



huisstijl handboek



30 minuten bewegen

www.30minutenbewegen.nl





Inhoud

Kernboodschap 30 minuten bewegen	3
De basisregels	4
Bewaking en beheer	5
Verklaring beeld- en woordmerk	6
Logo en pay-off	7
30-logo samen met woordmerk NISB	10
30-logo samen met andere logo's en merken	11
Het beeldmerk	12
Kleurgebruik	13
Kleurvoorbeelden in druk	13
Typografie	14
Papier en overige materialen	15



Kernboodschap 30 minuten bewegen

30 minuten bewegen is een campagne van het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB). Alle Nederlanders worden uitgenodigd om een half uur bewegen in hun dagelijks leven op te nemen.

"Bewegen is goed voor mij en voor iedereen"

Gezondheid, overgewicht en bewegen, dat zijn thema's die nu in de maatschappij leven. 30 minuten bewegen wil:

- een gezonde en actieve leefstijl promoten;
- meer bekendheid geven aan de norm (30 minuten voor volwassenen en 60 minuten voor jeugd);
- duidelijk maken dat het gaat om alledaags bewegen,
- aan zetten tot bewegen door communicatie, door ideeën aan te reiken, door ervaringen te bieden en door samen te werken met lokale partners.

De campagne 30 minuten bewegen is een leefstijlcampagne van het ministerie van VWS en heeft als doel om meer Nederlanders bewust te maken van de beweegnorm en vooral inactieve doelgroepen te stimuleren om meer te gaan sporten en bewegen. De nationale campagne is één van de instrumenten om de doelen uit de nota Tijd voor Sport te realiseren.



De basisregels

- De huisstijl geldt voor alle uitingen van de 30-campagne.
- Het ontwikkelen van sub-identiteiten is binnen deze campagne niet toegestaan.
- Externe samenwerkingsverbanden vallen niet volledig onder de 30-huisstijlregels. De regels voor het gebruik van de verschillende logovarianten in andere uitingen moeten wel nauwgezet worden nagekomen.
- De basiskleuren van de huisstijl zijn oranje (PMS 1505) en zwart. Het beeld- en woordmerk van de 30-campagne wordt standaard uitgevoerd in de basiskleuren (zie pagina@)
- Andere kleurcombinaties zijn binnen deze campagnehuisstijl niet toegestaan.
- De standaardlettertypes voor drukwerk is de Verdana letterfamilie, bestaande uit:
regular - *italic* - **bold** - ***bolditalic***
- Alleen het secretariaat van de 30-campagne stelt het te gebruiken beeld- en woordmerk beschikbaar. Toepassing ervan moet altijd met de medewerker communicatie van NISB en/of met Xplore worden overlegd.



Bewaking en beheer

De medewerker communicatie van de 30-campagne is eindverantwoordelijk voor de huisstijl. In die taak wordt zij ondersteund door Xplore.

Vragen over huisstijlgebruik

Met vragen over de huisstijl kunnen medewerkers terecht bij het secretariaat van de 30-campagne. Het secretariaat kan voor vragen of bijzondere uitingen terecht bij de medewerker communicatie.

Beheer van huisstijlgebruik

Bij elke uiting wordt een voorbeeld ter beoordeling naar Xplore gestuurd. In de vorm van een pdf of van een fysieke proef. Xplore geeft hierop een reactie aan Juul van Rijn.

Medewerker communicatie

drs. J. (Juul) van Rijn

M: 06 51977131

E: juul.vanrijn@nisb.nl

Secretariaat

Petra Macco

T: (0318) 49 09 00

F: (0318) 49 09 95

E: petra.macco@nisb.nl

Vormgeving huisstijl

Xplore Groep BV

bezoekadres

De Beek 1

3871 MS Hoevelaken

correspondentieadres

Postbus 20

3870CA Hoevelaken

contactpersoon

Reinier Gosker

T 033 254 10 91

F 033 253 81 39

E xplore@xplorenet.nl



Verklaring beeld- en woordmerk

Het campanelogo (basis) bestaat uit een beeldmerk en een woordmerk.

Het beeldmerk

Het beeldmerk bestaat uit het cijfer 30. In de 0 staat een gestileerd mensfiguur dat activiteit en beweging uitstraalt.

Het woordmerk

Het woordmerk beschrijft in het kort de hoofdboodschap van de campagne: 30 minuten bewegen. In het getal 30 is de mensfiguur weggelaten.





Logo en pay-off

Verschijningsvarianten

Er zijn drie varianten van het logo. Standaard wordt het basislogo gebruikt.

Het kan voorkomen dat omwille van de beschikbare ruimte gekozen wordt voor een smallere versie van het logo (short) of juist een bredere versie (long). De drie varianten van het logo kunnen ook met toevoeging van de url gebruikt worden. Als de url gebruikt wordt moet deze altijd als pay-off aan het logo verbonden zijn (zie voorbeelden).

Kleurvarianten

Er zijn kleurenversies van het logo (zie hieronder) en er zijn zwart-wit versies (zie pagina 8/9)

Plaatsing

Het kleurenlogo mag alleen worden geplaatst op een witte ondergrond met een grootte die minimaal gelijk is aan onderstaande voorbeelden. Xplore levert het logo altijd aan met de vaste minimale hoeveelheid wit of oranje. De diapositieve kleurenversie mag alleen worden geplaatst op een volvlak oranje ondergrond.

De diapositieve zwartversie mag alleen worden geplaatst op een 100% zwarte ondergrond.

Basislogo



Basislogo diapositief



Basislogo short



Basislogo short diapositief



basislogo long



Basislogo long diapositief



Vervolg volgende pagina >>>





Basislogo met pay-off



Basislogo diapositief met pay-off



logo short met pay-off



logo short diapositief met pay-off



logo long met pay-off



logo long diapositief met pay-off



basislogo zwart met pay-off



Basislogo zwart diapositief met pay-off



Vervolg op volgende pagina >>>



Basislogo zwart **short**



Basislogo zwart **short diapositief**



Basislogo zwart **long**



Basislogo zwart **long diapositief**



basislogo **zwart met pay-off (50% zwart)**



Basislogo **zwart diapositief**



Basislogo zwart **short met pay-off (50% zwart)**



Basislogo zwart **short diapositief met pay-off**



Basislogo zwart **long met pay-off (50% zwart)**



Basislogo zwart **long diapositief met pay-off**





30-logo samen met woordmerk NISB

- Het 30-logo mag uitsluitend samen gebruikt worden met het woordmerk van NISB.
- Het 30-logo en NISB-woordmerk moeten altijd los van elkaar staan.
- Te gebruiken kleurvarianten van het woordmerk NISB:
 - paars oranjestip met paarse tekst;
 - de diapositieve kleurversie op paarse ondergrond;
 - een kleur paars;
 - een kleur zwart;
 - diapositieve versie zwart-wit.
- Zie voor toepassing van het woordmerk van NISB hun huisstijlhandboek op pagina 8.
- Verhoudingen logo's tot elkaar:
 - het 30-logo en NISB-logo hebben een gelijkwaardige grootte;
 - het 30-logo mag groter dan het NISB-logo;
 - NISB-logo groter dan het 30-logo is niet toegestaan.

Logovoorbeeld goed gebruik basislogo + NISB



Logovoorbeelden fout gebruik basislogo + NISB





30-logo samen met andere logo's en merken

- Het 30-logo en logo's en merken van sponsoren moeten altijd los van elkaar staan.
- Verhoudingen logo's tot elkaar:
 - het 30-logo en NISB-logo hebben een gelijkwaardige grootte. Logo's van sponsoren hebben een kleinere grootte, nl. maximaal gelijk aan de x-hoogte van het beeldmerk 30 in het logo (zie onderstaand voorbeeld);
 - sponsorlogo's groter dan het 30-logo is niet toegestaan;
 - sponsorlogo's onderling hebben optisch een gelijkwaardige grootte.





Het beeldmerk

Plaatsing

Het beeldmerk mag alleen worden geplaatst op een witte ondergrond met onderstaande hoeveelheid wit eromheen. Het beeldmerk dient altijd samen met het 'logo **long**' gebruikt te worden.

De diapositieve kleurenversie mag alleen worden geplaatst op een volvlak oranje ondergrond.

De diapositieve zwartversie mag alleen worden geplaatst op een 100% zwarte ondergrond.

*beeldmerk **kleur***



*beeldmerk **kleur diapositief***



*beeldmerk **zwart***



*beeldmerk **zwart diapositief***





Kleurgebruik

Er wordt in principe altijd gebruik gemaakt van het PMS logo. Bij full colour drukwerk betekent dit dat er sprake is van vijf drukgangen:

Cyaan (c)
Magenta (m)
Geel (y)
Zwart (k)
PMS 1505

Alléén als dit niet mogelijk is, zoals bijvoorbeeld bij geprinte uitingen (kleurkopieën) en gedrukte media (kranten en tijdschriften), mag er gebruik worden gemaakt van het logo in opbouwkleuren.

De grijze tint (30% zwart) wordt gebruikt in de zwart-wit varianten van het logo.

Ook mag deze tint vrij worden gebruikt in combinatie met oranje en 100% zwart in verschillende huisstijltoepassingen.

In plaats van grijs mag ook gebruik worden gemaakt van zilver PMS 877 C.

Verloopkleuren en tinten

De oranje kleur mag **niet** in tinten of een verloop worden gebruikt.

De grijstint mag wel in een verloop worden gebruikt.

Zie voor representatieve kleurvoorbeelden de drukproeven op pagina 13



Kleurvoorbeelden in druk



Opbouw (CMYK)

c 0
m 65
y 100
k 0

Verloop oranje opbouw (CMYK)



PMS 1505

Verloop oranje PMS1505



Grijs

c 0
m 0
y 0
k 30

Verloop grijs

30% zwart

0% zwart



Zwart

Basislogo opbouw CMYK



Beeldmerk opbouw CMYK



Basislogo Pantone 1505U



Beeldmerk Pantone 1505U



Basislogo Zwart/wit



Beeldmerk Zwart/wit





Typografie

Verdana

Het lettertype Verdana wordt gebruikt als communicatieletter. Het is een neutrale en duidelijke letter die zowel beschikbaar is en goed functioneert in een pc-omgeving als op apple-systemen. De meeste organisaties zullen dit lettertype dan ook hebben. Het lettertype is bovendien ook heel geschikt voor externe uitingen zoals brochures en ander drukwerk. Het wordt ook in de huisstijluitingen zoals briefpapier en visitekaartjes gebruikt. Voor het maken van brieven bestaat een template in Word. De minimale lettergrootte van de broodtekst is corps 9, met een interlinie van 11 (9/11).

Britannic bold

Voor het logo is het lettertype Britannic Bold gebruikt. De letters zijn in een hoek van 21° gezet zodat ze dezelfde cursivering hebben als de 30 in het beeldmerk. Het lettertype wordt uitsluitend gebruikt in de elementen van het logo.

Lettertype specificaties

Verdana Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! () & ' " : ; ? - -
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Verdana Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! () & ' " : ; ? - -
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Verdana Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! () & ' " : ; ? - -
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Verdana Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! () & ' " : ; ? - -
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Voorbeeld broodtekst

Verdana / corps 9 / interlinie 11

De meeste mensen zien sport en bewegen louter als een aangename tijdspassering. Gezellig en nog gezond ook. Het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) ziet nog meer mogelijkheden: sport als middel om burgers bij de samenleving te betrekken, integratie te bevorderen en verbetering van de leefbaarheid in steden te realiseren.



Papier en overige materialen

Uitgangspunt voor de keuze van de papiersoorten is dat het oranje van het campagnelogo op de gekozen papiersoort volledig tot zijn recht moet komen. Dit betekent dat de papiersoort altijd echt wit moet zijn.

Papier - huisstijl

Voor het huisstijldrukwerk zijn de papiersoorten:

briefpapier, volgpapier, factsheet	houtvrij offset xerografisch wit
visitekaartjes	natuurkarton
showmap	sulfaatkarton
enveloppen	bankpost extra wit
stickervellen	houtvrij offset xerografisch wit

Papier - communicatiemiddelen

folders, nieuwsbrieven, enz.	Machine Coated, mat of gesatineerd
drukwerk waarvoor het gebruik van karton noodzakelijk is, zoals kaarten (flipflap-kaart)	Duplex Karton

Overige materialen

banners, vlaggen, enz.	Materiaal per toepassing vast te stellen
-----------------------------	--



30 minuten bewegen is een campagne van het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen 

