750 | Krimpen aan den IJssel 2027

750 JAAR
KRIMPEN AAN DEN IJSSEL

DE ULTIEME BRANDING STIJLGIDS

INHOUD

04 **LOGO**
06 **BEELDMERK**
07 **BEELDMERK** CONTINUE
08 **WOORDMERK**
09 **LOGO RESPONSIVE**
10 **LOGO GEBRUIK**
11 **LOGO GEBRUIK** CONTINUE
12 **LOGO GEBRUIK** VOORBEELDEN
13 **LOGO REGELS**
14 **PAY-OFF**
15 **PAY-OFF** CONTINUE

16 **TYPOGRAFIE**
17 **TYPE OVERZICHT**
18 **STIJLEN EN GEWICHTEN**
19 **HIËRARCHIE**
20 **KLEURGEBRUIK**
21 **KLEURGEBRUIK** VOORBEELDEN

22 **KLEUR**
23 **KLEUR OVERZICHT**
24 **HIËRARCHIE**
25 **DETAILS**
26 **KLEURGEBRUIK**
27 **KLEURGEBRUIK** VOORBEELDEN

28 **STIJLELEMENTEN**
29 **STIJLELEMENTEN OVERZICHT**
30 **STIJLELEMTEN GEBRUIK**
31 **SOCIAL MEDIA** VOORBEELDEN
32 **SOCIAL MEDIA** CONTINUE
33 **PRINT** VOORBEELDEN
34 **MEER VOORBEELDEN**
35 **MEER VOORBEELDEN** CONTINUE
36 **MEER VOORBEELDEN** CONTINUE

Het 750 jaar jubileum logo is het meest herkenbare element van onze visuele identiteit.

Het logo vertegenwoordigd onze merkwaarden.

Niets meer, niets minder.

Het geeft de essentie weer van het 750 jarig bestaan van Krimpen aan den IJssel.

De volgende richtlijnen laten zien hoe we ons logo het meest effectief kunt gebruiken.

LOGO

LOGO

BASIS

Om onze verbondenheid met het verleden én de toekomst van Krimpen aan den IJssel te vieren, hebben we een krachtig maar natuurlijk jubileumlogo ontworpen.

Het ontwerp straalt zowel structuur als vrijheid uit - waarden die de groei van onze gemeenschap door de eeuwen heen symboliseren.

Het herinnert ons eraan dat Krimpen al 750 jaar in beweging is – met elkaar, voor elkaar. Met dit jubileumlogo nodigen we alle inwoners, organisaties en bezoekers uit om samen stil te staan bij ons rijke verleden én de eerste stappen te zetten richting een nieuwe toekomst voor Krimpen aan den IJssel.



LOGO

BEELDMERK

De geometrische opbouw van het beeldmerk geeft het logo een strak en eigentijds karakter, dat verwijst naar de ruimtelijke samenhang en architectonische rijkdom die typerend zijn voor het Nederlandse landschap en de bebouwing van Krimpen aan den IJssel.



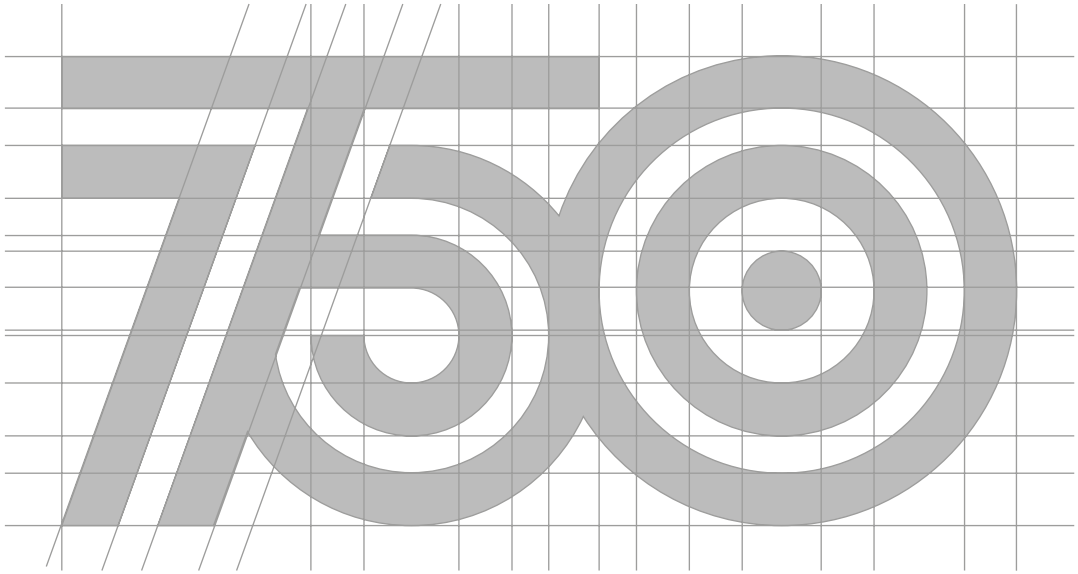
LOGO

BEELDMERK

Binnen deze strakke vormgeving zorgen de lijnen van de cijfers 750 voor een natuurlijke balans.

De organische beweging in het ontwerp roept associaties op met elementen die onlosmakelijk verbonden zijn met de ligging van Krimpen aan den IJssel.

Deze dynamiek geeft het beeldmerk energie en vitaliteit, als symbool voor de voortdurende ontwikkeling van de gemeente en haar sterke verbinding met de omgeving en de natuur.



WOORDMERK

Ons woordmerk is bewust helder en krachtig vormgegeven. Het is opgebouwd uit het klassieke en tijdloze lettertype ITC Lubalin Graph.

Dit lettertype is gekozen vanwege zijn veelzijdigheid, uitstekende leesbaarheid en de manier waarop het aansluit bij de identiteit van het jubileumjaar van Krimpen aan den IJssel.

De combinatie van stevigheid en elegantie in de typografie weerspiegelt het karakter van de gemeente: geworteld in traditie, maar met een open blik op de toekomst.



RESPONSIVE

Onze visuele identiteit is flexibel en toekomstgericht. Om ervoor te zorgen dat het 750-logo zijn kracht en herkenbaarheid behoudt in uiteenlopende toepassingen, zijn er verschillende varianten van het logo ontwikkeld.

Elke samenstelling is zorgvuldig ontworpen om zich aan te passen aan diverse contexten en dragers - van drukwerk en digitale media tot evenementen en bewegwijzering.

Op die manier blijft de merkidentiteit van het jubileum consistent, sterk en herkenbaar, ongeacht waar het logo wordt toegepast.

PORTRAIT LOGO



LANDSCAPE LOGO



LOGO

GEBRUIK

Om de herkenbaarheid en uitstraling van ons jubileumlogo te waarborgen, is het belangrijk altijd voldoende ruimte rondom het beeldmerk en het woordmerk vrij te laten.

Bij elke toepassing van het logo moeten deze richtlijnen worden gevolgd, zodat de visuele identiteit van het 750-jarig bestaan altijd optimaal tot haar recht komt.



LOGO

GEBRUIK

Voor het beste resultaat behoudt het logo een minimale vrije ruimte van ‘X’ rondom. Deze ruimte voorkomt dat andere elementen te dicht bij het logo komen en zorgt voor een evenwichtige en professionele uitstraling.

Daarnaast mag het logo nooit kleiner worden weergegeven dan 25 px in hoogte. Dit garandeert dat het beeldmerk goed leesbaar en herkenbaar blijft, ook in kleinere formaten of digitale toepassingen.





GEBRUIK

Afhankelijk van de toepassing kan een specifieke logo-opstelling worden gebruikt. Wanneer er slechts beperkte ruimte beschikbaar is, kan de horizontale versie van het jubileumlogo worden toegepast.

In situaties waarin de ruimte nog beperkter is, kan uitsluitend het beeldmerk worden gebruikt.

Op deze manier blijft de visuele identiteit van het 750-jarig bestaan van Krimpen aan den IJssel herkenbaar en consistent, ongeacht het formaat of het medium.





ONS LOGO BETEKENT VEEL VOOR ONS. BEHANDEL HET MET RESPECT.

HOE HET LOGO NIET TE GEBRUIKEN

✖ **Roteer het logo niet**



✖ **Gebruik geen schaduw**



✖ **Niet uitrekken of in elkaar duwen**



✖ **Gebruik geen andere kleuren**



✖ **Gebruik geen transparantie**



✖ **Gebruik geen outline**



SUBTITEL

PAY-OFF

Een pay-off is een korte, pakkende zin die na een merknaam of reclameboodschap wordt geplaatst om de identiteit en waarden van een bedrijf te versterken. Het vat de essentie van een merk samen en zorgt voor betere herkenning.

ontdek & verbind

SUBTITEL

PAY-OFF

Identiteit & Merkbeleving
Het communiceert in een paar woorden waar een merk voor staat en maakt deel uit van de merkidentiteit, vergelijkbaar met een logo.

Onderscheidend vermogen
Een goede pay-off onderscheidt een merk van concurrenten en blijft hangen bij de doelgroep.

Verschil met slogan
Waar een slogan vaak tijdelijk is (campagnegericht), is een pay-off doorgaans langdurig en verbonden aan de merkbelofte.

ontdek & verbind

ontdek & verbind

TYPOGRAFIE

OVERZICHT

TRADE GOTHIC

CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!#%&*()[]?:<>

ITC Lubalin Graph

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!#%&*()[]?:<>

STIJLEN EN GEWICHTEN

Onze visuele identiteit maakt gebruik van twee hoofdlettertypen: Trade Gothic Bold en ITC Lubalin Graph.

Het primaire lettertype, Trade Gothic Bold, is gekozen vanwege zijn sterke, moderne uitstraling en hoge leesbaarheid.

Het tweede lettertype, ITC Lubalin Graph, vult dit perfect aan. Dit lettertype heeft een tijdloos en karaktervol ontwerp dat de identiteit van het 750-jarig jubileum versterkt.

TRADE GOTHIC

BOLD CONDENSED **KOPTEKST** **SPATIËRING -50**

ITC Lubalin Graph

Bold **SUB-KOPTEKST / INTRO TEKST**

Industry

Book **PLATTE TEKST**

TYPOGRAFIE

HIËRARCHIE

De manier waarop we onze typografie schalen en toepassen, is essentieel om onze boodschap helder en effectief over te brengen.

Onze lettertypen hebben ieder een eigen rol binnen de visuele hiërarchie.
Trade Gothic Bold Condensed vormt het primaire lettertype van de jubileumhuisstijl. In hoofdletters trekt het direct de aandacht en geeft het kracht aan koppen en titels. In lopende tekst zorgt het voor een eigentijdse, duidelijke uitstraling die past bij de dynamiek van Krimpen aan den IJssel.

ITC Lubalin Graph Bold biedt meer veelzijdigheid binnen de typografie. Dit lettertype wordt gebruikt om belangrijke woorden of zinnen te accentueren.Voor langere teksten en toelichtingen gebruiken we Industry Book.

KOPTEKST

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

SUB-KOPTEKST

Lorem ipsum dolor

INTRO TEKST

Nonsequo ilis repudigenim nobit perro ipis sundictios sam, sectus, te vendis eture repudipicto berum aut quas ex excerro.

PLATTE TEKST

Nonsequo ilis repudigenim nobit perro ipis sundictios sam, sectus, te vendis eture repudipicto berum aut quas ex excerro. Vit, volorum est ad que eariant, que culparu mquatur sime il in es il illaut mi, vendusamet qui odit de nobiscit ea inti ut.

TYPOGRAFIE

KLEUR GEBRUIK

Leesbaarheid staat altijd voorop. Bij het selecteren en combineren van kleuren is het belangrijk deze richtlijnen te volgen.

Wanneer de primaire kleuren van de jubileumhuisstijl samen worden gebruikt in een communicatiemiddel, moet er altijd worden gezorgd voor voldoende contrast en helderheid.

Vermijd het gebruik van felle kleuren over elkaar heen of donkere kleuren op een donkere achtergrond, omdat dit de leesbaarheid kan verminderen.
De naast getoonde primaire kleurcombinaties vormen een goed uitgangspunt voor een evenwichtige, herkenbare en toegankelijke toepassing.

750 JAAR KRIMPEN AAN DEN IJSSEL

750 JAAR KRIMPEN AAN DEN IJSSEL

750 JAAR KRIMPEN AAN DEN IJSSEL

TYPOGRAFIE

VOORBEELDEN







KLEUR

KLEUR

OVERZICHT



KLEUR

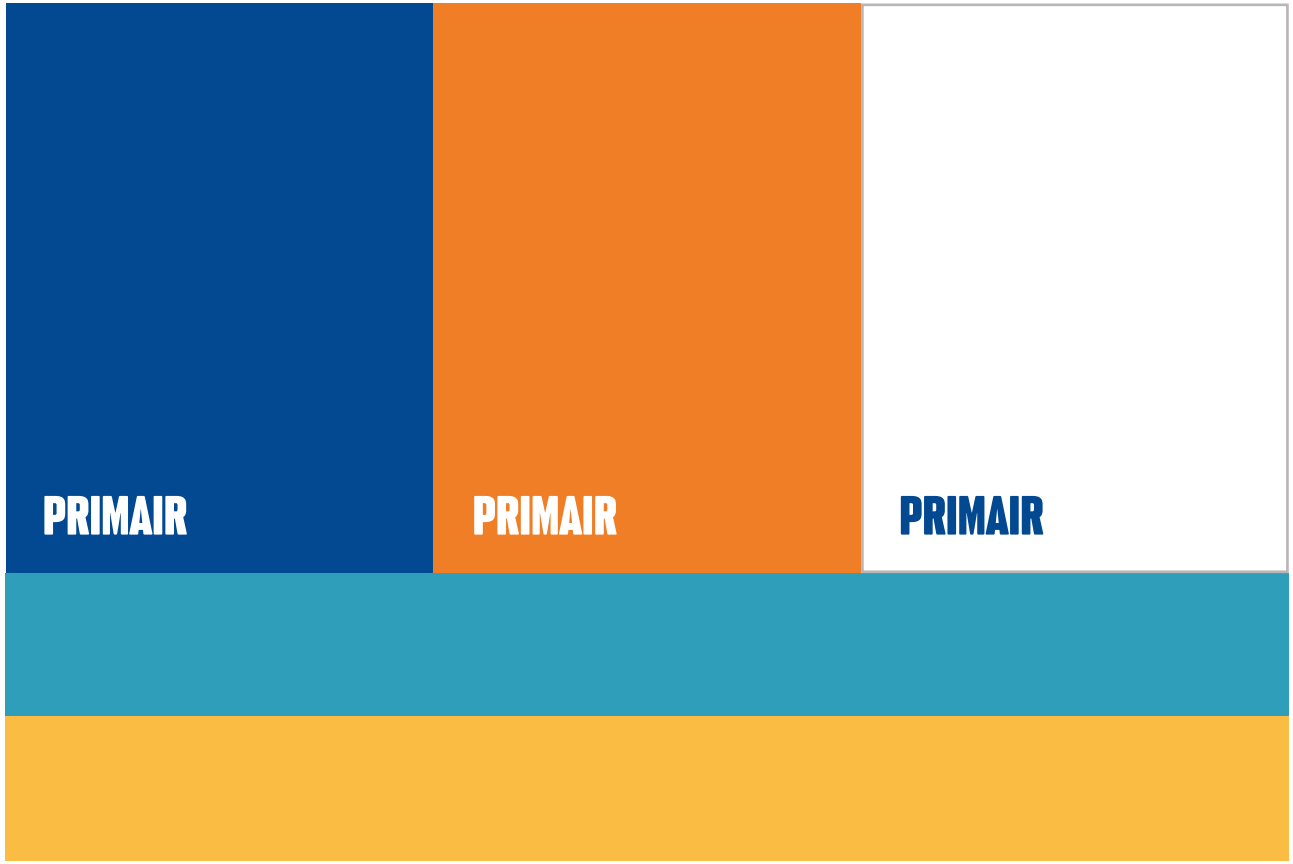
HIËRARCHIE

Bij het toepassen van kleuren binnen de jubileumhuisstijl is een duidelijke hiërarchie belangrijk.

Onze primaire kleuren zijn Royaal Blauw en Koninklijk Oranje. Deze twee kleuren vormen de basis. Ze symboliseren zowel kracht en vertrouwen als energie en feestelijkheid.

Turquoise fungeert als secundaire kleur en kan worden toegepast wanneer een frissere of lichtere toon gewenst is.

Onze accentkleur – Zon Geel – wordt spaarzaam ingezet om nadruk te leggen of belangrijke details te accentueren.



DETAILS

Royaal Blauw

Een klassieke, tijdloze kleur die diepte, verfijning en elegantie toevoegt.

Premium. Tijdloos. Verfijnd.

Koninklijk Oranje

Deze tint trekt direct de aandacht en symboliseert enthousiasme en viering.

Zichtbaar. Indrukwekkend. Energiek.

Turquoise

Zorgt voor balans tussen de primaire kleuren en brengt rust in de visuele compositie.

Stedelijk. In balans. Eigentijds.

Zon Geel

Een warme, stralende tint die licht en positiviteit brengt in de communicatie.

Helder. Optimistisch. Opvallend. Warm.



KLEUR

GEBRUIK

Het kleurenpalet van de jubileumhuisstijl moet met zorg worden toegepast om de leesbaarheid en herkenbaarheid van het merk te waarborgen.

Kies bij elk communicatiemiddel de kleur van het logo op basis van de achtergrond en de gebruikte designelementen, zodat er altijd voldoende contrast en helderheid is. Het jubileumlogo mag worden weergegeven in Royaal Blauw of Wit, afhankelijk van de achtergrondkleur waarop het wordt geplaatst. Deze varianten zorgen voor maximale zichtbaarheid en behoud van de merkidentiteit.

Het is niet toegestaan om het logo in andere kleuren te gebruiken dan die binnen het vastgestelde kleurenpalet van de jubileumhuisstijl.



KLEUR

VOORBEELDEN



STIJL ELEMENTEN

STIJLELEMENTEN

OVERZICHT

Onze creatieve elementen moeten krachtig, opvallend en onderscheidend zijn. Ze worden ingezet om een sterke visuele impact te creëren.

Bij het gebruik van deze elementen in communicatiemiddelen moeten de abstracte vormen en tekens domineren in de visuele ruimte, zodat ze direct de aandacht trekken en vasthouden.

Deze stijlelementen mogen worden vergroot om indrukwekkende, opvallende visuals te maken die zelfs van een afstand herkenbaar en memorabel zijn.



STIJLELEMENTEN

GEBRUIK

Combineer de abstracte vormen met dynamische typografie om een collage-achtige opmaak te creëren. Dit voegt niet alleen visuele interesse toe, maar benadrukt ook de belangrijkste boodschappen van de campagne.

De lay-out moet zo worden opgebouwd dat de vormen en teksten met elkaar in interactie treden, waarbij de typografie zich als het ware door de abstracte vormen beweegt.

Deze interactie creëert een gevoel van diepte en dimensie, waardoor het totale ontwerp levendiger, dynamischer en aantrekkelijker wordt voor de kijker.



SOCIAL MEDIA

VOORBEELDEN



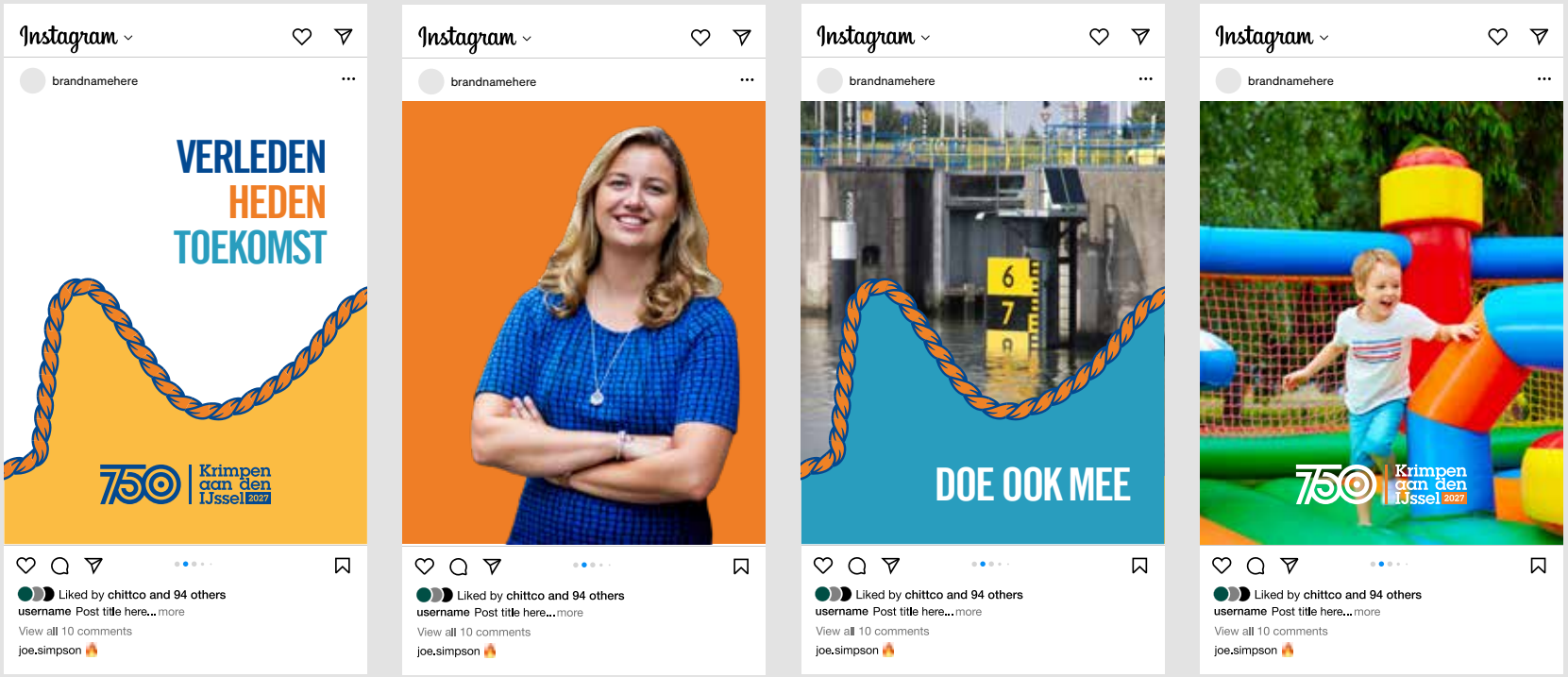






SOCIAL MEDIA

VOORBEELDEN



MEER VOORBEELDEN





MEER VOORBEELDEN





MEER VOORBEELDEN





MEER VOORBEELDEN





ONTWERP BROUWERY

750 JAAR
KRIMPEN AAN DEN IJSSEL

DE ULTIEME BRANDING STIJLGIDS