



UIT

*Rotterdam
Festivals*

**Basisrichtlijnen voor de visuele identiteit
van Uitagenda Rotterdam.**

Das Buro versie 1.0 – 02/2023

**Uitagenda
Rotterdam**

In deze stijlguide worden de bouwstenen uiteengezet voor de visuele identiteit van Uitagenda Rotterdam. Dit document dient als richtlijn voor gebruik en biedt ruimte voor interpretatie en doorontwikkeling.

3	Basisgedachte	9	Kleur
4	Logo - intern gebruik	10	Kleurencombinaties
5	Logo - extern gebruik	11	Beeldtaal: puntje op de i
6	Logo positie	12	Beeldtaal: fotografie
7	Logo aanpassen	13/14	Typografie
8	Keuze voor het juiste logobestand	15	Voorbeeldtoepassingen

Basisgedachte

Uitagenda Rotterdam is het publieksmerk van Rotterdam Festivals. Omdat Rotterdam Festivals duidelijk herkenbaar mag zijn als afzender van Uitagenda Rotterdam laten we ook de visuele identiteit van beide merken op elkaar aansluiten. Ze delen het lettertype en deels het kleurenpalet. De vormtaal van beide komt voort uit de architectuur van de stad, ze versterken elkaar.

Uitagenda Rotterdam is het culturele aanbod in de stad continu aan het herordenen, verplaatsen en uitlichten. Dit zie je terug in de visuele identiteit, het is een framework dat gevuld wordt door kleur en expressie uit de stad.

Logo – intern gebruik

Logo

Het logo bestaat uit een beeld- en woordmerk. Het UIT beeldmerk mag los van het woordmerk gebruikt worden, denk hierbij aan plaatsing op covers, headers en social posts. Wanneer je een informatieve corporate uiting maakt, gebruik je het gehele logo.

Kleur

Voor de corporate logoset beperken we ons tot een drietal kleurencombinaties, zie voorbeelden hiernaast. Op de cover van het magazine en in de website variëren met alle andere kleurencombinaties, om zo de verschillende thema's en belevingen te kunnen neerzetten.

→ zie voorbeelden op pagina 15

De keuze voor een kleur is afhankelijk van het contrast / leesbaarheid met de ondergrond.

Puntje op de i

Het puntje op de i heeft een contrasterende kleur in verhouding tot de rest van het logo. Hierdoor valt het puntje op en geeft het een kleurrijk accent.

Op de cover van het magazine kan deze bijvoorbeeld ook in metallic of een fluor kleur gedrukt worden.

→ zie voorbeelden op pagina 11



Logo donkerpaars/mint

Voor gebruik op lichte ondergronden



Logo geel/mint

Voor gebruik op donkere ondergronden

Logo mint/geel

Voor gebruik op donkere ondergronden

Logo - extern gebruik

Voor extern gebruik hebben een aparte logoset opgesteld; compacter en praktisch in gebruik. Denk hierbij aan logo's die op externe websites of in logobalken gebruikt worden.

Kleur

Donkerpaars met mint is het kleurlogo voor extern gebruik; heeft altijd voldoende contrast met de ondergrond en heeft een kleurrijk accent.

Zwart of wit

Daarnaast is er ook nog een volledig zwart en volledig wit logo beschikbaar. De functionaliteit staat hierbij voorop; contrast, flexibiliteit voor de externe partij en leesbaarheid.



Logo donkerpaars/mint
Voor gebruik op lichte ondergronden



Logo volledig wit
Voor gebruik op donkere ondergronden

Logo volledig zwart
Voor gebruik op donkere en lichte ondergronden



Voorbeeld logo in externe omgeving

Logo positie

Het logo heeft naast de functie om Uitagenda als afzender aan te geven ook een beeldende functie.

① Plaatsing van het logo als corporate afzender

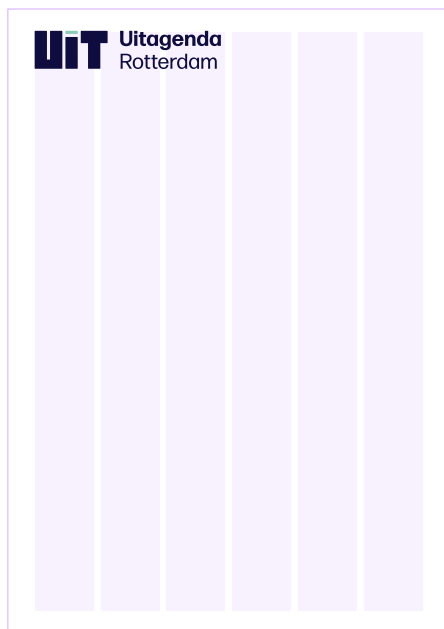
- Denk hierbij aan documenten, pagina's in een powerpoint presentatie of email handtekening.
- Het corporate logo zoekt bij voorkeur een hoek op, linksboven of rechtsonder.
- Het beeld- en woordmerk blijven bij elkaar.

② Plaatsing van het logo als beelddrager

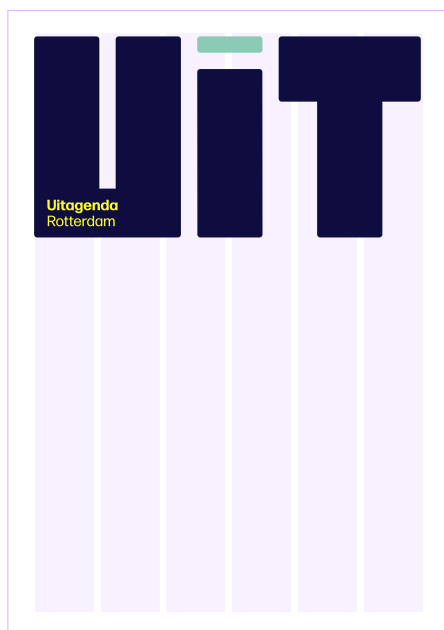
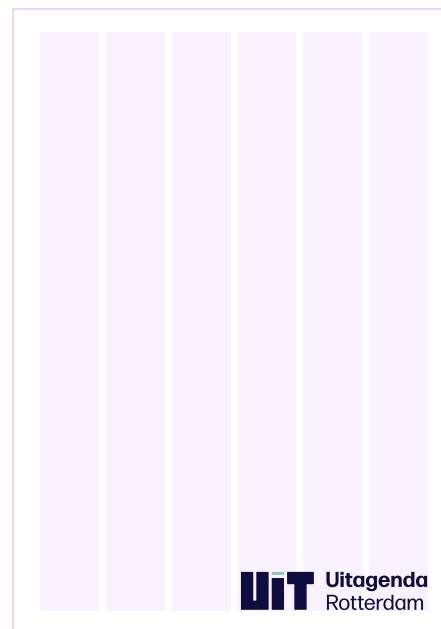
- Denk hierbij aan uitingen op header en cover niveau of social media reeksen.
- Op hoofdniveau mag het beeldmerk UIT groot geplaatst worden.
- Het beeldmerk wordt niet aflopend of afgesneden geplaatst, maar behoudt altijd een minimale witruimte rondom.
- Het woordmerk mag vrij naast of in het logo geplaatst worden, zie voorbeelden.

Minimale afmetingen logo

Er zijn geen regels voor een minimale of maximale afmeting van het logo vastgesteld. Afhankelijk van het formaat van een uiting past het logo zich proportioneel aan. Let altijd op de leesbaarheid van het primaire en secundaire logo.



① Plaatsing van het logo als corporate afzender

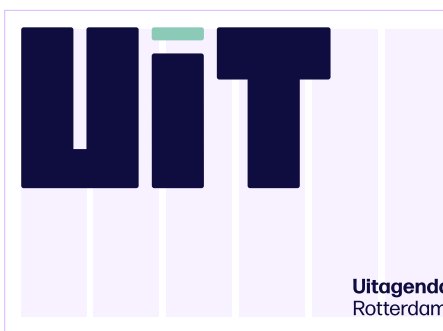


③ Minimale witruimte rondom logo

In de digitale bestanden is een minimale witruimte rond de logo's gedefinieerd, die houvast geeft bij plaatsing.



③ De minimale witruimte rondom het logobestand



② Plaatsing van het logo als beelddrager in verschillende situaties

Logo aanpassen

Wanneer je het logo als afzender op corporate niveau gebruikt is het van belang dat we zo helder en eenvoudig mogelijk communiceren. Daarom is het niet toegestaan om het logo grafisch te manipuleren op welke wijze dan ook. Bijgaande voorbeelden zijn dan ook niet toegestaan.

Het logo voor Uitagenda Rotterdam bestaat uit heldere vormen, die los van elkaar een grote mate van herkenbaarheid in zich hebben door de vorm en kleur. Het logo kan zowel als flexibel logobeeld en als functionele vormtaal ingezet worden. Deze mogelijkheden zijn te vinden in de templates van de website, social media en het magazine.

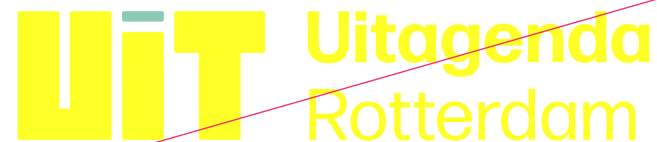
→ zie voorbeelden op pagina 15



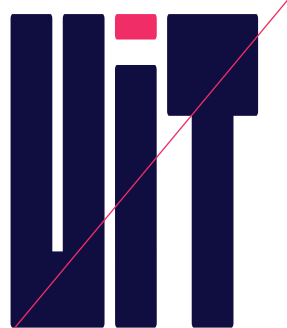
× Het logo op een andere manier samenstellen dan de liggende variant



× Het logo een andere hoofdkleur geven die niet uit het kleurenpalet komt



× De gele logovariant op een lichte achtergrond plaatsen, hierbij gaat de leesbaarheid verloren door te weinig contrast



× Het beeldmerk uitrekken of vervormen zonder dat het in een template staat



× De donkerpaarse logovariant op een donkere achtergrond plaatsen, hierbij gaat de leesbaarheid verloren door te weinig contrast



✓ Het puntje op de i kan een kleur buiten het kleurenpalet aannemen, maar dit is voorbehouden aan special editions of thema's

Keuze voor het juiste logobestand

Binnen de logoset van Uitagenda Rotterdam onderscheiden we logobestanden voor intern en extern gebruik. Voor intern gebruik zijn er meerdere kleuropties beschikbaar, voor extern gebruik beperken we dit tot 1 kleuroptie naast zwart en wit.

CMYK, RGB

De logo's zijn onderverdeeld in digitaal gebruik (RGB) en print toepassingen (CMYK). In het stroomschema kun je zien welk bestandsformaat geschikt is voor welke toepassing.

.ai

Ai bestanden zijn opgebouwd uit vectorpunten en kunnen zonder kwaliteitsverlies geschaald worden. Hierdoor is deze bestandsvorm geschikt voor drukwerk.

.svg

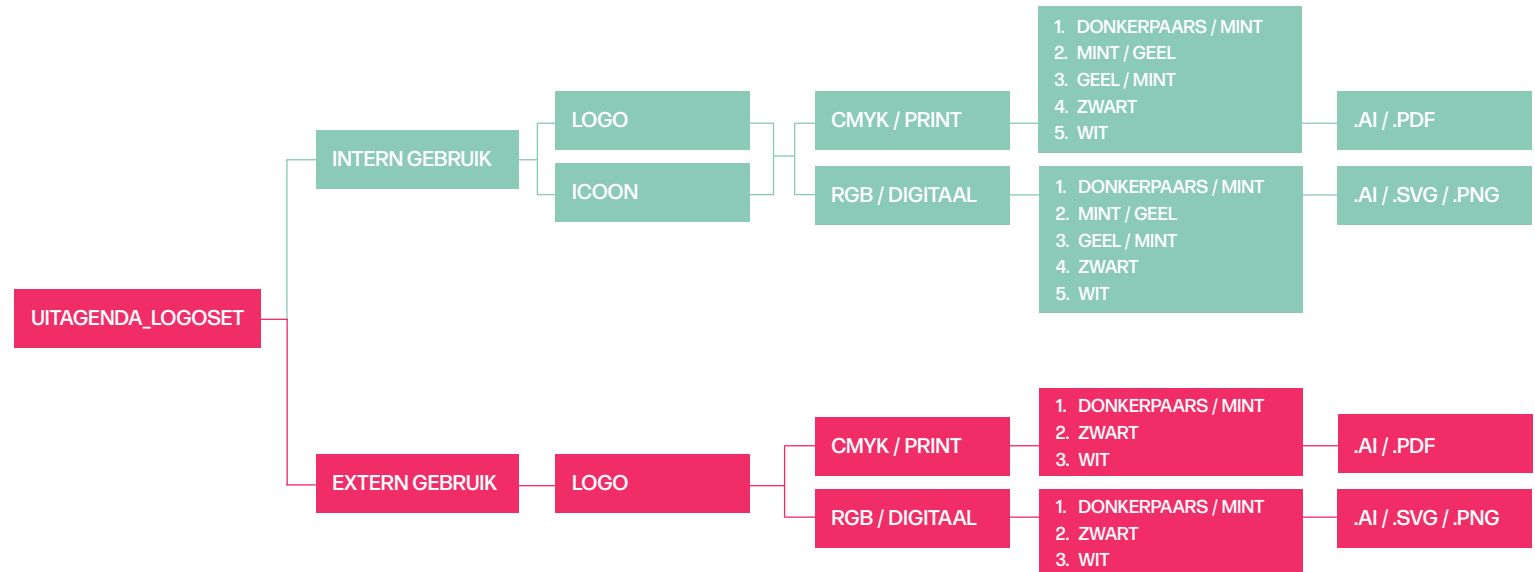
Svg bestanden zijn geschikt voor gebruik op websites, worden doorgaans niet in verdere communicatie toepassingen gebruikt.

.png

Png bestanden zijn opgebouwd uit pixels. Bij schalen treed kwaliteitsverlies op. Geschikt voor plaatsing over een foto of op een gekleurde achtergrond. Deze bestanden hebben een transparante achtergrond.

Bestandsnamen

De bestandsnamen van de logo's zijn volgens het volgende systeem opgesteld:



Kleur

Uitagenda Rotterdam heeft een breed kleurenpalet, geschikt om verschillende thema's en sferen mee te creëren, door de grote hoeveelheid kleurencombinaties die mogelijk zijn.

Basiskleuren

Het kleurenpalet is gebaseerd op het palet van Rotterdam Festivals, met toevoeging van de mint kleur. De kleuren bij Uitagenda zijn gelijkwaardig aan elkaar. Samen vormen deze kleuren sterke contrastrijke combinaties, waarmee we het consumentenmerk op de gewenste plekken kleur en kracht bij kunnen zetten.

Tinten

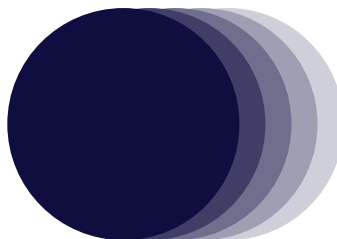
Alle kleuren kunnen in tinten / gradaties van kleur gebruikt worden. Als achtergrondkleur of bij infographics en illustraties om zo meer stappen te kunnen creëren. De gradaties bestaan (idealiter) uit stappen van 20%.

Drukkleuren en schermkleuren

De kleuren bevatten kleurcodes voor zowel drukwerk als online gebruik. De CMYK codes en geselecteerde Pantone kleuren zijn te gebruiken voor druk- en printwerk, de RGB en HEX codes zijn geschikt voor online gebruik.

Houd er rekening mee dat computerschermen en verschillende printer types allemaal verschillen in de manier waarop ze de kleuren reproduceren.

Basiskleuren



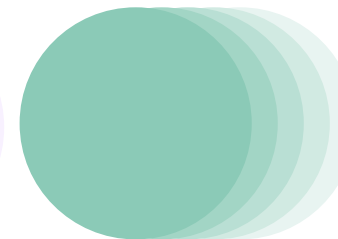
Donkerpaars

RGB 16, 14, 65
HEX #100e41
CMYK 100, 100, 0, 40
Pantone 2765



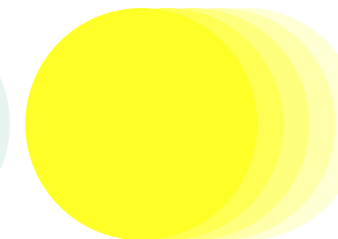
Lila

RGB 219, 183, 255
HEX #dbb7ff
CMYK 20, 30, 0, 0
Pantone 9344



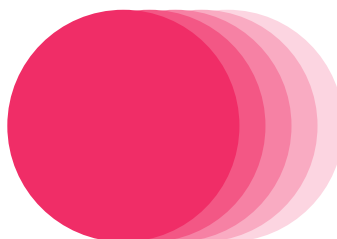
Mint

RGB 139, 202, 183
HEX #8bcab7
CMYK 50, 0, 34, 0
Pantone 565



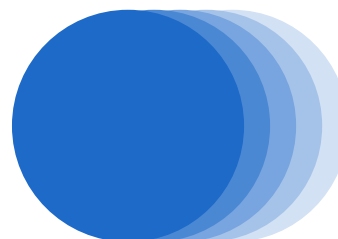
Geel

RGB 255, 255, 40
HEX #ffff28
CMYK 0, 0, 90, 0
Pantone 102



Raspberry

RGB 240, 45, 104
HEX #f02d67
CMYK 0, 100, 35, 0
Pantone 1925



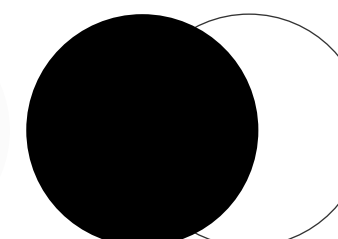
Blauw

RGB 30, 106, 201
HEX #1e6ac9
CMYK 85, 50, 0, 0
Pantone 285



Grijs

RGB 237, 237, 235
HEX #ededeb
CMYK 5, 3, 4, 3



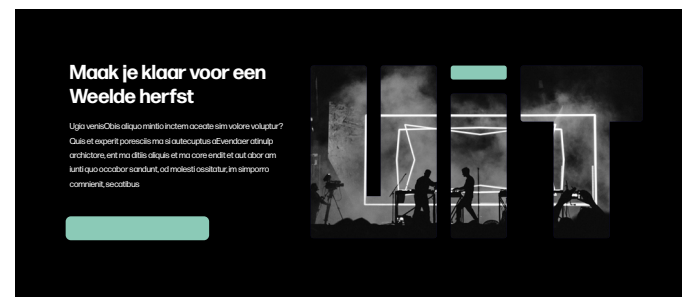
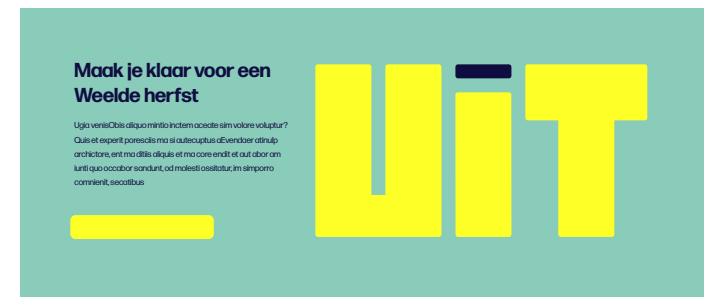
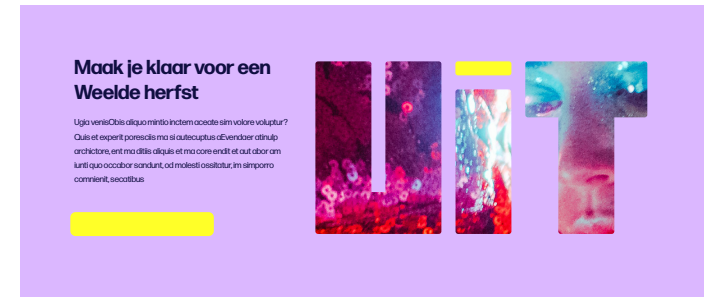
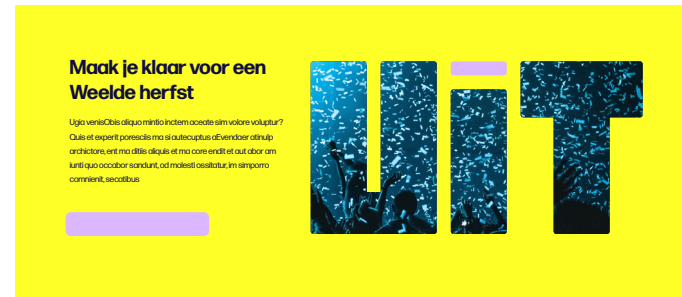
Zwart / Wit

Kleurencombinaties

In de website en templates vind je enkele vastgestelde kleurencombinaties. Maar er zijn talloze mogelijkheden om kleuren met elkaar te combineren, afhankelijk van de functie of gewenste sfeer van een thema.

Hiernaast enkele voorbeelden die de kracht van de verschillende kleurencombinaties illustreren.

Fotografie is hierin ook een belangrijke 'kleur', met kleurcontrasten kan je juist de sfeer versterken en benadrukken.



Beeldtaal: puntje op de i

Het puntje krijgt binnen het logo de functie van een contrastkleur, een uniek en dynamisch detail. Het puntje op de i is ook leidend in de beeldtaal voor Uitagenda.

Het is een vorm die we vergroten, verdubbelen, uit kunnen rekken waar nodig en die het accent kan leggen op belangrijke informatie. Een echte alleskunner binnen de visuele identiteit.



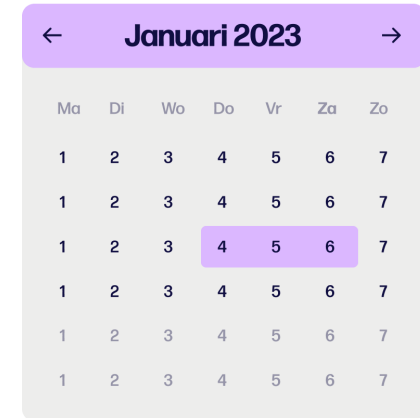
Puntje op de i, in een social post waarin de belangrijke informatie staat



Puntje op de i, in tags en het fotokader

Kies een datum

Vandaag Morgen Komend weekend



Toon enkel eenmalige events

Genre

Lorem ipsum Dolor alet Lorem ipsum
Dolor alet Lorem ipsum Lorem ipsum
Lorem ipsum Dolor alet Lorem ipsum
Dolor alet Lorem ipsum

Puntje op de i, als tags en onderdelen in de website

Beeldtaal: fotografie

De identiteit van Uitagenda Rotterdam is een framework dat gevuld wordt door kleur en expressie uit de stad. Fotografie is daarin een belangrijk onderdeel. We onderscheiden hierin:

Beeld evenementen

Bij aangeleverd beeld voor de evenementen is het belangrijk dat het beeld representatief voor het evenement is.

Beeld thema / sfeer

Binnen een thema hebben we de mogelijkheid om een beleving neer te zetten. We voeren hier zelf de regie over.

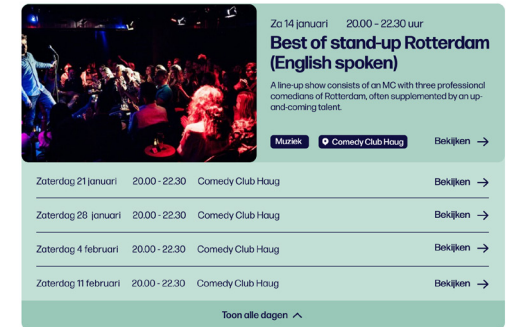
- ① Zoom een beeld juist in om wat meer rust in de compositie te creëren.
- ② Maak een duidelijke keuze in bijvoorbeeld contrast tussen de hoofdkleur van de foto en de kleuren uit het kleurenpalet of ga juist voor een eenduidige hoofdkleur van de foto en het palet.
- ③ Beeldverhaal: is de foto onderdeel van een beeldverhaal dan kan je spelen met details van het hoofdbeeld om zo de juiste sfeer te benadrukken.
 - Kijk naar het grotere geheel; hoe valt een thema op in de context van bijvoorbeeld het aanbod op de homepage?
 - Is de resolutie van het beeld geschikt om groot toe te passen?



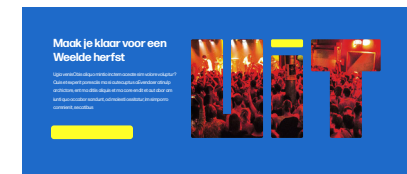
- ① **Close up**
Soms zegt een close up meer dan een uitgezoomde foto



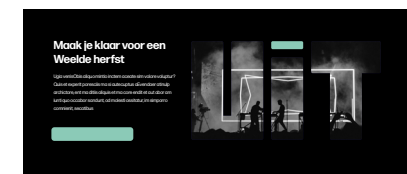
- ③ **Beeldverhaal**
Door te spelen met details van het hoofdbeeld wordt een sfeer benadrukt



Beeld evenementen



- ② **Contrast tussen kleur en hoofdkleur van de foto**



- ② **Eenduidige kleur om een sfeer te benadrukken**

Typografie 1/2

Een belangrijk en herkenbaar onderdeel van de **Uitagenda identiteit** is het lettertype **Forma DJR Display** en **Text**. Eenvoudig maar **uitgesproken, leesbaar en vriendelijk**.

Forma DJR Display

De Forma DJR Display is de variant die we voor koppen gebruiken. In deze variant staan de letters wat dichter bij elkaar, waardoor je sterkere koppen krijgt.

→ [inladen via Adobe Fonts](#)

Forma DJR Text

De Forma DJR Text is de variant die we voor introteksten, bodyteksten en voor alle kleinere typografie onderdelen gebruiken. De letters hebben wat meer ruimte ten opzichte van elkaar, wat de leesbaarheid op klein formaat ten goede komt. Ideaal voor lange leesbare teksten.

→ [inladen via Adobe Fonts](#)

Alternatieve lettertypes

Wanneer het niet mogelijk is om het Forma lettertype in te zetten, wijken we uit naar systeemfonts / alternatieve lettertypes die hier visueel het dichtst bij in de buurt komt. Denk aan gebruik in emailhandtekeningen of mailings. Het lettertype dat we hier voor gebruiken is Helvetica. Mocht deze niet aanwezig zijn dan kan worden uitgeweken naar het lettertype Arial.

Forma DJR Display / Text → **Helvetica / Arial**

Forma DJR Display

AaBbCcDdEeFfGgHh iJjKkLlMm
Nn OoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz 012345678,.,?!

AaBbCcDdEeFfGgHh iJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
012345678,.,?!

Forma DJR Text

AaBbCcDdEeFfGgHh iJjKkLlMm
Nn OoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz 012345678,.,?!

AaBbCcDdEeFfGgHh iJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
012345678,.,?!

ijk
de

Detail van letters, speelsheid zowel in de ronde vormen als de rechte stukken

Typografie 2/2

De typografie toegepast in verschillende tekstonderdelen.

- ① **Koppen**
 - Forma DJR Display Bold of Medium
 - kan in alle contrastrijke kleuren uit het palet
- ② **Introteksten**
 - Forma DJR Text Bold of Medium
 - kan in alle contrastrijke kleuren uit het palet
- ③ **Bodytekst**
 - Forma DJR Text Regular
 - Voor optimale leesbaarheid in de kleur donkerpaars
 - Optimale fontgrootte: 9/13
- ④ **Citaat**
 - Forma DJR Display Bold
 - In contrastkleur uit het palet om op te vallen
 - Om een citaat weer te geven gebruiken we dubbele aanhalingstekens. Deze kunnen speels geplaatst worden in een contrasterende kleur.
- ⑤ **Overline / details / onderschrift foto**
 - Forma DJR Text Regular, Medium of Bold
 - In contrastkleur uit het palet om op te vallen
- ⑥ **Opsomming**
 - Voor opsommingen gebruiken we opvallende opsommingstekens in een contrasterende kleur.

⑤ [Uitagenda Rotterdam / typografie stijlen](#)

① **Kop in Forma DJR Display.**

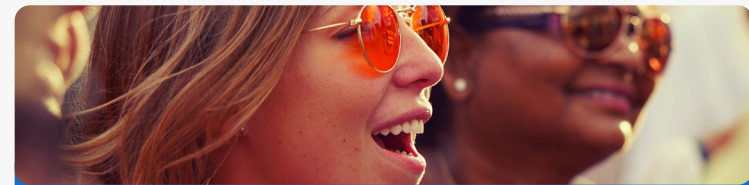
② Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.

① **Subkop in Forma DJR Display**

③ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.

④ **“ Een geweldige cursus voor iedereen die kennis wil maken met cultuur en dans.”**

Insa Berkhouten – Hiphop Huis

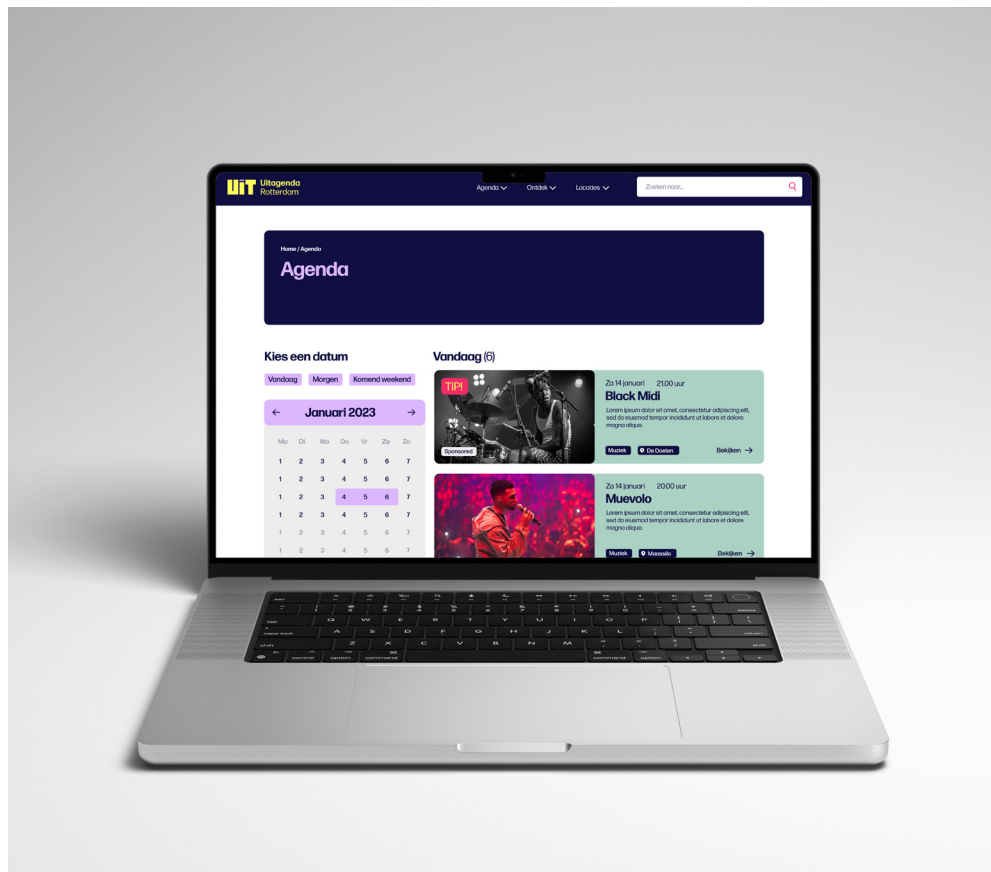


⑤ Bijschrift foto: in contrasterende kleur

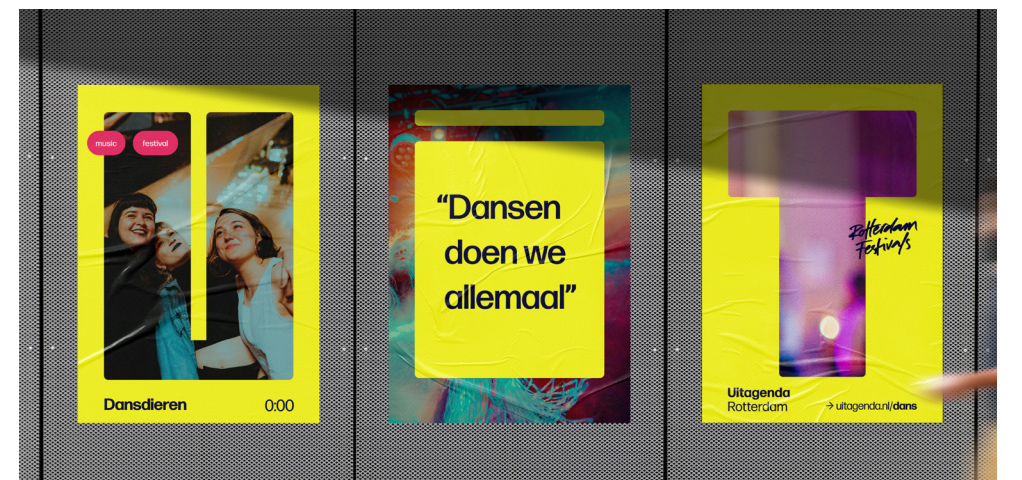
- ⑥
 - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor.
 - Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus.
 - Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.

Voorbeeldtoepassingen

De Uitagenda Rotterdam identiteit is volop in ontwikkeling. De volgende voorbeelden bevinden zich dan ook op concept niveau, maar zijn 100% trouw aan de visuele identiteit.



Basisrichtlijnen visuele identiteit **Uitagenda Rotterdam**



Bedankt voor het lezen van de stijlguide van de visuele identiteit van Uitagenda Rotterdam. Hopelijk bieden de richtlijnen je voldoende houvast. Mochten er vragen zijn over de uitgangspunten of toepassing van de stijl, dan kun je altijd contact opnemen met:

Rotterdam Festivals

Gerdine Kruik
gerdine@rotterdamfestivals.nl

Das Buro - branding agency

hallo@dasburo.nl
+31 (0) 10 476 0123

