

**Regels en
richtlijnen**
voor de visuele
identiteit >>

Maart 2010

inleiding

De visuele identiteit van eHerkenning

Dit handboek bevat regels en richtlijnen voor de visuele identiteit van eHerkenning. Het is voor iedereen bedoeld die een item in de visuele identiteit ontwerpt.

In het boek worden de basiselementen van de visuele identiteit gepresenteerd en omschreven. Deze basiselementen dienen als een gereedschapskist voor toekomstige uitwerkers en producenten.

Meer informatie:

Beheerorganisatie eHerkenning
Telefoon: 070 889 60 69
Mail: Info@eherkenning.nl
Website: www.eherkenning.nl

eHerkenning

Achtergrond

eHerkenning is een gestandaardiseerde dienst voor de digitale herkenning van bedrijven. Om eHerkenning mogelijk te maken hebben verschillende marktpartijen de krachten gebundeld in de vorm van een door de overheid gefaciliteerd afsprakenstelsel. Hierbij wordt aandacht besteed aan belangrijke aspecten zoals gebruiksbeleving, kwaliteit, techniek, privacy en toezicht. eHerkenning is in de basis een standaarddienst die ruimte biedt voor specifieke eisen en wensen van overheden en bedrijven.

Kernwaarden

- Efficiënt (gemak, overzichtelijk)
- Veiligheidsgevoel (betrouwbaarheid)
- Netwerk (samenwerking)
- Innovatief (technisch en procedureel hoogstandje)
- Officieel (Professioneel, van de overheid, serieus gevoel, zitten belangrijke bedrijven achter).

Doelgroep

eHerkenning richt zich op: overheidsdienstverleners (beslissings- en uitvoerend niveau), bedrijven (gebruikers) en licentiehouders.

logo

De drager van de visuele identiteit

Het logo is de drager van de visuele identiteit. Het logo bestaat uit het woord- en beeldmerk. Het logo kan in verhouding worden aangepast volgens de vaste richtlijnen.

Woordmerk

Het woordmerk – de naam eHerkenning – is speciaal getekend. Het mag nooit zelf worden gezet. De 'e' en de 'H' vormen samen het beeldmerk, dat ook losstaand gebruikt kan worden.

Minimale vrije ruimte rondom

Voor het logo is een minimale vrije ruimte rondom genormeerd. Deze ruimte is vrij van andere logo's, teksten, beeldelementen en afbeeldingen. De minimale vrije ruimte is gerelateerd aan de verhoudingsmaat X. De maateenheid 'X' is gebaseerd op de hoogte van de kapitalen 'E'.

Positionering

Het aanlegpunt van het logo is de linker onderkant van de 'E'.

Vaste formaten

Voor het drukwerk en andere media op formaten A4 of kleiner, zijn vaste formaten genormeerd.

A4: 75 mm | A5: 55 mm | Minimaal: 15 mm

Schrijfwijze eHerkenning in publicaties

De 'e' wordt in lopende tekst altijd geschreven in een onderkast. Herkenning begint altijd met een kapitaal.

eHerkenning

Grijs

eHerkenning

Zwart / wit

eHerkenning

(Deze kleurwaarden gelden ook voor het logo met omvorm)



eHerkenning

logo

Beeldmerk

De 'e' en de 'H' vormen samen het beeldmerk. Dit wordt toegepast bij iconisch gebruik en geringe ruimte. Bij voorkeur het hele woordmerk plaatsen i.v.m. de merklading en herkenbaarheid.

Minimale vrije ruimte rondom

De minimale vrije ruimte rondom betreft hier 1 X.

Positionering

Het aanlegpunt van het logo is de linker onderkant van de 'E'.

Minimum formaten

Geheel logo: 15 mm (inclusief omvorm)

Beeldmerk: 5 mm (inclusief omvorm)

Logo omvorm

Het logo in een omvorm wordt gebruikt op een ondergrond met een kleur of visueel. De positie en verhouding van het woordmerk – eHerkenning – in de omvorm staat vast. Het woordmerk wordt bij voorkeur volledig gebruikt.

Minimale vrije ruimte rondom

De minimale vrije ruimte rondom de omvorm betreft hier 1 X.



kleur

In de huisstijl wordt gebruik gemaakt van 2 kleurpaletten.

Primaire kleuren

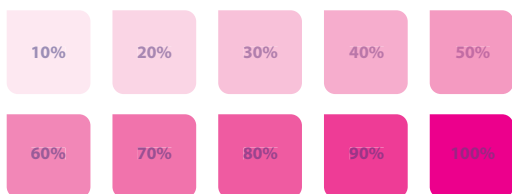
Dit zijn de kleuren die direct verbonden zijn aan het logo en het merk. Ze vormen de basis van het merk.

Secundaire kleuren

Deze kleuren dragen bij aan de herkenbaarheid van de algehele merkuitstraling. Beide paletten mogen gecombineerd gebruikt worden.

Tintpercentages

In de vormgeving van digitale en drukwerk uitingen mogen alleen de vastgestelde tintpercentages worden gebruikt.



Primair palet



Secundair palet

Ocean

PMS 2756 C
PMS 2758 U
C100|M80|Y6|K30

Sky

PMS 299 C
PMS 2995 U
C86|M8

Summer

PMS 144 C
PMS 130 U
M58|Y100

Clay

PMS 729 C
PMS 729 U
C7|M46|Y62|K18

Flower

PMS 214 C
PMS 226 U
M100|Y24|K4

Horizon

PMS 376 C
PMS 382 U
C59|Y100|K0

Evening

PMS 268 C
PMS 268 U
C85|M100|K12

Ice

PMS 5455 C
PMS 5455 U
C17|M4|Y6|K4

typografie

Lettertype drukwerk en internet

Waar mogelijk altijd de **Myriad Pro** gebruiken voor hoofdstukaanduiding, headings, accentteksten en bodytekst. Op internet en andere digitale dragers, waar de Myriad Pro niet kan worden geplaatst, wordt als alternatief de Lucida Sans Unicode gebruikt.

Lucida Sans

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Light
Regular
Medium
Bold

Myriad Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Light
Regular
Medium
Bold

Myriad Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Cursief

Corpsen en regelafstand

De regelafstand (interlinie) wordt vermeld in millimeters (mm). De standaard regelafstand voor een lopende tekst is 4,5 mm of een afgeleide hiervan, tenzij anders vermeld.

Indien er gebruik wordt gemaakt van een inspringsing dan dient deze maat een afgeleide te zijn van het 4,5 mm grid. Voor de huisstijl zijn vaste corpsen en regelafstanden vastgesteld en deze mogen naar eigen inzicht worden gebruikt.

Contrast

Breng voldoende typografische contrasten aan in koppen, inleidende tekst, broodtekst, etc. door middel van duidelijk waarneembare corpsverschillen of gewichten en gebruik van de huisstijlkleuren.

Tekst in kleur

Teksten mogen in zwart, wit of in de huisstijlkleuren worden gezet. Er dient echter altijd voldoende contrast tussen tekst en ondergrond te zijn.

Tekst in lijn

Hoofdstukaanduiding kan in lijn. De lijndikte is maximaal 1 mm. Hoe dunner hoe beter, mits goed zichtbaar in drukwerk.

6 pt | 7 pt | 8 pt

3 mm

8 pt | 9 pt | 10 pt

4,5 mm

11 pt | 13,5 pt | 15 pt | 18 pt

6,75 mm

18 pt | 21 pt | 22,5 pt | 24 pt

9 mm

28 pt | 32 pt | 34 pt

11,25 mm

36 pt | 38 pt

13,5 mm

42 pt

15,75 mm

krijg uw toegang >>

Aanhalen

Aanhalen gebeurt volgens het 'Engelse systeem'; enkelvoudig boven, de eerste apostrof op z'n kop. Aanhalingen binnen aanhalingen krijgen een dubbele apostrof.

Afkortingen

Afkortingen dienen zoveel mogelijk te worden vermeden.

Alinea

Begin een nieuwe kolom niet met de laatste regel van een alinea, plaats in dit geval minimaal twee regels aan het begin van de nieuwe kolom. Eindig een kolom niet met de eerste regel van een nieuwe alinea.

Regelval

Er is gekozen voor de vrije regelval. Dit betekent dat de tekst nooit wordt uitgevuld.

Uitlijning

Teksten worden linkslijnend en op het typografische grid gezet.

Woordafbreking

Vermijd woordafbrekingen. Woorden van twee lettergrepen, getallen, namen en plaatsnamen worden aan het eind van de regel niet afgebroken maar verplaatst naar de volgende regel. Ook het laatste woord op een pagina wordt nooit afgebroken. Beperk het aantal afbrekingen zoveel mogelijk, nooit meer dan drie woordafbrekingen onder elkaar.

stijlelementen

Vlakken

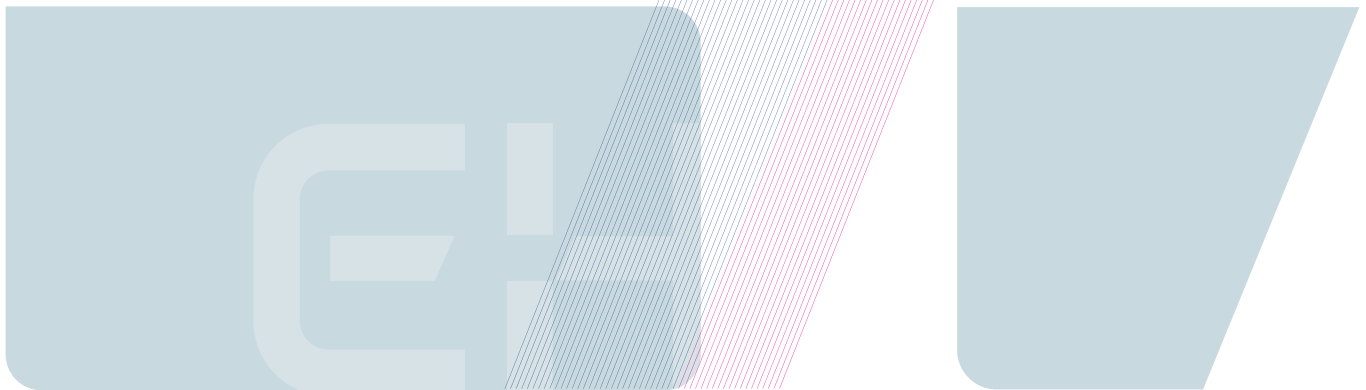
De vlakken hebben een combinatie van ronde en harde hoeken. Minimaal 1 ronde hoek. Eén zijde mag diagonaal worden afgesneden. Het is mogelijk 2 vlakken samen te smelten (zie in toepassingen). Te gebruiken als foto, achtergrond, tekst-en kleurkader.

Lijnen

De lijnen staan altijd diagonaal (24 graden) en mogen in wit en overige huisstijlkleuren. De lijndikte is variabel. De lijnen mogen transparant worden geplaatst. Ze staan voor dynamiek en efficiëntie.

Device

In de achtergrond kan gebruik worden gemaakt van een transparant beeldmerk. Maximaal een transparantie of multiply van 30%. Alleen wit of de achtergrondkleur (multiply).



beeldgebruik

Fotografie

De fotografie maakt onderdeel uit van de huisstijl en ondersteunt de identiteit. De fotografie van eHerkenning biedt een uitgesproken stijl. Er moet een menselijk aspect aanwezig zijn.

Er wordt gebruik gemaakt van symbolische en real life fotografie. Symbolische beelden geven een algemeen gevoel weer en ondersteunen een thema. Ze hebben een meer zakelijke lading. Toepassen op covers of bij inleidende teksten.

Real life fotografie communiceert het proces en zorgt voor herkenning in de markt. In het beeld zit diepte door scherpte/onscherpte. De mensen kijken in de camera.

De fotografie wordt altijd in full colour geplaatst. Waar mogelijk in de foto een kleurdetail plaatsen refererend aan het kleurenpalet.



Getty Images:10180574



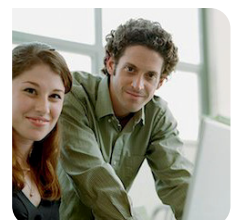
Masterfile: 700-00550925



Getty Images:86735484



Getty Images:stk128057rke



Masterfile: 635-01705994en

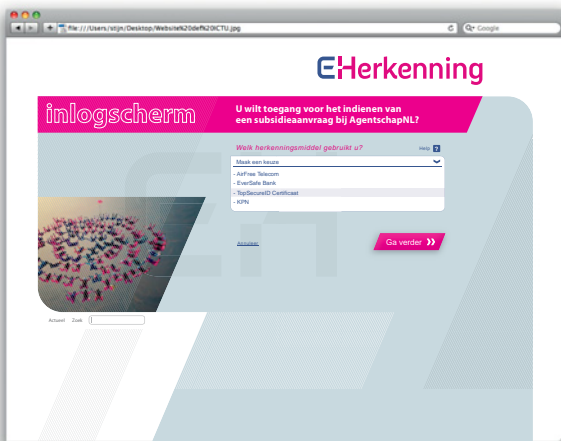
toepassingen

Website

De website van eHerkenning is een belangrijk medium. De functie is voornamelijk informatie verschaffen en heeft tevens een wervend karakter. Het inlogscherm is een pagina die niet direct verbonden is aan de website, maar juist als tussenscherm fungeert bij het gebruik van eHerkenning.



Homepage



Inlogpage



Contentpage



Stationery



Brochure cover

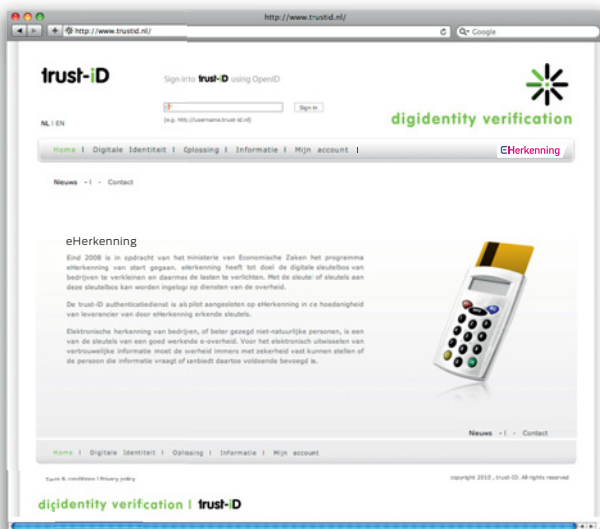
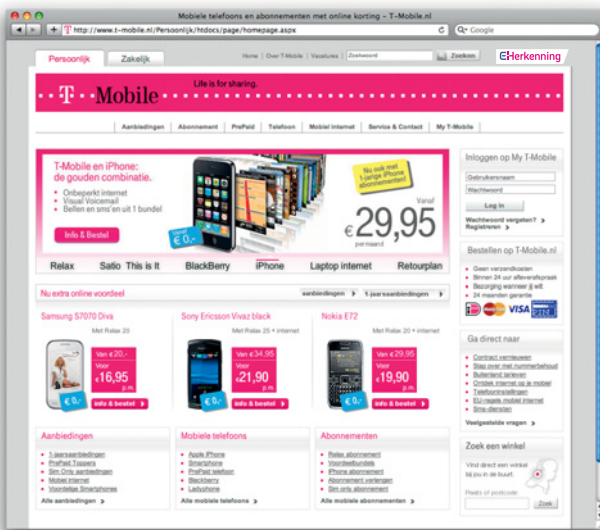
richtlijnen logo aanbieder

Do

- Gebruik het hele logo i.v.m. bevorderen van de herkenbaarheid.
- Plaats het zo hoog mogelijk op de pagina, rechts in het besturingsgedeelte
- Op een gekleurde ondergrond altijd het logo met omvorm plaatsen

Don't

- Laat het EH logo niet botsen met het logo van de aanbieder
- Plaats (nog) niet enkel het EH-beeldmerk
- Koppel het logo nooit direct met het hoofdmenu



* Deze webpagina's zijn enkel bedoeld als voorbeeld en illustreren de richtlijnen toepassing logo.