



JAARBEURS

Brandbook

Zo bouw je mee aan het merk Koninklijke Jaarbeurs

Versie januari 2025

Merkmale



Bevlogen

Met persoonlijke aandacht, passie en inlevingsvermogen overtreffen we verwachtingen. Wij verwezenlijken een omgeving die inspiratie biedt, impact maakt en blijvende herinneringen creëert.



Duurzaam

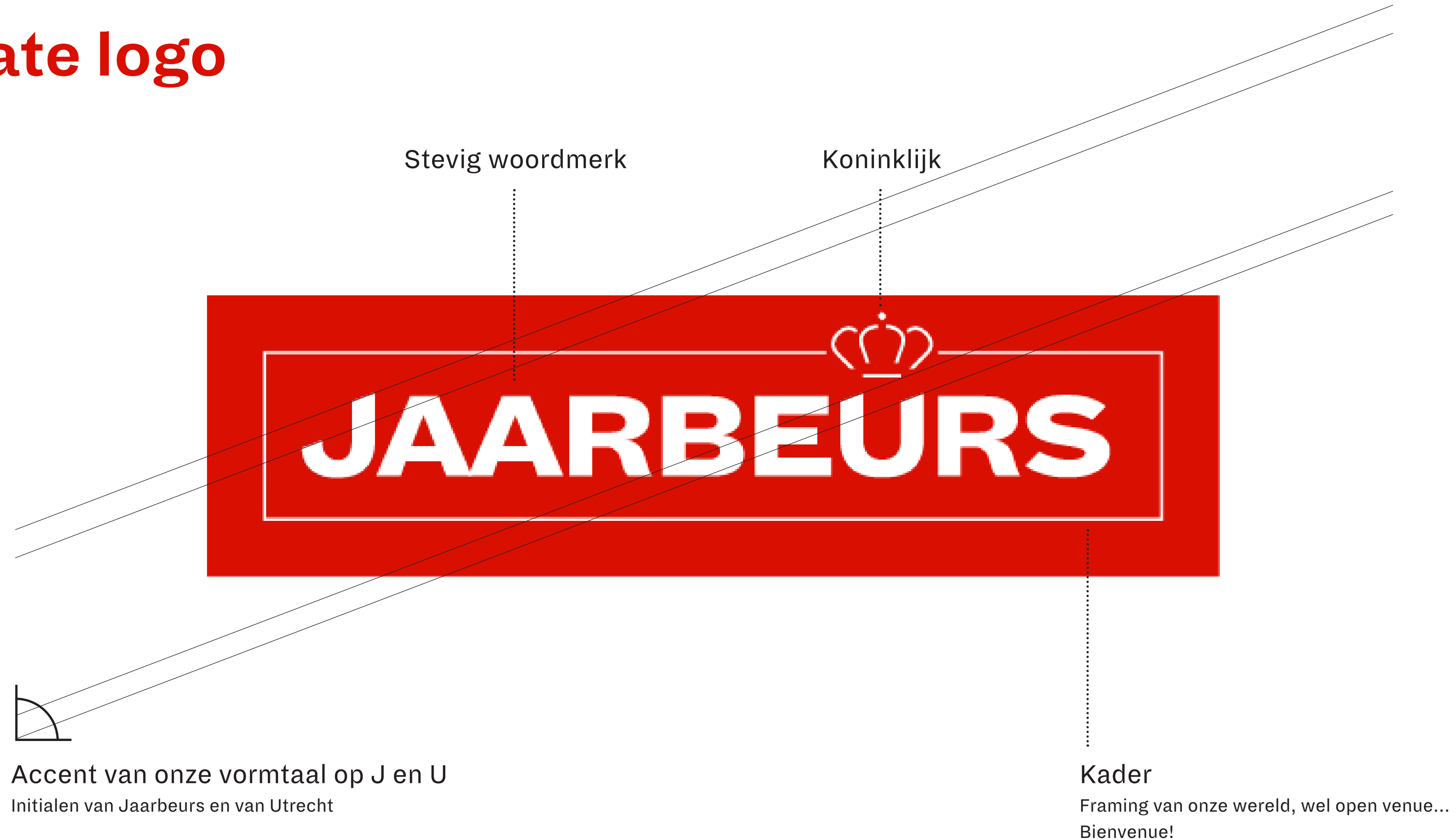
Wij geloven in een wereld waarin we zorgvuldig met elkaar en onze omgeving omgaan. We gaan voor duurzame relaties met onze klanten, leveranciers en voor de wereld om ons heen.



Vernieuwend

Door onze ervaring en kennis te combineren met de nieuwste digitale technologieën maken wij onze evenementen en die van onze klanten steeds waardevoller

Coporate logo



Stevig woordmerk

Koninklijk

Accent van onze vormtaal op J en U
Initialen van Jaarbeurs en van Utrecht

Kader
Framing van onze wereld, wel open venue...
Bienvenue!

Zo bouw je zelf met het merk Koninklijke Jaarbeurs

Logo



Corporate logo

Bovenstaand logo gebruiken we te allen tijde voor de corporate communicatie vanuit Jaarbeurs. Ook wordt dit logo gebruikt in de zakelijke communicatie (B2B) en voor events die vanuit Jaarbeurs zelf georganiseerd worden. Hiermee benadrukken we wat we als organisatie voor onze doelgroepen betekenen. Jaarbeurs is de afzender.



Internationaal

In de communicatie naar internationale doelgroepen gebruiken we het logo met onderin 'The Netherlands' om zo extra duiding te geven aan het land waar we gevestigd zijn en/of waar het event plaatsvindt.



Eigen beurzen en platforms

In de communicatie van eigen beurzen en platforms mag het logo zonder rode baksteen worden gebruikt. Er wordt dan 'Een evenement van' of een 'Een platform van' toegevoegd aan het logo.

Logo toepassingen do's



Het logo wordt als geheel gebruikt, dus met zichtbare rode blokvorm.



Als het noodzakelijk is mag het logo op rood worden geplaatst waardoor de rode blokvorm niet meer zichtbaar is.



Het logo mag op een afbeelding gebruikt worden.

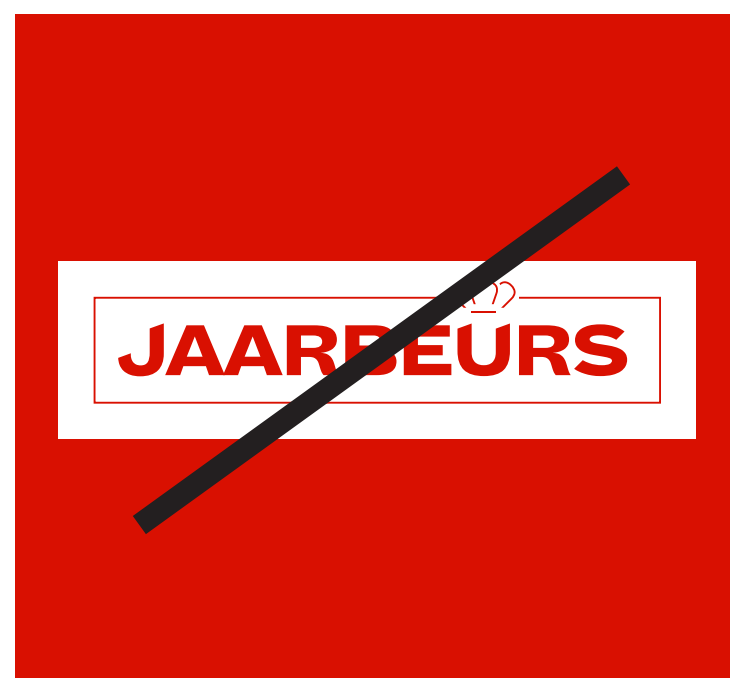


Het logo mag op een gekleurde achtergrond gebruikt worden, mits er voldoende contrast aanwezig is.



Alleen als het technisch niet mogelijk is om rood te drukken, mag het logo uitgespaard op een andere achtergrondkleur. Denk bijvoorbeeld aan het graveren in glas of staal of als preeg in papier.

Logo toepassingen don'ts



Er mag geen diapositieve versie van het logo worden toegepast, ook niet voor op een rode achtergrond.



Het logo mag niet uit verhouding worden geschaald.



Het logo mag niet met een schaduw gebruikt worden.



Het logo mag geen andere kleur worden gegeven.



Het logo mag geen andere tekst bevatten dan Jaarbeurs

Grid

Het grid zorgt dat alle elementen in de juiste verhouding op de juiste plaats staan. Het grid bestaat uit horizontale lijnen met een onderlinge afstand van 5 mm.

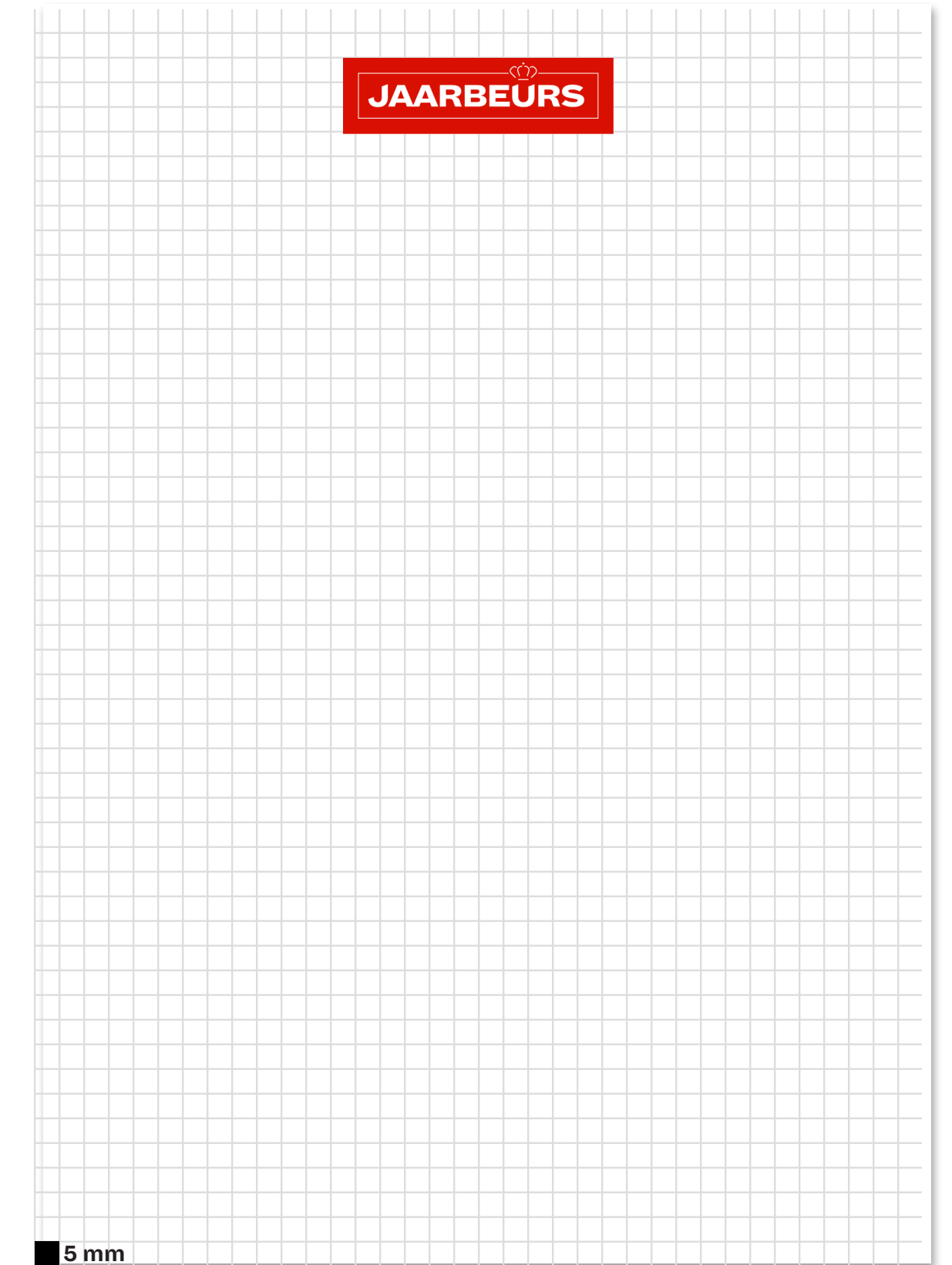
Het grid vindt zijn oorsprong in het logo. De hoogte van het logo is 5 eenheden waarbij het witte kader precies valt op de binnenste 3.

Het logo plaatsen we zoveel mogelijk gecentreerd bovenaan, in combinatie met het frame (zie pagina over 'Frame'). In overige gevallen wordt het logo gecentreerd onderaan geplaatst.

De afstand tot de randen is per middel vrij te bepalen. Zolang de afstand maar in eenheden van 5 mm is. Let specifiek op de zichtbaarheid van het logo als de uiting bijvoorbeeld in een clickframe geplaatst wordt. In een clickframe valt een flink stuk rand van de uiting achter het frame.



De afstand tussen het logo en de bladspiegel is gedefinieerd in gridblokjes van 1/5 van de hoogte van het logo. De hoeveelheid gridblokjes mag variëren.



Kleur

Jaarbeurs is rood. De kernwaarden vinden elkaar in een Utrechtse context met allure en eigenheid. We zijn zakelijk en vernieuwend, goed in balans dus niet schreeuwerig fel, maar ook niet stoffig bordeaux. Daarom deze roodtint.

Hiernaast staan de kleurcodes voor de meest gangbare processen. Mis je een bepaalde kleurcode? Neem contact op met de team Corporate Communicatie.

De secundaire kleuren zijn groen, als verwijzing naar het duurzame karakter van Jaarbeurs. Jaarbeurs Groen-grijs wordt toegepast als warme steunkleur toevoeging naast Jaarbeurs Rood. Bij meer specifieke duurzame uitingen krijgt Jaarbeurs Groen een prominente rol.

Primair

Jaarbeurs Rood

CMYK 0 92 95 11

RGB 217 16 1

#d91001

PMS 485 C (coated)

PMS 2347 U (uncoated)

Secundair

Jaarbeurs Lichtgroen

CMYK 12 1 12 2

RGB 228 238 228

#e4eee4

PMS: 621

(coated+uncoated)

Jaarbeurs Groen

CMYK 80 0 100 0

RGB 0 159 56

#009f38

PMS: 354

(coated+uncoated)

Typografie

Primair - Dia

De Dia is onze huisstijlletter. We gebruiken dit font voor alle gedrukte uitingen van het Jaarbeurs merk, zoals de stationary, brochures en signing. De Dia wordt ook gebruikt voor teksten in videoproducties.

Regelafstand

De regelafstand is 135% (kleine tekst in Regular of Bold) of 80% (grote tekst in Black) van de lettergrootte.

Bijvoorbeeld: een tekst van 10 pt heeft een regelafstand van 13,5 pt. Een tekst van 100 pt heeft een regelafstand van 80 pt.

Uitlijning

Bij voorkeur worden teksten linkslijnend toegepast. Grote (titel) teksten worden wanneer mogelijk links aflopend van het canvas geplaatst. Let daarbij altijd op de leesbaarheid.

Secundair - Calibri / Roboto

Calibri

Het font Calibri wordt gebruikt voor open Office bestanden, zoals Word documenten.

Roboto

Het font Roboto wordt online gebruikt, zoals op de website of in Powerpoint presentaties.

Dia Regular - gebruikt in bodycopy

Lorem ipsum

Soluptae quat occaborrum et occulparum verupta turionsequia et accum simolendam, volum que nus inusti ipitae ut explit officiam.

Calibri Regular

Lorem ipsum

Soluptae quat occaborrum et occulparum verupta turionsequia et accum simolendam, volum que nus inusti ipitae ut explit officiam qui dolla consequ.

Dia Bold - gebruikt in titels, (sub)koppen en inleidende teksten

Lorem ipsum

Soluptae quat occaborrum et occulparum verupta turionsequia et accum simolendam volum que nus, inusti ipitae ut explit.

Voor een compacter geheel moet de spatiëring op -25 pt staan.

Roboto Regular

Lorem ipsum

Soluptae quat occaborrum et occulparum verupta turionsequia et accum simolendam, volum que nus inusti ipitae ut explit officiam qui dolla.

Dia Black - gebruikt in grote titels/koppen

Lorem ipsum

Dia Black is visueel het meest onderscheidend. Voor een compacter geheel moet de spatiëring op -50 pt staan en is de regelafstand kleiner dan de lettergrootte (80%).

Roboto Bold

Lorem ipsum

Soluptae quat occaborrum et occulparum verupta turionsequia et accum simolendam, volum que nus inusti ipitae ut explit officiam qui dolla.

Frame

Het frame is een stijlelement en hulpmiddel om te gebruiken als aandachtvanger en -houder.

Het frame wordt gekoppeld aan het Jaarbeurs logo. Hiervoor zijn twee opties mogelijk.

Als het logo met zichtbare rode blokvorm wordt gebruikt, is optie A van toepassing. De lijn van het frame is gepositioneerd op halverwege de hoogte van het logo, met openingen tussen frame en logo. Als het logo zonder zichtbare rode blokvorm wordt gebruikt, is optie B van toepassing. De lijn van het frame sluit dan aan op de niet zichtbare rode blokvorm van het logo.

Het frame wordt ook gekoppeld aan een grote titeltekst, met openingen tussen frame en letters. De openingen zijn de helft van de regelafstand van de titeltekst. Voorbeeld: bij een regelafstand van 48 pt is de opening 24 pt, gemeten vanaf kapitaalhoogte (bovenkant) en basislijn (onderkant).

Het frame loopt altijd rechts uit beeld en is dus nooit volledig als sluitende vorm zichtbaar.

De dikte van het frame moet normaal gesproken gelijk zijn aan de dikte van de lijn in het logo. Echter, wanneer het logo op een zodanig klein formaat wordt gebruikt waardoor het frame niet optimaal zichtbaar is, dan mag de dikte van het frame afwijken.



Optie A De opening tussen frame en logo is 1/5 van de hoogte van het logo.



Optie B Het frame sluit aan op de niet zichtbare rode blokvorm van het logo.



Fotografie

Voor Jaarbeurs zijn we op zoek naar een heldere corporate beeldvisie die aansluit bij de identiteit van Jaarbeurs. Om te zorgen voor herkenning en consistentie hebben we een document met richtlijnen en aanknopingspunten opgesteld voor fotografen.

Voor vragen neem contact op met: communicatie@jaarbeurs.nl

Samengevat een aantal belangrijke elementen:

- De foto's moeten het gehele verhaal van een beurs of event vertellen; van overzicht tot detail, van emotie tot interactie.
- Focus op interactie, mensen en producten.
- Wat maakt de beurs uniek? Zoek de verschillende kenmerken anticipeer daarop tijdens de shoot.
- Zorg ervoor dat de merkwaarden van Jaarbeurs terug te zien zijn in de foto's: vriendelijk, duurzaam en vernieuwend.
- Let bij het gebruik van foto's altijd op privacy.
- Vermeld bij het plaatsen van foto's de naam van de fotograaf, tenzij anders is afgesproken.



Posters

Poster templates

Heb je vragen of wil je een poster maken in de stijl van Jaarbeurs, dan kun je contact opnemen met de afdeling communicatie: communicatie@jaarbeurs.nl.



Voorbeelden





J A A R B E U R S

Voor vragen over de Jaarbeurs-huisstijl of de toepassing ervan,
kun je contact opnemen met team Corporate Communicatie:

communicatie@jaarbeurs.nl