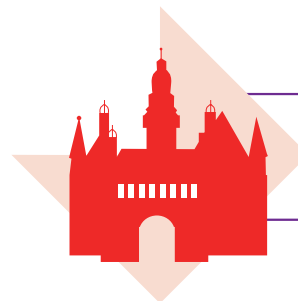


LOGO HUISSTIJL GIDS

JULI 2020



WIJCHEN =

SAMEN ONTDEKKEN

INHOUD

Vooraf	3
Kernwaarden	4
Logo	8
Kleurgebruik	11
Typografie	12
Logo samen genieten	15
Logo samen ondernemen	16
Icoon	17
Fotografie	22
Poster	23
Banieren	25
Vlaggen	26
Corona Branding	27
Promotie	28

**U KUNT DE HUISSTIJLELEMENTEN
OPVRAGEN VIA WWW.WIJCHENIS.NL**

VODRAF

‘Wijchen is een dorp en daar zijn we trots op. Een dorp met veel voorzieningen en een prachtige combinatie van historie en innovatie waar mensen zich welkom voelen om (samen) te ondernemen, wonen en werken.’

Het lijkt zo eenvoudig, we hebben allemaal wel een idee waar Wijchen voor staat of wat Wijchen met ons ‘doet’. Maar wat maakt gemeente Wijchen nu eigenlijk anders dan andere gemeenten? Waardoor willen bedrijven ondernemen, toeristen recreëren en inwoners (blijven)wonen in Gemeente Wijchen. Om gemeente Wijchen te branden hebben we tijdens de brandingssessies antwoord gekregen op deze belangrijke vragen.

START

Op initiatief van Wethouder Nick Derks werden er gesprekstafels georganiseerd om input op te halen voor het ontwikkelen van de nieuwe economische en toeristische visie. Tijdens de gesprekstafels ging het vooral om de sterktes en zwaktes, kansen en bedreigingen voor bedrijven(terreinen), retail, toerisme en de arbeidsmarkt in beeld te krijgen. Vanuit Retail en Toerisme zag men kansen in het gezamenlijk branden van Wijchen.

CITYMARKETING - DORPSPROMOTIE

Wat zijn nu eigenlijk onze speerpunten? En hoe dragen we deze gezamenlijk uit? Want hoe mooi zou het zijn als de branding van Wijchen door al deze mensen zelf ‘ontstaat’ en ‘groeit’.

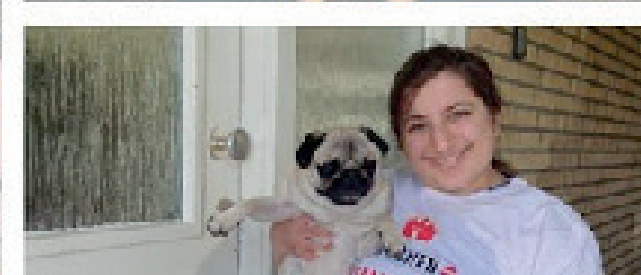
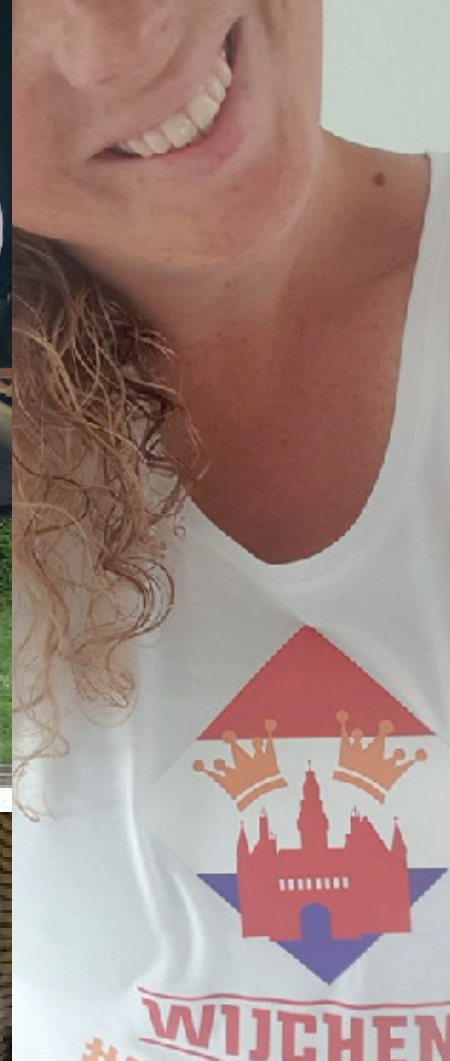
Vanuit deze steeds duidelijkere vraag is er een vervolgtraject gestart om antwoord te krijgen op al deze vragen. We zijn op zoek gegaan naar brede input van verschillende stakeholders, inwoners, ondernemers, organisaties uit Gemeente Wijchen, om draagvlak te creëren voor de citymarketing van de gemeente Wijchen. Samen met Roel Jansen van ‘Visit

Arnhem Nijmegen’ en Tessa Massop van ‘Dix Design’ zijn er branding- en inspiratiesessies gehouden en zijn er mooie kernwaarden naar boven gekomen.

En toen kwam Corona om de hoek kijken en lag het traject stil, dachten we. Maar onderhuids groeide het lokale gevoel. Gemeente Wijchen liet zien waar ze goed in is namelijk dat je dit SAMEN oppakt. Samen betekende in dit geval ondernemers, inwoners en gemeente. Massaal werden er o.a. T-shirts, ansichtkaarten gekocht, er kwam een mega digitale reclame langs de snelweg en er ontstond met het bestaande WIJCHEN= beeldmerk een ware Wijchense Hype.

Zo is het gezamenlijk uit te dragen beeldmerk van Wijchen spontaan geboren; het bestaande Wijchen= logo staat symbool voor waar Wijchen voor staat. Op het bestaande beeldmerk zijn twee varianten ontwikkeld. Want vanuit horeca & toerisme kwam tijdens de coronacrisis de vraag voor een groene variant van het beeldmerk met de tekst Wijchen= samen genieten. Voor de zakelijke markt is de blauwe variant toegevoegd Wijchen= samen ondernemen.

Mede dankzij de gezamenlijke inzet van Gemeente Wijchen, Visit Arnhem Nijmegen, Centrum Management Wijchen, stakeholders en vooral door deze bijzondere periode, is er een beeldmerk ontstaan waar we met z’n allen trots op mogen zijn. Een branding die we samen gaan uitdragen. Dit huisstijlhandboek reikt de tools aan zodat iedereen het beeldmerk kan gebruiken.



KERNWAARDEN

DIT IS WIJCHEN

SAMEN

We doen het samen

Samen ontdekken

Samen werken door samenwerken

Samen genieten

GASTVRIJ

We zijn er voor iedereen

Wij zijn trots op onze dorpse gastvrijheid

Wij willen dat mensen zich welkom voelen in Wijchen. Je welkom voelen geldt niet alleen voor onze bezoekers. Welkom voel je je ook als je als inwoner naar het Huis van de Gemeente komt en je vriendelijk wordt begroet en wordt geholpen. Welkom voel je je als er een mooie routekaart is die je kunt gebruiken voor je fietstocht. Welkom zijn als ondernemer waardoor je de mogelijkheden gaat zien van ondernemen in Gemeente Wijchen. De wijze waarop we met elkaar omgaan is hierin natuurlijk doorslaggevend. Communicatie uitdragen is niet alleen extern, maar moet ook binnen de gemeente en bijvoorbeeld ondernemers intern worden uitgedragen. Samen blijft hierin het sleutelwoord!



KERNWAARDEN

**DIT IS
WIJCHEN**

GROEN

We zijn een groene gemeente en genieten daar van!

Niet alleen inwoners maar ook bezoekers van buiten af
genieten van onze natuur, fiets- en wandel routes.

CENTRAAL

Wij hebben een centrale ligging in de regio

Wij staan open voor regionale samenwerking

KERNWAARDEN

DIT IS WIJCHEN

INNOVATIE

Wij brengen innovatie & historie samen in ondernemen, wonen en werken

Wij kijken samen naar de toekomst.

Wij zijn een gemeente met vernieuwende ondernemers

HISTORIE

Al 6000 jaar weten de mensen dat het goed toeven is in de gemeente Wijchen. Mensen willen hier al eeuwen wonen door de gunstige ligging op de hoge, droge, rivierduin en de vruchtbare gronden van het rivierenlandschap tussen Maas en Waal. Zo was dit gebied al in de prehistorie bewoond. Daarna kwamen de Romeinen. Zij legden hier grote landbouwcomplexen aan met luxe villa's. Wijchen was een inheems Romeinse nederzetting van regionale betekenis. Na de Romeinen namen de Merovingers deze positie over. In de middeleeuwen werden veel gebouwen versterkt. Zo ontstonden burchten, kastelen, hofsteden en versterkte boerderijen. Wijchen werd het Land van Heerlijkheden. Ook kennen we hier een bijzondere religieuze ontwikkeling en werden er al vroeg kerken gesticht. Van de overgebleven zichtbare historie, is Kasteel Wijchen één van onze grootste blikvangers.





LOGO

Het paars-rode logo, samen ontdekken is het basis logo. Dit logo wordt gebruikt in alle algemene communicatie.

LOGO

Vierkante logo alleen gebruiken als er niet genoeg ruimte beschikbaar is



WIJCHEN =

SAMEN ONTDEKKEN





LOGO

Het logo mag in deze drie variaties worden gebruikt. Waar kan wordt het basis logo gebruikt!



horeca & toerisme



B2B

KLEUR

De rode kleur sluit aan
bij de kleur rood van
Gemeente Wijchen

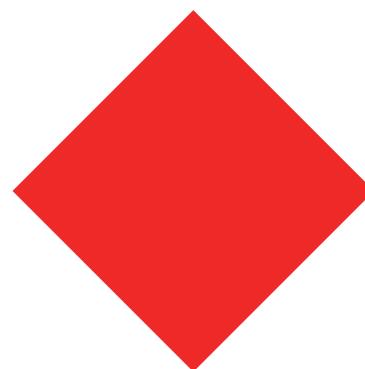


PAARS

C	70
M	0
Y	100
K	0

R	112
G	34
B	131

702283

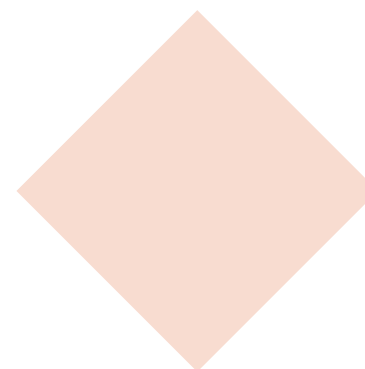


ROOD

C	0
M	96
Y	95
K	0

R	228
G	31
B	27

e4161b



ROZE

C	2
M	14
Y	14
K	0

R	249
G	227
B	218

f9e3d9



TYPOGRAFIE

GEBRUIK

Voor alle drie onderdelen (samen ontdekken, samen genieten en samen ondernemen) gelden deze regels. De 718 is het huisstijl lettertype voor alle teksten. Met uitzondering van citaten op koppen die los staan van alle tekst mag de Montana gebruikt worden. Hier moet met zorg mee worden omgesprongen!

PLATTE TEKST

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!@#\$%&*!?

KOPPEN IN PLATTE TEKST

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!@#\$%&*!?

CITATEN & OPVALLENDE KOPPEN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%&*!?

TYPOGRAFIE

HIERARCHIE

Het gebruik van hiërarchie wordt toegepast zoals hierboven is afgebeeld. Titels en Citaten gebruiken 718 Medium. Voor paragrafen wordt 718 light toegewezen. Dit lettertype is geschikt voor een corpgrootte van minimaal 8.

718 MEDIUM

CIUM LABO ET ARIASSU
VELLACCUS REM EIUM

718 LIGHT

Sed quiaae. Lorruntion perspernam, eles eiciam
faceper chillorem que qui omnis accullis moloria
sam repta dolore el eium volores nam, venimin
non nossus ea volo quaspis aut aut lat illacia aut
mo con cor accat re voluptius eicipsum sunte et
volupta tionessunt.

Id estius. Mo vent, sedipsapit, consequid que
non consed ma dolest, que dellendae nullaut
omnimus daectatem quam, cuptaspe voluptae
versper uptamendae versperchil millorrum ex
excepe qui nobissi blab iumque veliberrum num
quis maxim aut es erchillutet et ulpa diti re plabo.
Nam aut es deniendis sint.

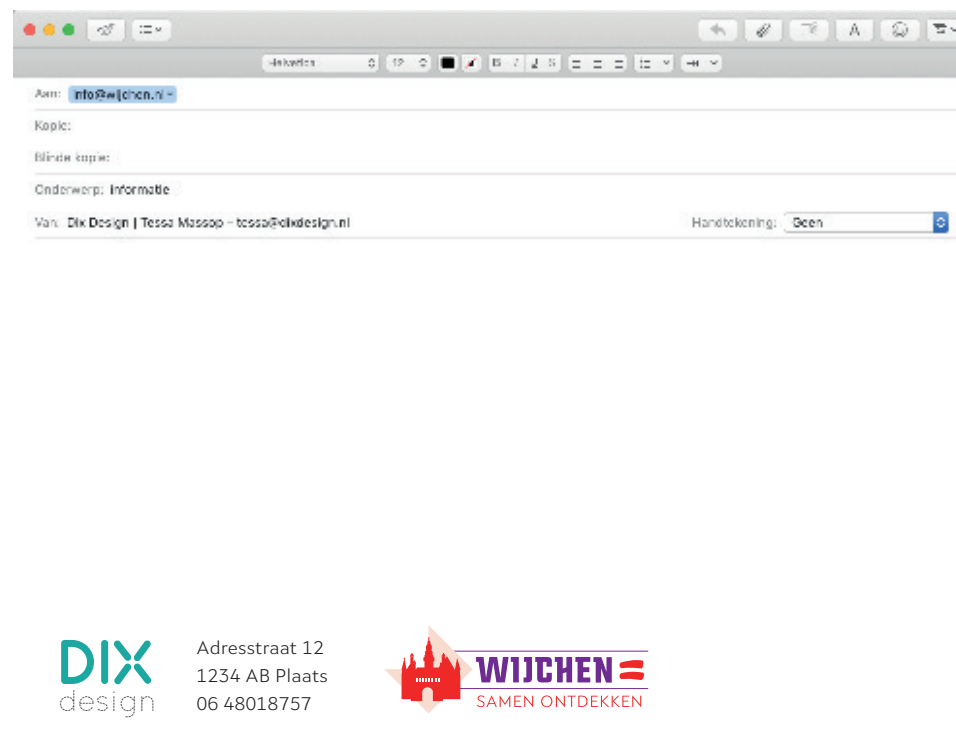
DUNDISITA
TIOS QUO
QUAS DUCIPID
ERIDRUM

MONTANA

DIGITAAL

WORD

Wilt u gebruik maken van de huisstijl van Wijchen om iets te ontwerpen, volg de regels die hier beschreven staan rondom typografie. Mocht u het lettertype 718 niet kunnen gebruiken, kunt u het lettertype VERDANA als uitzondering gebruiken.



Om samen het logo en de gemeente Wijchen zichtbaar te maken kunt u het logo plaatsen in uw digitale handtekening. Ook op uw briefpapier kunt u het logo toevoegen. Alleen samen kunnen wij gemeente Wijchen promoten!

LOGO

Logo voor ondernemers in
horeca & toerisme



LOGO

Logo voor B2B ondernemers



ICOON

Het icoon van het kasteel mag op social media losstaand gebruikt worden. Het kan daarnaast ingezet worden als bladwijzer en als bijvoorbeeld dessin op promotie materiaal.

Als het als bladwijzer gebruikt wordt zoals in dit document. Dan moet er genoeg ruimte aan alle kanten in acht genomen worden.

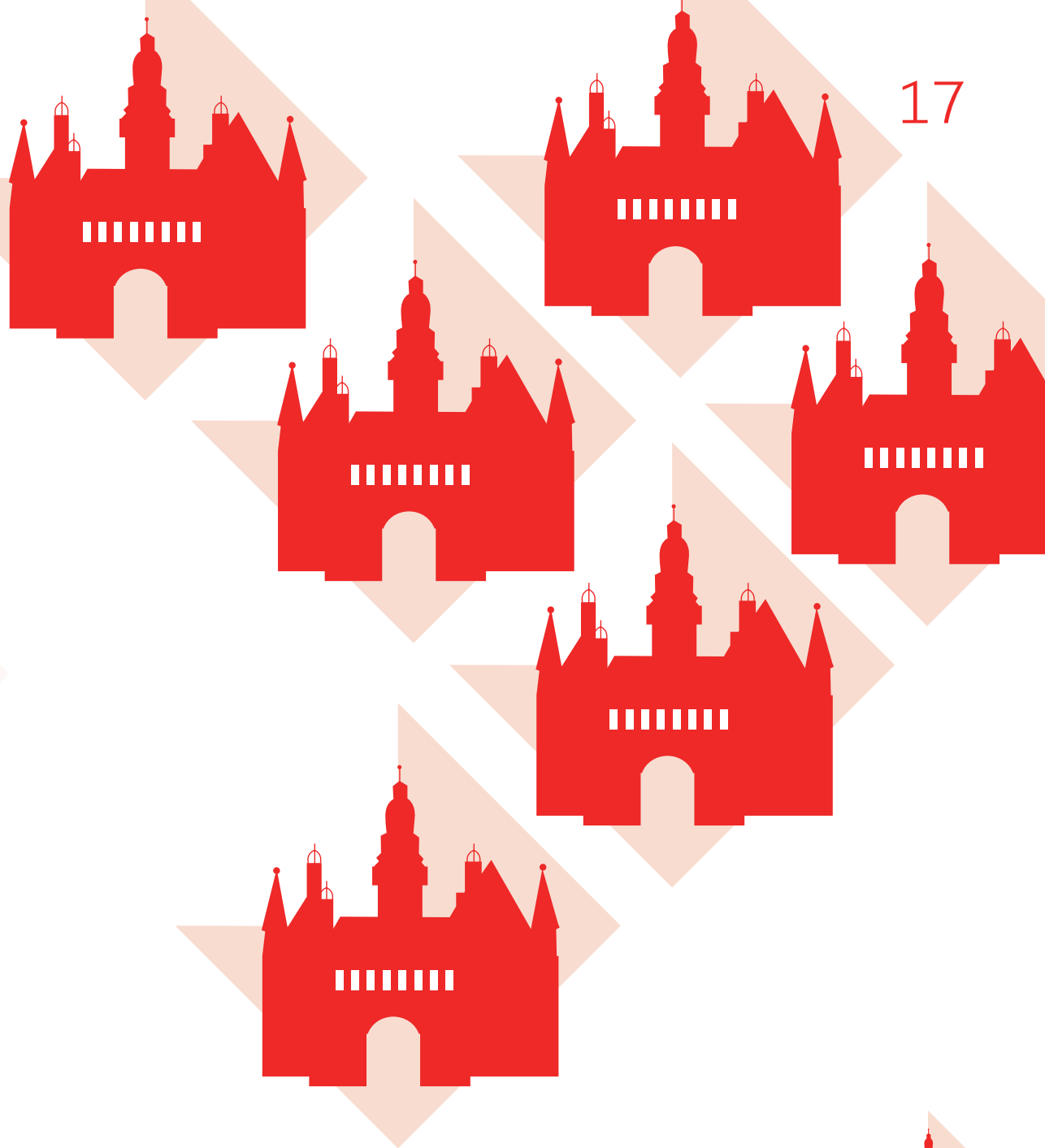


FOTO GRAFIE

Header beeld moet altijd geplaatst worden in een rechthoek met schuine rand. Daarnaast moet in dit beeld de driehoek altijd terug komen. Er kan gekozen worden voor een witte achtergrond of 'gespeeld' worden met de roze achtergrond.



Witte balk bovenin zodat het logo goed tot zijn recht komt

Foto is altijd geplaatst in liggend rechthoek met 1 schuine hoek.

Huisstijl driehoek komt terug in raster variant. Keuze in mindere dekking of de optie : vermenigvuldigen. Afhankelijk van de foto.

POSTER





27 APRIL 10.00 TOT 16 UUR
HAPPEN & TRAPPEN

GENIETEN VAN NATUURSCHOON & LEKKER ETEN

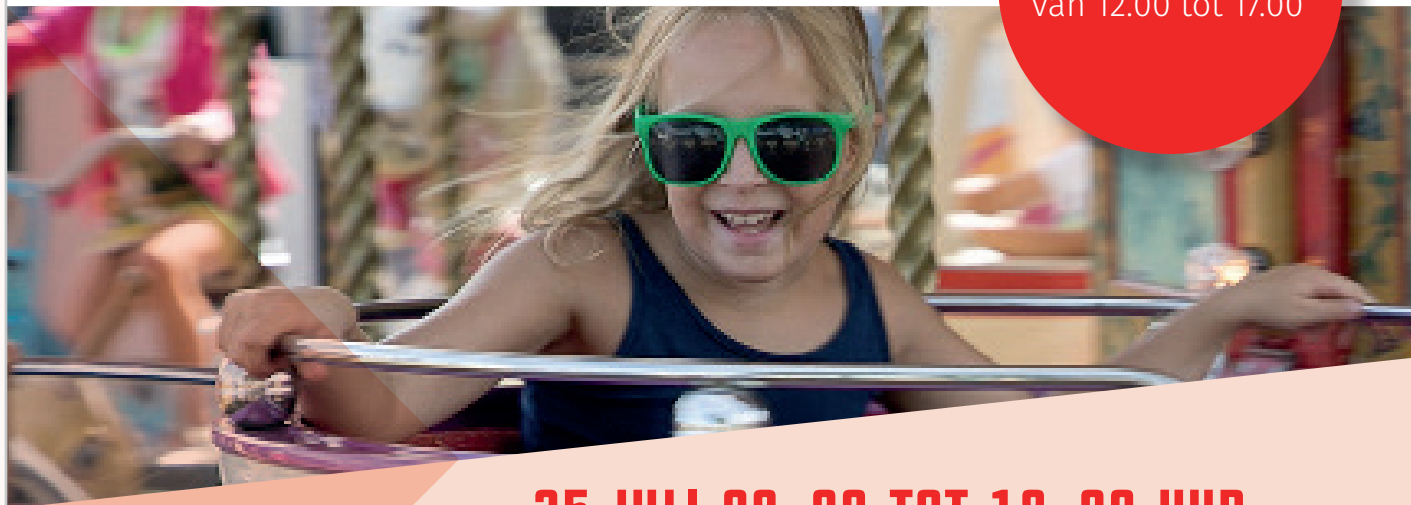


20 NOVEMBER 2020
DAG VAN DE ONDERNEMER

EEN INITIATIEF VAN MKB-NEDERLAND

provincie
Gelderland

LIGGEND
FORMAAT
POSTERS
SOCIAL
DIGITALE
BORDEN



WIJCHEN
SAMEN ONTDEKKEN

KOOPZONDAG
van 12.00 tot 17.00

25 JULI 09.00 TOT 18.00 UUR
BATENBURGSE DAG
GEZELLIG DAGJE UIT VOOR HET HELE GEZIN

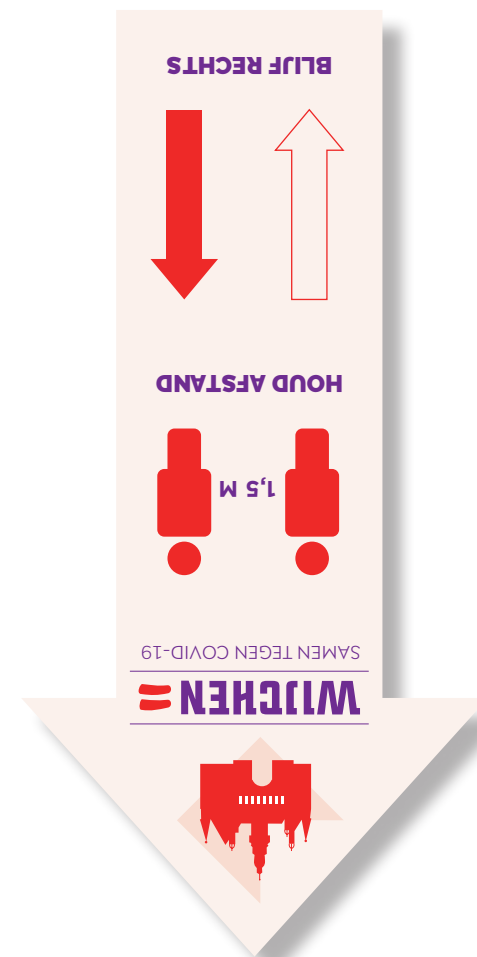
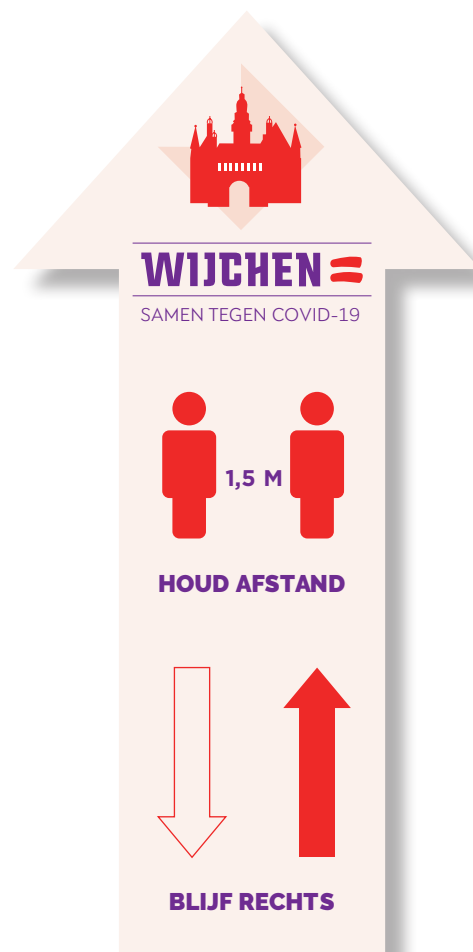
BANIEREN



VLAGGEN



CORONA BRANDING



SUGGESTIES PROMOTIE

Er zijn tijdens de sessies ontzettend veel mooie ideeën 'geboren'. De aankomende tijd gaan wij kijken, welke plannen ook daadwerkelijk gerealiseerd kunnen worden.

Website, koppelingen Facebook
Webshop waar je alles van Wijchen kunt kopen (bier, chocolade, lied, beeld Emilia)
Bewegwijzering
Sprookjesboek Emilia
Patatje Wijchen
Groeten uit Wijchen
Lied
Zweetband die je kunt weggeven tijdens vierdaagse en strong Viking
Ambassadeurs
Toolkit met een startsessie op bijvoorbeeld een netwerk avond met een prijs voor beste ondernemer die Wijchen uitdraagt
Inpakpapier
Spel
Winkeltassen
Loyaliteitspas
Made in Wijchen (sticker, stempel)
Magazine, boekjes
Filmpjes
Beeld zoals I'AMSTERDAM
I love Wijchen sticker voor alle emporium bezoekers
Sportevenement voor kinderen
Belevenis concept voor kinderen (Romeinse tijd)

Uitbreiding Strong Viking Centrum Editie
Placemat Wijchen
Kunstzinnig beeld Emilia, met een tentoonstelling, verschillende kunstenaar maken een uiting van Emilia bijvoorbeeld jong / oud, klassiek, beeld, schilderij
Sjaal uitdelen met vierdaagse
Eigen Wijchense munt
Kunst door Wijchen heen die de kenmerken van Wijchen laat zien
Elektrisch vervoer
Route van station naar centrum, rode loper uit voor mensen, goede bewegwijzering, banners, kasteeltuinen, misschien een historie route
Meer jeugd geïnteresseerd maken voor de geschiedenis, escape room, VR Bril

Vanuit een sociaal initiatief zijn er inmiddels al heerlijke Emilia Koekjes op de Wijchense markt



SUGGESTIES PROMOTIE

WIJCHEN PROMO TEAM

We roepen het Wijchen Promo team in het leven. Deze mensen worden actief geworven, mogen meedoen aan een promo-team training en krijgen daarvoor een waar certificaat. Gastvrijheid is een van de belangrijkste eigenschappen voor een dorp/stad. Als bezoekers tevreden zijn is de kans dat ze meer besteden, langer in de stad verblijven en graag nog eens terugkomen een stuk groter. En hun positieve ervaringen delen ze met anderen. Zo wordt het promo-team uitgebreid door elk optreden wat zij doen.

De rol van het promo-team is niet alleen vrijwilligers werk, we laten ze voelen dat het een eer, prestige is om Wijchen te vertegenwoordigen, je hebt een zichtbare rol. Het heeft daarnaast twee kanten, een is de vrijwilliger die je meeneemt in het Wijchen gevoel en hem of haar dit laat delen, en de andere doelgroep is de bezoeker. Het promo-team staat op belangrijke evenementen voor de bezoekers klaar, heet mensen welkom en geeft informatie (Sprookjesfestijn, Vierdaagse, Kermis etc.)

DORPSWANDELINGEN

De wandelingen dragen bij aan de marketing van Wijchen door middel van samenwerkingen met lokale bedrijven. De stops bij deze bedrijven zijn een belangrijk onderdeel van het verhaal, en het lokale bedrijf krijgt meer mensen over de vloer die mogelijk later terug komen. Ook bieden de wandelingen mogelijkheden voor de persoonlijke ontwikkeling van de lokale bewoners die als gids fungeren. Verder versterken zij de burgerlijke trots onder zowel de gidsen als lokale bewoners die mee gaan op de tour. Verder zijn de wandelingen in staat om de perceptie van de stad onder bezoekers te beïnvloeden, en zijn ze belangrijk in de beeldvorming van de stad voor nieuwe

bezoekers. De wandelingen kunnen worden begeleid door mensen uit het promoteam.

Deze dorpswandelingen kun je opsplitsen in verschillende doelgroepen: Culturele wandeling, een all-inclusive wandeling, een horeca-beleving, een wandeling met e-steps (geen wandeling meer maar wel hip en leuk)

WORKSHOPS & MARKETING

Vanuit de gemeente kunnen de lokale bedrijven worden gepromoot op de sociale media platforms van de campagne, en organiseren we business en marketing workshops voor lokale bedrijven. Ondernemers kunnen workshops volgen op het gebied van marketing, social media en promotie, brainstorm, evenementen.

MAGAZINE GEMAAKT DOOR EEN TEAM VAN VRIJWILLIGERS UIT HET DORP

In dit magazine kunnen alle mooie plekjes, markante bewoners een plek krijgen, ondernemers een plek krijgen. In Zevenaar is door DixDesign een soort gelijk project gestart met een groep van 30 vrijwilligers. Deze mensen gingen door workshops, al snel aan de slag met redactie, fotografie, illustreren. Het werd een mooie glossy voor en door inwoners, waar heel veel mensen erg trots op zijn. Daarnaast is het promotioneel een geweldig mooi product.

DORPSGIDS

Zoals bovenstaan alleen dan meer gericht op bezienswaardigheden, leuke uitgaansgelegenheden, een verhaal over Emilia, een recept, etc etc

