

Stijl van de gemeente Rotterdam

Versie 2.0 / maart 2022

Rotterdam. Stad van meer.

Rotterdammers zien meer, zoeken, swipen,
scrollen meer, willen meer, bereiken meer.
Dat vraagt om een stijl die daar naadloos op aansluit.
Flexibel, herkenbaar, toegankelijk voor iedereen.

Inhoud

| | | | |
|--|-----------|---------------------------------------|-----------|
| Inleiding | 4 | 05. Grid | 26 |
| Aanvullende richtlijnen en formats | 5 | 5.1 Basistemplates | 27 |
| | | 5.1.1 Voorbeelden templates | 28 |
| | | 5.2 Witmarges t.o.v. tekst en vlakken | 29 |
| 01. Merkportfolio | 6 | 06. Social Media | 34 |
| 1.1 Logo Gemeente Rotterdam | 7 | | |
| 1.1.1 Varianten | 8 | | |
| 1.1.2 Uitzonderingen | 9 | 07. Fotografie | 37 |
| 1.2 Stadswapen | 10 | 7.1.1 Richtlijnen voor fotografie | 39 |
| 1.3 Citybranding en 'Rotterdam. Make it happen.' | 11 | 7.1.2 Werkwijze fotografie | 40 |
| 02. Samenwerking | 13 | 08. Illustraties | 42 |
| 2.1 Drie soorten samenwerkingen | 14 | 8.2.1 2D-illustratiestijl | 45 |
| 03. Typografie | 15 | 8.2.2 3D-illustratiestijl | 46 |
| 3.1 Het font Bolder | 16 | 8.2.3 Vrije illustratiestijl | 47 |
| 3.2 Gebruik typografie | 17 | 8.5 Kleurenpalet | 50 |
| 3.3 Overzicht typografie | 19 | 8.5.1 Huidskleuren | 51 |
| 3.4 Vormgeving tekststijlen | 20 | 8.5.2 Kleurwaarden | 52 |
| 3.4.1 Voorbeelden | 21 | 8.5.3 Kleurwaarden | 53 |
| 3.5 Tekst en achtergrond | 22 | 09. Iconen | 54 |
| 04. Kleur | 23 | 10. Papier | 58 |
| 4.1 Basiskleuren | 24 | 11. Tekst | 60 |
| 4.1.1 Gebruik basiskleuren | 25 | 12. Voorbeelden en inspiratie | 62 |
| | | 13. Contact | 70 |

Inleiding

Dit is het huisstijlhandboek van de gemeente Rotterdam. Het handboek is een inhoudelijk naslagwerk voor vormgevers en communicatieadviseurs.

De huisstijl van de gemeente Rotterdam.

We communiceren steeds meer, op steeds meer verschillende manieren. Dus onze stijl beweegt mee, is net zo flexibel, past zich aan en past altijd. Elke vorm, elk formaat, elke boodschap, elke campagne. Online, offline. Wij zien er overal altijd even goed en herkenbaar uit. Met meer ruimte voor alle samenwerkingen in de stad.

Onze stijl kan meer, vertelt meer, bereikt meer, beweegt meer, doet meer, is meer. Onze stijl is van ons allemaal.

Onze stijl is Rotterdam.

Monolithische huisstijl

- De gemeente treedt naar buiten toe als één organisatie en één geheel. Dus ook met één gezicht. Dit vraagt om een sterke uitstraling, zowel visueel als in het taalgebruik.
- Een monolithische huisstijl is krachtig, snel herkenbaar en geeft duidelijkheid: één afzender.
- Al onze communicatiemiddelen hebben een uniforme uitstraling die past bij de gemeente. Dit versterkt de saamhorigheid en trots binnen de organisatie, onder bewoners, ondernemers en partners.
- De gemeente Rotterdam heeft één logo: de 'R' waar de Maas doorheen stroomt, met daarnaast of daaronder Gemeente Rotterdam. Er zijn een paar uitzonderingen.

We spreken het volgende af:

- We respecteren de monolithische huisstijl en passen deze altijd toe.
- We passen de vormgevingsrichtlijnen toe.
- We gebruiken de beschikbare grids en stramienen of gebruiken deze als basis.

Aanvullende richtlijnen

In dit handboek staan de algemene regels voor de basiselementen in onze huisstijl beschreven. Maar onze huisstijl ontwikkelt door. Aanvullend op het huisstijlhandboek zijn er richtlijnen ontwikkeld voor middelen die ook om een eenduidige uitstraling vragen. Ben je bezig met een uiting van de gemeente Rotterdam? Controleer vooraf bij het huisstijlmanagement of er aanvullende huisstijlrichtlijnen zijn bepaald, of dat we deze samen kunnen ontwikkelen.

Toegankelijkheid

Digitale toegankelijkheid is het uitgangspunt van de herkenbare en flexibele huisstijl voor de gemeente Rotterdam. Dit komt onder andere tot uiting in het lettertype dat goed leesbaar is op beeldscherm en in het kleurgebruik dat zo is afgestemd dat het digitaal goed waarneembaar is, ook voor mensen met een visuele beperking.

100% huisstijl

Moet vanwege strategische of andere redenen van de huisstijl afgeweken worden? Dan stem je dat eerst af met het huisstijlmanagement.

Heb je vragen?

Neem contact op met het huisstijlmanagement van de gemeente Rotterdam via beeld@rotterdam.nl.

Aanvullende richtlijnen en formats

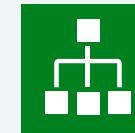
Onze huisstijl is altijd in ontwikkeling. We stellen doorlopend nieuwe richtlijnen op en passen ze aan. Voor veel verschillende middelen zoals interne labels, bestickering van het wagenpark, correspondentie-uitingen, 2D-illustraties en digitale uitingen bestaan richtlijnen. Kijk dus altijd even wat er van toepassing is op jouw uiting, en of er misschien al formats voor zijn. Heb je vragen? Heb je de richtlijnen of downloads nodig? Neem dan even contact op met het huisstijlmanagement.



Bijlage 2D-stijl Illustraties



Bijlage Correspondentie-uitingen



Bijlage Afzenderschap (beslisboom)



Bijlage Interne Labels



Bijlage AV Toolkit



Bijlage Bestickering wagenpark en materieel



Bijlage Rotterdam. Make it happen stickers



Bijlage UX vormgeving



Bijlage Fotografenportfolio

01. Merkportfolio

De Gemeente Rotterdam heeft drie geregistreerde (beeld)merken.

- Logo gemeente Rotterdam.
- Stadswapen.
- Citybranding label Rotterdam. Make it happen.

1.1 Logo Gemeente Rotterdam

Het logo en beeldmerk zijn beschikbaar in de kleuren groen, wit en zwart. We gebruiken het groene logo altijd op een witte achtergrond. We gebruiken het zwarte logo of witte logo op een gekleurde achtergrond of als het om technische redenen niet anders kan (bijvoorbeeld op kleding).

Basislogo (liggend)

Het basislogo is het bekende beeldmerk met woordmerk, liggend uitgevoerd. Gebruik bij voorkeur het basislogo als hier ruimte voor is.

Vierkant logo

Het kan voorkomen dat er geen ruimte is om het basislogo te gebruiken. Het is dan toegestaan om het vierkante logo te gebruiken.

Beeldmerk

Voor kleinere schermen kun je gebruikmaken van het beeldmerk zonder het woordmerk. Als op de voorzijde van drukwerk het volledige logo is geplaatst, mag op de vervolgpagina's ook alleen het beeldmerk staan.

Avatars en favicons

Voor avatars en favicons is een versie ontwikkeld waarbij het water uit het beeldmerk is gehaald. Hierdoor blijft de kenmerkende 'R' over.

Belangrijk

Aan ons logo, beeldmerk en avatar mogen geen veranderingen worden aangebracht of tekst worden toegevoegd.

De basis en de responsive logo versies.



Basis is liggend



Vierkant



Beeldmerk



Avatar

1.1.1 Varianten

Er zijn vier varianten op het basislogo. Deze zijn alleen beschikbaar in de liggende basisversie. Stem het gebruik vooraf af met iemand van het huisstijlmanagement.

City of Rotterdam

'City of Rotterdam' is de Engelstalige versie van het basislogo. Deze mag alleen worden gebruikt op Engelstalige uitingen.

Partner logo van de gemeente Rotterdam

Komt ons logo op een uiting waarbij de huisstijl niet die van de gemeente Rotterdam is? Dan gebruik je het logo met de toevoeging boven het woordmerk:

- 'Een initiatief van'
- 'Mogelijk gemaakt door'
- 'In samenwerking met'

City of Rotterdam



Een initiatief van



Mogelijk gemaakt door



In samenwerking met



De vier varianten
op het basislogo.

1.1.2 Uitzonderingen

Er zijn drie uitzonderingen op het basislogo

- GGD Rotterdam-Rijnmond
- Griffie Gemeente Rotterdam
- Gemeenteraad Gemeente Rotterdam

Intern label

Bij interne en externe communicatiemiddelen worden geen andere logo's (of sublogo's) gebruikt dan het logo van de gemeente Rotterdam. We voeren een monolithische huisstijl met één afzender. Andere logo's zouden namelijk een afzender impliceren. Interne programma's kunnen zich binnen de huisstijl van de gemeente onderscheiden door het toevoegen van een label op interne communicatiemiddelen. In de bijlage 'Interne labels' staat beschreven wanneer een intern programma in aanmerking komt om een intern label te gebruiken, de werkwijze en richtlijnen voor het ontwerp van een intern label.

De uitzonderingen
op het basislogo.

GGD Rotterdam - Rijnmond



GGD
Rotterdam-
Rijnmond

Griffie Gemeente Rotterdam



Griffie
Gemeente
Rotterdam

Gemeenteraad Gemeente Rotterdam



Gemeenteraad
Gemeente
Rotterdam

(On)rechtmatig gebruik logo gemeente Rotterdam en font Bolder

Het logo van de gemeente Rotterdam bestaat uit de kenmerkende letter R (met een golvende Nieuwe Maas door het oog van de letter) en kan worden gebruikt in combinatie met de teksten 'Gemeente Rotterdam'. Daarnaast is het lettertype 'Bolder' speciaal voor de gemeente Rotterdam ontworpen, deze is onderdeel van de gemeentelijke huisstijl. Beide zijn als merk geregistreerd.

Voor het gebruik van het logo en lettertype van de gemeente Rotterdam gelden de volgende regels:

Het logo en lettertype van de gemeente Rotterdam zijn exclusief voor gebruik door de gemeente Rotterdam en ook als merk geregistreerd. Gebruik door derden zonder toestemming wordt gezien als onrechtmatig gebruik.

1.2 Stadswapen

Het motto Sterker door Strijd, soms in combinatie met het stadswapen met de twee leeuwen, wordt door velen gebruikt om de Rotterdamse mentaliteit te duiden.

Het stadswapen staat daarnaast op het briefpapier van de burgemeester. Het wapen is door de Hoge Raad van Adel (zij dragen zorg voor een heraldisch kloppend wapen) verleend aan de gemeente Rotterdam, het gebruik daarvan is een exclusief recht van de gemeente.

Voor het gebruik van de stadswapens gelden de volgende regels:

- De gemeente Rotterdam maakt geen gebruik van de stadswapens (alle interne aanvragen worden afgewezen), m.u.v. het gebruik van het originele stadswapen en/of het gestileerde stadswapen door burgemeester en college van B&W;
- Het gestileerde stadswapen is exclusief voor gebruik door burgemeester en college van B&W met als doel relatiebeheer, alle andere aanvragen voor gebruik vanuit stad en gemeente worden afgewezen.

Het stadswapen van Rotterdam.



De stijl van de gemeente Rotterdam

(On)rechtmatig gebruik stadswapen Rotterdam

Het stadswapen, zoals verleend door de Hoge Raad van Adel mag na toestemming door de gemeente Rotterdam en onder de volgende voorwaarden door derden worden gebruikt:

- De toepassing dient ter promotie van de stad Rotterdam.
- Het stadswapen dient geheel en zonder aanpassingen te worden afgebeeld.
- Gebruik ten behoeve van politieke doeleinden is niet toegestaan.
- Gebruik ter promotie van commerciële diensten en producten is niet toegestaan.
- Gebruik dat in strijd is met de wet is niet toegestaan.

Er is sprake van onrechtmatig gebruik van de stadswapens indien het gebruik niet overeenkomt met deze regels.

Gestileerde versie van het stadswapen van Rotterdam.



1.3. Citybranding en 'Rotterdam. Make it happen'.

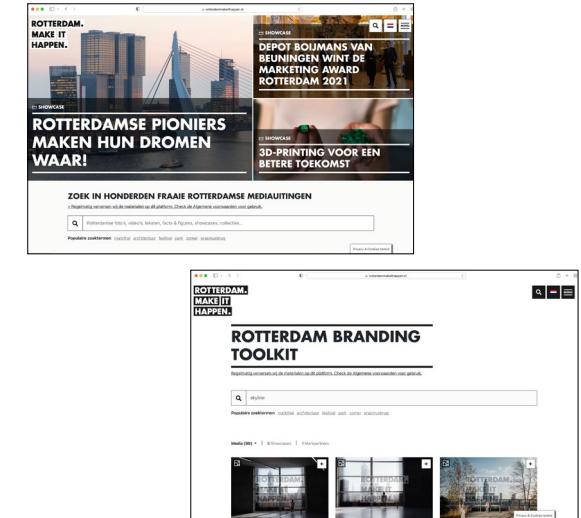
Rotterdam is een merk. En een merk is waardevol. Daarom doet de gemeente Rotterdam aan Citybranding. We bouwen aan de stad, vanuit de unieke kenmerken of het DNA van Rotterdam. Samen met alle Rotterdammers en partners die de stad een warm hart toedragen. Het DNA van de stad is door vertaald naar de kernwaarden: Rauw (of Bold), Ondernemend (of Forward) en internationaal (of Culture). Zie www.rotterdam.nl/bestuur-organisatie/dna. Het DNA vormt sinds 2014 de basis van de merkpositionering van onze stad; 'Rotterdam. Make it Happen.'

'Rotterdam is de stad van fysieke en mentale ruimte: rauw, ondernemend en internationaal. Het laboratorium van samenleving, beleven en verbindende economie. De springplank voor hen die de wereld mooier willen maken.'

Het creëert een gemeenschappelijk houvast en geeft richting aan beleid, strategie en communicatie van de gemeente en stedelijke partners. Zo komen de kenmerken van Rotterdam in onze woorden, beelden en daden terug. En maken we Rotterdam samen krachtiger. Daarbij gaat het altijd om de Rotterdammers: Citybranding moet invloed hebben op hun geluk en op de aantrekkelijkheid van de stad. Want Rotterdammers die trots zijn op hun stad zijn de beste ambassadeurs.

Werk jij aan een gemeentelijk project waarop je trots bent en wat aansluit bij de positionering van de stad, dan kun je dit nog extra onderstrepen met een 'Rotterdam. Make it Happen.' Sticker. Als je werkt vanuit een 'Rotterdam. Make it Happen.' samenwerkingsverband kan in uitzonderlijke gevallen de volledige 'Rotterdam. Make it Happen.' huisstijl worden ingezet.

Ben je op zoek naar nog meer informatie, verhalen, video's en mooie foto's om te gebruiken voor jouw communicatie-uitingen ga naar rotterdammakeithappen.nl



'Rotterdam. Make it Happen.' stickers layout



(On)rechtmatig gebruik label of huisstijl 'Rotterdam. Make it happen.'

Voor het gebruik 'Rotterdam. Make it happen'. geldt de volgende regel: het label of de huisstijl mag na toestemming door de gemeente Rotterdam en onder de volgende voorwaarden door derden worden gebruikt:

Er is sprake van onrechtmatig gebruik van het 'Rotterdam. Make it happen.' label of huisstijl indien het gebruik niet overeenkomt met deze regel.

- De toepassing dient als ondersteuning van de Citybranding van de stad Rotterdam.
- De toepassing is in overeenstemming met of levert een bijdrage aan de merkposionering van Rotterdam en de Rotterdamse kernwaarden, te weten: rauw (bold), ondernemend (forward) en internationaal (culture).
- Het label dient geheel en zonder aanpassingen te worden afgebeeld.
- De huisstijl dient volgens de regels zijn uitgevoerd.
- Het moet duidelijk zijn dat 'Rotterdam. Make it happen.' geen afzender is, tenzij overeengekomen met team Citybranding van de gemeente Rotterdam.
- Gebruik ten behoeve van politieke doeleinden is niet toegestaan.
- Gebruik ter promotie van commerciële diensten en producten is niet toegestaan.
- Gebruik dat in strijd is met de wet is niet toegestaan.

ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.



02. Samen-werking

Bij samenwerkingen waarbij de gemeente Rotterdam hoofdafzender is - of een onderdeel van een project of collectief als initiatiefnemer van de productie - is er een vaste plek voor logo's van meewerkende partners of collectief. De ruimte voor beeld (hoofdafbeelding) mag vrij ingevuld worden na akkoord van het huisstijlmanagement. De verdere vormgeving is volgens de richtlijnen van de huisstijl.

2.1 Drie soorten samenwerkingen

De gemeente Rotterdam kan drie soorten samenwerkingen aangaan:

- Een samenwerking waarbij de gemeente Rotterdam hoofdafzender is: gebruik altijd de huisstijl van de gemeente Rotterdam.
- Een samenwerking waarbij de gemeente Rotterdam even belangrijk is als de andere partners: gebruik de Rotterdam. Make it happen. stijl of maak een projectstijl. Check de bijlage afzenderschap (beslisboom) om te bepalen wat op jouw project van toepassing is.
- Een samenwerking waarbij er een andere hoofdafzender is. Gebruik hiervoor dan een van de 'sponsor logo's' van de gemeente Rotterdam.



Voorbeelduitingen samenwerkingen

03. Typografie

De typografie van de gemeente Rotterdam is solide, krachtig, herkenbaar en toegankelijk. Het lettertype heet Bolder.

Online 

Richtlijnen voor digitaal gebruik nodig? Ga naar www.rotterdam.nl/huisstijl voor de digitale richtlijnen en UX elementen.

3.1 Het font Bolder

Bolder is speciaal door en voor de gemeente Rotterdam ontwikkeld. Dit is het meest toegankelijke font dat we hebben kunnen ontwerpen voor zowel online als offline.

Bolder regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&*()_+=}{[]|\\"':<?

Bolder bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&*()_+=}{[]|\\"':<?

Bolder heading

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&*()_+=}{[]|\\"':<?

Bolder light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&*()_+=}{[]|\\"':<?

De fontfamilie
Bolder

3.2 Gebruik typografie

Bolder is beschikbaar in vier verschillende gewichten: light, regular, bold en heading. Van regular is er ook een italic variant beschikbaar. Uiteraard is het lettertype Bolder toegankelijk en voor iedereen visueel goed waarneembaar en leesbaar. We zetten woorden, titels, kopregels of zinnen nooit in kapitalen (hoofdletters). We maken ze ook niet cursief. Dan wordt de tekst moeilijk leesbaar. Ook gebruiken we geen outlines, schaduwen of kleuren buiten ons basiskleurenpalet voor tekst.

Bolder of Arial

Wanneer de Bolder om technische redenen niet gebruikt kan worden, dan mag de Arial, Arial Bold of Arial Light gebruikt worden. De Arial for Rotterdam gebruiken we niet meer. Voor e-mail van gemeente Rotterdam is de standaard Arial 10. Om technische redenen kan de Bolder niet gebruikt worden.

Corpsgrootte drukwerk

De standaard corpsgrootte bij gemeente Rotterdam is voor lopende tekst 11 pt met een regelafstand van 13. De minimale corpsgrootte is 9 pt met een regelafstand van 11. Gebruik geen verschillende lettergroottes in de tekst. Dit maakt tekst minder goed leesbaar. Ook plaatsen we lopende tekst altijd linkslijnend. Een tekst die rechts of in het midden is uitgelijnd is moeilijker te lezen.

~~Geen kleuren~~

(behalve zwart wit en groen)

~~GEEN KAPITALEN~~

~~Niet cursief~~

~~Geen outlines~~

~~Geen schaduw~~

Extra aandacht op tekst

Als je extra aandacht wilt vestigen op een bepaald stuk tekst, gebruik je een contrastgris vlak als ondergrond. Dan trekt het grijze vlak op een subtile manier net iets meer aandacht dan wanneer de tekst op een witte ondergrond zou staan.

Woorden of zinnen die belangrijk zijn in lopende tekst mag je extra duidelijk maken door:

1. opsommingstekens te gebruiken
2. **vet te maken** (ben hier wel terughoudend mee).

Illustratief met de Bolder

Met ons lettertype mag je creatief omgaan. De tekst mag inspringen, verschillen van gewicht en formaat en linkslijnend, gecentreerd of rechtslijnend zijn. Schaduwen en tekst schuin plaatsen mag niet.

Correspondentie-uitingen

Correspondentie-uitingen zoals brief, memo, rapport, agenda en notulen maken gebruik van dezelfde basis elementen. Hiervoor zijn speciale richtlijnen ontwikkeld, te vinden als bijlage in dit handboek. Deze richtlijnen zijn ook te gebruiken door leveranciers van specifieke briefsystemen. Neem voor deze richtlijnen contact op met het huisstijlmanagement.



Illustratief met de
Bolder

3.3 Overzicht typografie

| | Communicatiedrukwerk | Correspondentie-uitingen | Email* altijd de Arial gebruiken |
|-----------------------|---|--------------------------------------|----------------------------------|
| Bolder Heading | Headings (maximaal 10 woorden) - corpsgrootte vrij te bepalen - regelafstand = corpsgrootte | Nooit | Nooit |
| Bolder Bold | Titels, subtitels, intro teksten en koppen - corpsgrootte vrij te bepalen - regelafstand = corpsgrootte | Koppen en platte teksten | Nooit |
| Bolder Regular | Platte teksten - 11 pt /13 (minimaal 9 pt /13)* | Platte teksten - 11 pt /13 | Nooit |
| Bolder Light | Titels, subtitels, introtteksten en bijschriften - corpsgrootte vrij te bepalen. - regelafstand = corpsgrootte | Nooit | Nooit |

* Afbeelding bij emailhandtekening niet toegestaan

* Corpsgrootte en regelafstand

3.4 Vormgeving tekststijlen

Hyperlinks

Als er hyperlinks gebruikt worden staan deze onderlijnd in het font Bolder regular.

Citaten

We gebruiken voor citaten enkele 'aanhalingsstekens'. Dit geeft een rustiger beeld dan dubbele tekens, zeker wanneer er veel citaattekens in een tekst voorkomen. Dubbele aanhalingsstekens worden gebruikt bij een citaat binnen een citaat.

'Een quote in een tekstballon bij een illustratie is ook een optie.'

We gebruiken slechts enkele citaattekens.

Tekststijlen

Bij de aangeleverde templates zijn (toegankelijke) tekststijlen vooraf ingesteld. Onze voorkeur heeft die te gebruiken.

Alineastijlen

Rotterdam_Heading
Rotterdam_Titel bold
Rotterdam_Titel Light
Rotterdam_Subtitel bold
Rotterdam_Subtitel light
Rotterdam_Intro bold
Rotterdam_Intro light
Rotterdam_Platte tekst
Rotterdam_Bijschrift
Rotterdam_Quote
Rotterdam_Voetnoot

Tekenstijlen

Rotterdam_Platte tekst creatief
Rotterdam_Platte tekst bold
Rotterdam.Url en mail platte tekst
Rotterdam_Bullet intro light
Rotterdam_Bullet intro bold
Rotterdam_Bullet platte tekst
Rotterdam_Checkmark hokje
Rotterdam_Opsomming platte tekst

Op de volgende pagina vind je enkele combinaties en voorbeelden.

3.4.1 Voorbeelden

Hier kan een titel komen.

Osa debitib ustrum ratium dolorro es sum aliberfero que commosaperum quat. Nam, venihilit qui omnieni hitaspe inusda vercit, totate laci ut providitem et, omni coressed quas venis prati sinis ma plam voluptatiae ni nonsed unt esti nus vel et fuga.

Hier kan een kopje komen

En hier een subkopje

Is nonsequam am, cus expelic te re dest hariaec tiustisciis ulles modicid quidebis cuptata simporeped quisim qui omnihilum reptum ratiat archici delitat iossuum dem et ut valor sit excersperum erovita tatur?

Hier kan een titel komen.

Osa debitib ustrum ratium dolorro es sum ali-berfero que commosaperum quat. Nam, venihilit qui omnieni hitaspe inusda vercit, totate laci ut providitem et, omni coressed quas venis prati sinis ma plam voluptatiae ni nonsed unt esti nus vel et fuga.

Kopjes zonder subkopjes op deze manier

Is nonsequam am, cus expelic te re dest hariaec tiustisciis ulles modicid quidebis cuptata simporeped quisim qui omnihilum reptum ratiat archici delitat iossuum dem et ut valor sit excersperum erovita tatur

Hier kan een titel komen.

Osa debitib ustrum ratium dolorro es sum aliberfero que commosaperum quat. Nam, venihilit qui omnieni hitaspe inusda vercit, totate laci ut providitem et, omni coressed quas venis prati sinis ma plam voluptatiae ni nonsed unt esti nus vel et fuga.

Hier kan een kopje komen

En hier een subkopje

Is nonsequam am, cus expelic te re dest hariaec tiustisciis ulles modicid quidebis cuptata simporeped quisim qui omnihilum reptum ratiat archici delitat iossuum dem et ut valor sit excersperum erovita tatur?

Hier kan een titel komen.

Osa debitib ustrum ratium dolorro es sum ali-berfero que commosaperum quat. Nam, venihilit qui omnieni hitaspe inusda vercit, totate laci ut providitem et, omni coressed quas venis prati sinis ma plam voluptatiae ni nonsed unt esti nus vel et fuga.

Kopjes zonder subkopjes op deze manier

Is nonsequam am, cus expelic te re dest hariaec tiustisciis ulles modicid quidebis cuptata simporeped quisim qui omnihilum reptum ratiat archici delitat iossuum dem et ut valor sit excersperum erovita tatur

Hier kan een titel komen.

Osa debitib ustrum ratium dolorro es sum aliberfero que commosaperum quat. Nam, venihilit qui omnieni hitaspe inusda vercit, totate laci ut providitem et, omni coressed quas venis prati sinis ma plam voluptatiae ni nonsed unt esti nus vel et fuga.

Kopjes zonder subkopjes op deze manier

Is nonsequam am, cus expelic te re dest hariaec tiustisciis ulles modicid quidebis cuptata simporeped quisim qui omnihilum reptum ratiat archici delitat iossuum dem et ut valor sit excersperum erovita tatur?

3.5 Tekst en achtergrond

Headings

Titels bold

Titels light

Intro bold

Intro light

Subtitel bold

Subtitel light

Headings

Titels bold

Titels light

Intro bold

Intro light

Subtitel bold

Subtitel light

Platte tekst

Headings

Titels bold

Titels light

Intro bold

Intro light

Subtitel bold

Subtitel light

Platte tekst

Bijfschrift

Quote

04. Kleur

Al sinds Rotterdam stadsrechten kreeg, heeft het wapen van Rotterdam een groen vlak doorsneden door een witte band die de Rotte symboliseert. De vlag van Rotterdam heeft dezelfde herkenbare kleuren groen-wit-groen. De kleuren wit en groen zijn onlosmakelijk verbonden met Rotterdam en zijn daarom de basiskleuren in onze huisstijl.

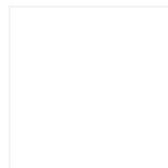
Online 

Richtlijnen voor digitaal gebruik nodig?
Ga naar www.rotterdam.nl/huisstijl voor de digitale richtlijnen en UX elementen.

4.1 Basiskleuren

Rotterdam groen en wit

Het groen met wit voert de boventoon. Dit zien we terug in achtergronden, vormelementen of groot geplaatste teksten. Titels zijn groen op een witte achtergrond en andersom.



Rotterdam zwart

Voor de leesbaarheid wordt lopende tekst altijd in tekstkleur zwart geplaatst. Zwart gebruiken we nooit als vlak, tenzij het gaat om een digitale footer.



Rotterdam contrast grijs

Contrastgrijs wordt gebruikt als ondergrondkleur waarop een wit vlak geplaatst word. Op deze manier krijgt een onderwerp in een wit vlak meer aandacht.

Een grijs vlak op een witte ondergrond kan gebruikt worden om een bepaalde tekst uit te lichten.



| Rotterdam groen | Rotterdam wit |
|-----------------|---------------|
| #00811f | #ffffff |
| 0-129-31 | 255-255-255 |
| 90-20-100-10 | 0-0-0-0 |
| PMS 356 | |

| Rotterdam zwart |
|-----------------|
| #000000 |
| 0-0-0 |
| 0-0-0-100 |

Rotterdam contrast grijs

#eff4f6
239-244-246
8-2-4-0

Rotterdam CTA oranje
#e3614d
227-97-77
6-73-69-0

4.1.1 Gebruik basiskleuren

Voor welke doeleinden kunnen we de verschillende kleuren gebruiken?

| | Rotterdam groen | Rotterdam wit | Rotterdam zwart | Rotterdam contrast grijs |
|---------------------------------|---|---|-------------------------------|---------------------------------|
| Communicatiedrukwerk | - Achtergrond tekstvlak - Titels - Groot geplaatste teksten | - Achtergrond tekstvlak - Titels - Groot geplaatste teksten | - Lopende teksten - Koppen | - Achtergrond voor wit vlak |
| Correspondentie-uitingen | - | - | - Lopende teksten - Koppen | - |

05. Grid

Voor het communiceren op verschillende formaten is een flexibele vormgeving nodig, zodat deze altijd voor alle uitingen en middelen geschikt is. Ongeacht het formaat.

Online 

Richtlijnen voor digitaal gebruik nodig? Ga naar www.rotterdam.nl/huisstijl voor de digitale richtlijnen en UX elementen.

5.1 Basistemplates

Uitgangspunt is de ruimte rondom het communicatiemiddel, als het ware de passe-partout van de uiting. Dit kader is het uitgangspunt voor de opzet van alle designs. Er zijn zes designs beschikbaar in twee versies: positief en diapositief.

Volvlak achtergronden met optioneel vrijstaande illustraties

De designs met een volvlak wit of volvlak groen zijn te gebruiken voor voornamelijk typografische vormgeving. De achtergrondkleur blijft te allen tijde wit of groen.

Designs met fotografie/illustraties

De overige vijf designs bevatten grijze placeholders. Deze zijn bedoeld voor het toevoegen van beeld, zoals fotografie of beeldvullende illustraties. Let er bij het plaatsen van beeld op dat de achtergrond waarin de tekst komt te staan rustig is en dat de tekst goed leesbaar en daarmee toegankelijk is. De hoogte van de groene vlakken die achter de fotografie doorlopen, is variabel in hoogte. In de voorbeelden is de minimale hoogte aangegeven; deze hoogte is namelijk de 'frame-breedte'.

Beschikbare templates

Voor standaard A4- en A5-formaten zijn templates opgezet. Hiermee kun je eenvoudig nieuwe uitingen maken. De templates zijn beschikbaar in A4-staand, A4- liggend, A5-staand en A5-liggend.

Verschillende voorbeelden van de beschikbare basistemplates.

Designs met fotografie / illustraties (de grijze placeholders geven de posities voor beeld aan). Liggend.



Designs met fotografie / illustraties (de grijze placeholders geven de posities voor beeld aan). Staand.



5.1.1 Voorbeelden templates

Verschillende voorbeelden van de beschikbare basistemplates.



5.2 Witmarges t.o.v. tekst en vlakken



5.3 Marges en kolommen

Marge berekenen

De korte zijde van het document x 0.0571 is de breedte van de marge.

De formule is: **korte zijde x 0.0571**

Rond het resultaat af op een heel of half cijfer. Dit is de marge (1) van het document en deze mag je doorvertalen naar de afzenderbalk. (2)

Tussenruimte kolommen

De ruimte tussen de verschillende kolommen (3) is essentieel voor de leesbaarheid van teksten en de posities van fotografie of kleurvlakken. Voor print-uitingen gebruiken we een vaste witruimte tussen de kolommen van 5 mm. (Zie instelling InDesign: layout > marges en kolommen).

Kolommen

Op basis van het formaat en het middel kun je het aantal kolommen (4) bepalen. Een liggend A4-formaat kun je bijvoorbeeld in 6 kolommen opzetten. Afhankelijk van de uiting kun je zelf een keuze maken voor het aantal kolommen.

Afzenderbalk

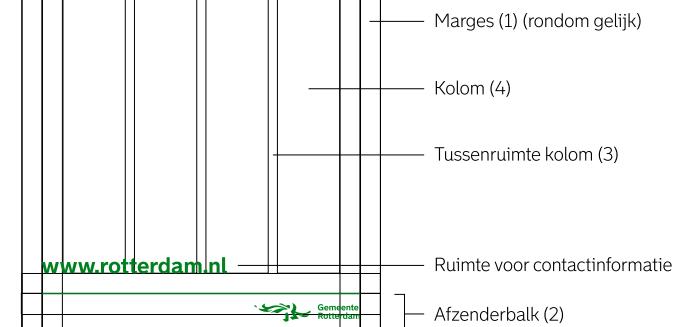
De hoogte van de afzenderbalk (2) is voor staande formaten 2x de marge. Voor liggende formaten is deze 3x de marge. Afhankelijk van afwijkende formaten en niet-standaardformaten, kan het voorkomen dat deze anders opgebouwd wordt dan hier beschreven.

Opzet van het grid.

www.rotterdam.nl



Opzet van het grid.



Opbouw van de marges en kolommen.

5.4 Plaatsing logo

Logo formaat

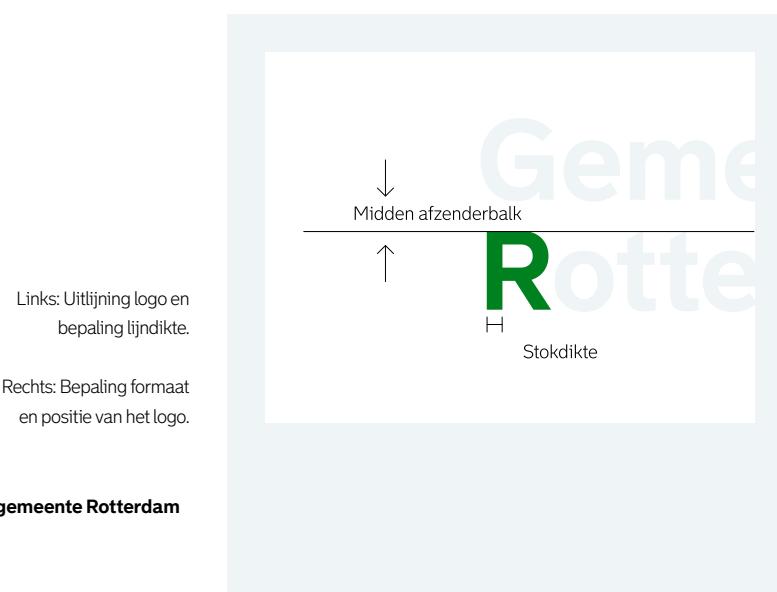
Het formaat van het logo wordt berekend op basis van de marge. Voor **staande** formaten geldt dat het formaat van het logo **5x de marge** is en voor **liggende** formaten **7x de marge**. Voor afwijkende formaten is het mogelijk dat deze berekening niet opgaat.

Logo positie

De positie van het logo is te bepalen aan de hand van de afzenderbalk. De bovenkant van de stok van de hoofdletter 'R' uit de Rotterdam van het logo, komt exact in het midden te staan.

Lijndikte

De lijndikte is te bepalen op basis van de stokdikte van de hoofdletter 'R' uit Rotterdam van het logo. **De lijndikte is de stokdikte** en is hierdoor altijd in balans met het logo. Bij afwijkende formaten en niet standaardformaten, kan het voorkomen dat deze anders opgebouwd wordt dan hier beschreven.



5.5 Layout

Met de onderdelen van de huisstijl (kleur, typografie en vormentaal) kunnen we veel variëren in de layout. Op een ansichtkaart hoeft je geen grid van de huisstijl te gebruiken. Je bent vrij om de voorkant in te vullen met de volgende richtlijnen:

- Fotografie moet voldoen aan de richtlijnen van fotografie die staan in hoofdstuk 7.
- Illustraties moet of in de 2D- of 3D-illustratiestijl
- De typografie is altijd Bolder

Uitzondering is dat je ook een campagnebeeld mag gebruiken (dat onderdeel is van een volledige campagne en de daarbij horende middelenmix).



Onder: We plaatsen geen introtteksten, koppen en kleurvlakken in infographic kleuren. We plaatsen ook geen witte platte teksten op een groene ondergrond. Ook passen we geen schuine vlakken toe in kleurvlakken. Zwarte vlakken gebruiken we niet in de huisstijl. En natuurlijk plaatsen we ook geen koppen in infographic kleuren. Ook plaatsen we geen foto's over elkaar en passen we geen schaduwen toe onder fotografie.



**Ga aan de slag
met de communicatievisie:
van intentie naar effect.**

Dit bureauonderlegger helpt je daarbij.
Laat je elke dag weer inspireren in je werk door de bouwstenen van de visie blijven handbereik te houden.

Heb je vragen? Neem dan contact op via communicatie2022BCO@rotterdam.nl.



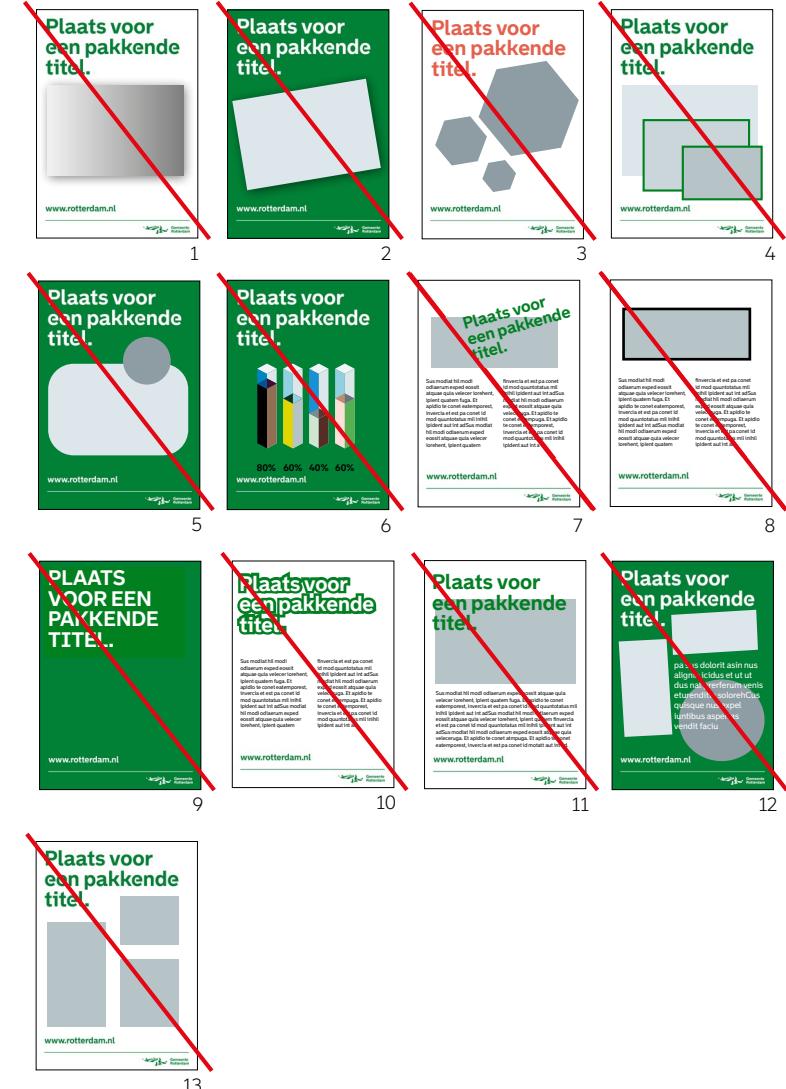
Op de voorzijde hoeft je geen logo te plaatsen. Op de achterzijde staat altijd het logo vermeld op een daarvoor geschikte plek.

5.6 Vormgeving: wat doen we niet?

Omdat we veel verschillende elementen hebben is het praktisch om te omschrijven wat niet te doen. Een overzicht:

1. We gebruiken geen schaduw, transparantie of verloop in drukwerk.
2. We plaatsen fotografie altijd recht en nooit schuin.
3. We voegen geen overbodige elementen of versieringen toe.
4. We plaatsen geen fotografie over elkaar heen.
5. We gebruiken alleen de rechthoekige vormentaal en nooit ronde vormen of afgeronde hoeken (behalve in infographics en app iconen).
6. We gebruiken de vastgestelde basiskleuren en kleuren voor infographics, tabellen en grafieken.
7. We houden ook in het binnenwerk de opmaak rechttoe rechtaan. De elementen staan boven, naast en in elkaar, maar overlappen elkaar niet en staan niet schuin.
8. Afbeeldingen in het binnenwerk krijgen geen kader. Dit houdt de opmaak fris en strak.
9. We gebruiken eenvoudige, nuchtere typografie en zetten daarom geen woorden, titels, kopregels of zinnen in kapitalen (hoofdletters).
10. We houden de typografie puur, zonder poespas. We plaatsen teksten niet in kleurtinten en passen geen tekstromlijning, tekstbalken of schaduwen toe.
11. We gebruiken altijd voldoende witruimte (functioneel wit maakt een uiting overzichtelijker en leesbaarder) tussen de verschillende elementen (vlakken, tekst en beelden).
12. We houden het ontwerp simpel, volgens het 'Less is more'-principe.
13. We gebruiken altijd één sprekend beeld op een cover, startpagina of poster, en gebruiken hiervoor nooit meerdere beelden.

Overzicht van wat we niet
doen in vormgeving.



06. Social Media

Voor social media zijn aangepaste templates beschikbaar deze zijn afgestemd op de gangbare social media formaten.

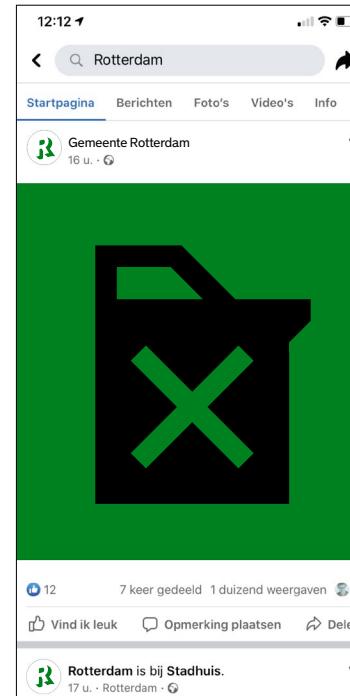
Online



Richtlijnen voor digitaal gebruik nodig?
Ga naar www.rotterdam.nl/huisstijl voor de digitale richtlijnen en UX elementen.

6.1 Avatar

Voor corporate en campagne kanalen op social media gebruiken we voor de avatars altijd de groene 'R' op een witte achtergrond. Overige social mediakanalen, zoals Rotterdampas, mogen hun eigen avatar maken. De afzender bij campagnes wordt typografisch vermeld naast de avatar.



Boven: Avatar.



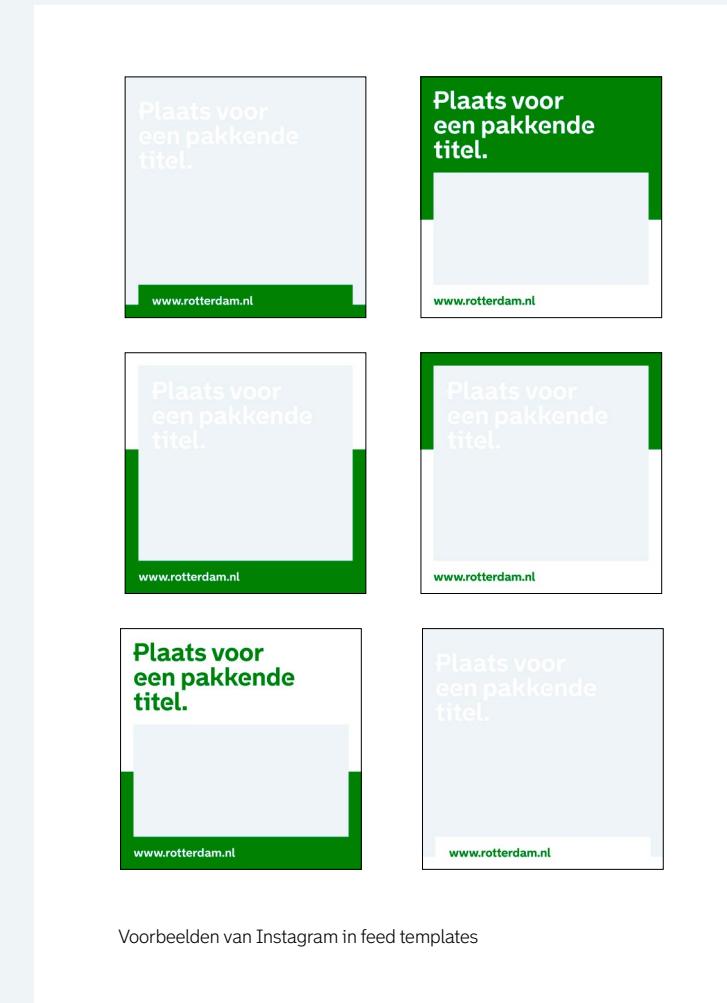
Links onder: Corporate uiting.

Rechts onder: Campagne uiting.

6.2 Social media templates



Voorbeelden van Instagram story templates



Voorbeelden van Instagram in feed templates

07. Fotografie

Een goedgekozen beeld maakt het onderwerp in één oogopslag duidelijk en versterkt zo de tekst en de boodschap.

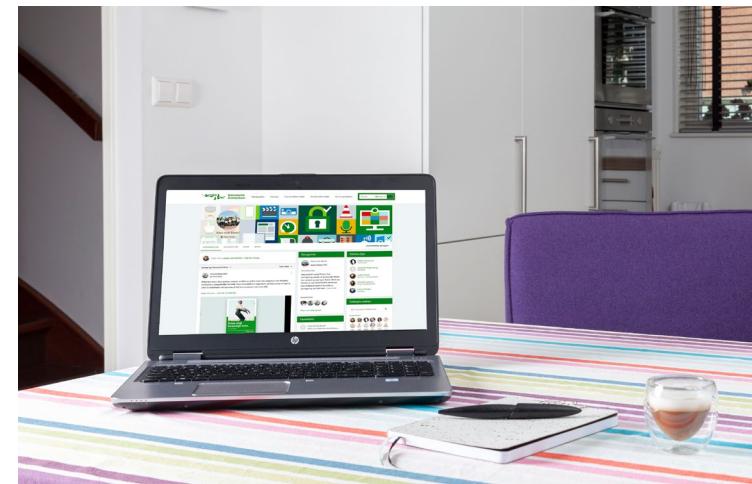
Online 

Richtlijnen voor digitaal gebruik nodig? Ga naar www.rotterdam.nl/huisstijl voor de digitale richtlijnen en UX elementen.

7.1 Fotografie op z'n Rotterdams

Fotografie maakt nieuwsgierig en stimuleert tot lezen, geeft snel duidelijkheid, is sfeer- en emotiebepalend en uiteraard geschikt voor alle media. Beeld maakt het mogelijk om informatie op een taal- en cultuuronafhankelijke wijze door te geven.

Voorbeelduitingen
met fotografie.



7.1.1 Richtlijnen voor fotografie

Het beeld is een weerspiegeling van de stad: rauw, echt, inclusief en eerlijk - echte mensen in echte situaties in een echte Rotterdamse omgeving. Het beeld ondersteunt de boodschap, het doel of de rol van gemeente Rotterdam. Het is zo min mogelijk in scène gezet, zonder stereotypering en niet aanstootgevend maar heeft juist een positieve, herkenbare uitstraling.

Rotterdam is een stad voor iedereen: zorg voor een gevarieerd beeld van de inwoners van de stad. Laat met variatie zien dat iedereen op allerlei manieren onderdeel uitmaakt van de stad. Gebruik eens een beeld van iemand in een rolstoel of met een assistentiehond bij een artikel dat niet specifiek gaat over toegankelijkheid.

Kies bijvoorbeeld een beeld van mannen in een functie in de zorg, een transgender persoon bij het uitreiken van een paspoort, een vrouw in een technisch beroep, een hulpverlener met een migratie-achtergrond. Een divers beeld is heel belangrijk. Het draait om balans, voorkom eenzijdigheid en stereotypering. Het moet echt overkomen, niet omdat het moet, maar om dat het zo is.

Alleen beelden waarvan de gemeente Rotterdam de rechten heeft of die rechtvrij zijn kunnen worden gebruikt. Een quitclaim is noodzakelijk als er personen herkenbaar zijn afgebeeld.



Fotografie: Eric Fecken



Fotografie: Iris van den Broek



Fotografie: Erno Wientjens

Voorbeelden van fotografie binnen onze huisstijl.

7.1.2 Werkwijze fotografie

Een foto vertelt een verhaal. Daar ligt de focus.

Beeldbank

De beeldbank <https://beeldbank.rotterdam.nl> bevat meer dan 10.000 actuele, rechtenvrije beelden die zijn gemaakt door interne fotografen en fotografen uit de fotograafenpool. De beeldbank zit vol met straatbeelden, niet alleen van het centrum, maar uiteraard ook uit de wijken, wegwerkzaamheden, groen in de stad, luchtfoto's, de steeds veranderende skyline, wat je maar kunt bedenken.

De beelden zijn uitsluitend bedoeld voor communicatie-uitingen met de Gemeente Rotterdam als afzender. Bij de foto moet altijd de naam van de fotograaf vermeld worden. Dit kan door de tekst ‘fotografie: naam fotograaf’ onder de foto te plaatsen, rechts- of links uitgelijnd. Als er onder de foto geen ruimte is mag het ook in een hoek onderaan, links of rechts op de foto gezet worden in contrasterend wit of zwart. Als dat ook niet mogelijk is, dient de naam van de fotograaf in een aparte fotoverantwoording te worden opgenomen inclusief paginanummer waar de foto te vinden is. Dat kan in een aparte bronvermelding of colofon.

Communicatieadviseurs werkzaam bij BCO kunnen gebruik maken van de beeldbank, <https://beeldbank.rotterdam.nl>. Een account is hiervoor noodzakelijk, aanvragen kan via de website via het woord ‘Inloggen’ rechtsboven. Bekijk ook de pagina Vraag en antwoord.

Andere collega's en externen zoals bureaus en vormgevers kunnen de foto's bekijken, maar niet direct downloaden. De foto's kunnen worden opgevraagd bij de communicatieadviseur die betrokken is bij de opdracht.

Is het resultaat geschikt voor hergebruik? Stuur de hoge resolutiefoto's via wetransfer naar beeld@rotterdam.nl, voorzien van naam van de fotograaf, locatie en eventueel de quitclaims. Een geschikte selectie voorzien van trefwoorden zal worden toegevoegd aan de beeldbank, zo zijn ze makkelijk terug te vinden en opnieuw te gebruiken. Opdrachtgever is verantwoordelijk voor het goed archiveren van de quitclaim. Een quitclaim kun je vinden op RIO of op te vragen via een communicatieadviseur van de gemeente.

Voorbeelden van fotografie binnen onze huisstijl.



Fotografie: Vera Bos



Fotografie: Claire Droppert



Fotografie: Vera Bos

Fotografenpool

De gemeente Rotterdam werkt met een fotografenpool. De 15 fotografen zijn via een uitgebreid aanbestedingsproces geselecteerd. Wil je een foto laten maken van bijvoorbeeld een werkbezoek, opening of een bewonersavond? Heb je een portretfoto nodig? Een foto voor bij een artikel of een foto van een persmoment? Maak dan gebruik van een van de fotografen uit deze pool.

Fotografenportfolio

Elke fotograaf heeft zijn eigen stijl en specialisatie. De specialismes per fotograaf en de link naar hun websites zijn opgenomen in een portfolio (zie bijlage Fotografenportfolio.) Een complete briefing is essentieel voor een goed resultaat. Deel ons beeldbeleid, beschrijf wat je verwacht qua uitstraling, inclusiviteit, einddatum etc. Maak gebruik van het briefingsformulier. Neem inclusie ook mee in de briefing aan de fotograaf.

Twijfel je over je keuze of heb je tips of advies nodig? Mail dan naar beeld@rotterdam.nl en een van de beeldredacteuren neemt contact met je op.

Richtlijnen voor vormgeving fotografie

- Plaats foto's altijd recht op het grid. We plaatsen afbeeldingen nooit schuin.
- Gebruik vrijstaande beelden als de boodschap daar duidelijk om vraagt en het een zichtbare meerwaarde heeft.
- Gebruik geen vervormde, onrealistisch geretoucheerde foto's.
- Plaats geen kader om foto's.
- Gebruik geen schaduw onder foto's.
- Gebruik geen kleurfilters, zwart-wit foto's of foto's met duotonen, met uitzondering van historische beelden of bijvoorbeeld Instagrambeelden.
- Fotografie kan over kleurvlakken heen geplaatst worden en andersom.

Op sociale media hoeven beelden niet te voldoen aan deze richtlijnen. De foto's passen wel bij het DNA van Rotterdam.



Overzicht van wat we niet
doen in de fotografie.

08. Illustraties

8.1 Illustratiesstijlen

In plaats van een foto kun je een illustratie gebruiken om je verhaal te vertellen. Een illustratie heeft het manuele ‘beeld maken’ als uitgangspunt, zowel (gefotografeerd) ruimtelijk als vlak. Ze leent zich in het bijzonder voor onderwerpen die abstracties uitdrukken of een bepaalde stemming willen oproepen.

Soorten illustraties

Er zijn drie vormen van illustraties mogelijk binnen de huisstijl van de gemeente Rotterdam:

- 2D-illustraties
- 3D-illustraties
- Vrije illustraties

Visuele verslaglegging en verklarende tekeningen

Zakelijk tekenen, visual notetaking, sketchnoting, graphic facilitation graphic recording, praatplaat of eigen schetsen... Dit is slechts een greep uit de benamingen voor de creatieve werkform die je kunt inzetten bij bijeenkomsten en in werksessies. Dit soort tekeningen zijn verklarende tekeningen die als doel hebben werkprocessen te ondersteunen. Het is niet toegestaan tekeningen naast gebruik in een werkproces ook in te zetten in communicatiemiddelen.

Kleurgebruik

De gemeentelijke huisstijl heeft richtlijnen voor het kleurgebruik van onze illustratiestijl in communicatiemiddelen. Illustraties ontwikkeld door illustratoren krijgen meer vrijheid in kleur, net zoals we fotografen niet op kleur briefen. Wel vragen wij het beschikbare palet zoveel mogelijk te gebruiken, omdat dit bijdraagt aan de consistentie en herkenbaarheid. Typografische oplossingen op basis van Bolder mogen alleen in groen, wit of zwart.

8.2 Soorten illustraties

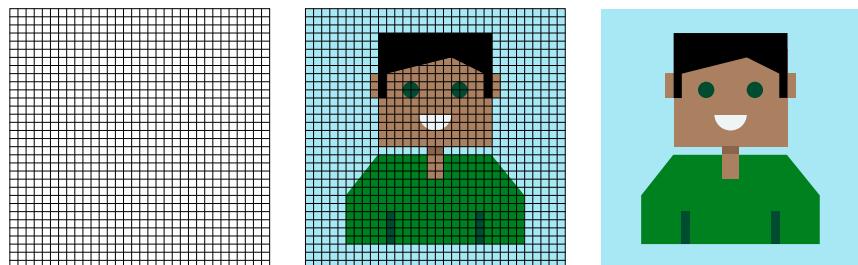
| | 2D-illustratiestijl | 3D-illustratiestijl | Vrije illustraties |
|-----------------------|---|---|---|
| Beschrijving | Kenmerkende vierkante stijl speciaal voor de gemeente ontwikkeld. Mogen emotie bevatten, mogen complexere illustraties zijn. | Universele isometrische 3D-stijl. Mogen emotie bevatten, mogen complexere illustraties zijn. | Deze illustraties zijn vrij. Alles mag, behalve visuele verslaglegging en verklarende tekeningen. |
| Toepassing | Voor infographics maar ook als illustratie in uitingen. | Voor infographics maar ook als illustratie in uitingen. | Ter vervanging van fotografie en nooit voor infographics. |
| Kleurstelling | Gebruik het kleurenpalet voor illustraties. De kleuren mogen door elkaar heen gebruikt worden. Let op: voor personen bestaat een huidskleurpalet, gebruik zoveel mogelijk verschillende tinten uit dit palet. | Gebruik het kleurenpalet voor illustraties. De kleuren mogen door elkaar heen gebruikt worden. Let op: voor personen bestaat een huidskleurpalet, gebruik zoveel mogelijk verschillende tinten uit dit palet. | De voorkeur is om het illustratiepalet zoveel mogelijk te gebruiken. Dit is niet verplicht. |
| Vorm en opbouw | Bij voorkeur gevuld en waar functioneel lijnen op grid. 32x32 grid. | Isometrisch in een hoek van 30 graden. | De illustratie moet voldoen aan de eigenschappen voor Rotterdamse illustraties. Zie pagina 46. |

8.2.1 2D-illustratiestijl

De platte 2D-illustratiestijl draagt bij aan de herkenbaarheid van de gemeente Rotterdam. De uitstraling is eenvoudig en helder.

De illustraties bevatten zoveel mogelijk hoekige vormen. Voor bijvoorbeeld een zon, een klok of telefoon kunnen ronde vormen of afgeronde hoeken gebruikt worden. Maar verder is het gebruik van hoekige vormen zoveel als mogelijk de bedoeling. De vorm mag niet ten koste gaan van de boodschap.

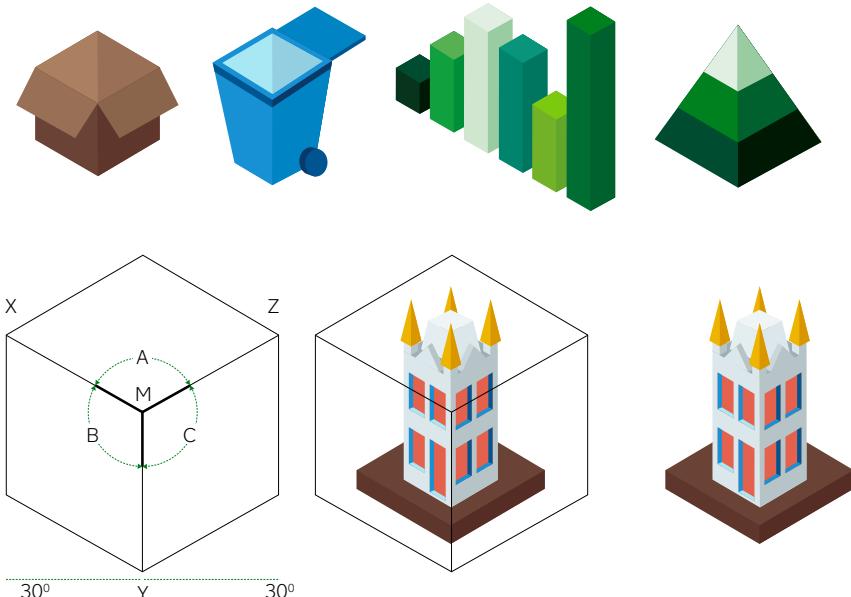
Voor het creëren van consistentie 2D-illustraties is een grid ontwikkeld dat is opgezet op een grid van 32x32 pixels met vaste lijndiktes zodat detaillering mogelijk is (zie voorbeeld grid hieronder). Ook is een aanvullend kleurpalet ontwikkeld. Gebruik van dit kleurpalet is verplicht voor deze illustraties. Zie pagina 50.



Voorbeelden 2D-illustratiestijl.

8.2.2 3D-illustratiestijl

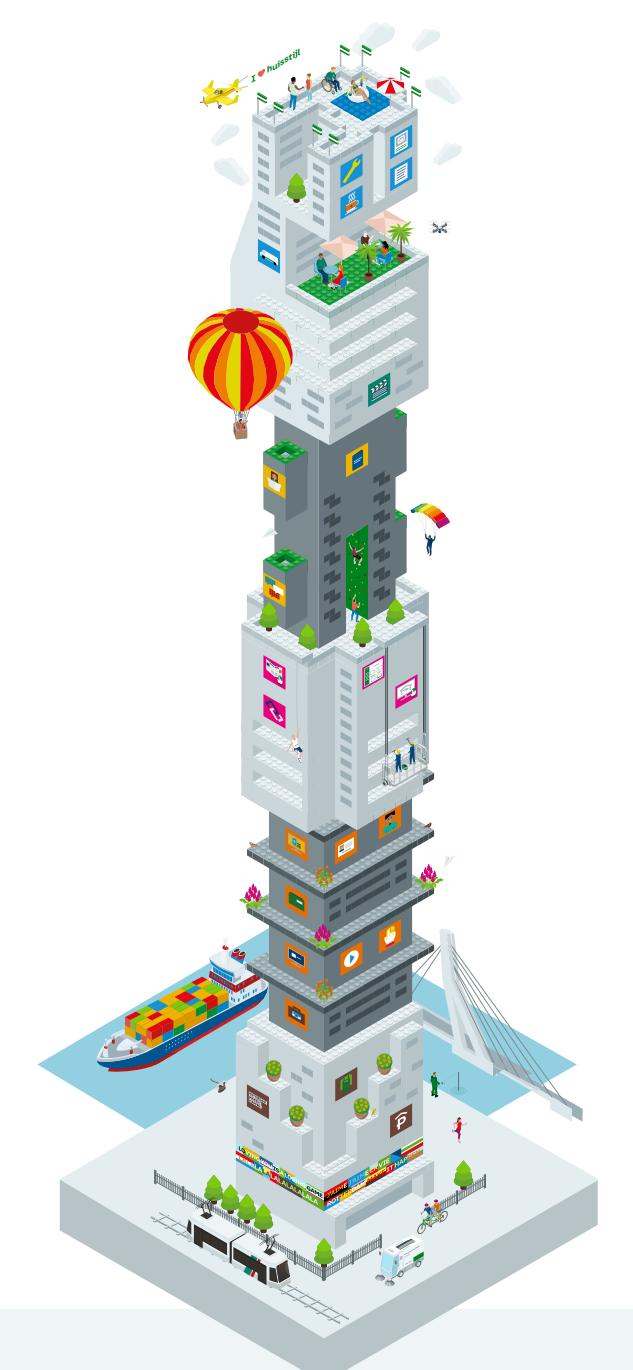
Met de 3D-illustratiestijl is het mogelijk diepte en dynamiek in infographics aan te brengen. De 3D-illustratiestijl heeft een isometrische hoek van 30 graden.



Uitleg 3D-isometrie

- De hoeken A, B en C zijn gelijk aan elkaar.
- De lengte van de lijnen van M naar Z, M naar Y en M naar X zijn gelijk.

Voorbeelden 3D-illustratiestijl.



8.2.3 Vrije illustratiestijl

Uitgangspunten voor het gebruik van vrije illustraties:

De illustratie geeft een grootstedelijke allure weer.

- De illustratie mag een zekere lichtheid, openheid en kritisch positivisme hebben.
- In de illustratie moet de boodschap in één oogopslag duidelijkheid zijn.
- Het lettertype Bolder mag creatief gebruikt worden om een grafisch sterke illustratie neer te zetten.
- De illustratie is bij voorkeur gemaakt door een professionele illustrator; de persoonlijke smaak mag niet overheersen en gebruik bij voorkeur geen stockillustraties.
- Zakelijke tekeningen (visuele verslaglegging en verklarende tekeningen) gebruiken we niet in onze uitingen.
- Illustraties ontwikkeld door illustratoren krijgen meer vrijheid in kleur. Vraag wel vooraf of de illustrator het beschikbare palet zoveel mogelijk gebruikt.

Shop met je mondkapje op.



www.rotterdam.nl/corona



Voorbeelden vrije illustratiestijl.

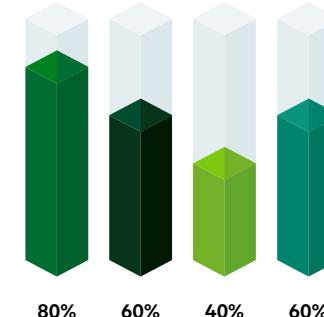
8.3 Wiskundige elementen

Uiteraard sluiten de tabellen en grafieken aan bij de huisstijl. Daarom houden we deze zo fris mogelijk. Grafieken kunnen ook worden ontwikkeld in de 2D- of 3D-illustratiestijl.

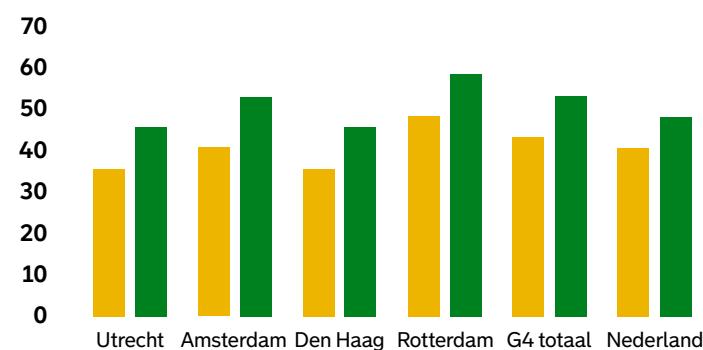
Kleuren voor tabellen en grafieken

Voor tabellen houden we het zo eenvoudig en zakelijk mogelijk en voegen alleen lijnen en de Rotterdam contrast grijs toe om de tabel zo helder mogelijk te maken. We kunnen alle kleuren uit het kleurpalet van de infographics gebruiken voor het opbouwen van grafieken.

Drie voorbeelden van grafieken uitgevoerd in verschillende illustratiestijlen

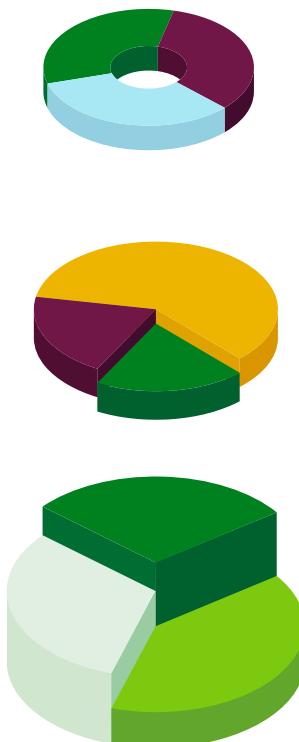
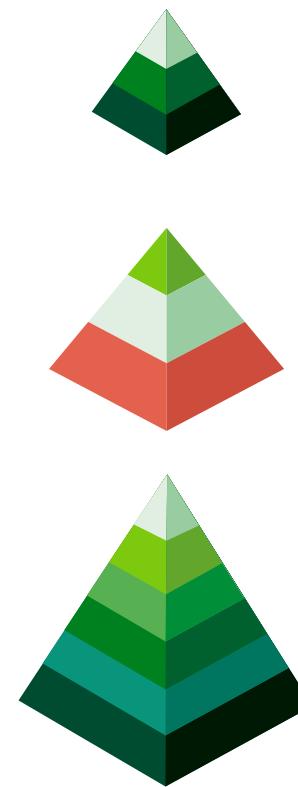
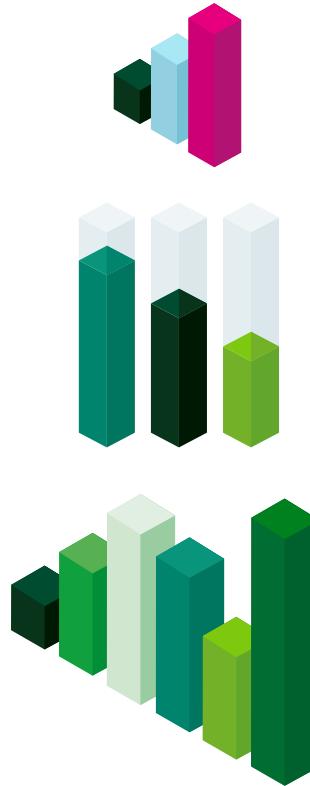
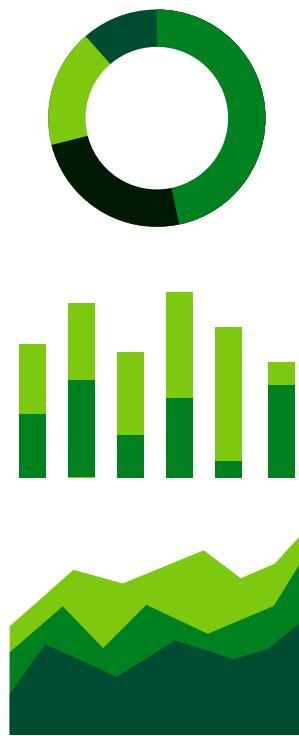


| Locatie | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------|------|------|------|------|
| Utrecht | 741 | 492 | 458 | 30 |
| Amsterdam | 742 | 1161 | 48 | 86 |
| Den Haag | 679 | 418 | 509 | 35 |
| Rotterdam | 260 | 202 | 263 | 26 |
| Nederland | 8843 | 5008 | 7084 | 300 |



8.4 Voorbeelden grafieken

Voorbeelden van grafieken in
de verschillende illustratiestijlen



8.5 Kleurenpalet

Speciaal voor de 2D- en 3D-illustratiestijl zijn aanvullende kleurpaletten ontwikkeld, bijvoorbeeld om in infographics te gebruiken. Deze kleurpaletten zijn niet bedoeld voor teksten en vlakken.

Kleurenpalet 2D- en 3D-illustratiestijl

De uitbreidingen op de basiskleuren maken logisch gebruik mogelijk, zoals een gele zon, bruine aarde of hout, en blauw voor water en lucht. In dit kleurpalet introduceren we ook een uitgebreid palet aan groentinten, waaronder onze basis groen. Verder is het complete scala uit het kleurenspectrum opgenomen.

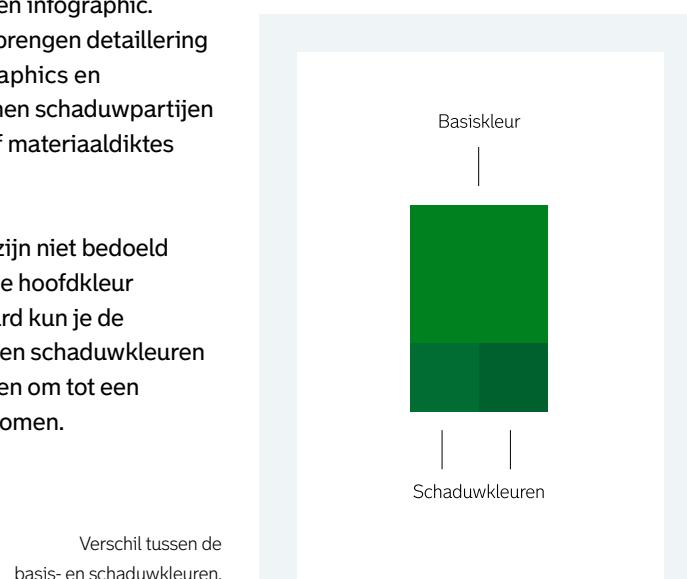
Alle kleuren zijn opgebouwd uit een hoofdkleur en twee schaduwkleuren.

De hoofdkleur is het grote kleurvlak.

Dit is de basis voor een infographic.

De schaduwkleuren brengen detaillering of nuances in infographics en diagrammen en kunnen schaduwpartijen in gezichten geven of materiaaldiktes creëren.

De schaduwkleuren zijn niet bedoeld om als een losstaande hoofdkleur te gebruiken. Uiteraard kun je de verschillende hoofd- en schaduwkleuren met elkaar combineren om tot een kloppend geheel te komen.

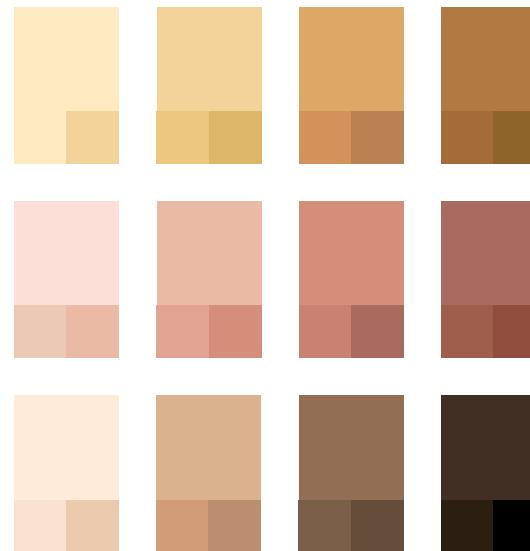


Infographic kleurpalet

8.5.1 Huidskleuren

Rotterdam huidskleurpalet

Speciaal voor het creëren van avatars en andere karakters is het huidskleurpalet samengesteld. Dit palet bevat een groot aantal verschillende huidskleuren, waarin iedereen zich kan herkennen. Deze huidskleuren zijn niet bedoeld voor andere doeleinden.

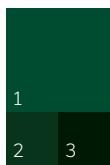


Boven:
Huidskleurpalet.

Onder:
Voorbeelden van
personen, uitgevoerd in
de 2D-illustratiestijl.



8.5.2 Kleurwaarden



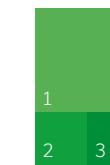
Donker groen 1
#004c31
0-76-49
90-30-80-55



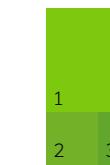
Groen-blauw 1
#09957b
9-149-123
81-17-60-2



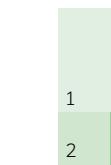
Groen 1
#00811f
0-129-31
90-20-100-10



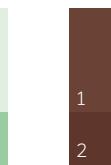
Licht groen 1
#4eb051
87-176-81
70-0-85-0



Limoen groen 1
#7dc90f
125-201-15
56-0-100-0



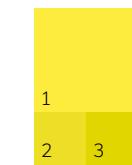
Zacht groen 1
#e1efe2
225-239-226
15-0-15-0



Donker bruin 1
#6b4236
107-66-54
41-67-67-48



Bruin 1
#ab8061
171-128-97
27-47-57-19



Geel 1
#fdcc3d
253-236-61
5-0-81-0

Donker groen 2
#07341b
7-52-27
90-45-90-69

Groen-blauw 2
#00846d
0-132-109
87-20-63-11

Groen 2
#006e32
0-110-50
95-25-100-23

Licht groen 2
#11a03e
17-160-62
81-5-97-0

Limoen groen 2
#73b129
115-177-41
60-0-100-5

Zacht groen 2
#d1e6ce
209-230-206
23-0-25-0

Donker bruin 2
#5e362c
94-54-44
46-73-71-53

Bruin 2
#997056
153-112-86
30-50-60-27

Geel 2
#edde26
237-222-38
6-0-87-7

Donker groen 3
#001905
0-25-5
100-45-90-90

Groen-blauw 3
#00755f
0-117-95
88-26-66-20

Groen 3
#00602e
0-96-46
100-27-100-34

Licht groen 3
#008f38
0-143-56
87-10-100-7

Limoen groen 3
#62a72b
98-167-43
64-0-100-10

Zacht groen 3
#99cca0
153-204-160
46-0-47-0

Donker bruin 3
#54d225
85-45-37
50-77-74-58

Bruin 3
#8b644c
139-100-76
33-53-63-33

Groen 3
#e1d600
225-214-0
10-0-100-9



Donker geel 1
#edb500
237-181-0
7-30-96-1



Fel oranje 1
#ef7d00
239-125-0
0-60-100-0



Oranje 1
#e3614d
227-97-77
6-73-69-0



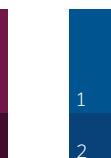
Rood 1
#e30613
227-6-19
0-100-100-0



Roze 1
#e6007e
230-0-126
0-100-0-0



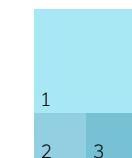
Paars 1
#701747
112-23-71
55-99-32-40



Donker blauw 1
#00548f
0-84-143
97-67-16-3



Blauw 1
#1791d4
23-145-212
77-29-0-0



Licht blauw 1
#a8e8f5
168-232-245
36-0-7-0

Donker geel 2
#e0a200
224-162-0
7-36-100-7

Fel oranje 2
#e56e02
229-110-2
0-65-100-5

Oranje 2
#d85644
216-86-68
12-77-73-0

Rood 2
#c81315
200-19-21
9-100-100-9

Roze 2
#ce0075
206-0-117
5-100-0-10

Paars 2
#510e33
81-14-51
50-100-35-60

Donker blauw 2
#084279
8-66-121
100-75-20-15

Blauw 2
#0084c4
0-132-196
83-33-0-5

Licht blauw 2
#92cfef
146-207-225
45-0-10-3

Donker geel 3
#d99600
217-150-0
10-42-100-7

Fel oranje 3
#da5f06
219-95-6
0-70-100-10

Oranje 3
#ce4c3b
206-76-59
13-80-76-5

Rood 3
#b01715
176-23-21
17-100-100-17

Roze 3
#b21271
178-18-113
17-100-0-17

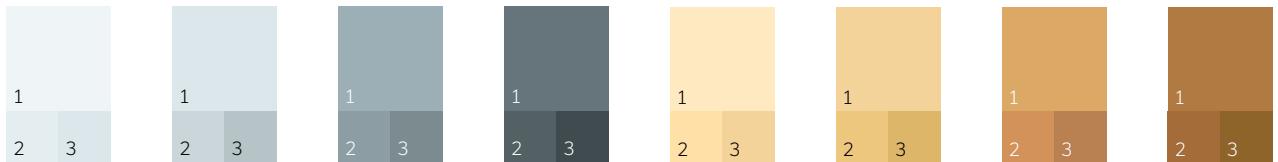
Paars 3
#420c2f
66-12-47
60-100-35-65

Donker blauw 3
#083968
8-57-104
100-75-23-30

Blauw 3
#0079b8
0-121-184
87-36-0-10

Licht blauw 3
#76c1d3
118-193-211
53-0-13-7

8.5.3 Kleurwaarden



| Grijs 1 - 1 #eff4f6 239-244-246 8-2-4-0 | Grijs 2 - 1 #dbe7ea 219-231-234 17-5-8-0 | Grijs 3 - 1 #9dafb6 157-175-182 25-5-8-30 | Grijs 4 - 1 #65757b 101-117-123 30-5-8-60 | Huidskleur 1 - 1 #ffe9c0 255-233-192 0-10-30-0 | Huidskleur 2 - 1 #f3d39a 243-211-154 3-17-45-3 | Huidskleur 3 - 1 #dba866 219-168-102 11-35-64-6 | Huidskleur 4 - 1 #b27a43 178-122-67 24-51-76-16 |
|--|---|--|--|---|---|--|--|
|--|---|--|--|---|---|--|--|

| Grijs 1 - 2 #e4eef1 228-238-241 13-3-6-0 | Grijs 2 - 2 #cad6da 202-214-218 18-5-8-10 | Grijs 3 - 2 #8d9da4 141-157-164 25-5-8-40 | Grijs 4 - 2 #536165 83-97-101 30-5-8-70 | Huidskleur 1 - 2 #ffe0a7 255-224-167 0-14-41-0 | Huidskleur 2 - 2 #edc77e 237-199-126 6-22-57-3 | Huidskleur 3 - 2 #d39259 211-146-89 14-46-68-6 | Huidskleur 4 - 2 #a36c38 163-108-56 28-55-80-22 |
|---|--|--|--|---|---|---|--|
|---|--|--|--|---|---|---|--|

| Grijs 1 - 3 #dbe7ea 219-231-234 17-5-8-0 | Grijs 2 - 3 #b6c4c8 182-196-200 20-5-8-20 | Grijs 3 - 3 #7c8b90 124-139-144 25-5-8-50 | Grijs 4 - 3 #404b4f 64-75-79 30-5-8-80 | Huidskleur 1 - 3 #f3d39a 243-211-154 3-17-45-3 | Huidskleur 2 - 3 #ddb66a 221-182-106 11-27-64-6 | Huidskleur 3 - 3 #b98152 185-129-82 20-48-68-16 | Huidskleur 4 - 3 #8f642b 143-100-43 36-55-88-27 |
|---|--|--|---|---|--|--|--|
|---|--|--|---|---|--|--|--|

| Huidskleur 5 - 1 #fcfd6 252-223-214 0-17-15-0 | Huidskleur 6 - 1 #eabaa5 234-186-165 8-33-34-0 | Huidskleur 7 - 1 #d58e7a 213-142-122 6-48-45-12 | Huidskleur 8 - 1 #a96b5f 169-107-95 6-53-45-36 | Huidskleur 9 - 1 #feebd8 254-235-216 0-10-17-0 | Huidskleur 10 - 1 #dab28d 218-178-141 17-33-47-0 | Huidskleur 11 - 1 #926e55 146-110-85 27-46-57-35 | Huidskleur 12 - 1 #402f22 64-47-34 40-54-63-77 |
|--|---|--|---|---|---|---|---|
|--|---|--|---|---|---|---|---|

| Huidskleur 5 - 2 #ecc9b7 236-201-183 8-25-28-0 | Huidskleur 6 - 2 #e1a493 225-164-147 6-41-37-6 | Huidskleur 7 - 2 #c98171 201-129-113 6-52-45-18 | Huidskleur 8 - 2 #9f5d4b 159-93-75 6-58-55-41 | Huidskleur 9 - 2 #f8e1ce 248-225-206 3-14-21-0 | Huidskleur 10 - 2 #d29c78 210-156-120 20-43-55-0 | Huidskleur 11 - 2 #7b5e48 123-94-72 27-46-57-49 | Huidskleur 12 - 2 #2c1f12 44-31-18 40-54-63-88 |
|---|---|--|--|---|---|--|---|
|---|---|--|--|---|---|--|---|

| Huidskleur 5 - 3 #eabaa5 234-186-165 8-33-34-0 | Huidskleur 6 - 3 #d58e7a 213-142-122 6-48-45-12 | Huidskleur 7 - 3 #a96b5f 169-107-95 6-53-45-36 | Huidskleur 8 - 3 #904d3d 144-77-61 6-64-59-48 | Huidskleur 9 - 3 #eccaa9 236-202-173 8-24-34-0 | Huidskleur 10 - 3 #bc8d6e 188-141-110 27-46-57-6 | Huidskleur 11 - 3 #664d3a 102-77-58 27-46-57-62 | Huidskleur 12 - 3 #000000 0-0-0 0-0-0-100 |
|---|--|---|--|---|---|--|--|
|---|--|---|--|---|---|--|--|

09. Iconen

Een icoon is een eenvoudige weergave van een voorwerp. Het vat de essentie van een onderwerp in één beeld samen en is te gebruiken in bijvoorbeeld digitale uitingen, signing of huisregels.

Online 

Richtlijnen voor digitaal gebruik nodig?
Ga naar www.rotterdam.nl/huisstijl voor de digitale richtlijnen en UX elementen.

9.1 Basisgrid

We onderscheiden binnen de gemeente drie verschillende soorten iconen:

- UX iconen
- Communicatie iconen
- App iconen

Voor het creëren van consistentie illustraties voor iconen wordt een basisgrid van 32x32 pixels gebruikt. Dit is ook de basis voor de 2D- en isometrisch 3D-elementen. Op deze manier brengen we eenheid in de verschillende iconen en kunnen er snel doorvertalingen gemaakt worden.

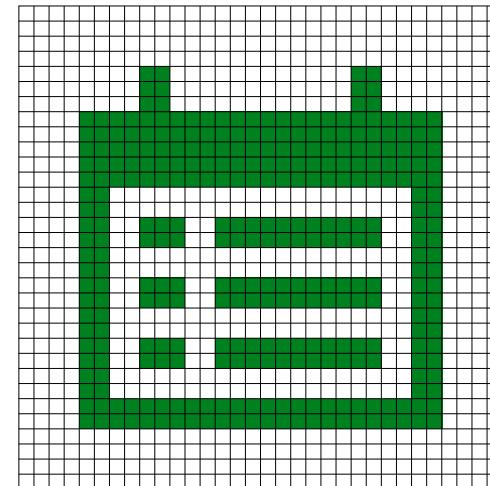
Icoon, pictogram, symbool

Een pictogram is ook een icoon. Het is een icoon dat ergens naar verwijst en betekenis krijgt door de context waar het in gebruikt wordt. Een symbool is een ander woord voor icoon.

Om verwarring te voorkomen hanteren we binnen de gemeente één benaming voor de vereenvoudigde weergave van voorwerpen: icoon.

Boven: Voorbeeld van een agenda icoon, met daarover het grid van 32x32 pixels.

Onder: Voorbeeld van een agenda icoon, zonder het grid.



9.2 Definitie en categorieën

| | UX iconen* | Communicatie iconen | App iconen* |
|-----------------------|--|--|---|
| Beschrijving | Deze iconen zijn: beknopt, helder, leesbaar, zonder emotie en puur functioneel. Ze zijn op zichzelf leesbaar, maar krijgen vooral betekenis door de context. | Deze iconen zijn: eenvoudig, serieus en zonder emotie. Ze zijn ook zonder context te begrijpen. | Deze iconen zijn: helder, leesbaar en zo simpel mogelijk. Ze moeten zonder context te lezen zijn. |
| Toepassing | Voor digitale uitingen zoals: websites en apps, | Voor digitale uitingen zoals websites en apps maar ook op print (bijvoorbeeld voor de openingstijden van de locaties). | Alleen om apps aan te duiden in de app-stores. |
| Kleurstelling | Donkergrijs.* | Groen op wit of wit op groen. En altijd in een kleur. | Wit op groen.* |
| Vorm en opbouw | Lijn-icoon op grid. | Bij voorkeur opgevuld en waar functioneel lijnen op grid. | Afgerond vierkant zoals op het telefoonscherm en in de App Store. Daarop een wit icoon. Het liefst gevuld maar indien functioneel een lijn. Lijn-iconen gebruiken een dikke lijn zodat het wit zo goed mogelijk leesbaar blijft op groen. Altijd opgebouwd op grid. |

*Meer informatie over UX en App iconen kijk op www.rotterdam.nl/huisstijl voor de digitale richtlijnen.

9.3 Voorbeelden iconen

| | UX iconen (zie Figma) | Communicatie iconen | App Iconen |
|------------|-----------------------|---------------------|------------|
| Veiligheid | | | |
| Zoeken | | | |
| Persoon | | | |
| Telefoon | | | |
| Camera | | | |
| Parkeren | | | |

10. Papier

10.1 Papiersoorten

Papier geeft gevoel aan drukwerk. Hoe je wilt overkomen is onder andere afhankelijk van het gewicht en papiersoort. Te licht papier kan bijvoorbeeld goedkoop of niet betrouwbaar aanvoelen, terwijl dat helemaal niet de bedoeling hoeft te zijn. Papier kan ook bijdragen aan een gewenste uitstraling. Voor bijvoorbeeld een uitnodiging voor een receptie, gebruik je ander papier dan een huis-aan-huis flyer.

Standaard papier van de gemeente Rotterdam (communicatiedrukwerk)

- Ongestreken (offset): Soporset premium Offset van 70 tot en met 350 grams.
- Gestreken (MC): Magno Satin van 90 tot en met 400 grams.

Papier uit alternatieve grondstoffen

Voor speciaal drukwerk kun je ook gebruik maken van papier uit alternatieve grondstoffen zoals bijvoorbeeld Rotterdams gras, landbouwafval of spijkerbroeken. Het gebruik van papier uit alternatieve grondstoffen gaat altijd in overleg tussen de drukkerij en de communicatieadviseur van het betreffende cluster.

11. Tekst

11.1 Basis voor tekst

Een goede tekst is beeldend geschreven. De lezer ‘ziet’ de situatie bij wijze van spreken voor zich, of snapt snel wat te doen. Als je daarbij de juiste beelden toevoegt, versterkt dat het geheel. Een goede tekst in een mooie vormgeving is ijzersterk, daarbij geldt: $1 + 1 = 3$.

Helaas geldt ook dat je zelfs met mooie beelden en goede vormgeving een slechte tekst niet goed krijgt. Een folder voor jongeren met woorden als ‘nochtans’ en ‘indien’ werkt niet. Er moet een goede wisselwerking zijn tussen tekst en beeld. De beelden moeten de tekst versterken. Kijk dus niet alleen naar beelden en stijl, maar check ook de tekst of vraag daarbij om hulp.

De gemeente Rotterdam staat voor duidelijke taal, liefst op het zogenoemde ‘B1-niveau’. Vrij vertaald: veelgebruikte woorden die iedereen kan begrijpen. We schrijven natuurlijk actief. Vermijd dus extra hulpwerkwoorden zoals worden, kunnen, zullen, willen en gaan. We schrijven ook in een positieve stijl. Bijvoorbeeld: ‘We zijn tot 17.00 uur open.’ En niet: ‘Vanaf 17.00 uur gesloten.’ Gebruik moderne woorden en schrijf in goed verzorgde (spreek)taal. Gebruik ook zoveel mogelijk neutrale termen. Dus niet ‘man of vrouw’, maar partner.

Verplaats je voor de tekst altijd in de lezer. Wat wil de lezer weten of doen? Houd je tekst zo kort mogelijk. En kom snel met je boodschap/de kern van je tekst. Eerst de boodschap, dan de uitleg. Maak korte zinnen, van ongeveer 10 tot 15 woorden. Soms korter of langer mag, als de zin maar heel duidelijk is.

U of jij?

- In externe communicatie: altijd ‘u’. Bij uitingen in social media kun je hiervan afwijken.
- Bij communicatie met jongeren, arbeidsmarktcommunicatie of citymarketing: ‘jij’.
- Interne communicatie: ‘jij’.

Contact en afzendergegevens

De contactgegevens zoals een telefoonnummer of URL plaatsen we nooit in de afzenderbalk onder aan je communicatiemiddel. Deze witmarge is een herkenningselement in de Rotterdamse huisstijl. Deze houden we daarom zo krachtig, fris en strak mogelijk. Het servicenummer 14 010 wordt net als andere contactgegevens op een logische plek gezet met een kopje ‘Meer informatie vindt u via:’. In enkelzijdige uitingen zoals een poster verwijzen we alleen naar de contactgegevens op de website.

Schrijfwijze telefoonnummer

- 0546 XX XX XX
- 14 010
- 010 XXX XX XX
- 0900 XXX XX XX
- 06 XX XX XX XX

Schrijfwijze gemeente

We gebruiken of ‘Gemeente Rotterdam’ of ‘de gemeente Rotterdam’.

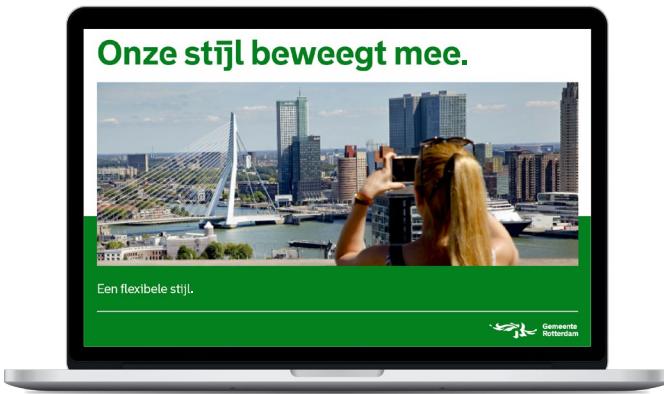
Schrijfwijze URL

We gebruiken de url van gemeente Rotterdam met maximaal één subdirectory (www.rotterdam.nl/). De subdirectory mag niet het woord Rotterdam bevatten. Dit maakt de extensie lang en is dubbelop. Een url in schrifelijke communicatie (bijvoorbeeld in een brief of folder) wordt met www gezet: www.rotterdam.nl. Zonder onderstrepung. Een url in digitale middelen zetten we om naar klikbare links.

De afzender

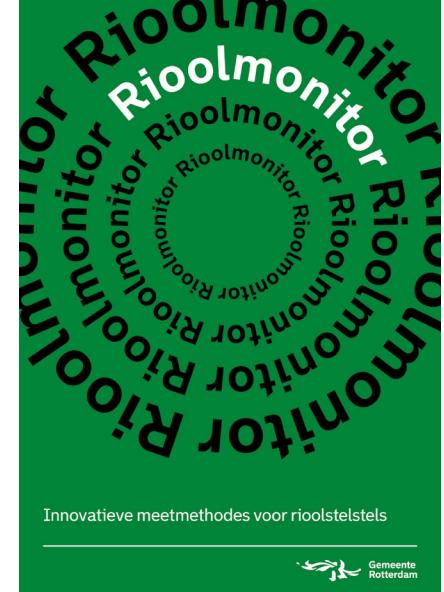
De afzender: gemeente of cluster? Bij externe communicatie is de gemeente Rotterdam altijd de afzender. Bij interne communicatie (binnen het concern Rotterdam) gebruiken we de cluster- of gebiedsnaam als eerste.

12. Voorbeelden en inspiratie











Microsoft Teams routekaart.

The route map illustrates the following milestones:

- Q4 (October - December 2020):**
 - Outstanding: Deel je bestanden in de chat.
 - MS Teams wordt standaard in Outlook.
 - Beter integratie van Teams vergaderingen in Outlook*
 - Beleven kan jezelf Teams samenstellen.
 - Explorer moet vervangen door Chromium.
- Q1 (Januari - Maart 2021):**
 - Samen werken met verschillende tools en SSO's.
 - Uitbreiden van de mogelijkheden voor externe locaties.
 - Mobile apps worden volop vergaderd en geintegreerd met de authenticator.
- Q2 (April - Juni 2021):**
 - Classrooms (Beta).
 - Universiteits video voor alle plaatsen (Stadhuis / Erasmus).
 - Live events / webinars worden nu wereldwijd beschikbaar.
 - MS planner moet worden vervangen door Outlook agenda.
 - MS Teams moet automatisch worden toegevoegd aan de agenda.

Onderweg naar optimale digitale samenwerking.

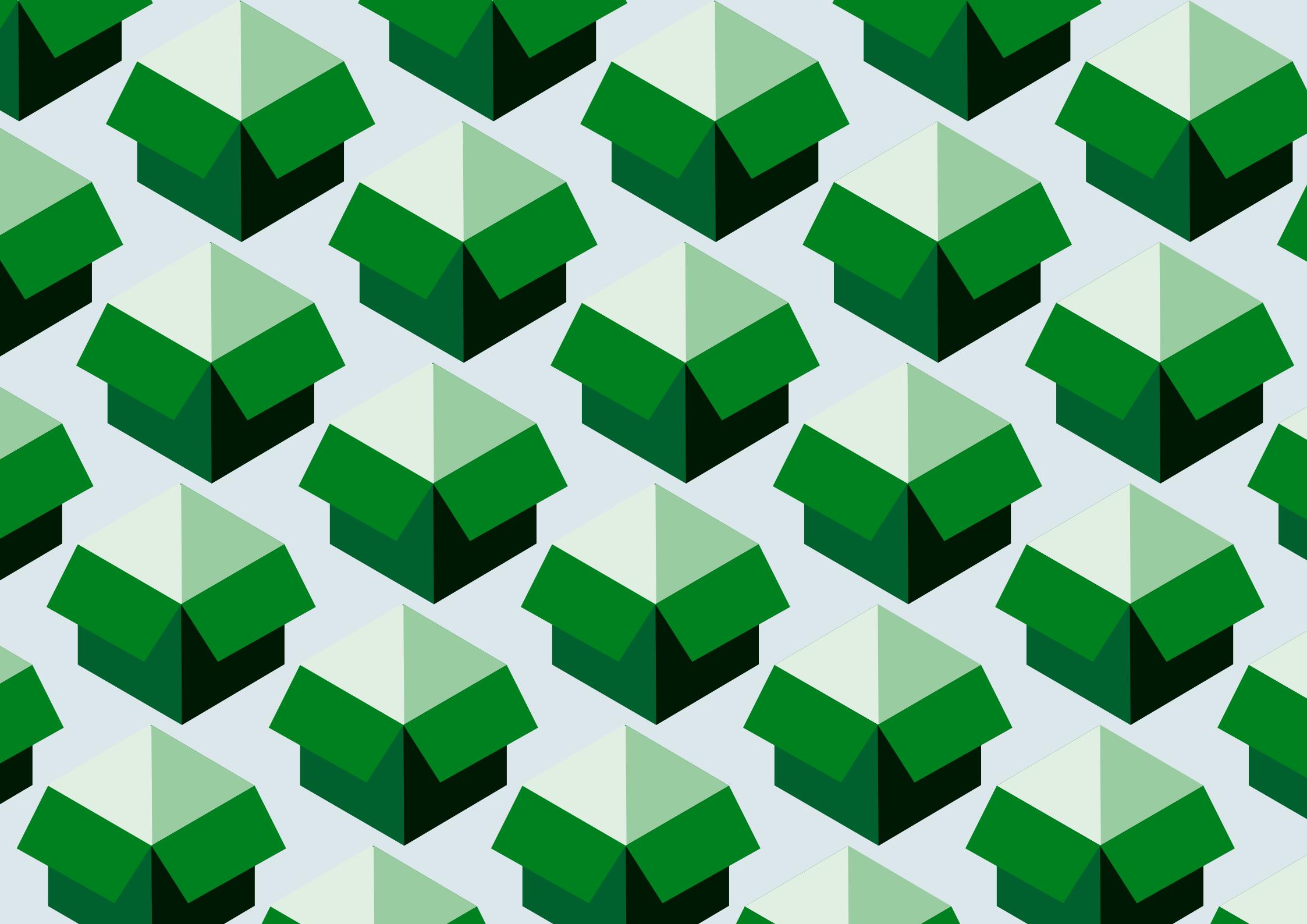
Meer informatie:

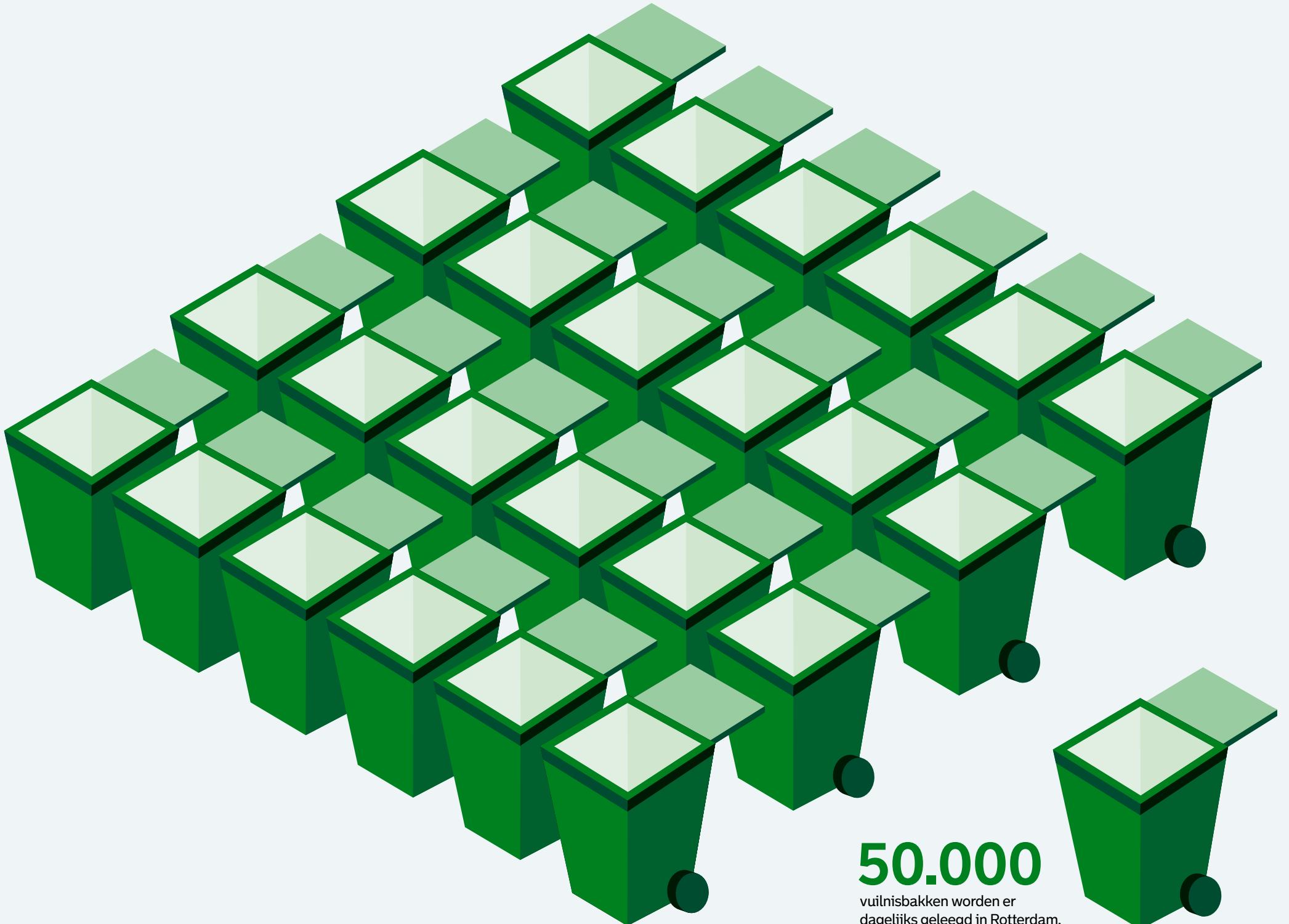
meer informatie over Microsoft Teams vind je op RIO. Onder het serviceportaal van ICT staat een uitgebreide handleiding. In de groep MS Teams Tips en techniek worden tips en trucs worden die steeds de nieuwe functionaliteiten van Teams omvat. Als je vragen over MS Teams kan je sturen aan de chatbot of aan de Servicedesk.

Dit plan is voorlopig en heeft een relatie met andere ontwikkelingen. Zo moeten er tests worden uitgevoerd en zijn we afhankelijk van technische releasedates. Wilt u meer informatie over de planning kan je ons passen communiceren via RIO.









50.000

vuilnisbakken worden er
dagelijks geleegd in Rotterdam.

13. Contact

13.1 Huisstijlmanagement

Beeld speelt een grote rol binnen communicatie. Mensen zijn visueel ingesteld en daar weten onze huisstijladviseurs alles van. Communicatiebureaus en communicatieadviseurs kunnen bij Team Beeld terecht met al hun vragen op het gebied van huisstijl, (conceptuele) beeldconcepten, fotografe en audiovisuele (AV-) producties en vormgeving van het merk gemeente Rotterdam.

Huisstijladviseur

Aan ieder cluster is een huisstijladviseur verbonden, zij adviseren communicatieadviseurs over beeld(concepten), huisstijl en vormgeving van het merk gemeente Rotterdam.

- **Bestuurs- en Concernondersteuning:**
Monica Bollinger, 06 12 13 30 36
- **Bestuurscommunicatie:**
Mundus Joore, 06 23 57 57 18
- **Dienstverlening (algemeen):**
Sanne Hendrikx, 06 13 57 19 86
- **Dienstverlening (gebieden):**
Sanne Hendrikx, 06 13 57 19 86
- **Directie Veilig:**
Mundus Joore, 06 23 57 57 18
- **Maatschappelijke ontwikkeling en Werk en Inkomen:**
Lara Schoemaker, 06 53 69 23 21
- **Stadsbeheer:**
Monica Bollinger, 06 12 13 30 36
- **Stadsontwikkeling:**
Mundus Joore, 06 23 57 57 18

Meer informatie

- **Coördinator en ontwikkeling huisstijl:**
Sanne Hendrikx, 06 13 57 19 86
- **Coördinator AV-producties:**
Bruna Engels, 06 18 29 35 95
- **Beeldredactie:**
Joep Boute, 06 51 21 15 29 en Irene Hoekstra, 06 23 72 68 96

Contact over tekst (Team Concernmedia)

Wil je dat iemand de tekst kritisch meeleeft? Of zoek je redactionele hulp om je tekst om te zetten in duidelijke taal? Elk cluster kan een beroep doen op een redacteur voor ondersteuning. Contact opnemen? Mail naar tekstredactie@rotterdam.nl.

13.2 Communicatiebureaus

Categorie 1

0-to-9

Joost van Gorsel
Ilse van der Kaaden
010 275 90 00
rotterdam@0to9.nl

Awareness / Zootz

awareness@zootz.nl
070 789 04 44
Roderick Polhuijs, 06 50 40 22 83
roderick@zootz.nl
Julie Verhoeff, 06 46 42 68 42
julie@zootz.nl
Eric Vink, 06 16 00 60 90
evi@awareness.nl

Emma Communicatie (icm Ontwerpwerk)

rotterdam@emma.nl
Jan Maessen, 06 50 91 97 53
maessen@emma.nl
Laura van Uitert, 070 313 20 20 of
06 42 06 87 31
laura.vanuitert@ontwerpwerk.nl
Ferdi van Wersch, 070 870 04 60 of
06 49 35 57 66
vanwersch@emma.nl

Endore Creative Agency

Joyce van der Tol, 06 15 42 41 00
joyce@endore.agency
Sander van Baalen
sander@endore.agency
Isley Martodihardjo, 06 38 39 43 09
isley@endory.agency

Friends for Brands / Roos en Van de Werk

Susanne Volder, 06 51 91 23 51
susanne@friendsagency.com
Frank Roos, 06 53 19 74 19
frank@roos-vandewerk.nl

Tappan

Algemeen
010@tappan.nl
Jeroen van der Hee, 06 13 96 56 20
jeroen.vanderhee@tappan.nl
Eugène van Rijn, 06 18 39 34 72
eugene.vanrijn@tappan.nl

Categorie 2

0-to-9

Joost van Gorsel
Ilse van der Kaaden
010 275 90 00
rotterdam@0to9.nl

Dropouts

Algemeen
rotterdam@dropouts.nl
Leonie Selby, 020 210 33 06
leoni@dropoutsamsterdam.nl
Vera van Berkel
vera@dropoutsamsterdam.nl
Antoinette de Ridder
antoinette@dropoutsamsterdam.nl

Enduredesign B.V.

vormgeving@enduredesign.nl
Dennis Stenacker, 033 463 36 20
of 06 52 61 84 33
dennis@enduredesign.nl
Jeffrey Dorresteijn, 06 34 29 55 23
jeffrey@enduredesign.nl

Ontwerpwerk

rotterdam@ontwerpwerk.nl
Jantien Methorst
jantien.methorst@ontwerpwerk.nl

Opschudders

rotterdam@opschudders.nl
Lisa van der Maten, 06 37 34 06 14
lisa@opschudders.nl
Gwenda Koning, 06 37 59 49 62
(do. vrij)
gwenda@opschudders.nl

Categorie 3

Buro voor de Boeg / Cipix

Algemeen
info@burovoordeboegcipix.nl
Dik Gussekloo, 010 413 70 02
dik@burovoordeboeg.nl
Justin Streuper, 010 413 70 02
justin@burovoordeboeg.nl
Mark Rooijens, 010 740 10 80
mark@cipix.nl
Stephanie Uylenbroek, 010 740 10 80
stephanie@cipix.nl

IN10

Algemeen
gemeenterotterdam@in10.nl
Rebecca Stadman, 06 14 26 47 25
rebecca.stadman@in10.nl
Suzanne van Beekum, 06 25 47 83 04
suzanne.van.beekum@in10.nl
Xander Zuideast, 06 21 53 51 27
xander.zuideast@in10.nl

Poet Farmer B.V.

Algemeen, 088 090 98 88
rotterdam@poetfarmer.com
Patrick de Regt, 06 55 72 02 70
patrick@poetfarmer.com
Perry Nauta, 06 33 22 01 10
perry@poetfarmer.com

13.3 AV-bureaus

Bocavista

Nynke Meuleman -
van der Woude
06 53 55 24 58 of
0348 22 00 55
nynke@bocavista.nl
www.bocavista.nl

VideoAgency

Productions
Sanne Sickenga
010 302 00 70 of
06 12 03 49 00
sanne@videoagency.nl
www.videoagency.nl

In2Content

Erik Bibo
035 647 39 39
rotterdam@in2content.nl
www.in2content.nl

KAAPS

Anne Steendijk
06 19 71 64 60
anne@kaaps.nl
www.kaaps.nl

Umwelt Media

Jan Katsma
06 28 33 89 69
jan@umweltfilms.com
www.umweltfilms.com

13.4 Drukkerijen

Handelsdrukwerk

Sonneveld GrafiMedia Holding B.V.
Ed Groskamp, 0180 44 03 30 of
0174 44 55 30
egroskamp@sonneveld.nl
www.sonneveld.nl

Communicatiedrukwerk

Veenman+
Projectmanager
Jeffrey Lans, 06 13 11 08 95
jeffrey@veenmanplus.nl
Elmar Boogers, 010 245 33 33
elmar@veenmanplus.nl
www.veenmanplus.nl

Intern print- en kopieerwerk

Rotterdam Inclusief
informatie, aanvragen prijzen
en bestellingen via
WI_documentenverwerking@rotterdam.nl

Relatiegeschenken

Ecogiving
Jeroen Sölner, 06 28 35 07 36
rotterdam@ecogiving.nl