

Handboekje visuele identiteit Bartiméus en Bartiméus Fonds

Versie 0

Wat is dit?

In dit handboekje wordt de visuele identiteit van Bartiméus en Bartiméus Fonds beschreven.

Dat doen we duidelijk, kort en bondig, want zo zijn wij. Er zijn heldere, soms zelfs strenge spelregels en er is ook een zekere mate van vrijheid. Die moet je niet misbruiken, want dat gaat ten koste van het eenduidige beeld dat mensen van ons hebben.

Maar, laten we bij het begin beginnen.

Waar toe zijn wij op aarde?

Ons motto

Bartiméus is er voor alle mensen met een visuele beperking. We halen alles uit de kast om mogelijk te maken dat zij voluit meedoen in de samenleving.

Wij stimuleren en ondersteunen mensen die slechtziend of blind zijn om alles uit het leven te halen wat erin zit.

Want uiteindelijk gaat het niet om hoeveel procent je ziet. Het gaat om hoeveel procent je leeft.

Daarom is ons motto: 100% leven



100% leven

Toegankelijkheid

Bij het ontwikkelen van de visuele identiteit van Bartiméus en Bartiméus Fonds hebben we onszelf een duidelijke opdracht gegeven: we willen dat onze middelen maximaal toegankelijk zijn. Voor iedereen. Dat zie je aan ons logo, aan de letter die we gebruiken, de minimale grootte van die letter, het kleurgebruik, het contrast, de lay-out, de fotografie en ga zo maar door. Maar je ziet het ook aan de manier waarop we spreken en schrijven. Laten we beginnen met het logo.

Huisstijl elementen: het logo

Context

Bartiméus bestaat uit Bartiméus en Bartiméus Fonds. Ze hebben in de basis hetzelfde logo en hebben hetzelfde gebruik van de huisstijlrichtlijnen.

Het logo bestaat uit 1 kleur: pms 348 (zie 'Kleur' voor de omzettingen)

Bartiméus:  **Bartiméus: fonds**

Bartiméus:

Bartiméus: fonds

Logo

Typografie

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Bartiméus: fonds

Gebruik onderregel(s)

Wanneer niet uit de context blijkt wat Bartiméus is, gebruiken we de functionele onderregel: ‘Voor alle mensen die slechtziend of blind zijn.’

Bartiméus:

Voor alle mensen
die slechtziend of blind zijn

Bartiméus: fonds

Voor alle mensen die slechtziend of blind zijn

**Bartiméus:
fonds**

Voor alle mensen
die slechtziend of blind zijn

Gebruik 100% leven

Wanneer uit de context blijkt wat Bartiméus is, kan het motto 100% leven worden gebruikt. Dit wordt als volgt aan het logo gekoppeld.

Bartiméus :
100% leven

Bartiméus: fonds
100% leven

Bartiméus:
fonds
100% leven

Logo's zijn vaste objecten waarbij de onderregel in verhouding staat tot de tekst daarboven. Bartiméus Fonds is een langere tekst en dus groter dan enkel Bartiméus. De onderregel 100% staat iets verder er vanaf omdat als het logo verkleint wordt moet het geheel leesbaar blijven. Het verkleinen van Bartiméus 100% leven pakt daarom anders uit dan het verkleinen van het logo Bartiméus Fonds 100% leven. Zo is ieder logo als vast object opgemaakt. Interlinie komt voor in bodytekst/ koptekst.

Icoon

Het icoon is in eerste instantie bedoeld voor gebruik in online toepassingen waar te weinig ruimte is voor het gehele logo, zoals:

- profielfoto op social
- fav-icoon in url
- app-button op telefoon

Daarnaast kan het icoon voor specifieke toepassingen worden gebruikt, zoals een bord in de tuin of een beachflag.

Let op: het moet in zulke gevallen wel altijd vergezeld worden door het complete logo.



Huisstijl elementen: typografie

Logo

Typografie

Kleur

Fotografie

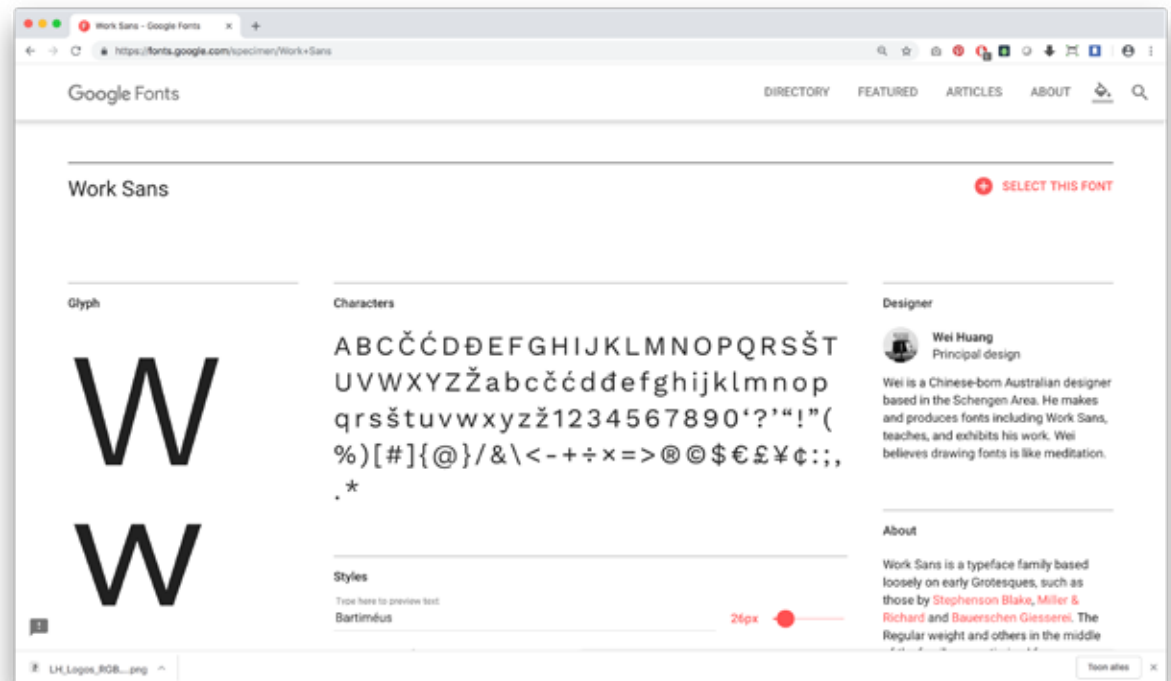
Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Zo leesbaar mogelijk

Het lettertype Work Sans voldoet aan de voorwaarde van maximale toegankelijkheid. Het is gratis te downloaden en te gebruiken door iedereen op elk middel. Zo hebben drukwerk en digitale media dezelfde uitstraling.



<https://fonts.google.com/specimen/Work+Sans>

Work Sans

Het basis font is Work Sans medium.

Daar worden de meeste teksten in gezet. Wanneer er onderscheid moet worden gemaakt, gebeurt dit in grootte. Zorg dat er voldoende verschil is in grootte. Bijvoorbeeld kop: 21 pt, bodytekst: 14 pt.

Soms is het fijn om toch een ‘zwaardere’ variant te gebruiken. Gebruik dan de **Work Sans semi bold** of **Work sans bold**

Work Sans medium **Work Sans semi bold** **Work Sans bold**

Work Sans thin t/m regular en bold t/m black gebruiken we niet.

De eersten zijn te licht, de laatsten hebben kans om dicht te lopen.

Grote letters

De basisgrootte van de tekst is 14 punten in drukwerk (ter vergelijking: de gebruikelijke grootte is 9-11 punten).

Bijschriften: 12 pt, interlinie 18 pt

Bodycopy: 14 pt, interlinie 21 pt

Tussenkop: 18 pt, interlinie 27 pt

Headers: maximaal

(Digitale toepassingen volgen)

Verdana

Als Work Sans niet beschikbaar is, dan Verdana gebruiken.

Mail, open MS Office bestanden die naar externe worden verzonden.

De Verdana is een standaard font op een Windows en Apple computer

Huisstijl elementen: kleur

Logo

Typografie

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Bartiméus groen

Groen is de meest comfortabele kleur voor de ogen om naar te kijken. Om gelaagdheid in het ontwerp van de verschillende middelen te verkrijgen, kunnen vier verschillende kleuren groen worden gebruikt. Let op: dit mag nooit ten koste gaan van de leesbaarheid. Zie hiervoor de pagina over de toepassing van de kleuren in tekst.



Bartiméus groen

1	② logo-kleur	3	4
r0 g96 b39 html 006027	r0 g130 b69 html 008245	r45 g171 b102 html 2dab66	r0 g209 b86 hex 00d156
Drukwerk uncoated pms 349U c81 m5 y95 b32	Drukwerk uncoated pms 348U c82 m1 y94 b9	Drukwerk uncoated pms 2251U c75 m0 y75 b0	Drukwerk uncoated pms 2420U c66 m0 y73 b0
Drukwerk coated pms 349C c90 m12 y95 b40	Drukwerk coated pms 348C c96 m2 y100 b12	Drukwerk coated pms 2417C c75 m0 y75 b0	Drukwerk coated pms 2420C c66 m0 y73 b0

Bartiméus groen in typografie

Teksten in 14 pt (drukwerk) worden in de donkerste kleur groen of zwart op een witte achtergrond gezet. Wanneer de teksten groter zijn, kun je spelen met het palet. Bijvoorbeeld met een groene achtergrondkleur, of kunnen de lichtere kleuren op een witte achtergrond worden gebruikt.

Op deze pagina is deze tekst groen 1 (donkerste) en het kopje hierboven groen 3. De ontwerper kan hier naar eigen inzicht mee variëren per uiting. Het uitgangspunt is leesbaarheid en identiteit.

Bartiméus groen in typografie, voorbeelden

Wit op donkerste groen (1)

Lichtste groen (4) op donkerste groen (1)

Middelste groen (2) vanaf pt 18 in drukwerk

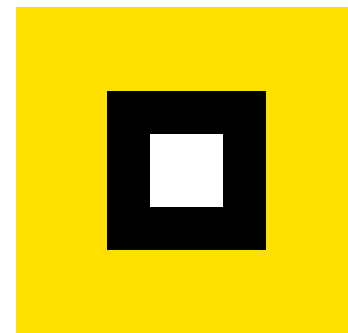
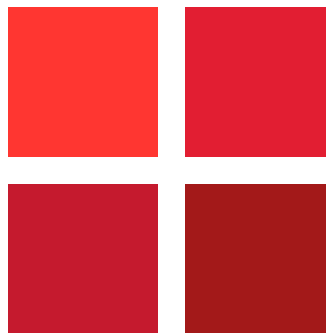
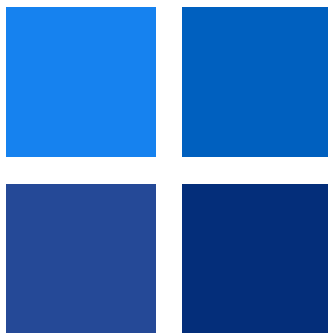
Middelste groen (3) vanaf pt 18 in drukwerk

Donkerste groen (1) op lichtste groen (4)

Bartiméus palet

Bartiméus groen is de hoofd-kleur. Maar omdat toegankelijkheid de basis is voor alles, kan ook blauw/wit, rood/wit of zwart/geel worden gekozen. De kleuren mogen niet gecombineerd worden. Dus, geen groen met blauw of rood met groen. Blijf altijd binnen één palet.

Ga pas variëren met kleuren als er meerdere versies zijn. Zoals bij bijvoorbeeld brochures en autobusjes (zie concept voorbeelden).



Bartiméus blauw



r4 g46 b122
html 042e7a

Drukwerk uncoated
pms 287U
c92 m62 y0 b0

Drukwerk coated
pms 287C
c100 m75 y2 b18

r37 g73 b151
html 008245

Drukwerk uncoated
pms 7685U
c79 m54 y0 b0

Drukwerk coated
pms 7685C
c95 m69 y0 b0

r0 g96 b191
html 0060bf

Drukwerk uncoated
pms 2132U
c91 m68 y0 b0

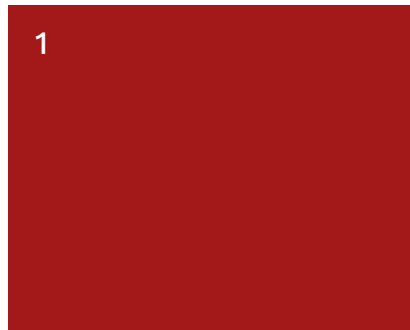
Drukwerk coated
pms 2132C
c92 m64 y0 b0

r22 g130 b239
hex 1682ef

Drukwerk uncoated
pms 279U
c67 m29 y0 b0

Drukwerk coated
pms 279C
c68 m34 y0 b0

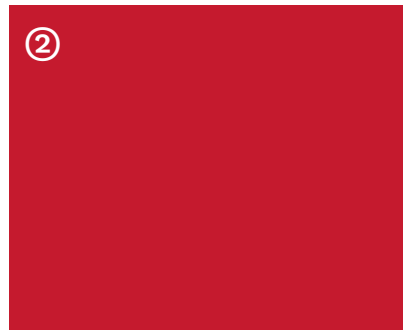
Bartiméus rood



r163 g25 b25
html a31919

Drukwerk uncoated
pms 187U
c7 m84 y56 b16

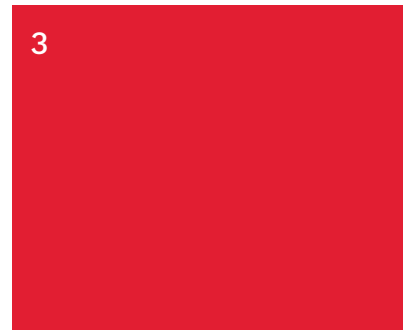
Drukwerk coated
pms 187C
c7 m100 y82 b26



r197 g26 b46
html c51a2e

Drukwerk uncoated
pms 186U
c1 m91 y72 b3

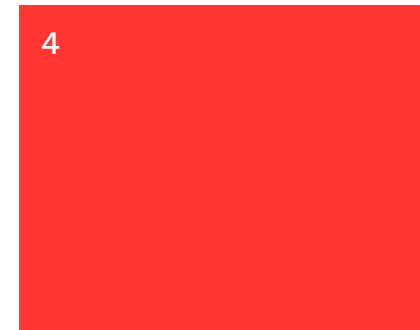
Drukwerk coated
pms 186C
c2 m100 y85 b6



r226 g30 b50
html e21e32

Drukwerk uncoated
pms 185U
c0 m81 y54 b0

Drukwerk coated
pms 185C
c0 m93 y79 b0

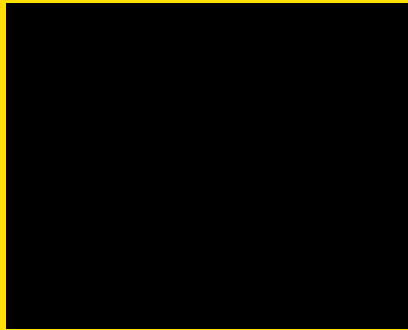


r255 g54 b49
html ff3631

Drukwerk uncoated
pms 7416U
c0 m62 y73 b0

Drukwerk coated
pms 7417C
c0 m83 y85 b0

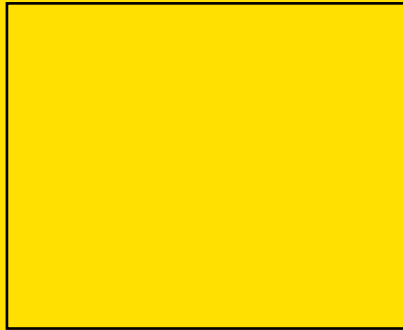
Bartiméus zwart/geel



r0 g0 b0
html 0000

Drukwerk uncoated
pms BlackU
c0 m0 y0 b100

Drukwerk coated
pms BlackC
c0 m0 y0 b100



r255 g224 b0
html ffe000

Drukwerk uncoated
pms YellowU
c0 m5 y95 b0

Drukwerk coated
pms YellowC
c0 m5 y95 b0

Huisstijl elementen: fotografie

Logo

Typografie

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Fotografie

Binnen een grote organisatie worden veel foto's gebruikt. Op allerlei plaatsen. Op de homepage van de website staat een foto, maar op pagina 87 van het jaarverslag ook. Je kunt niet aan al die foto's dezelfde (hoge) eisen stellen. Daarom maken we onderscheid tussen: beeldbepalende foto's en ondersteunende foto's.

We zullen ze afzonderlijk behandelen en beschrijven.

Beeldbepalende foto's

Dit zijn de foto's die het beeld naar buiten bepalen. We gebruiken ze dus op alle middelen die letterlijk 'beeldbepalend' zijn, bijvoorbeeld een folder, een poster, een advertentie, de hoofdpagina's van websites, etc.

Beeldbepalende foto's zijn in principe altijd portretten van mensen die slechtziend of blind zijn. Omdat 100% leven ons motto is, is 'levenslust' hier de belangrijkste richtlijn. De mensen die we zien - jong en oud - staan vol in het leven. Ze zijn zelfstandig, krachtig en ontspannen en op hun voordeligst vastgelegd. En dus zeker niet zielig en afhankelijk. De voorbeelden hierna spreken voor zich.

Beeldbepalende foto's

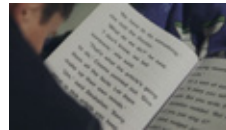
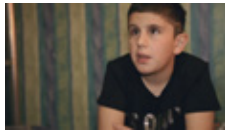
100% leven



(er mag gelachen worden)



levenslust



ontspanning



zelfstandigheid



innerlijke kracht

Ondersteunende foto's

De naam zegt het al: alle niet-beeldbepalende foto's noemen we ondersteunende foto's. Dit hoeven niet altijd portretten van mensen te zijn, het kunnen ook voorwerpen zijn of gebouwen. Maar ook hier houden we 100% leven in ons achterhoofd. Dus als er situaties worden gefotografeerd met daarin mensen die slechtziend of blind zijn, dan gelden dezelfde criteria als bij de beeldbepalende foto's.

Vermijd vooral beelden waarin mensen zich in een afhankelijke, hulpverlenings-achtige situatie bevinden.

Huisstijl elementen: geluid

Logo

Typografie

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Geluid

Geluid - of beter gezegd: audio - is vanzelfsprekend erg belangrijk voor mensen die slechtziend of blind zijn. Daarom besteden we er bij Bartiméus veel aandacht aan. We hebben een speciale 'Bartiméus-stem' geselecteerd die goed weergeeft waar we voor staan. Je kunt hem [hier](#) beluisteren. Ook is er een zogenaamd 'audiologo' ontwikkeld, dat aan het einde van elke audio- of audiovisuele productie te horen is en voor herkenning zorgt. Dat audiologo hoor je [hier](#).

Als we muziek of achtergrondgeluiden gebruiken, zorgen we ervoor dat het de gesproken tekst op geen enkel moment in de weg zit. De boodschap moet altijd helder zijn.

Huisstijl elementen: taalgebruik

Logo

Typografie

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Ons taalgebruik

De taal van Bartiméus is kort en bondig. Daar dwingt de lettergrootte die we hanteren ons ook toe, want anders zou iedere folder die we maken al snel een heel boekwerk worden. Maar we doen het ook omdat het bij ons past. Dus geen omhaal van woorden, geen jargon, gewoon helder en recht voor z'n raap taalgebruik. Koppen of kopregels zijn zo kort mogelijk.

Vergelijk bijvoorbeeld:

‘Wij streven ernaar dat mensen die slechtziend of blind zijn sterker in het leven komen te staan.’ (te lang, niet goed)

met: ‘Sterker in het leven staan.’ (kort en krachtig; wel goed)

Huisstijl elementen: voorbeelden

Logo

Typografie

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Voorbeelden

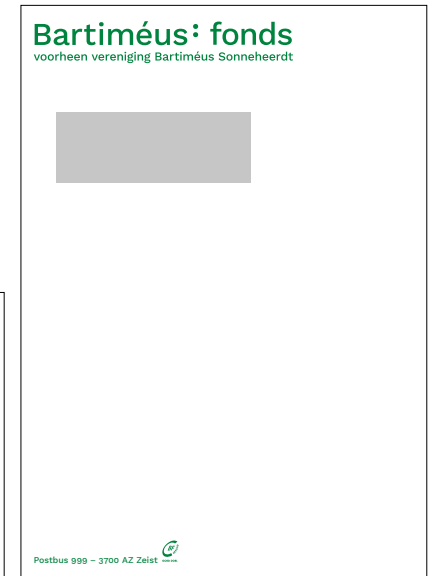
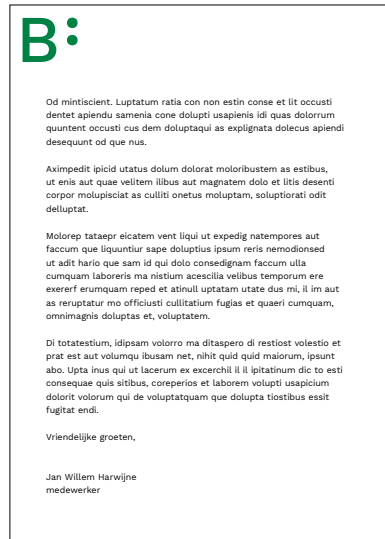
De voorbeelden die zijn geplaatst zijn nog in ontwikkeling of zelfs in concept. Ze zijn er wel bijgevoegd om een gevoel te krijgen bij de Bartiméus stijl.

N.B.: Dit huisstijlboekje is sowieso nog incompleet. In een volgende versie volgen nog gedetailleerdere richtlijnen op de volgende terreinen:

- gebruik van het logo (minimaal formaat, minimale vrije ruimte rondom het logo, afstand tot de rand) voor zowel offline als online middelen
- interlinie bij gebruik van langere teksten
- kolom- en vlakverdeling bij brochures, flyers, jaarverslagen e.d.

Daarnaast werken de links naar audiobestanden uiteraard nog niet.

Stationery (in ontwikkeling)



briefpapier

vervolgvel
Bartiméus en
Bartiméus Fonds
gebruiken hetzelfde
vervolgvel

briefpapier



with compliments

enveloppen

(in ontwikkeling)

Bartiméus:
fonds

Voor alle mensen
die slechtziend of blind zijn

bord op de gevel

www.bartimeusfonds.nl

**Steun ons
onderzoek
naar
zeldzame
oogaandoe-
ningen.**



Bartiméus: fonds
100% leven

banier

B:

Bartiméus:
fonds

Voor alle mensen
die slechtziend of blind zijn

bartimeusfonds.nl

beachflag

Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

(concept)



Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

(concept)

Folder covers



**Sterker in
het leven
staan**

Bartiméus:

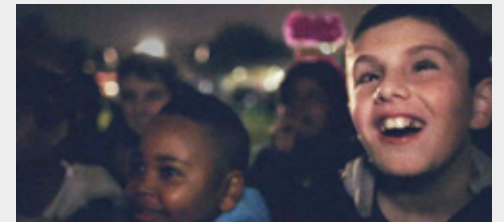
**Sterker in
het leven
staan**



Bartiméus:

**Sterker in
het leven
staan**

Bartiméus:



**Sterker in
het leven
staan**

Bartiméus:

Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

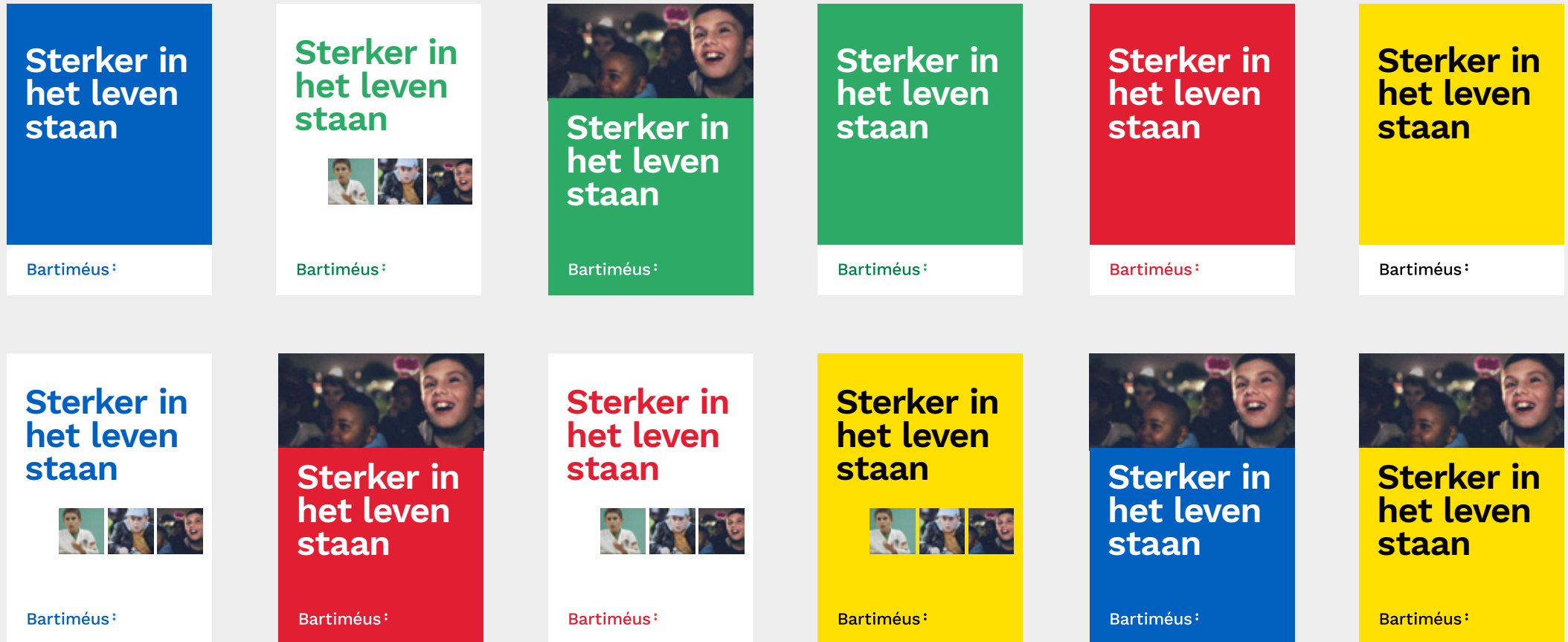
Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

(concept)

Folder covers



Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

(concept)

Folder binnenwerk



Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

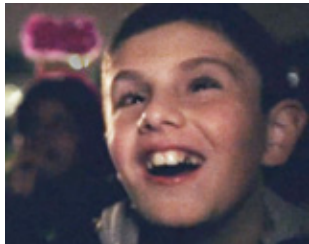
Voorbeelden

(concept)

Poster

Het gaat niet
om hoeveel
procent je ziet.

Het gaat om
hoeveel procent
je leeft.



Bartiméus:
100% leven

Steun ons
onderzoek naar
zeldzame oog-
aandoeningen.
Collecteweek
22 t/m 27 oktober.

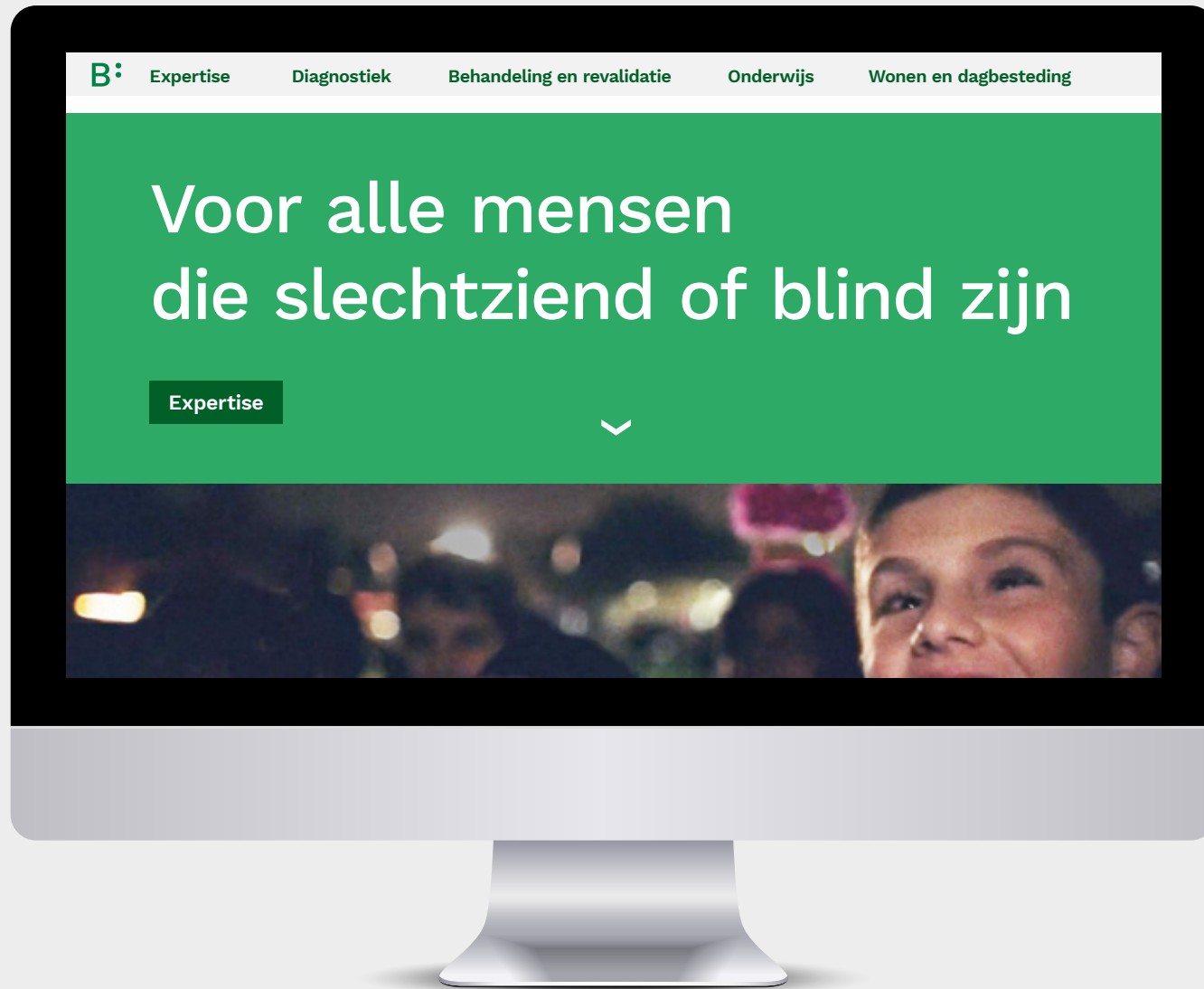


Bartiméus: fonds
100% leven

(concept)
Homepage



(concept)
Homepage



Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

(concept)
Homepage



Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

(concept)

Homepage

kleur instellen
door de
bezoeker

Bezoeker kan
zelf de grootte
van de letters
aanpassen



Logo

Typografie

Vormtaal

Kleur

Fotografie

Geluid

Taalgebruik

Voorbeelden

Bij vragen neem dan contact op met BVH

010 201 91 93

info@bvh.nl