningen Campus is the centre where knowledge and talent come together. A place where scholars and students carry out internationally leading research or are trained to become professionals who will one day deliver the breakthroughs in knowledge and technology of the future.

Wageningen Campus is still growing. In September Orion, the most recent addition to the campus, was opened. Various research departments will move from different locations to Wageningen Campus. In 2014, the entire Food & Biobased Research will move on the campus. In 2015, Helix will be opened, a building for Agro & Food research groups. In the same year Campus Plaza, which will house students and facilities such as small shops and eateries, will be completed.

In addition, a growing number of companies in the same sector as Wageningen UR are setting up on or near the campus. For instance, in 2012 the Netherlands Institute of Ecology (NIOO-KNAW) moved to a beautiful, green complex, and Fresh2you, a food company, has recently recently begun operations. The Stosis University of Applied Sciences also located themselves near the campus. This physical amalgamation of education, research and business facilitates collaboration and knowledge exchange.

At Wageningen Campus, 8500 students and 6500 employees dedicate themselves to healthy nutrition and a sustainable living environment

www.wur.eu/wageningencampus



3500 study places in Orion

Orion opened its door in 2013. It is a 4-story university building with educational spaces across eight floors offering more than 3500 study locations. The option to combine or share lecture halls, studios and laboratories makes flexible use of the building. The total number of educational spaces can be as many as 24 lecture and conference rooms, 13 lecture theatres, 36 studios for group work and 27 laboratories. These educational spaces house more than 900 computers in total. The laboratories consist of a total of 120 workstations. A bicycle storage cellar with a capacity of 1500 bicycles is located under the building.

The building's most impressive feature is the enormous fan-shaped auditorium. This lecture hall spreads across the first and second floor of the Orion building and accommodates up to 1200 people.

Important feature of Orion is the authentic student cafe. This new university building is the second largest on-campus, after Forum. Orion is a modern, sustainable building on Wageningen Campus, a score resulting principally from efficient and sustainable energy use.

Campus Plaza

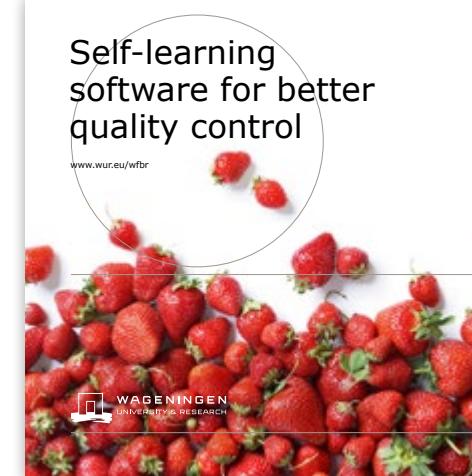
In 2015, in addition to education, research and innovation, on-campus accommodation will also be possible. 'Campus Plaza' is currently being built for this very purpose. This complex will contain approximately 400 student rooms, as well as small-scale facilities, such as small shops, a coffee bar, hairdressers, bicycle repair shop and sandwich shop.

www.wur.eu/wageningencampus



Self-learning software for better quality control

www.wur.eu/wfbr



The WUR self-learning diagnostic software developed by Wageningen Food & Biobased Research makes it easier to predict and clarify the quality of vegetables and fruit, and ensure that the right decision is made.

It is difficult to reliably estimate the quality and shelf-life of fresh products when various factors affecting their condition have to be taken into account. For example, how long can strawberries grown by a farmer with a good reputation but harvested during a rainy period be stored?

The right decision

The software can be compared to a decision tree: all factors that affect the quality of the vegetables and fruit are included.

Not having all the data to hand need not be a problem: based on previous predictions, the software can make reliable estimates of the expected quality. This generates a wide network of factors, situations and quality levels which will help you make informed decisions.

Enhanced quality control

Wageningen Food & Biobased Research develops software that makes it easier to predict and clarify the quality and shelf-life of fresh products. This tells you how long your fresh products can be stored and facilitates informed decisions about the market. It also lets you know which chain partner to address for specific applications. This quality control will have financial benefits for your business, increase customer satisfaction and reduce product losses.

More information

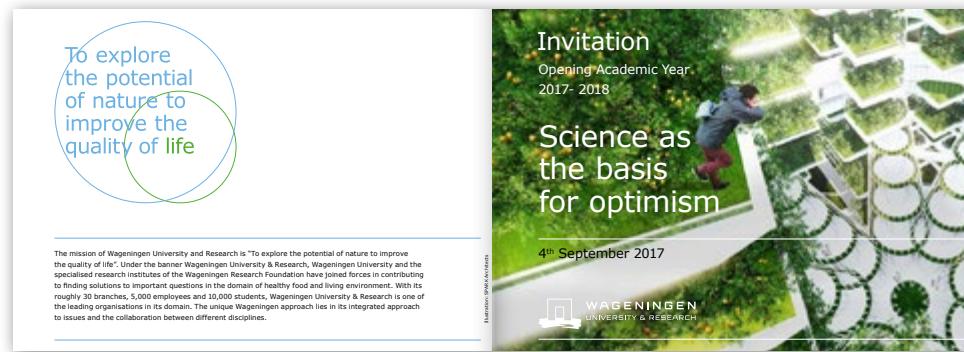
Interested in how this software might benefit you in the quality control of fresh products? Contact Eelke Westra (eelke.westra@wur.nl or +31 317 480 208).

Wageningen Food & Biobased Research

- global leader in the quality control of vegetables and fruit
- state-of-the-art, integrated, chain-oriented approach
- developed based on quality criteria maintained by your company
- involves a wide range of experts (e.g. experts from the supply process, quality development, post-harvest technology, vision technology, temperature management, packaging, fresh logistics and AI),

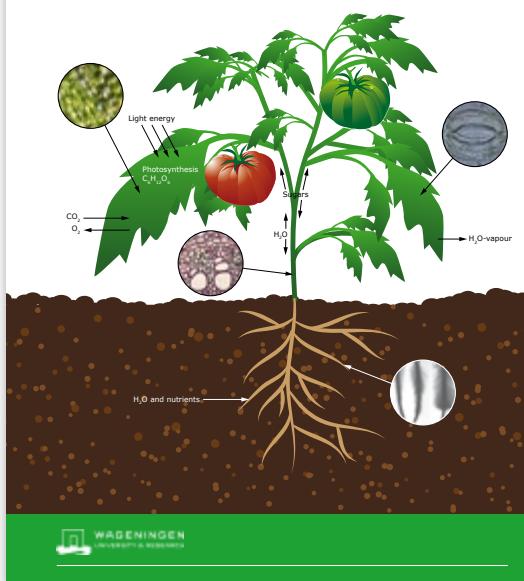


Uitnodiging A5 | 2- en 3-luik



Informatieve poster | A0

No life without plants



Novel plant breeding techniques

Background

Plant breeding is an innovative discipline and has for over 120 years enabled us to feed man. Breeding aims to obtain crops which fulfil our human needs. Several important breakthroughs have been achieved over the years, e.g. the 'green revolution' and the development of genetically modified crops (GMO). In recent years several other techniques have been invented and they are enabling us to shorten the breeding cycle considerably in many crops and to make breeding much more efficient.

Our approach

Scientists at Wageningen UR Plant Breeding conduct fundamental, strategic and applied research in different projects, often in collaboration with private companies, to unravel the genetics of important traits such as e.g. resistance to pests and pathogens with the final aim to be able to secure high crop yields irrespective of the environment in which the crops are grown.

Wageningen UR research

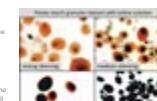
A specific form of genetic modification: cisgenesis
In breeding the only genes that are introduced in crops are genes derived from the crop itself or from related species. The advantages of using GM to introduce these genes reside in the shorter time needed, the possibility to combine genes from different species and the fact that the breeding cycle can be shortened. In potato or apple requires about 50 years. By Wageningen UR this time has been reduced to 8-12 years using cisgenesis. Target for cisgenesis in potato is the introduction of late blight resistance; in apple, scab resistance.



More than 2000 varieties of food crops are the result of mutation breeding, such as the low seeded rice variety known as 'IRRI'.



Loss of basepairs in a selected potato gene induced by targeted mutagenesis using CRISPR/Cas9 will lead to knock-out of this specific gene function and not of random others.



RNAi
One sequence of a gene is known, its function can be analyzed by inactivating it and looking at the effect. Gene knockout can be achieved by introducing a double-stranded RNA molecule with similarity to a part of the transcribed gene. These small RNA molecules interfere with protein production by binding to the mRNA and its product. This leads to an aberrant appearance of the plant visualizing the function of the gene. These small RNA molecules are called RNAi and Wageningen UR applies them in gene function analysis.

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Banana trade under threat

Background

Banana is both the top fruit and a major food crop for millions of people. Two major diseases threaten production. The first is Fusarium wilt, which kills banana plants and infects soils for decades. The second, Black Sigatoka, can only be controlled with massive fungicide inputs. These affect natural habitats and are an occupational health risk to workers on banana plantations.

Our approach

Scientists at Wageningen UR screen banana germplasm for resistance to Fusarium wilt, evaluate the current disease control options and develop new ones. For Black Sigatoka, we investigate fungicide resistance and explore options for disease control through genetic engineering. Both programmes are embedded in an overall interdisciplinary approach to support the banana sector.

Global production



After wheat, rice and maize, the banana is the world's fourth biggest food crop, with a global production rate of 100 million tonnes per year.



About 15 percent is export to the US and Europe.

Millions of small farmers in more than 100 countries grow bananas for local markets.

Threats

Banana Sigatoka

Fruit ripens too fast and becomes unfit for export.
Auricle spores of *Pseudocercosporella* (brown spot) penetrate the leaves through the veins.

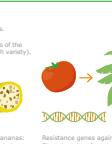


Ramsey: spraying ca. 60 times per year (on commercial plantations). Cost: ca. 400 million dollars per year.

Remedy: no pesticide. Abandon infested plantations and start elsewhere.

Wageningen UR research

Difficult to breed resistant varieties.
Global cultivation of monocultures of the same clone (mainly the Cavendish variety).



Cultivated bananas: sterile and seedless, cannot be easily bred between varieties.

Wild bananas: fertile, but sterile and difficult to breed.

Resistance genes against Black Sigatoka taken from tomatoes are built into the banana plant.

Researcher:

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Boekje A6 | liggend



"Pigs are highly trainable to defecate on a certain spot, making it easy to install a pig toilet and to remove the excreta"

Nico Verdoes, researcher Livestock & Environment

Neat pigs use a toilet

The natural behaviour of pigs is that they choose their lying area first and thereafter the defecating area. By constructing farms with a separate area for lying to a small area both fractions can be removed separately. At the same time it offers pig farmers possibilities to reduce the environmental nuisance. Separation reduces the formation of volatile ammonia. Quick removal of manure reduces the methane and odour emissions.

After the presentation, the Researcher tested several pig toilet designs at their Swine Innovation Centre. Some commercial pig farms have installed them, based on the gained knowledge. Constructing pig toilets considerably contributes to the mandatory reduction of undesirable emissions from pig farms and contributes to animal (and human) health. Because of their apparent advantages, pig toilets are expected to be widely used in the future.



Healthy living environment



Uganda Nutrition Action Plan applied in all districts

We were actively involved in a USAID-funded project aimed at strengthening local governance for nutrition in Uganda together with eight ministries, CSOs, academia and the private sector. We coached the project team and designed, tested and finalised the tailor-made NSAP to apply key challenges and finding ways to integrate nutrition in the district plans, aligning multiple sectors to the goal of reducing malnutrition, and having the envisioned impact to improve the nutrition situation. All Uganda districts now apply the approach with the set of tools and guidelines which can be viewed on the Prime Minister's website:
nutrition.opm.go.ug

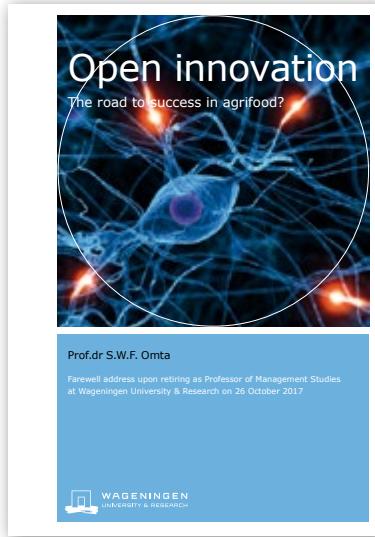
Combat climate change in the Horn of Africa through regional knowledge exchange

We are involved in a range of programmes looking at landscapes in an integrated and inter-sectoral manner. One example is the Horn of Africa Regional Environmental Centre and Network (HOARECEN), established to increase the regional exchange of knowledge and practice within the Horn of Africa. We are involved in this in developing a landscape governance learning journey, bringing regional players together and enhancing their capacity to better understand the spatial dynamics of their landscapes and how to plan, mitigate conflicts and strengthen local, national and regional institutions to combat climate change in a collaborative manner.

hoarec.org/2016/11/11/horn-of-africa-climate-change-program/



Boekje A5 | staand



Introduction

Given the current and future needs of the human population and the finite resources available to us, we will need to transition from the current unsustainable food system to a healthy, circular and resource-efficient paradigm. These transitions will be hugely complex, since the multiple aspects of food systems are interconnected and changing one aspect can easily have major unanticipated consequences. Yet the transitions are urgent and must be driven by science as well as values. Therefore an integrated vision is proposed characterised by four objectives, which are to be pursued through eight scientific approaches combined within a matrix.

The subjects of potential public-private partnerships in which transdisciplinary consortia are encouraged to collaborate can be found at the crossroads of various objectives and approaches. The extent and complexity of the tasks at hand demands a coordinated action that will include all stakeholders: the Food System Transitions. This should be a joint undertaking of industry and public partners committed to implementing a better system. In many ways, Europe is uniquely well placed to be at the forefront of these transitions and must take a lead in the years to come.

A key aspect of the vision is its multidisciplinary nature. This allows policy makers, funding agencies, researchers and programme managers to work on one dimension while remaining aware of how their work contributes to the whole, identifying any gaps and managing the balance. In keeping with this, the document can be read front to back; however, its matrix approach means that readers who wish to do so can also focus on specific challenges or scientific approaches.

Food Transitions 2030 | 5

Complex transition processes are urgently required to ensure a healthy, circular and resource-efficient food system that provides the healthy food that billions of people need for their wellbeing.

Breeding methods, both traditional and novel techniques, allow crops to develop that are resilient to pests or changing conditions.

enhanced photosynthetic efficiency, well over the current 10% or less of its theoretical maximum.⁵ Recent scientific breakthroughs have shown that improving photosynthesis is a very promising route to producing crop varieties with better yield in terms of food, feed and biomass.⁶ Breeding is of little use if crops and animals are not incorporated in optimised management systems, but it can still contribute to greater resource use efficiency, such as increased water or nutrient uptake.

These techniques can also make crops healthier or reduce allergies.

Gaining insight into the interdependence between health and food provides opportunities to increase nutritional value and reduce the levels of undesirable components in food products for specific societal groups. Golden rice, which has increased levels of pro-vitamin A, is an early proof of concept for such an opportunity, as are apple varieties with reduced allergens through targeted elimination of specific genes. Similar approaches can be used to modify energy content through the reduction of fatty acids or increase in dietary fibre. Such advances rely heavily on improved knowledge of safety inducers, resistant starch synthesis, etc.

The sustainability of primary food production increases when plants and animals are better adapted to ecological interactions and less susceptible to pests or disease. This can be achieved through measures such as integrated crop breeding losses before and after harvest. The ongoing evolution of pathogens means that flexible strategies are needed. At the post-harvest stage, new genetic techniques can adjust genes that are responsible for the first steps in the spoiling process of food products, increasing shelf-life and reducing food waste. In animal production,

⁵ Ray, D.K., Mueller, N.D., West, P.C., and Foley, J.A. (2012). Yield Trends Are Inadequate to Double Global Crop Production by 2050. *PLoS ONE*, e46428.

⁶ Improving photosynthesis and crop productivity by accelerating recovery from photoinhibition. J. Kromdijk et al., *Science* 18 Nov 2010; Vol. 330, Issue 6014, pp. 857-861.

14 | Wageningen University & Research



sophisticated breeding of plants used for feed may reduce the output of methane from animal husbandry. It is necessary to monitor unintended side effects, e.g. increasing the consumption of vegetables by reducing their bitterness may make them less healthy and also less resilient to pests (bitter substances are often used as pesticides).

The introduction of new production technologies requires new crop varieties and animal breeds. To select the best combinations as early as possible in the process, it is necessary to set up **safe-by-design strategies** which entail integrated risk assessment tactics so as to reduce the burden of today's pre-market assessments.

In the past, advanced breeding using genetic modification has been a source of widespread misunderstandings and has encountered fierce opposition, especially in Europe.⁷ There is urgent need to improve the understanding of breeding methods like CRISPR-CAS, cloning and precision breeding. From a scientific perspective, and given the challenges of future food production and their use in competing economies outside Europe, it is not feasible to ignore these technologies altogether. However, a social dialogue between governments, science, the private sector and consumers must accompany their introduction to determine what products will be **acceptable** and under which conditions.

⁷ The GM Statement in Europe, Editorial by Louise O. Fresco, *Science magazine*, 22 Feb 2012

Boek | 270 x 220mm



Akkerlandgebruik

Oppervlakte akkerland:
530.000 ha en 230.000 ha snijmals

De belangrijkste marktgewassen zijn:

- Grassen: 210.000 ha
- Aardappels: 156.000 ha
- Suikerbieten: 73.000 ha
- Groenten: 54.000 ha

Aantal bedrijven akkerbouw en vollegrondstuinbouw:
20.258

Bron: CBS 2011 (bladje 1)

22 | Op weg naar een natuurinclusieve duurzame landbouw

Welke biodiversiteit hoort bij akkerland?

Bij het streven naar een duurzame landbouw en het beschermen van biodiversiteit maakt het rijk ondercheid:

- Genetische biodiversiteit; soorten en rassen die direct te maken hebben met de landbouwkundige productie*
- Gewassen en gewascomplexen
- Functionele biodiversiteit; de diversiteit van niet-geogroeften die de productie mogelijk maken
- Biotoopdiversiteit (verblijfplaats)
- Insectenrijdom (ziekte- en plaagbedrijding)
- Biodiversiteit van bodem, diversiteit van soorten die voortbrengen en of afhouden zijn van bodemparametries **
- Akkervogels, zoals de pootjes, de grauwe gors, de velduilkuiken en de grote kwartel***

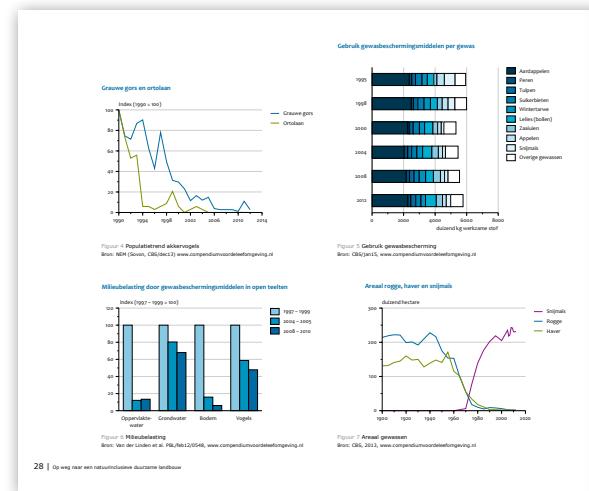
* Zie ook 'Wat heeft een akkerbouwer aan meer biodiversiteit?'

** De internationale beschermde soorten waarvoor agrarisch natuurbeheer van belang is, staan in bladje 4.



Soldierk en de grauwe gors zijn zeer zeldzaam geworden door intensivering van de landbouw.

Akkerlandgebruik | 25



Ook verliepen veel oppervlakken door grondontbossingen die na de oorlog plattelanden in het tegenwoordige gemengde agrarisch beheer. Zo wordt er in de veekolonies en in het Oldambt, respectievelijk 72% en 82% van akkers in de herfst geplukt of ondergaat anderzins een grondverbranding (Wiersma et al., 2014). Hiermee gaat veel veld voor overwinterende vogels verloren.

In 1990 (96%) was nog maar 1% van de oppervlakte dat geschikt was voor de verschillende soorten vogels. Tegenwoordig zijn dit percentages 72% en 82% (Dirkx et al., 2005; Smits & Van der Velde, 2007).

Voor veel natuurlijke landschapscomponenten, zoals dijken, kleine bosjes, houtwallen, heggen, stoten, poolen en (ruige) perceelranden blijkt in het tegenwoordige gebruik agrarische gebied nog een belangrijke rol te spelen voor de bescherming van biodiversiteit (Oostdijk et al., 2009).

Uit de studie van Geijer et al. (2010a) blijkt dat het aantal plantensoorten in een gebied afneemt met een toename van de oppervlakte van de percelen in dat gebied. In de periode 1990-2005 daalde de oppervlakte van de groene dooordering licht het aantal soorten sterk af te nemen (Radford et al., 2005). Schadebeperking, maar door kleine percelen met veel verschillende gebruiksmethoden kan deze negatieve groep- effect op de biodiversiteit. Zo is de groene dooordering in het zandgebied flink afgenomen. Wend in 1990 nog circa 60% van het areaal dooorderd met meer dan vier soorten. In 2005 was dit aantal afgenomen tot circa 30%. In 2005 was de groene dooordering nog ongeveer 25% (Dirkx et al., 2011). Van het 'geniedelde' landbouwoppervlak bestaat 2,1% van de oppervlakte uit seminatuurlijk land (stoten, stoten, hagen en groepjes). Veel kleine landschapselementen (hagen, houtwallen, heggen, etc.) zijn niet langer in eigendom en beheer van agraristen (Maenhoudt & De Snoo, 2003).



Haver, een genet die bijna is verdwenen uit het Nederlandse landschap (boven) en een kreeft, die vooral voorkomt in gebieden met veel variatie in gewassen en in landschap (onder).

Akkerlandgebruik | 29

Boek 'special' | 24 x 24



(In het voorbeeld hierboven staan nog het oude logo van Wageningen)



Interactieve pdf

Nut van ICT voor tuinbouwondernemers

Planmatige uitvoering, maar nauwelijks monitoring

Inzicht, tijdsbesparing en gemak

Navigation

Plastic soep op de stoep

Mineralenmanagement

Ketenanalyse

Bedrijfsplan vogelmlijt

Concepten

Nut van ICT

Plastic soep op de stoep

Mineralenmanagement

Ketenanalyse

Bedrijfsplan vogelmlijt

59 | Voorbeelden

Home

Checkmark

Blocks

Document

Narrowcasting

Het scherm is per keer 10 seconden in beeld

Tip voor het leveren van de input: niet teveel tekst en hoofdzaak van bijzaken scheiden.

Bij onderdelen van WUR hoeft er geen logo op te staan. Deze staat al linksboven op het narrowcasting-scherm.



Digitale nieuwsbrieven & uitnodigingen

Template nieuwe nieuwsbrief/uitnodiging: soda@wur.nl

Verzending bestaande nieuwsbrief/uitnodiging: onlinedactie@wur.nl

The template features a green header with the Wageningen University & Research logo. Below it, a large image shows various bowls of food, including cereals and fruits. A green section contains the headline "Lekker eten met minder suiker". Below the headline is a paragraph of text and an orange "Lees meer" button. Another section shows wind turbines and sheep with the headline "WUR bij klimaattop COP24" and a paragraph of text.

The template features a green header with the Wageningen University & Research logo. Below it, a large image shows a city skyline. A green section contains the headline "KennisOnline: nieuws over onderzoek gefinancierd door LNV". Below the headline is a paragraph of text and an orange "Lees meer" button. Another section shows a farm vehicle with the headline "Koeien & Kansenbedrijven hebben grote variatie in ammoniakemissie" and a paragraph of text.

The template features a green header with the Wageningen University & Research logo. Below it, a large image shows cows in a field. A green section contains the headline "Invitation Mansholt Lecture 19 September 2018". Below the headline is a paragraph of text and an orange "Lees meer" button. Another section shows a farm vehicle with the headline "Mansholt Lecture: Towards Circular Food Production in Europe" and a paragraph of text.

Rollup-banner

