

Handleiding Publicatiematrix

Versie 1.0 | 22/9/2005



**Buitenlandse
Zaken**

Inhoudsopgave

Inleiding	1
1. Vormconcept	2
2. Basiselementen	3
Logo's	3
Typografie	5
Kleuren	6
Vormtaal	7
Beeld	9
3. Publicatiematrix	10
Kenmerken en criteria	10
Eenvoudig	11
Wervend	12
Specials	13
Differentiatie	14
4. Voorbeelden	15
Brochures en folders	15
Ringbanden	19
Cd-roms	20
Nieuwsbrieven	21
Rapportomslagen	22
Differentiatie	23
Meer informatie	24
Colofon	24

Inleiding

Als uitgangspunt om de vormgeving van de verschillende communicatiemiddelen hanteerbaar te maken heeft BZ haar huisstijl sterk vereenvoudigd en is de publicatiematrix ontwikkeld. Met deze vereenvoudiging wil BZ een consistente en herkenbare lijn brengen in al haar communicatievormen die voldoende ruimte biedt voor verscheidenheid en creativiteit.

Het eerste deel van dit huisstijldocument (zie hoofdstuk 1 en 2) is een algemeen deel en beschrijft globaal het vormconcept en de basiselementen van de huisstijl van BZ. Het tweede deel (zie hoofdstuk 3 en 4) beschrijft de kenmerken, criteria en de concrete toepassingsrichtlijnen van de verschillende uitvoeringsniveaus van de publicatiematrix.

Om de beschreven richtlijnen in dit document, voor een concrete toepassing in de huisstijl, correct te gebruiken doorloopt men de volgende stappen:

- Bepalen van de afzender (BZ, Ontwikkelings-samenwerking, posten of andere afzender).
- Bepalen welk niveau uit de publicatiematrix toegepast dient te worden: eenvoudig, wervend of specials (hoofdstuk 3).
- Bepalen van de publicatievorm (druk, digitaal of andere vorm).
- Opzoeken van de richtlijnen die horen bij het betreffende niveau (hoofdstuk 2 en 3).

1. Vormconcept

De vereenvoudigde huisstijl van BZ kenmerkt zich door eenheid en herkenbaarheid. Het gebruik van het lettertype 'Quaadraat' en de primaire huisstijlkleuren blauw en rood zorgen voor een herkenbaar beeld in de logo's en de communicatiemiddelen. Aangezien het ministerie van Buitenlandse Zaken en de Nederlandse vertegenwoordigingen in het buitenland belangenbehartigers zijn van het Koninkrijk der Nederlanden, verwijzen de BZ huisstijlkleuren naar de nationale kleuren. Naast de logo's, de kleuren en de typografie is met name de vormtaal gezichtsbepalend voor BZ.

De beeldelementen uit deze vormtaal zoals de verticale 'lamellen' opbouw (gebaseerd op de 24 tijdzones) en het illustratieve element (het abstracte beeldmerk uit het BZ logo wat is opgebouwd uit 24 bollen) verwijzen naar het feit dat het ministerie van Buitenlandse Zaken de wereld als werkterrein heeft en 24 uur per dag ergens ter wereld actief is.



Basiselementen

Het logo, de typografie, kleuren, vormtaal en beeld zijn de onmisbare basiselementen van de huisstijl van BZ, die haar direct herkenbaar maakt.

2. Basiselementen | Logo's (1)

Drie logo's

De huisstijl maakt gebruik van drie logo's:

- het logo voor het ministerie van Buitenlandse Zaken (1)
- het logo voor Ontwikkelingssamenwerking (2)
- het postenlogo (3)

Het postenlogo wordt toegepast op alle communicatie uitingen van de posten die het Koninkrijk der Nederlanden vertegenwoordigen in het buitenland.

De logo's vertonen eenheid door de keuze van het lettertype, de plaats op het papier en het gebruik van de kleur.

Geen vertaalde logo's

De namen in de logo's zijn altijd in het Nederlands - er bestaan geen vertaalde logoversies.

Een vertaling van 'Ministerie van Buitenlandse Zaken' of de andere namen wordt elders in de publicatie opgenomen: in het colofon of in de afzendrubriek.

1



**Buitenlandse
Zaken**

2



**Buitenlandse Zaken
Ontwikkelings
samenwerking**

3



**Koninkrijk
der Nederlanden**

Basisversies

In de basisversie van elk logo is het beeldmerk blauw en de naam rood. Deze uitvoering wordt gebruikt op een witte ondergrond.

Andere kleurstellingen worden getoond op de volgende bladzijde.

Logo's (2)

Kleurvarianten

Elk logo kent naast de basisversie nog drie kleurvarianten om toepassing in uiteenlopende situaties mogelijk te maken.

Maatvoering

In de huisstijl worden alle elementen op het vlak gerangschikt met behulp van een lamellengrid (zie pagina 7). Met het grid wordt ook de maat van het logo op een gegeven vlak bepaald.

Toegestane kleurvarianten

- Diapositief met het beeldmerk in rood en de naam in wit, voor gebruik op een blauwe ondergrond
- Diapositief met het beeldmerk en de naam in wit, voor gebruik op een zwarte of gekleurde ondergrond
- Positief met het beeldmerk en de naam in zwart, voor gebruik op een witte of (lichte) gekleurde ondergrond

De logo's mogen niet afgebeeld worden in andere kleuren.

1



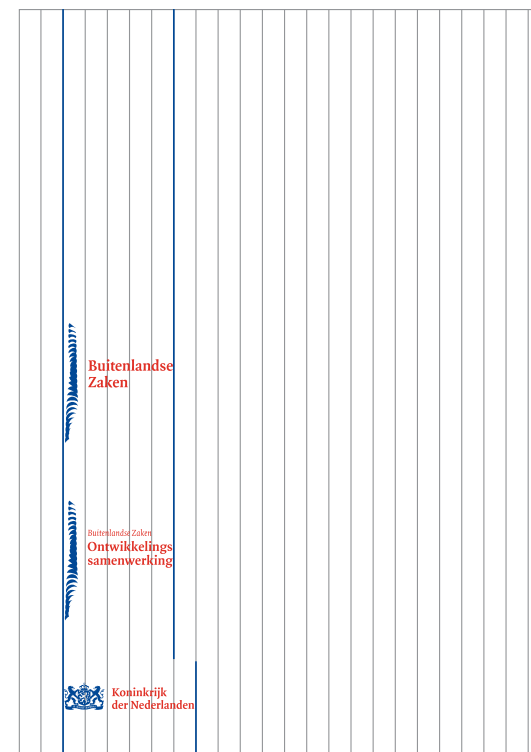
2

Logo's op staande formaten

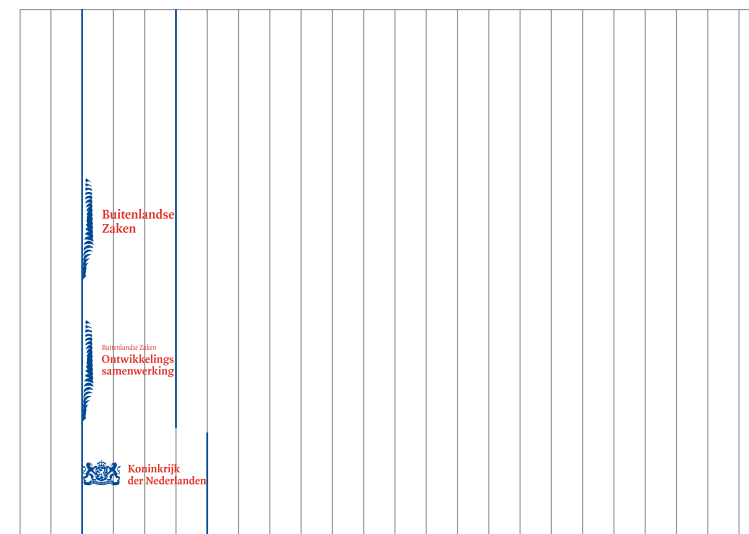
(2) Op staande formaten zijn de logo's van Buitenlandse Zaken en Ontwikkelingssamenwerking maximaal 5 gridlamellen breed. Het postenlogo is maximaal 6 gridlamellen breed.

Logo's op liggende formaten

(3) Op liggende formaten zijn de logo's van Buitenlandse Zaken en Ontwikkelingssamenwerking maximaal 3 gridlamellen breed. Het postenlogo is maximaal 4 gridlamellen breed.



3



Huisstijlletter

In de huisstijl van BZ wordt gebruik gemaakt van een grote letterfamilie: Quadraat. Deze letterfamilie heeft een schreefloze letter: de Quadraat Sans en een variant met schreven: de Quadraat Roman. De Sans is gezichtsbepalend voor gedrukte communicatiemiddelen in het eenvoudige niveau van de publicatiematrix. In het wervende niveau kan ook de Roman worden gebruikt, met name voor koppen en andere tekstaccenten in de lay-out.

PC-toepassingen

Bij sommige toepassingen in de huisstijl voor de PC kan de huisstijlletter om technische redenen niet gebruikt worden. De Quadraat wordt dan vervangen door de hiernaast genoemde lettertypen.

Basisregels

In het niveau 'Eenvoudig' is alle tekst in de Sans. Op het niveau 'Wervend' kan daarnaast de Roman worden gebruikt voor typografische accenten in de lay-out.

De typografie is altijd links of rechts lijnend (vrije regelval) en wordt nooit gecentreerd. De letters worden nooit digitaal verbreed of versmald. Alle tekstelementen, zoals koppen, kolommen, of streamers, worden gepositioneerd op het lamellengrid.

In het uitvoeringsniveau 'Wervend' uit de publicatiematrix kunnen tekstelementen, zoals een kop op een omslag, verticaal geplaatst worden. Bij eenvoudige publicaties is dit niet toegestaan. Verticaal zetten gebeurt bij voorkeur met de 'stokken' van de letters naar rechts en de 'staarten' naar links. Tekst mag nooit diagonaal op het vlak staan.

Quadraat **SMALL CAPS Italic**

ITALIC CAPS Bold BOLD CAPS BoldItalic ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345678901234567890

Quadraat Sans **SANS SMALL CAPS Sans Italic Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678901234567890

Vervangende lettertypen voor
PC-toepassingen

PC, output in printvorm/ repro
Times New Roman

Rapportomslagen
Verdana

PowerPoint
Verdana

BZ-net
Verdana

Internet
Trebuchet, Verdana

Times New Roman *Italic Bold Bold Italic*
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcd
efghijklmnopqrstuvwxyz12345678901234567890

Verdana *Italic Bold Bold Italic*
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdef
ghijklmnopqrstuvwxyz12345678901234567890

Trebuchet *Italic Bold Bold Italic* ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345
678901234567890

Voorbeeld van de positionering
van tekst op het lamellengrid.



Kleuren

Huisstijlkleuren

De huisstijlkleuren zijn blauw (Pantone 2747) en rood (Pantone 1797). Het rood is altijd ondergeschikt aan blauw.

Andere kleuren

Soms kan naast de huisstijlkleuren een extra steunkleur worden toegepast. Dit is alleen toegestaan voor differentiatie van beleidsterreinen en projectstijlen (zie pagina 14). Daarnaast kunnen er andere kleuren worden toegepast in illustraties en diagrammen.

Een extra kleur is altijd ondergeschikt aan het blauw en rood en wordt nooit in een percentage gebruikt.

De extra steunkleuren zijn niet vastgelegd. Bij de keuze houdt men er rekening mee dat de kleur goed past bij de huisstijlkleuren.

Kleurspecificaties

Pantone®

2747

1797

CMYK-opbouw

bij full colour-drukwerk

100% cyaan

0% cyaan

79% magenta

94% magenta

0% yellow

94% yellow

9% black

6% black

Beeldschermkleuren

RGB *

0 0 102

204 0 0

* Deze waarden zijn aangepast om zoveel mogelijk op elk scherm een goede weergave van de huisstijlkleuren te garanderen.

BZ-blauw	BZ-rood
2747	1797
100% cyaan 79% magenta 0% yellow 9% black	0% cyaan 94% magenta 94% yellow 6% black
0 0 102	204 0 0

Lamellen

Een gezichtsbepalend element in alle communicatieuitingen van BZ is het gebruik van verticale, aflopende banen kleur en beeld, de zogenaamde lamellen. De breedte van de banen wordt bepaald met behulp van een speciaal grid, het lamellengrid. Ook alle overige elementen op het vlak, zoals het logo, typografie en tekstkolommen, worden op dit grid gepositioneerd.

Kleuren

Kleurlamellen zijn vaak wit, blauw of een percentage van het blauw. De keuze van het percentage is vrij.

Alleen in het geval van differentiatie voor beleidsterreinen of projectstijlen kunnen andere kleuren gebruikt worden, die altijd als volvlak (d.w.z. 100%) toegepast worden.

Maximale breedte

Gekleurde banen met een andere kleur dan blauw of wit zijn maximaal 2 lamellen breed. Een uitzondering hierop vormen de vlakken die gebruikt worden voor kaderstukken in publicaties (zie hiervoor de aparte handleiding voor brochures en folders).

Het toegestane aantal lamellen met beeld verschilt per niveau in de publicatiematrix (zie hoofdstuk 3).

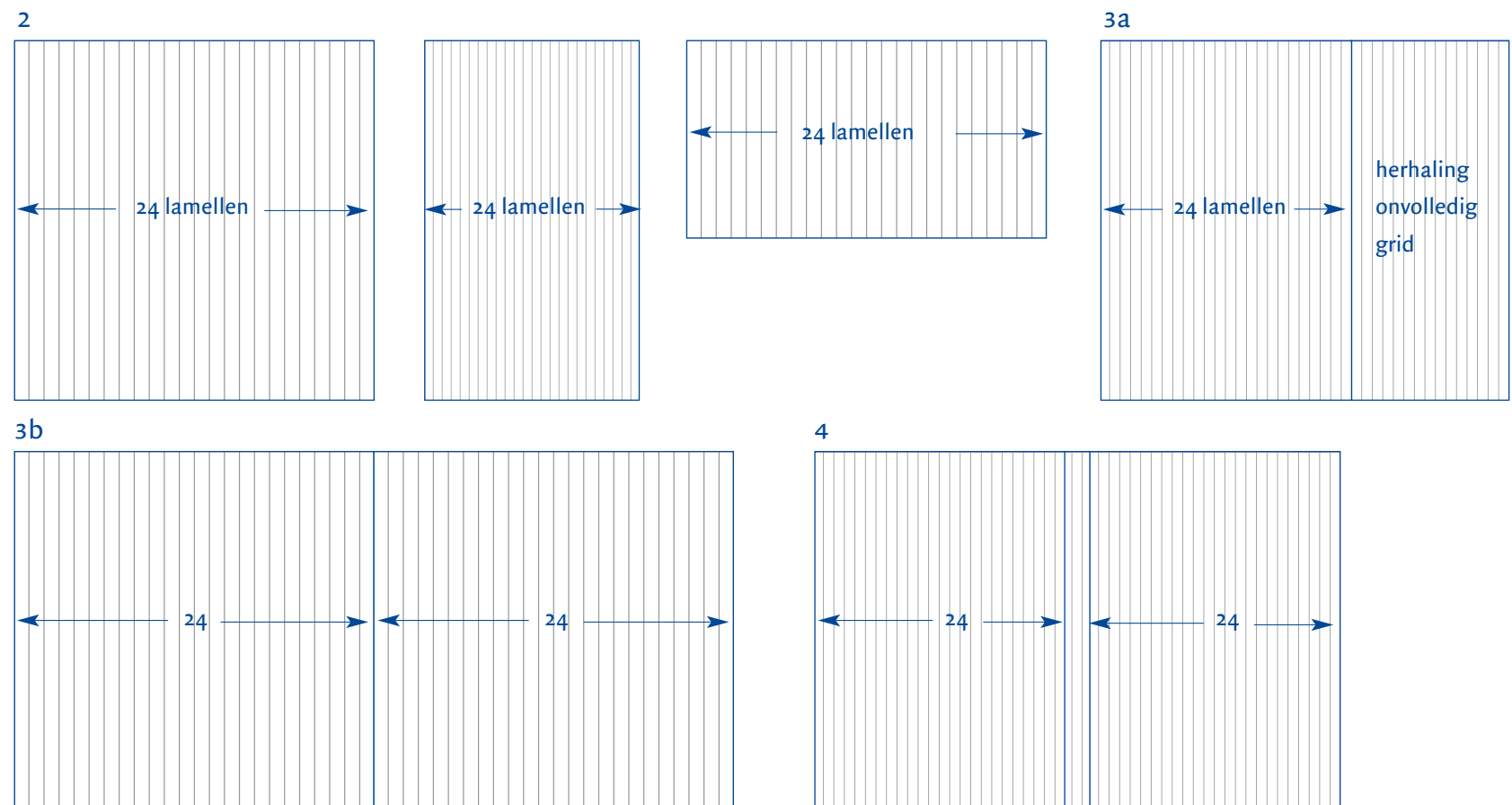
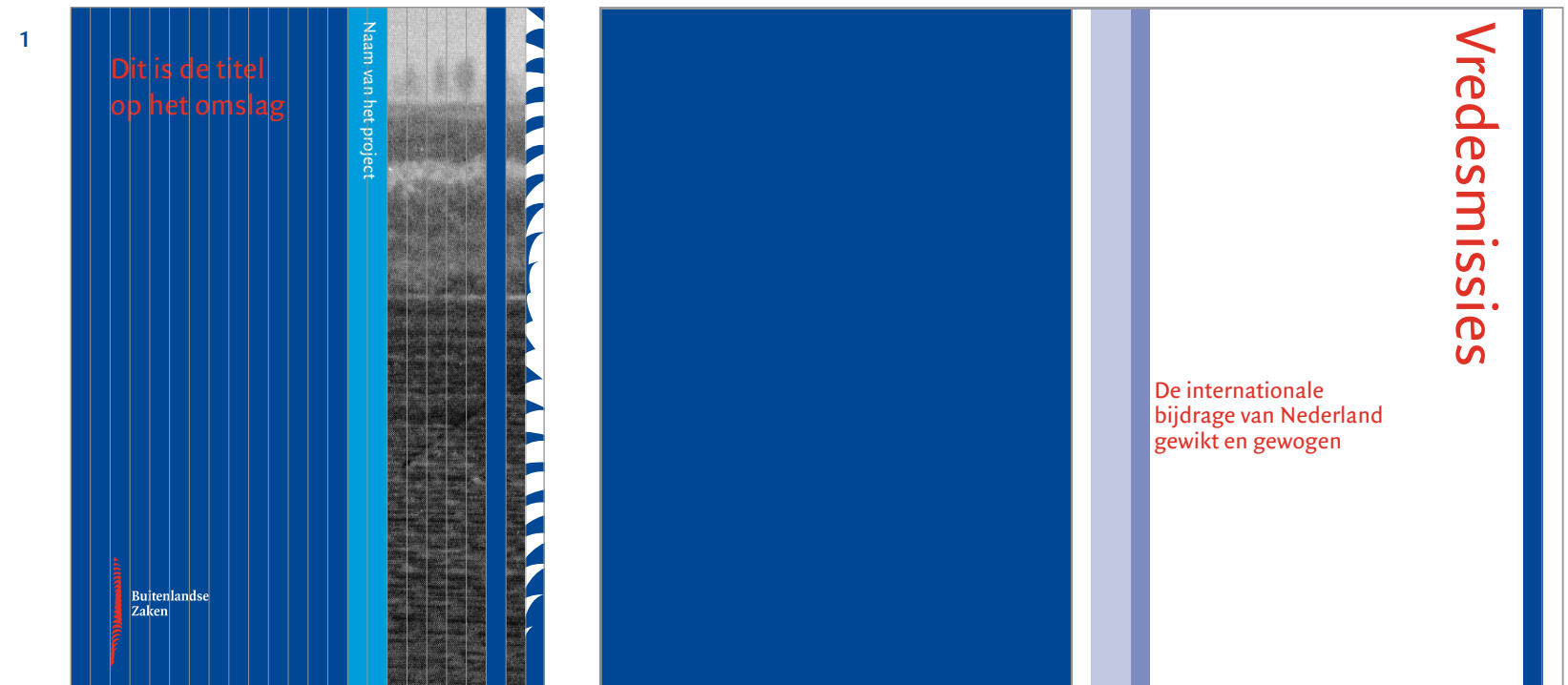
(1) Voorbeeld van de toepassing van het lamellengrid om de breedte van lamellen met kleur en beeld te bepalen en de typografie te plaatsen.

Het lamellengrid

(2) Het grid wordt geconstrueerd door het vlak over de hele breedte gelijkmatig te verdelen in 24 verticale banen. Deze banen worden gridlamellen genoemd. De breedte van een zichtbare lamel en de lay-out van andere vormelementen correspondeert altijd met de onzichtbare lijnen van het lamellengrid.

(3a-3b) Bestaat een toepassing uit meerdere zelfstandige vlakken, dan wordt op elk vlak het grid opnieuw herhaald. De breedtemaat van het grootste vlak en/of de voorzijde van het object geldt daarbij als maatstaf. De grids van twee naast elkaar liggende vlakken sluiten naadloos op elkaar aan.

(4) Een voorbeeld van dergelijk gebruik is het omslag van een brochure of boek met een voor- en achterplat en eventueel een rug. Op de rug van een publicatie wordt het grid gecentreerd, vanwege de rugtitels.



Illustratief BZ-element

Naast de verticale lamellen-opbouw kent de huisstijl van BZ een belangrijk illustratief element. Het is een vast detail uit het logo, maximaal één gridlamel breedte. Het illustratieve BZ-element komt minimaal één keer voor in een publicatie en in elk geval op de voorzijde.

Kleur

Het illustratief element wordt uitgevoerd in wit, blauw of 70% blauw. Bij eenvoudige publicaties is de ondergrond blauw of wit. Op wervend niveau mag de ondergrond ook ingevuld worden met beeld, mits het beeld de zichtbaarheid van het element niet aantast.

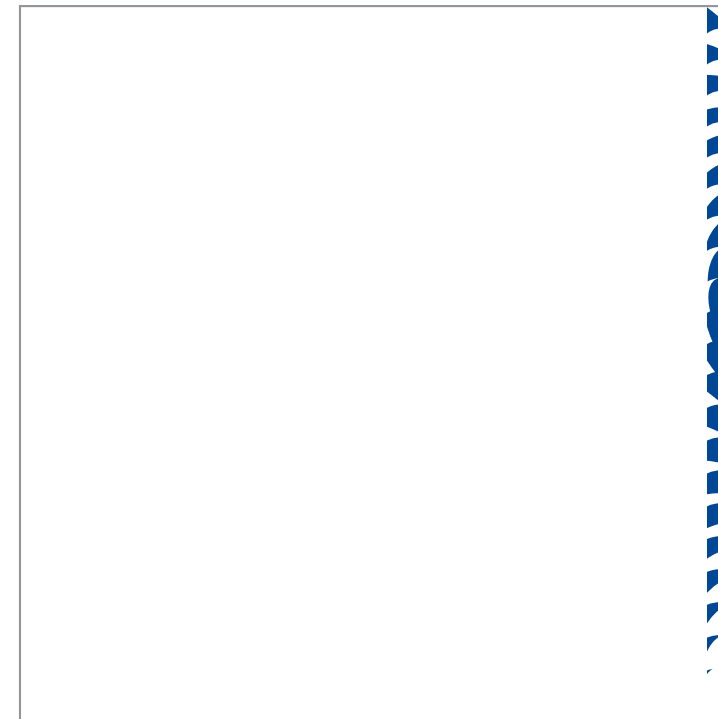
Plaatsing

Het illustratieve BZ-element wordt bij voorkeur aan drie zijden aflopend geplaatst, links of rechts op het vlak. Het mag op een andere plek staan bij ruimtegebrek of als de vorm van het object aflopende plaatsing onmogelijk maakt. Andere elementen in de lay-out mogen het BZ-element nooit overlappen.

Formaten

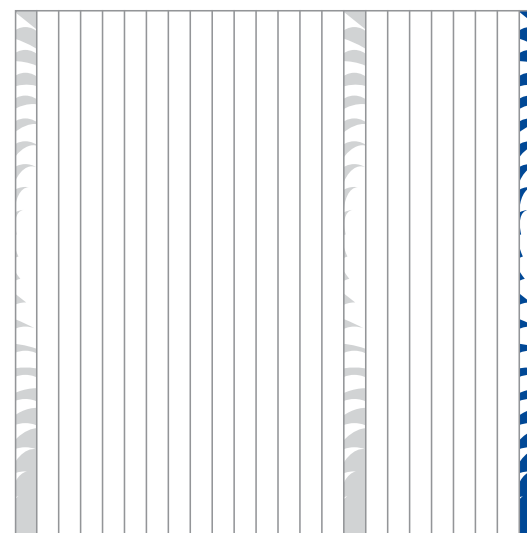
De toegestane posities en uitsnedes van het illustratieve BZ-element zijn op middelniveau vastgelegd, gerelateerd aan verschillende formaten.

1

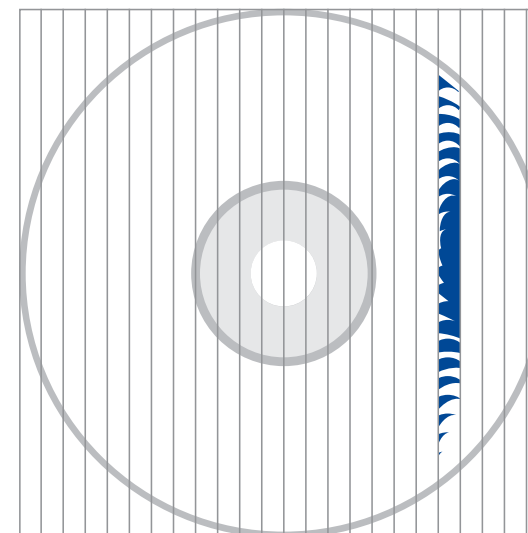


(1) Het illustratieve BZ-element in wit en blauw

2



3



(2) Voorbeelden van de voorkeurspositie op omslagen (blauw) en alternatieve posities (grijs).
(3) Plaatsing van het BZ-element op cd-roms: door de ronde vorm wordt het element meer naar het midden geplaatst aangezien het anders niet volledig is.

Beeldmateriaal in publicaties van BZ is altijd functioneel; dit betekent dat zij een inhoudelijk communicatieve waarde moeten hebben. Daarnaast worden de beelden zoveel mogelijk geïntegreerd in de vormtaal van lamellen. Met beeldmateriaal worden zowel foto's als illustraties bedoeld.

Keuze van beeld

Bij de keuze van beeld zijn de volgende criteria van belang:

- Menselijk, toegankelijk en geloofwaardig; kies bijvoorbeeld voor authentieke personen en situaties in plaats van kunstmatig poserende modellen.
- Kwalitatief hoogwaardig en professioneel; besteed aandacht aan goede fotografie aan-gezien het vaak de blikvanger van de publicatie is.
- Probeer clichés te vermijden en kies voor metaforen die eenvoudig en direct zijn.

Uitvoeringsniveaus

Voor het uitvoeringsniveau van beeldmateriaal gelden de volgende indicaties:

- Bij eenvoudige publicaties wordt bij voorkeur gebruik gemaakt van bestaande of stock-fotografie die rechtenvrij is
- In het wervende niveau kan gebruik worden gemaakt van speciaal gemaakt beeld.
- Op alle niveaus mag het beeld zowel full colour als zwart-wit zijn.

Lay-out van beeldmateriaal

Beeld kan op twee manieren in de vormtaal van lamellen opgenomen worden:

- In lamellen die boven en onder van het vlak aflopen.
- Niet in lamellen, waarbij de lamellenstructuur als 'kapstok' dient.

Beeldlamellen

(1, 5) *Beeld in lamellen is altijd aflopend aan de boven- en onderkant en eventueel links of rechts. Het is niet wenselijk lamellen gedeeltelijk in te vullen met beeld en gedeeltelijk met kleur, of met twee beelden boven elkaar. Het aantal lamellen met beeld verschilt per niveau in de publicatiematrix.*

Beeld buiten de lamellen

Niet alle beeldmateriaal zal zich lenen voor plaatsing in lamellen. Denk bijvoorbeeld aan liggende foto's, of foto's die om technische redenen alleen klein afgebeeld kunnen worden. Om dergelijke beelden in de lamellenstructuur te integreren zijn er de volgende mogelijkheden:

- Foto's positioneren op het lamellengrid.
- Foto's 'ophangen' aan kleurlamellen of verticale, aflopende haarlijntjes. Dit geldt zowel voor niet-aflopende foto's als voor foto's die bijvoorbeeld bovenin en rechts aflopend zijn (4, 6, 7).
- Andere lamellen over de foto's heen plaatsen (2).
- Foto's zoveel mogelijk binnen de zetspiegel plaatsen, d.w.z. in de vaste kolommen voor platte tekst (4, 7). Dit geldt vooral op het eenvoudige niveau, omdat daar de lay-out-mogelijkheden beperkt zijn.
- Vrijstaande beelden verweven met lamellen (3).



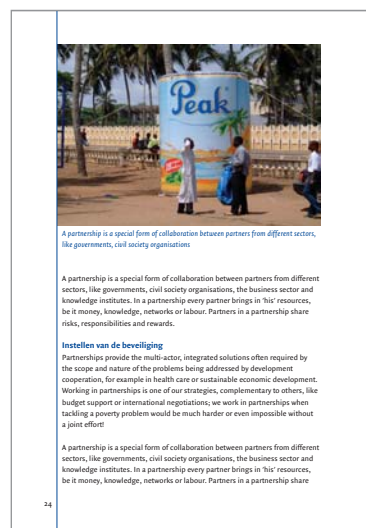
1



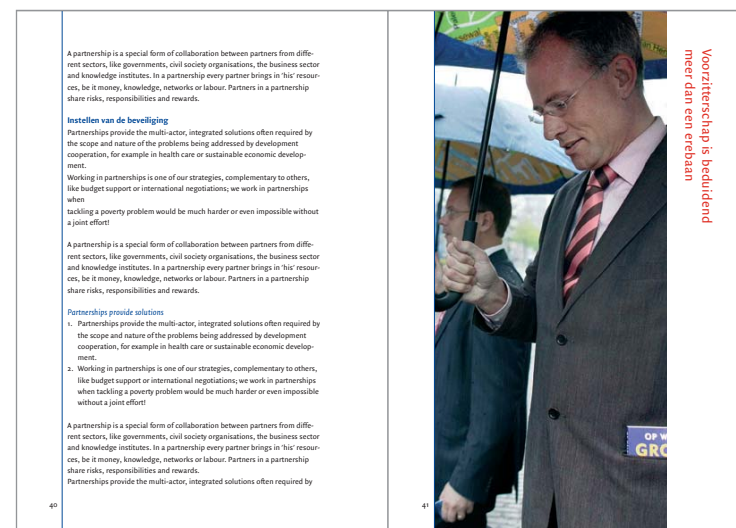
2



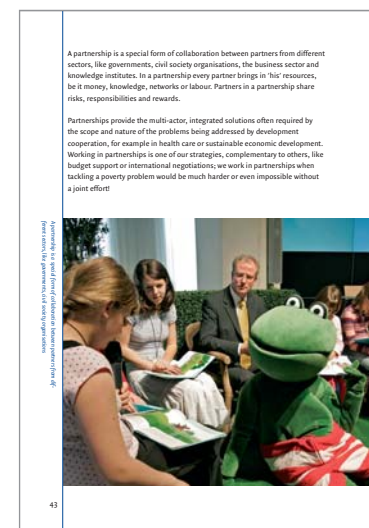
3



4



5



6



7

3. Publicatiematrix |

Kenmerken en criteria

De publicatiematrix kent drie uitvoeringsniveaus:

- Eenvoudig
- Wervend
- Specials

Verschillen

De toepassing van de huisstijl varieert per niveau. De richtlijnen in het uitvoeringsniveau 'Eenvoudig' zijn vastomlijnd en kennen weinig vrijheid. Een BZ-gebruiker of een drukker kan zelf de toegestane gegevens invullen.

Voor de 'wervende' uitgaven is een gekwalificeerde grafisch ontwerper nodig om de publicatie tot stand te brengen, omdat er in deze categorie meer vrijheden zijn in de toepassing van de basiselementen van de huisstijl.

Voor de 'Specials' geldt dat er, behalve het gebruik van het logo en/of een naamsvermelding, geen huisstijl van toepassing is.

Richtlijnen vormgeving

De algemene richtlijnen voor de vormgeving binnen elk niveau worden op de volgende pagina's beschreven. Daarnaast zijn er specifieke richtlijnen op middeleniveau, of zijn deze in voorbereiding; zie bijvoorbeeld de handleiding voor brochures en folders.

Eenvoudig

Kenmerken

- in- of externe communicatie
- eenvoudig en zakelijk
- vormverscheidenheid is niet wenselijk
- productiesnelheid en eenvoud zijn essentieel
- vaste richtlijnen
- alle vormgevingselementen en kaders liggen vast
- illustraties binnen vaste stramien
- gebruik logo, huisstijltypografie, huisstijlkleuren, grafische en illustratieve huisstijlelementen BZ
- uitgaven in dit niveau kunnen worden verzorgd door decentrale onderdelen (huisdrukkerij, preferred suppliers)

Dit niveau geldt voornamelijk voor eenvoudige in- of externe folders en brochures en andere eenvoudige in- of externe print- of drukwerken. Voor de omslagen en de lay-out van de tekstpagina's zijn vooraf vaste ontwerpen gemaakt, die ongewijzigd moeten worden overgenomen. Door deze eenduidige vormgeving van al het BZ print- en drukwerk in dit niveau, kan elk onderdeel binnen het ministerie er gemakkelijk en snel mee werken.

Criteria

- communicatie naar in- of externe doelgroep
- met name taak en personeelsinformatie of publieksinformatie
- informatief karakter
- niet wervend
- eenvoudige zakelijke uitstraling
- beperkt budget
- snelle productie- en levertijd

Wervend

Kenmerken

- in- of externe communicatie
- wervend en representatief
- vormverscheidenheid is belangrijk
- flexibele richtlijnen
- variabele plaatsing van grafische elementen binnen flexibele stramien
- ontwerpvrijheid voor illustratieve elementen binnen flexibele stramien
- gebruik logo, huisstijltypografie, huisstijlkleuren, grafische en illustratieve huisstijlelementen BuZa

Dit niveau geldt voornamelijk voor in- of externe wervende folders en brochures en ander intern drukwerk zoals het personeelsblad en externe uitingen zoals beursmateriaal. De kopregels en het logo staan min of meer vast en het stramien met de verticale 'lamellen' opbouw blijft gehandhaafd maar is flexibel van opzet. Verder heerst er grote vrijheid van indeling van teksten en illustraties.

Criteria

- communicatie naar in- of externe doelgroep
- met name beleidsinformatie of arbeidsmarktcommunicatie
- wervende en representatieve uitstraling
- ontwerpkosten noodzakelijk
- budget voor ontwerp
- lange productie- en levertijd

Specials

Kenmerken

- buitencategorie: buiten de huisstijl oplossen
- weinig richtlijnen
- eenmalige uitgaven voor bijzondere gelegenheden en periodieken
- gebruik BZ-logo is niet vereist
- BZ huisstijltypografie, BZ huisstijlkleuren en grafische en illustratieve BZ huisstijlelementen zijn niet van toepassing

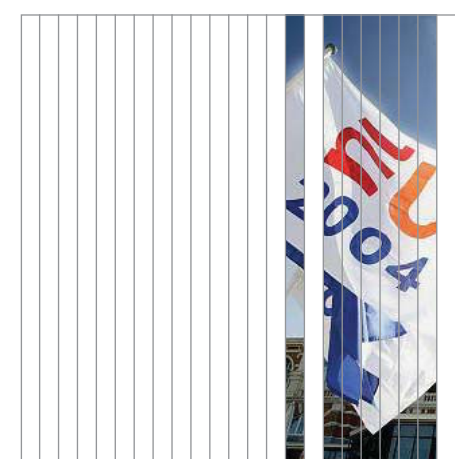
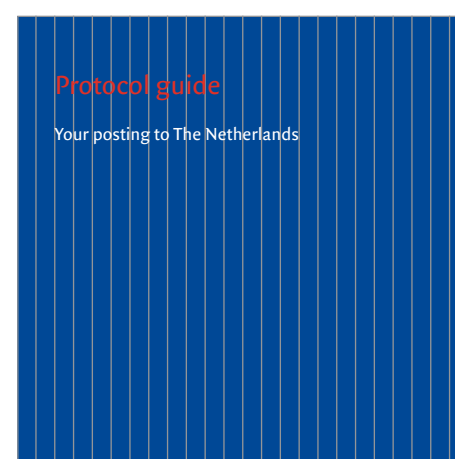
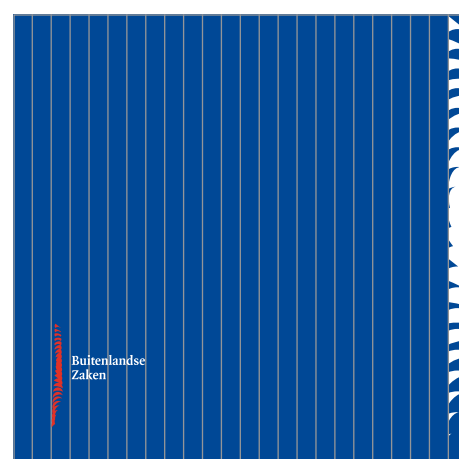
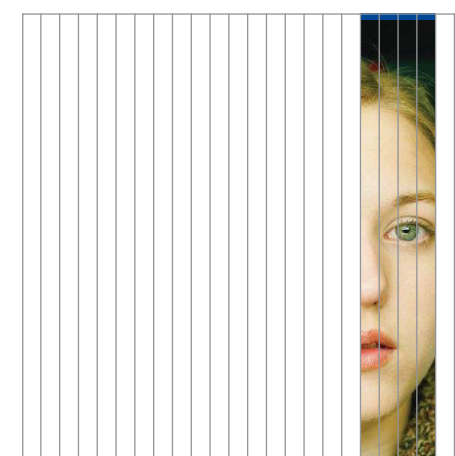
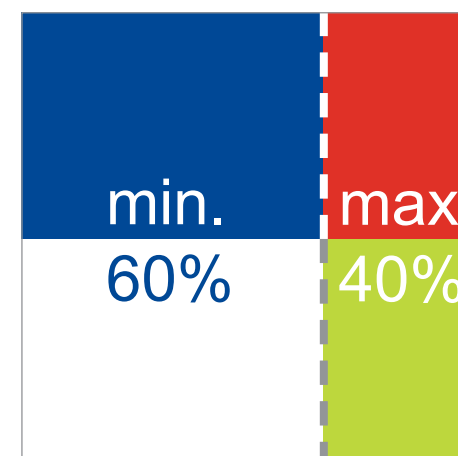
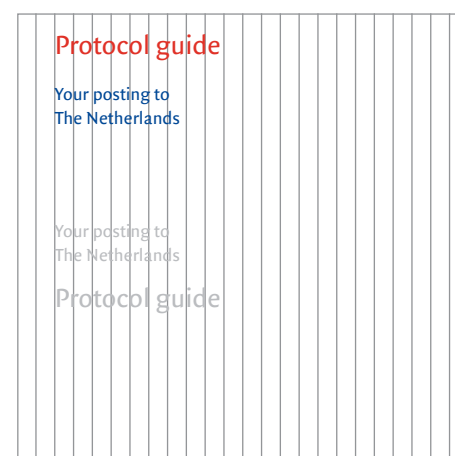
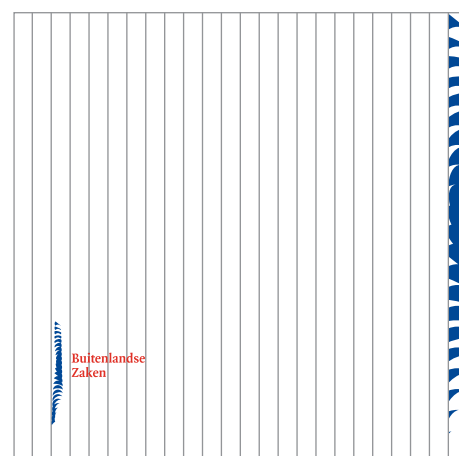
Variabelen

- specials met enkel het BZ-logo
- specials met dualbranding: het BZ-logo en het logo van een samenwerkingspartner
- specials met naamsvermelding maar zonder het BZ-logo

Toepassingen

- publicaties in samenwerkingsverband
- publicaties die gefaciliteerd worden door BZ, bijvoorbeeld in het kader van conferenties, voorzitterschappen, seminars e.d.
- middelen voor manifestaties
- gadgets

Algemene richtlijnen



Logo

Het logo heeft op elk type publicaties een vaste plaats en grootte. Voor nadere richtlijnen zie 'Basiselementen'.

Illustratief BZ-element

Het illustratieve BZ-element is wit op een blauwe ondergrond of 100% blauw op een witte ondergrond. Bij secundair gebruik (bijvoorbeeld op de achterzijde van brochures) mag het element 70% blauw zijn. Bij elk type publicaties op dit niveau heeft het element echter een vaste plaats en kleur.

Typografie

In dit niveau wordt uitsluitend de Quadraat Sans gebruikt.

Verticale tekstelementen zijn op dit niveau niet toegestaan.

De kleur van kopletters is blauw, rood of wit. Klein gezette tekst (bijvoorbeeld platte tekst en tussenkopjes) mag ook zwart zijn.

Elk type publicaties op dit niveau heeft zijn eigen, vaste typografische vorm en lay-out. Eventuele opties zijn puur functioneel, zoals de keuze uit twee lettergroottes voor bepaalde koppen om zowel lange als korte teksten te kunnen toepassen.

Kleur

Blauw en wit vormen samen MINIMAAL 60% van het totale oppervlak.

Rood en een toegepaste secundaire kleur vormen samen MAXIMAAL 40% van het totale oppervlak. De secundaire kleur is altijd ondergeschikt aan het rood.

Voor het gebruik van kleur in lamellen zie de richtlijnen in het hoofdstuk over de basiselementen en de handleiding voor brochures en folders.

Beeld en illustraties

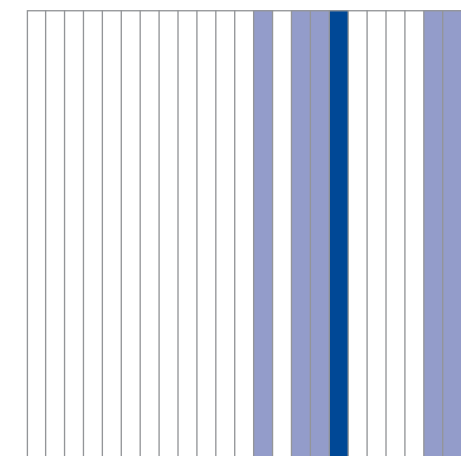
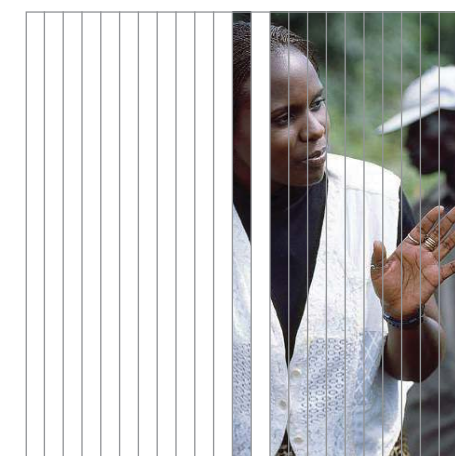
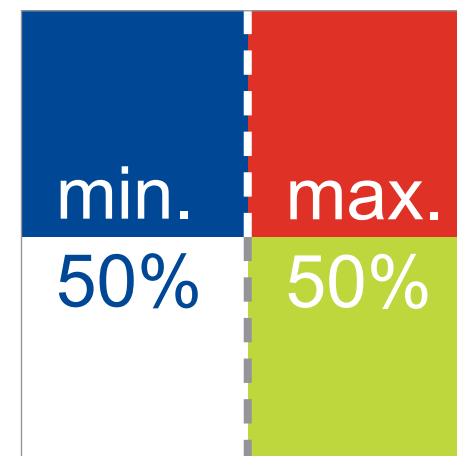
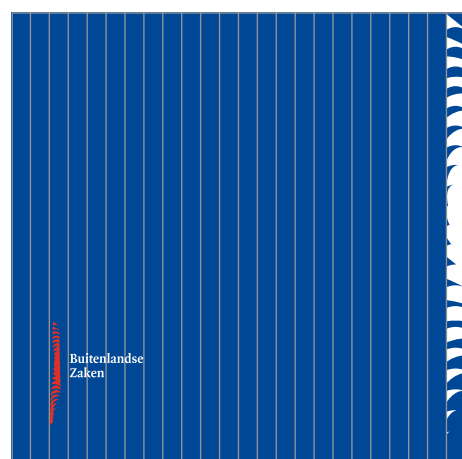
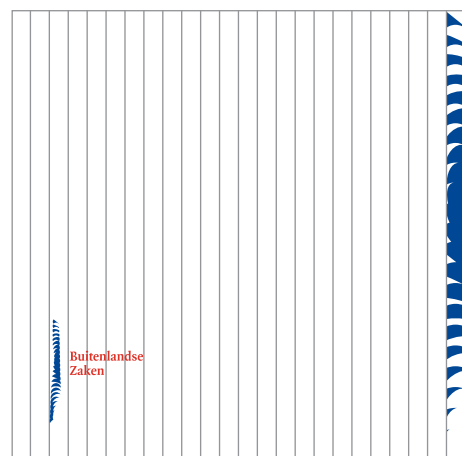
Van het totale oppervlak van een publicatie is maximaal 30% gevuld met beeld.

Binnen één vlak (bijvoorbeeld een pagina of een omslag) geldt eveneens dit percentage, inclusief de lamellen die het het eventueel onderbreken.

In dit niveau zullen de meeste typen van publicaties vaste posities en maten hebben voor de plaatsing van beeldmateriaal. Nadere richtlijnen voor de toepassing van beeld staan beschreven in het hoofdstuk 'Basiselementen'.

Andere toevoegingen

Er mogen in dit niveau geen elementen worden toegevoegd aan de gebruikte basiselementen van de huisstijl.



Logo

Het logo heeft op elk type publicaties een vaste plaats en grootte. Voor nadere specificaties zie de richtlijnen bij 'Basiselementen'.

Illustratief BZ-element

Het illustratieve BZ-element is wit op een blauwe ondergrond of 100% blauw op een witte ondergrond. Bij secundair gebruik (bijvoorbeeld op de achterzijde van brochures) mag het element 70% blauw zijn. De ondergrond mag in dit niveau ook ingevuld worden met beeld. De voorkeurs-positie is rechts aflopend op het vlak. Voor het overige is de plaatsing vrij. Bij sommige publicaties kan het element echter om praktisch redenen een vaste plaats en kleur hebben.

Typografie

In dit niveau kan naast de Quadraat Sans ook de Quadraat Roman gebruikt worden voor koppen, tekstaccenten e.d. Er mogen verticaal gezette tekstaccenten worden toegepast, bij voorkeur met de 'stokken' van de letters naar rechts en de 'staarten' naar links. Tekst mag echter nooit diagonaal over het vlak staan. De kleur van kopletters is blauw, rood of wit. Klein gezette tekst (bijvoorbeeld platte tekst en tussenkopjes) mag ook zwart zijn. Alle typografische elementen worden gepositioneerd op het lamellengrid, maar de plaatsing is verder vrij.

Kleur

Blauw en wit vormen samen MINIMAAL 50% van het totale oppervlak. Rood en een toegepaste secundaire kleur vormen samen MAXIMAAL 50% van het totale oppervlak. De secundaire kleur is altijd ondergeschikt aan het rood. Voor het gebruik van kleur in lamellen zie de richtlijnen in het hoofdstuk over de basiselementen.

Beeld en decoratieve lamellen

De plaatsing en omvang van illustraties vrij, mits het lamellen-idee zichtbaar blijft. Voor de bepaling van de posities wordt het lamellengrid gebruikt. Er is geen vaste verhouding tussen de omvang van beeld, tekst en het totaaloppervlak. Voor het gebruik van beeld zie ook de richtlijnen het hoofdstuk over de basiselementen.

Bij het ontbreken van beeld mogen in plaats daarvan extra kleurlamellen gebruikt worden als decoratieve of functionele elementen in de lay-out. Om een overvloed aan lamellen te vermijden bestrijken zij maximaal 30% van het totale oppervlak. Nadere richtlijnen voor het gebruik van lamellen staan beschreven in het hoofdstuk over de basiselementen.

Andere toevoegingen

Er mogen elementen toegevoegd worden aan de gebruikte basiselementen van de huisstijl, mits deze voldoende geïntegreerd worden in de lamellenopbouw.



Alleen het logo

De toepassing van het logo op specials moet voldoen aan de richtlijnen zoals die omschreven zijn in het hoofdstuk over de basiselementen. Het is niet toegestaan een logo in andere kleuren af te beelden dan in de huisstijlkleuren of wit of zwart. De voorkeurspositie is die zoals aangegeven in het hoofdstuk 'Basiselementen', maar dit zal niet in alle gevallen mogelijk zijn, bijvoorbeeld als het logo wordt opgenomen in een lay-out die in een andere huisstijl is vormgegeven.

Alleen naamsvermelding

Een naamsvermelding zonder logo kan in elk lettertype dat voor de betreffende toepassing beschikbaar is.

Dual-branding

Als sprake is van dual-branding zijn er verschillende situaties denkbaar:

- als BZ de belangrijkste partij is wordt bij voorkeur volledig de BZ-huisstijl toegepast. Het BZ-logo komt in dat geval boven of links van het logo van de andere partij. Het andere logo is nooit breder of hoger dan het BZ-logo.
- als een andere partij de belangrijkste rol heeft kan ervoor worden gekozen de huisstijl van deze partij toe te passen. Doorgaans zal het logo van BZ onder of rechts van het andere logo geplaatst worden, bij voorkeur even breed of hoog als het andere logo.

Speciale vormgeving zonder logo

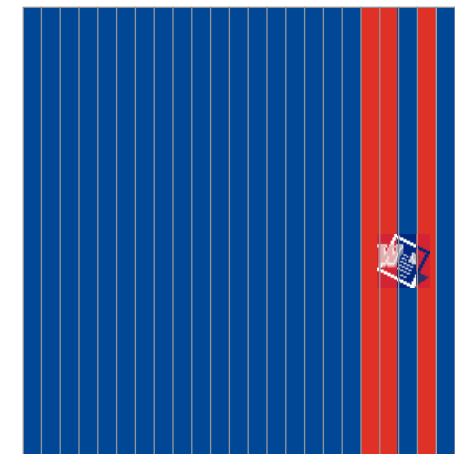
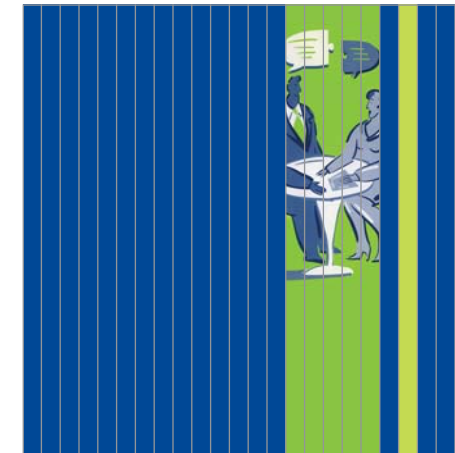
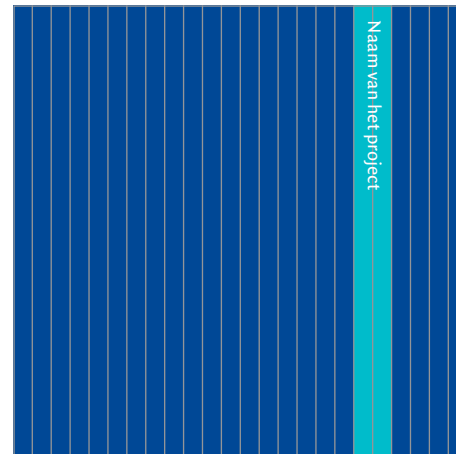
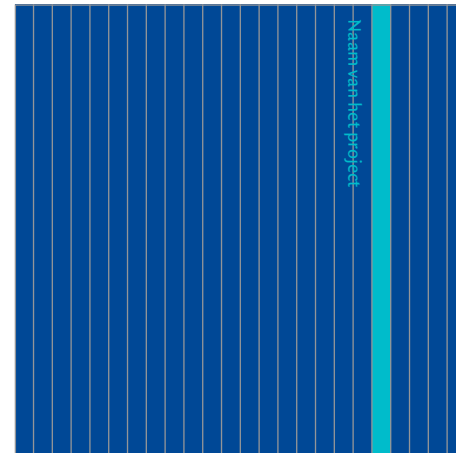
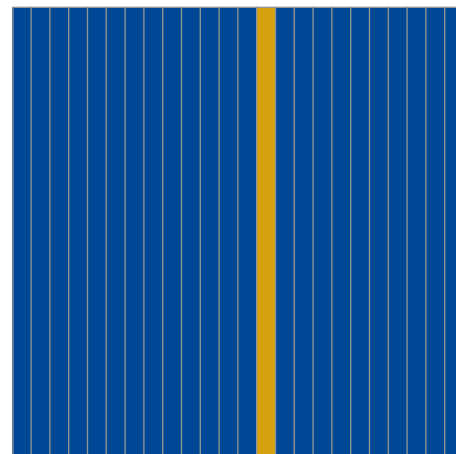
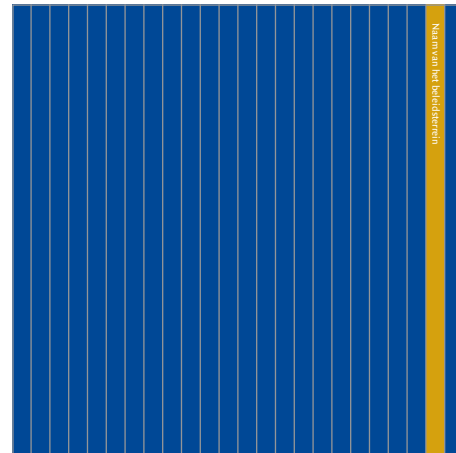
Er kan gekozen worden voor een speciale, nieuwe vormgeving

- als de afzenders bij een gezamenlijke uitgave gelijkwaardig zijn
- bij eenmalige gebeurtenissen die door BZ gefaciliteerd worden maar waarbij BZ niet de afzender is

Er worden in dat geval geen logo's gebruikt. De naam van het ministerie wordt dan alleen vermeld in het colofon.

Geen huisstijlelementen

Afgezien van het logo worden op dit niveau geen andere elementen uit de BZ-huisstijl toegepast.



Speciale lamel en kleur

Differentiatie binnen de huisstijl is toegestaan voor beleidsterreinen en speciale projecten.

Hiervoor mag op de voorzijde van publicaties een gekleurde lamel worden toegevoegd met een vaste, speciaal voor dat onderwerp gekozen kleur. In het wervende niveau van de publicatiematrix mag deze extra kleur ook in het binnenwerk van publicaties toegepast worden, volgens de richtlijnen voor kleurlamellen die beschreven zijn in het hoofdstuk 'Basiselementen'.

De hier beschreven richtlijnen gelden zowel op eenvoudig als op wervend niveau.

Beleidssterreinen

Voor beleidsterreinen is de kleurlamel maximaal 1 grideenheid breed. Bovenin de lamel wordt de naam van het beleidsreinen geplaatst.

De positie en typografie van de naam staan vast. De kleur van de naam is altijd wit of blauw. Het geheel van de lamel en de naam wordt eventueel lineair vergroot of verkleind naarmate het lamellengrid breder of smaller wordt.

Projectstijlen

Voor projecten is de kleurlamel 1 of 2 grideenheden breed. De projectnaam heeft een vaste typografische uitvoering en vaste posities:

- bij een smalle projectlamel staat de naam verticaal op een vaste y-coördinaat en horizontaal gecentreerd in de lamel (zoals bij een beleidsterrein), of links naast de lamel gecentreerd op een gridlijn. Het lettertype is in het laatste geval iets groter dan bij een beleidsterrein.
- bij een brede projectlamel staat de naam altijd boven in de lamel, horizontaal gecentreerd.

De projectnaam is wit, blauw of in de speciale projectkleur.

Het geheel van de lamel en de naam wordt eventueel lineair vergroot of verkleind naarmate het lamellengrid breder of smaller wordt.

Positie op het vlak

Bij eenvoudige publicaties heeft de lamel één of meerdere vaste posities. In het wervende niveau is de plaatsing op het grid vrij.

Specifieke elementen

Voor differentiatie kan ook gebruik worden gemaakt van speciale toevoegingen, mits deze geïntegreerd worden in de lamellenstructuur. Voorbeelden daarvan zijn:

- illustraties of foto's in een vaste kleurstelling of stijl toepassen
- beeld of grafische elementen zoals iconen, lijnen e.d. op een bijzondere manier integreren in de andere lamellen

Bij icoon- of pictogramachtige illustraties moet er op worden gelet dat deze niet de functie van een logo krijgen, maar duidelijk het karakter van een illustratie houden.

Toegevoegde elementen worden beschouwd als illustraties en moeten dus voldoen aan de richtlijnen voor beeld op het betreffende niveau.

Specifieke kleuren

Zie voor kleurgebruik de richtlijnen in het hoofdstuk 'Basiselementen'.

4. Voorbeelden | Brochures + folders (1)

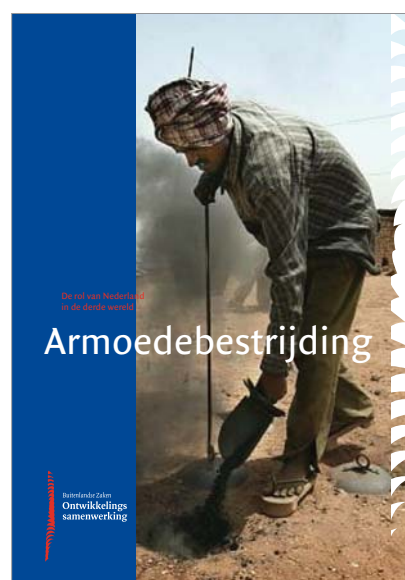
Voorbeelden van omslagen op eenvoudig niveau,
met en zonder illustratie.

De titel en de illustratie kunnen vervangen worden,
maar niet van plaats of grootte veranderen.



Brochures + folders (2)

Voorbeelden van omslagen op werwend niveau.
Door de grotere vrijheid in het gebruik van de
basiselementen is meer variatie mogelijk



Voorbeelden van pagina's uit een eenvoudige publicatie. Alle vormelementen in dit niveau staan vast, zodat de opmaak snel en eenvoudig gerealiseerd kan worden.

12.4.2 Social insurance
Insurance under the social insurance scheme is based on residence in the Netherlands. Although all compulsorily insured persons are liable to pay contributions, there must of course be an income on which contributions can be paid. A person who has no income does not pay contributions. He/she is thus insured for free. Social insurance contributions can only be paid by the insured person. In most cases the tax authorities issue an assessment at the end of the tax year.

Insured persons are not liable to pay a contribution for child benefits since this scheme is fully financed from public funds.

Table: social insurance contributions (%)
as of 1 January 2005 (subject to change)

Social insurance	Employer	Employee
General Old Age Pensions Act (AOW)	-	17.90%
Surviving Dependents Act (ANW)	-	1.25%
Exceptional Medical Expenses Act (AWBZ)	-	13.45%
General Child Benefit Act (AKW)	-	-

For the latest update see the website of the Ministry of Social Affairs: www.szw.nl and the tax authorities' website: www.belastingdienst.nl

13 Accomodation and parking

13.1 Accommodation

Offices and residential accommodation may be rented or purchased through an estate agent (*makelaar*). Diplomatic missions may themselves choose an office and residential accommodation, though there are a number of conditions. Offices must be situated within the municipality of The Hague. Residential accommodation must be situated within the environs of The Hague (that is within the municipalities of The Hague, Wassenaar, Leidschendam-Voorburg, Rijswijk or Zoetermeer). This regulation stems from the obligation of the Dutch authorities to respect the inviolability of such offices and residential accommodation and where necessary to protect them. Consular offices must be situated in the place from which the consular post in question derives its name. There are no restrictions on the residential accommodation of consuls.

13.2 Parking

13.2.1 Parking near embassies or official residences
The municipal authorities have full autonomy as regards their policy on reserved parking bays. The municipality of The Hague is willing, where necessary, to mark as reserved two parking bays on the public road outside the main offices (chancery) of a diplomatic mission and one outside the official residence of the head of mission. These parking bays may be used only by cars belonging to the mission and not by visitors.

Visitors' cars
Visitors' cars that are parked illegally will be treated in the normal way by the traffic police. The mission can apply for a special visitor's permit from the municipality of The Hague. Parking bays should be applied for in a note verbale to the Protocol Department of the Ministry of Foreign Affairs, which will forward the application to the municipal authorities.

14 Visits

14.1 General information

The Protocol Department of the Ministry of Foreign Affairs, in its capacity as protocol department for the Ministry of General Affairs, is responsible for the overall organisation and logistics of incoming visits by heads of state and government, and foreign ministers. It also assists embassies with the logistics of inward working, private and transit visits by heads of state and government, and foreign ministers.

The Royal Household is responsible for the logistics of all incoming and outgoing visits by H.M. the Queen and members of the Royal House. The Ministry of Foreign Affairs is at all times politically responsible.

The Protocol Department of the Ministry of General Affairs is responsible for outgoing official and working visits of the Prime Minister, while the same departments in other ministries are responsible for incoming and outgoing visits of their own ministers.

14.2 Heads of state

Heads of state and in some cases members of foreign Royal Families will be met on arrival by a protocol official and an Aide-de-Camp to H.M. the Queen. During their stay in the Netherlands, heads of state will be accompanied by at least one protocol official. Time, date and place of arrival and departure and a detailed programme have to be notified in advance to the Protocol Department of the Ministry of Foreign Affairs.

14.3 Members of foreign Royal Families

Crown Princes and Princesses and members of foreign Royal Families who are closely related to the monarch will in principle be met on arrival by a protocol official and/or an Aide-de-Camp to H.M. the Queen. Time, date and place of arrival and departure and a detailed programme have to be notified in advance to the Protocol Department of the Ministry of Foreign Affairs.

14.4 Heads of government

Heads of government will in principle be met on arrival by a protocol official in the case of an official or a working visit. When making official or working visits, heads of government will be accompanied by protocol officials during their stay in the Netherlands. Time, date and place of arrival and departure and a detailed programme have to be notified in advance to the Protocol Department of the Ministry of Foreign Affairs.

14.5 Ministers of Foreign Affairs

Foreign ministers will in principle be met on arrival by officials of their embassies and a security officer of the Royalty and Diplomatic Protection Department. Time, date and place of arrival and departure and a detailed programme have to be notified in advance to the Protocol Department of the Ministry of Foreign Affairs.

14.6 Security officers

The protection of heads of state and government, and foreign ministers is in principle the sole responsibility of the Dutch authorities. They may be accompanied by the following numbers of foreign armed security officers:

- heads of state: in principle a maximum of four armed security officers;
- heads of government: in principle a maximum of two armed security officers;
- foreign ministers: depending what the Dutch security authorities decide, in principle a maximum of one armed security officer.

Diplomatic missions have to provide the following information so that the necessary arrangements can be made:

IX Package A (Vienna plus)


Exempted taxes	Embassy/Consulate (for official use only)	Head of Mission ¹⁾
VAT on goods (in free circulation in the Netherlands)	Yes, ... 225 or more per invoice	Yes, ... 225 or more per invoice and no alcohol, tobacco or food ²⁾
VAT on services	Yes, ... 225 or more per invoice	No
Taxes on imported goods (not being alcohol or tobacco)	Yes	Yes
Tax free car(s)	A reasonable number of cars	Two cars
Tax on motor vehicle fuel	Yes, both excise duty and VAT and according to applicable quota	Yes, both excise duty and VAT and according to applicable quotas
Duty-free alcohol (imported)	Yes, according to applicable quotas	Yes, according to applicable quotas
Duty-free tobacco (imported)	No	Yes, according to applicable quota

¹⁾ The exemption does not apply to goods supplied by hotels, restaurants, cafes, catering organisations and related bodies.
²⁾ The privileges mentioned are limited to goods intended for the personal use of members of the diplomatic or consular mission and are not applicable to Dutch nationals or persons who are permanently resident in the Netherlands.

Diplomatic agents and consular agents ¹⁾	Administrative, technical and service staff ¹⁾
Yes, ... 225 or more per invoice and no alcohol tobacco or food ²⁾	Yes, ... 225 or more per invoice and no alcohol, tobacco or food ²⁾
No	No
Yes	Yes ²⁾
Two cars	Two cars ²⁾
Yes, both excise duty and VAT and according to applicable quota	Yes, both excise duty and VAT and according to applicable quotas ²⁾
Yes, according to applicable quotas	Yes, according to applicable quotas ²⁾
Yes, according to applicable quota	Yes, according to applicable quota ²⁾

¹⁾ During 1 years after taking up employment in the Netherlands.

Voorbeelden van pagina's uit publicaties op wervend niveau.



48

De eerste zorg van arme mensen is overleven, niet het milieu

1.

Bestrijding armoede en bescherming milieu

25.

Nederland moet deze kans grijpen!

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

Partnerships provide the multi-actor, integrated solutions often required by the scope and nature of the problems being addressed by development cooperation, for example in health care or sustainable economic development. Working in partnerships is one of our strategies, complementary to others, like budget support or international negotiations; we work in partnerships when tackling a poverty problem would be much harder or even impossible without a joint effort!

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

Partnerships provide the multi-actor, integrated solutions often required by the scope and nature of the problems being addressed by development cooperation, for example in health care or sustainable economic development. Working in partnerships is one of our strategies, complementary to others, like budget support or international negotiations; we work in partnerships when tackling a poverty problem would be much harder or even impossible without a joint effort!

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

Partnerships provide the multi-actor, integrated solutions often required by the scope and nature of the problems being addressed by development cooperation, for example in health care or sustainable economic development. Working in partnerships is one of our strategies, complementary to others, like budget support or international negotiations; we work in partnerships when tackling a poverty problem would be much harder or even impossible without a joint effort!

Voorzitterschap allesbehalve een sloom erebaantje

46

47

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

Partnerships provide integrated solutions

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

Partnerships provide solutions

- Partnerships provide the multi-actor, integrated solutions often required by the scope and nature of the problems being addressed by development cooperation, for example in health care or sustainable economic development.
- Working in partnerships is one of our strategies, complementary to others, like budget support or international negotiations; we work in partnerships when tackling a poverty problem would be much harder or even impossible without a joint effort!

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

Partnerships provide the multi-actor, integrated solutions often required by the scope and nature of the problems being addressed by development cooperation, for example in health care or sustainable economic development.

Title of this piece of text

The Millennium Goals

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

Partnerships provide the multi-actor, integrated solutions often required by the scope and nature of the problems being addressed by development cooperation, for example in health care or sustainable economic development. Working in partnerships is one of our strategies, complementary to others, like budget support or international negotiations; we work in partnerships when tackling a poverty problem would be much harder or even impossible without a joint effort!

A partnership is a special form of collaboration between partners from different sectors, like governments, civil society organisations, the business sector and knowledge institutes. In a partnership every partner brings in 'his' resources, be it money, knowledge, networks or labour. Partners in a partnership share risks, responsibilities and rewards.

50

51

Ringbanden

Conceptvoorbeeld van een standaardringband op eenvoudig niveau.

In de lay-out kan alleen de titel veranderd worden om het geschikt te maken voor een ander onderwerp.

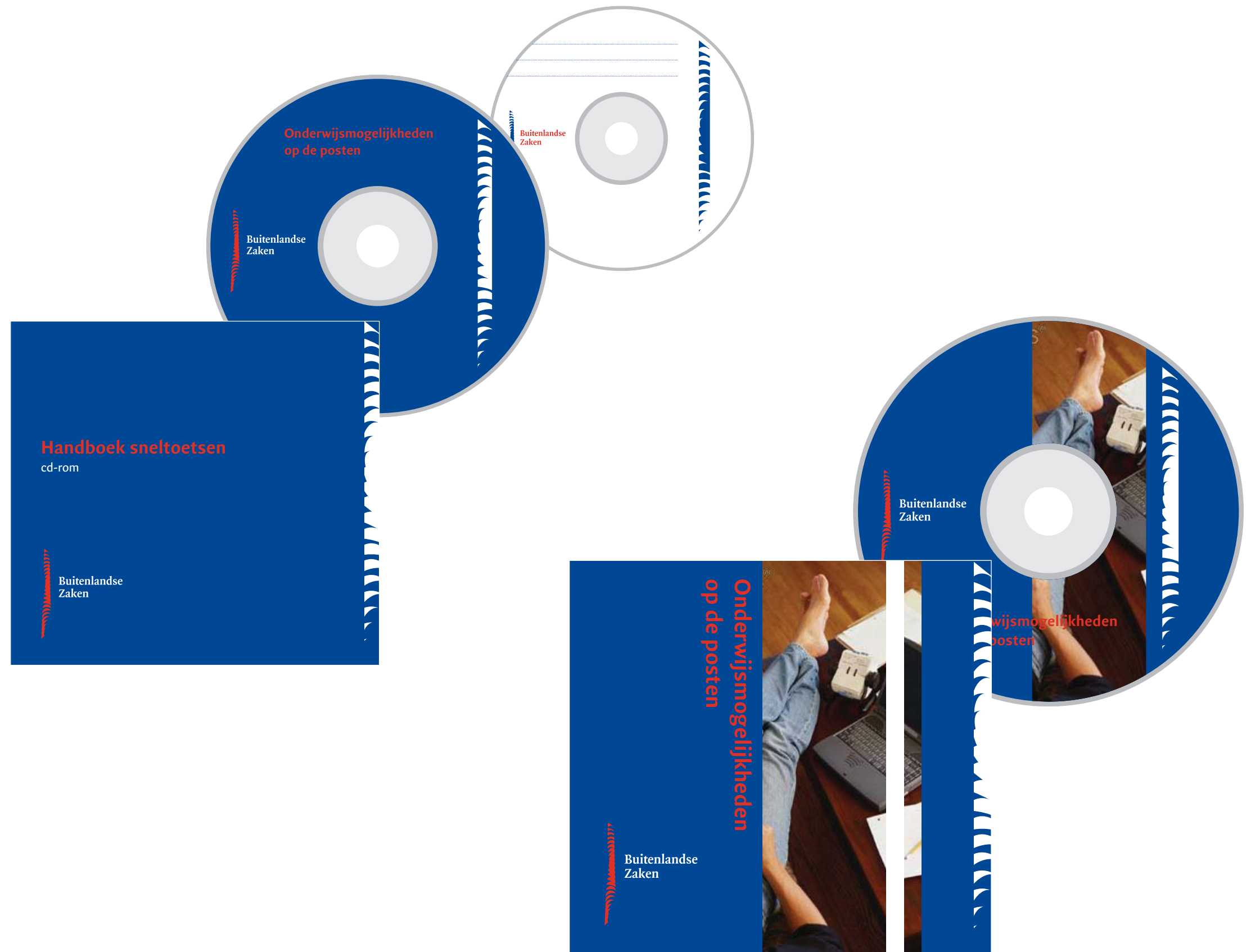


Conceptvoorbeeld van verschillende nieuwsbrieven op eenvoudig niveau, waarvan twee met een extra differentiatie in de vorm van een projectlamel in een extra steunkleur.



Cd-roms

Conceptvoorbeeld van cd-roms op eenvoudig (links) en wervend niveau.



Rapportomslagen

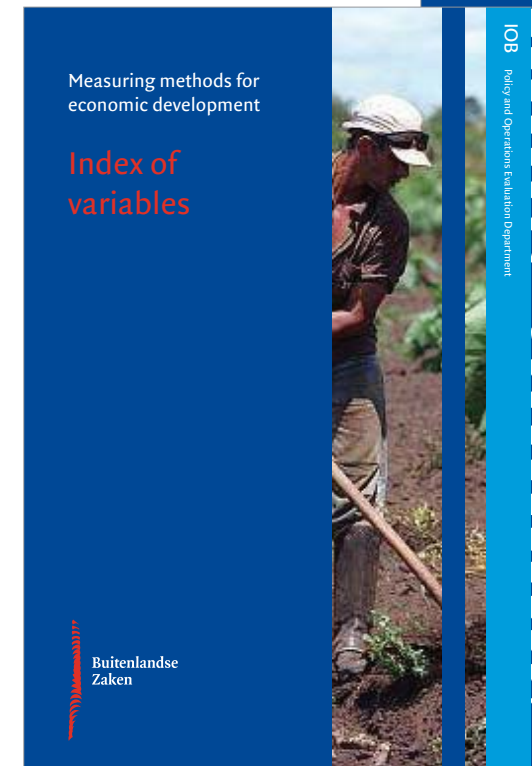
Voorbeeld van rapportomslagen op eenvoudig niveau.

De titels en de foto op de voorzijde kunnen door de gebruiker zelf gewijzigd worden in een speciaal Word-sjabloon. De lettergroottes, de lay-out en de maten van het plaatje staan echter vast. Het drukken gebeurt digitaal op de repro-afdeling, die het omslag eventueel van een rug kan voorzien.



Differentiatie

Voorbeeld van omslagen, gedifferentieerd voor projecten en beleidsterreinen



Meer informatie

Kijk voor meer informatie over de huisstijl en de meest recente ontwikkelingen op

www.minbuza.nl

Colofon

Projectbegeleiding

Ministerie van Buitenlandse Zaken
Directie Voorlichting en Communicatie

*Ontwikkeling huisstijlconcept,
publicatiematrix en handleiding*

Corps
i.s.m. Pijnenburg Communicatie