

Huisstijl richtlijnen

Versie 1.0 april 2020

VIDEO

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	3
Missie, visie, positionering.....	4
Communicatiegedachte.....	5
Coloring/Codec	5
Cameravoering en editing	5
Uitzonderingen	5
Titel/intro	7
Inzetjes, naam	9
Inzetjes, info	9
Outro.....	11
Meer informatie en contactgegevens	12

Voorwoord

De uniforme huisstijl, de positionering van Stadlander en de gezamenlijke vertrekpunten voor alle communicatie, zorgen ervoor dat Stadlander verschillende (overlappende) stake-holders op een afwisselende en vernieuwende manier steeds creatief kan blijven benaderen en toch een consistent beeld van Stadlander weet te creëren.

Deze huisstijlrichtlijnen voor video zijn een aanvulling op de algemene huisstijlrichtlijnen welke apart beschreven zijn.

Dit huisstijlhandboek van Stadlander is een belangrijk hulpmiddel bij de productie van gedrukte en digitale media. Het boek geeft inzicht in de huisstijl van Stadlander en dient als voorbeeld voor alle richtlijnen die wij stellen aan de huisstijl.

In het voorjaar van 2011 is de huisstijl van Stadlander geïntroduceerd. Ze is ontworpen door ROGG Bergen op Zoom. Vanaf dat moment is gestart met de opbouw van dit huisstijlhandboek. Dit boek beschouwen we als een groeidocument waarin gaande de verdere ontwikkeling van de huisstijl toevoegingen en aanpassingen zullen worden gedaan.

Missie en Visie

Missie en visie

Alles wat wij bij Stadlander doen, doen we vanuit onze gezamenlijke missie. Stadlander staat voor het duurzaam huisvesten van mensen die niet zelfstandig in het wonen kunnen voorzien. Samen met onze partners werken we aan duurzame wijken en kernen waarin het prettig wonen is.

Vanuit deze missie volgt onze visie

Stadlander richt zich op het verhuren van woningen. Daarbij houden we rekening met ontwikkelingen in de samenleving. Voor de primaire doelgroep hebben we voldoende woningen met aanvaardbare woonlasten en bijpassende kwaliteit. Voor de andere doelgroepen hebben we ook woningen met een passende prijs en kwaliteit. Samen met onze stakeholders werken we aan een totaalaanpak van gedifferentieerde wijken en kernen. Dit kan omdat we een efficiënt werkende, financieel gezonde corporatie zijn, die verankerd is in de samenleving, de huurder centraal stelt en duurzaam ondernemerschap nastreeft. We benaderen de volkshuisvestelijke opgave regionaal en geven daar lokaal invulling aan.

In ons werk houden we ons aan deze kernwaarden:

STAP B

- Samenwerking
- Trots
- Ambitie
- Professionaliteit
- Betrokkenheid

Positionering

Wij zijn Stadlander. Een woningcorporatie in West-Brabant en Tholen. Wij willen dat onze huurders prettig wonen, nu en in de toekomst. De naam van onze corporatie verwijst naar de omgeving waarin we werkzaam zijn en de grote variëteit aan onderwerpen waarvoor wij ons inspannen. We zijn actief in de stad en in de dorpen. Het sociaal en economisch leefbaar houden van de kernen op het platteland en de herstructurering van wijken in de stad zijn allebei even belangrijk en vergen forse investeringen.

Onze huurders zijn ook Stadlanders. Samen maken we ons sterk voor ons gebied. Met een stad die bruist. En een landelijk gebied waar het leven aangenaam is. Met woningen die passen bij wat onze huurders willen. Betaalbare woningen met kwaliteit. Woningen voor iedereen, van jong tot oud. Met alle mogelijkheden om door te groeien. Want een Stadlander kijkt verder. Hij heeft oog voor de dag van morgen. Een Stadlander wil ook later in zijn vertrouwde omgeving wonen. Zelfstandig als het kan. Met hulp als het moet.



Communicatiegedachte

Stadlander tracht helder, duidelijk en eerlijk te communiceren met haar doelgroepen. Deze waarden worden doorgevoerd in taal en beeld. Voor video geldt in beginsel, net als voor fotografie, dat de doelgroep zichzelf herkent of kan identificeren met het beeld. Daarom worden, voor zover mogelijk, altijd 'echte' mensen vastgelegd i.p.v. modellen of acteurs.

Coloring

Door middel van nabewerking kan videomateriaal nog op allerlei wijzen beïnvloed worden. Tenzij een specifiek project hier om vraagt is de stelregel dat Stadlander kleurcorrectie etc. ingezet wil hebben om de realiteit zo goed mogelijk te benaderen. Trends, effecten en hypes voor wat betreft nabewerking en coloring, worden vermeden.

Cameravoering en editing

Door met verschillende camera's/standpunten op te nemen wordt een videoproductie minder statisch en dus interessanter voor de kijker. Indien de productie zich hiervoor leent, is dit een wenselijke werkwijze.

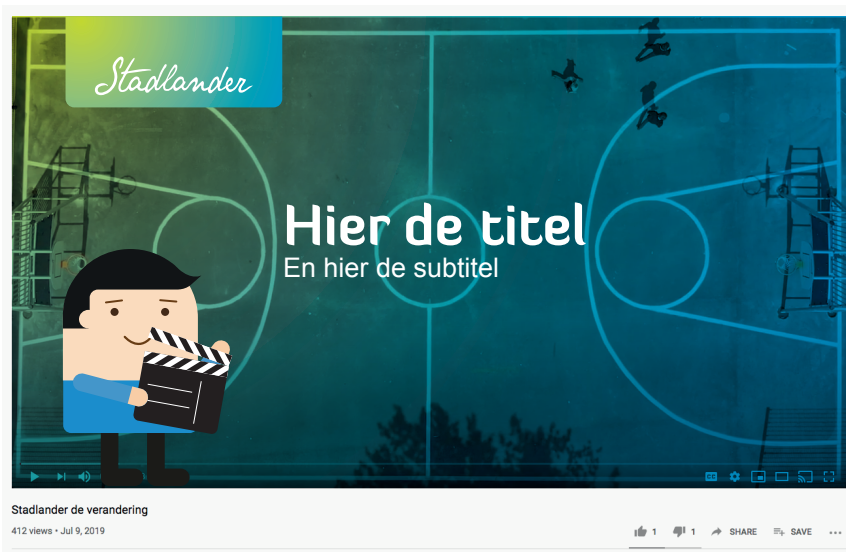
Ook hier geldt echter weer (specifieke projecten uitgezonderd) dat een productie feitelijk blijft. Dus geen onrustige cameravoering/editing of andere effecten die niet de doelstelling van de productie ondersteunen.

Uitzonderingen

De huisstijlrichtlijnen mogen nooit een dwangbuis zijn. Daar waar een project vraagt om een specifieke benadering moet dit mogelijk zijn. Dit zal echter altijd op voorhand met de afdeling communicatie worden overlegd en afgestemd.

Let op de volgende aandachtspunten:

- De opnamen zijn fris en natuurlijk van kleur
- Real time video, geen gebruik van bijzondere technieken zoals slow motion, stop motion, fast forward etc.
- De situatie in beeld is spontaan en ongedwongen, er wordt niet geacteerd
- De personen in beeld zijn geloofwaardig en ze passen in de context waarin ze zijn vastgelegd
- Het scenario is herkenbaar voor de doelgroep, het geeft een realistisch beeld van de werkelijkheid.
- Er is interactie zichtbaar in beeld. Dat kan zijn tussen de mensen in beeld, of met een persoon buiten beeld.



Titel/Intro

Video's geproduceerd in opdracht van Stadlander, tonen altijd Stadlander als de afzender. Er zijn diverse intro's en outro's (ook wel bumpers) beschikbaar, die aan het begin en einde van iedere video voor gebruikt kunnen worden.

Het titelscherm van een Stadlander video kent zoveel mogelijk een vaste vorm.

Het intro bestaat uit een still van de video met overlay (multiply) van het Stadlander verloop.

Het logo van Stadlander staat links boven in het bekende verloopkader.

De titel: Fade-in
gezet in Diavlo bold
Subtitel: Fade-in na titel
gezet in Arial regular.

Er zijn 2 variaties die afhankelijk van het onderwerp/de still, kunnen worden ingezet.

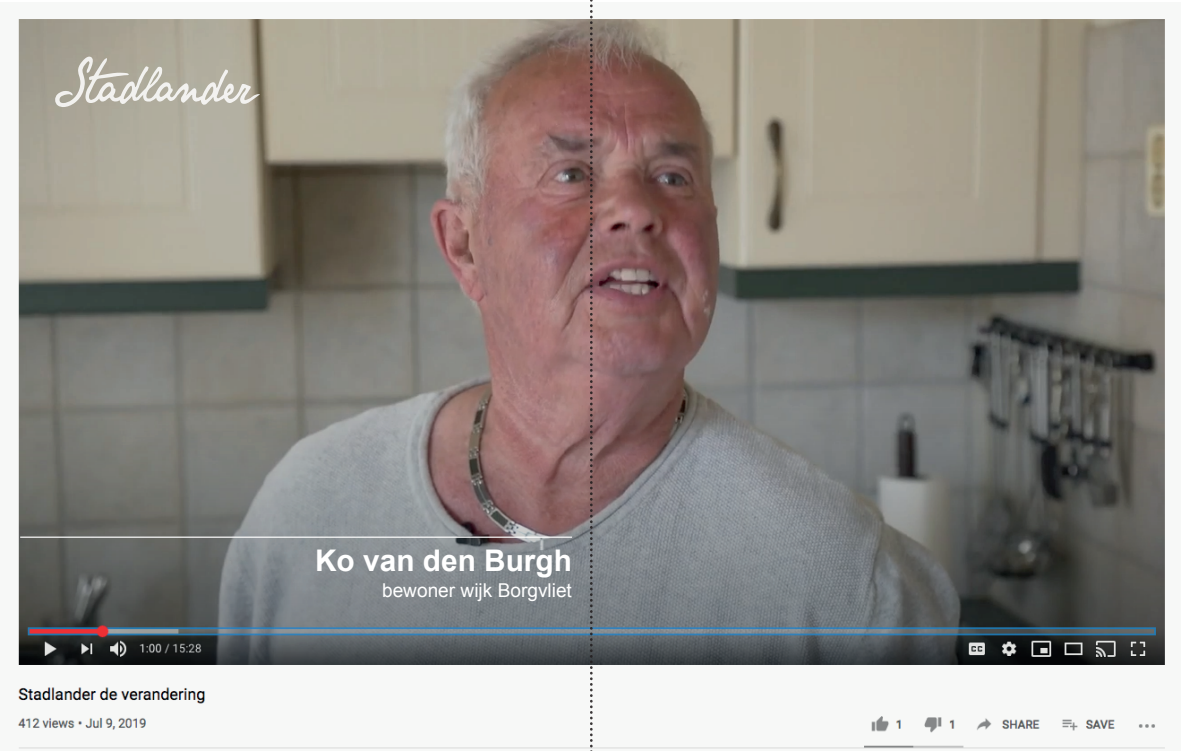
Afhankelijk van het onderwerp kan gekozen worden voor het Stadlander karaktertje 'Stan' die met een 'klapper' de video instart. (Animatie in, klapper, uit)

Lopend intro

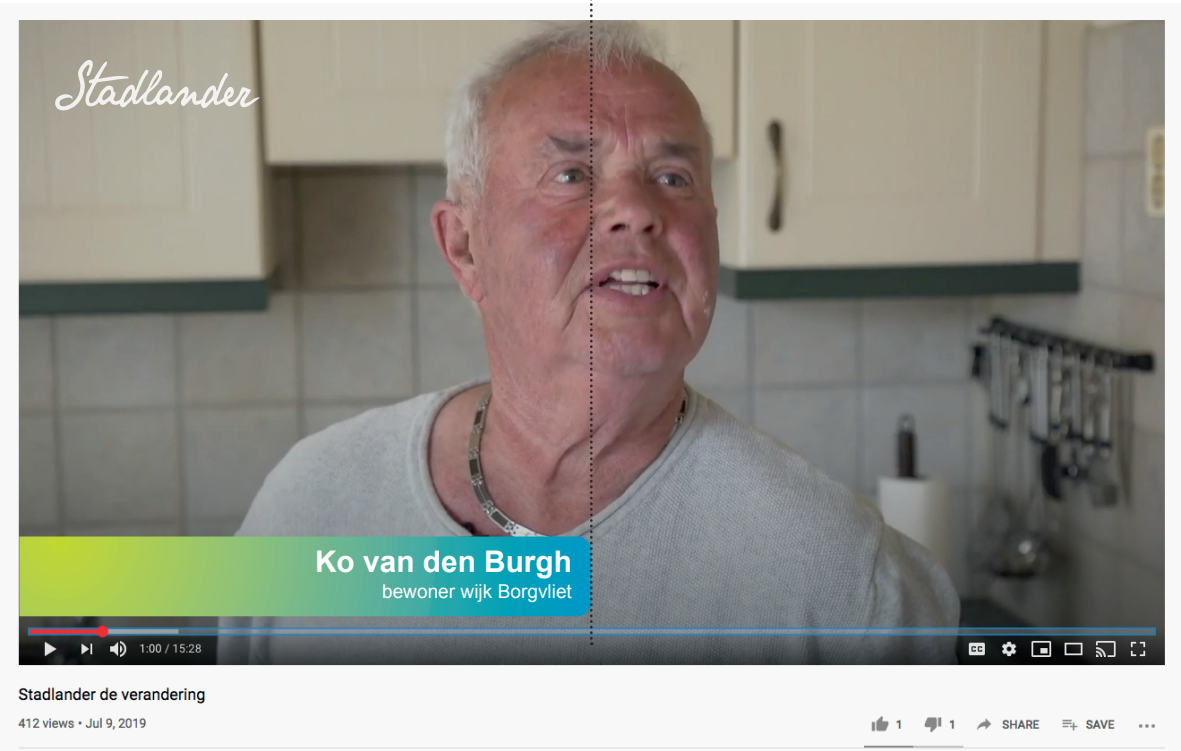
Bij een lopend intro (beeld loopt al) verschijnt het logo (fade-in) en daarna de titel en subtitel.

Let op: Het onderliggende beeld moet voldoende contrast bieden. Het logo en de tekst mogen niet gekleurd worden of van een schaduw worden voorzien.

Lower third 1



Lower third 2



Lower third naam

Een inzet is altijd een kader met afgeronde hoeken met het Stadlander kleurverloop. Of, indien minder corporate, de tekst met een lijn. (Let op voldoende contrast) Desgewenst kan ze van links of rechts inschuiven tot de helft van het kader (tenzij hoeveelheid tekst meer ruimte eist)

Tekst lijnt rechts uit indien inschuiven van links.
Tekst lijnt links uit indien inschuiven van rechts.

Naam: Arial bold
titel: Arial regular

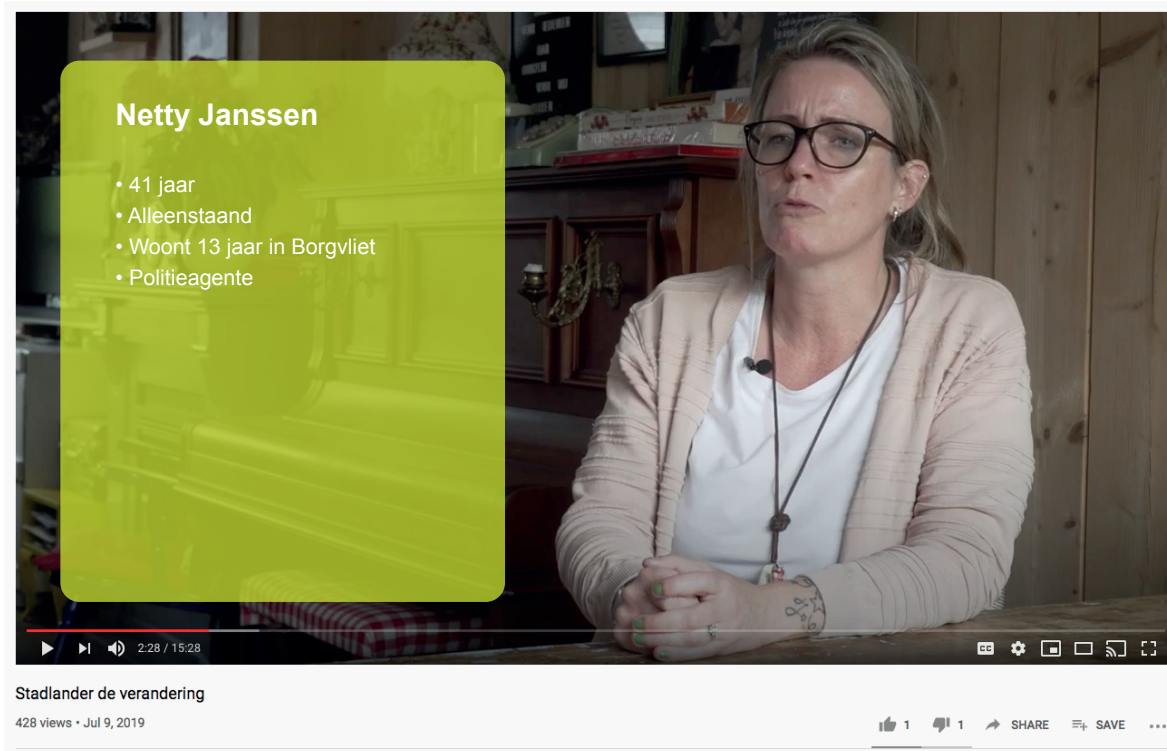
Lower third infoblok

Een inzet is altijd een kader met afgeronde hoeken in Stadlander groen met een dekking (transparantie) van 80%. Desgewenst kan ze van links of rechts inschuiven.

Tekst lijnt links uit.

titel: Arial bold
tekst: Arial regular

Let op: plaatsing van het blok is altijd afhankelijk van de positie van het onderwerp. Logischerwijs valt het blok zo min mogelijk over het onderwerp/persoon.



Outro

The logo for Stadlander, featuring the word 'Stadlander' in a white, elegant script font, centered on a blue background with a green-to-blue gradient.

Copyright: Stadlander
Alle rechten voorbehouden

www.stadlander.nl
contact: communicatie@stadlander.nl

Disclaimer:

Copyright:
Alle rechten zijn voorbehouden. Niets van de in dit handboek gepubliceerde gegevens mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar worden gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder uitdrukkelijke voorafgaande schriftelijke toestemming van Stadlander. .

RGB waarden voor video

R193 G216 B47	R0 G144 B206
---------------	--------------

Hexadecimale waarden voor video

#CB7B06	#0090CE
---------	---------

Outro

Het outro is altijd een stilstaand beeld op de Stadlander 'verloop' achtergrond.

Logo fade-in

Tekst fade-in (direct na logo)

Tekst Arial regular

Disclaimer

(door Stadlander)

Naam-, functie- en informatieblokken voor video

Voor video is een aantal templates ontworpen voor naam en functiebeschrijving en infoblokken, de zogenaamde lower thirds.

De templates zijn te gebruiken in Adobe Aftereffects.

Deze templates zijn te downloaden via:

<https://ivision.nl/stadlander-elementen/>

Transities

Voor beeldovergangen (transities) zijn een aantal files beschikbaar via:

<https://ivision.nl/stadlander-elementen/>

Deze zijn te gebruiken in Adobe Premiere

Let op: Deze transities zijn leidend. Gelieve geen afwijkende transities/overgangen te gebruiken*.

Watermerk

Iedere video is voorzien van een logo/watermerk in de video. De standaard plek hiervoor is linksboven in de video. Logo in de witte kleur (transparantie 85%).



* Tenzij anders overeengekomen en in opdracht van Stadlander

Voice-over

Afhankelijk van het type video kan het nodig zijn om gebruik te maken van een voice-over.

script

Voor een voice-over is uiteraard een script nodig. Het schrijven hiervan is voor een geoefende schrijver niet heel moeilijk als er maar met een paar belangrijke uitgangspunten rekening wordt gehouden.

Aandachtspunten:

- Duidelijke bondige informatie
Het medium video vraagt om een korte en heldere tekst. (Aandachtsspanne voor video wordt steeds korter)
- Merktaal; In de communicatie betekent dit dat Stadlander altijd simpele, begrijpelijke taal gebruikt (B1-niveau) zonder kinderlijk te worden.

De communicatiehandleiding Merktaal is op te vragen bij de afdeling Communicatie van Stadlander.

Het script komt altijd tot stand via, of in overleg met afdeling communicatie.

Voice-over

Stadlander maakt voor haar video's gebruik van vaste, professionele voice-overs. Dit zorgt voor een duidelijkheid en de beste overdracht van een boodschap. De stem laat zich omschrijven als; betrokken en duidelijk, vaak mannelijke stem ca 35-45 jaar, een beetje lokaal accent mag.

In bepaalde gevallen kan het wenselijk/logisch zijn dat een medewerker/relatie (welke ook in beeld komt), voice-over voor zijn/haar rekening neemt. Afhankelijk van de ervaring is coaching en ondersteuning van belang. De spreker moet ontspannen overkomen en 'opgelezen tekst' dient voorkomen te worden. De spreker is ten alle tijden wel zichzelf.

Ondertiteling



Ondertiteling

Een video heeft ondertiteling wanneer de sprekers in de video niet goed verstaanbaar zijn, een vreemde taal wordt gesproken of een vertaling nodig is.

Typografie:

font: Arial regular

kleur: wit

outline: zwart

Muziek

Daar waar van toepassing kan de toevoeging van muziek van grote waarde zijn.

In vrijwel alle gevallen zal hiervoor zgn. rechtenvrije library muziek dienen te worden gebruikt/aangeschaft. Het is niet toegestaan om muziek van derden onder video's te plaatsen zonder dat daarvoor schriftelijke toestemming is van de producent van het desbetreffende muziekstuk en/of Buma Stemra.

Stadlander is niet verantwoordelijk voor claims op het gebied van auteursrecht/gebruikersrecht aangaande door leverancier geplaatst materiaal.

In de regel zal gekozen worden voor rustige en vriendelijke muziek.

Leidend voor de keuze van de muziek is de boodschap in combinatie met de doelgroep.

Volume

Het standaardlevel voor de muziek ligt op -5db op het moment dat de muziek leidend is.

Onder spraak is het level van de muziek -20db.

Nooit mag de muziek de verstaanbaarheid hinderen.

Transities

Voor beeldovergangen (transities) zijn een aantal files beschikbaar via:

<https://ivision.nl/stadlander-elementen/>

Deze zijn te gebruiken in Adobe Premiere

Let op: Deze transities zijn leidend. Gelieve geen afwijkende transities/overgangen te gebruiken*.

Watermerk

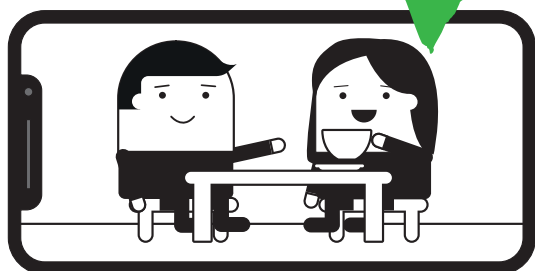
Iedere video is voorzien van een logo/watermerk in de video. De standaard plek hiervoor is linksboven in de video. Logo in de witte kleur (transparantie 85%).

Zelf video's maken

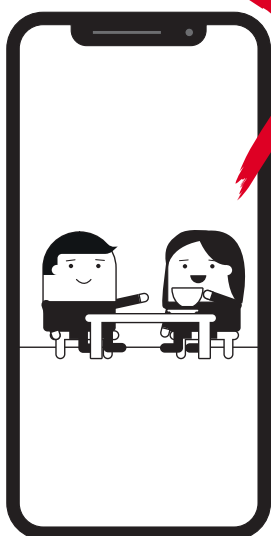
Zelf filmen met eigen apparatuur

In bepaalde gevallen zal een medewerker of een relatie van Stadlander zelf een video opnemen. Belangrijk is dat de stijl en uitstraling in lijn moeten zijn met video's die door Stadlander zelf geproduceerd worden.

Landscape



Portrait



Belangrijke aanwijzingen en uitgangspunten:

- Denk goed na over wat je wilt gaan filmen. Wat is de boodschap van de video?
- Maak een script en beschrijf welke elementen er in de video gaan komen.
- Schrijf eventuele teksten uit die gesproken gaan worden.
- Neem altijd de video op in landscape (dus nooit in portrait).
- Als er gesproken wordt in de video, zorg dan dat men goed verstaanbaar is. Sluit desnoods een microfoon aan op de telefoon die opgespeld kan worden bij de persoon die tekst heeft in de video. Houd ook rekening met (hinderlijk) omgevingsgeluid.
- Zorg voor rustige beelden. Gebruik als het kan een statief. Ga niet lopend filmen, dat levert altijd een onrustig resultaat.
- Gebruik altijd de vaste intro en outro. Eventueel aangevuld met de titel van de video.

Disclaimer

Copyright:

Alle rechten zijn voorbehouden. Niets van de in dit handboek gepubliceerde gegevens mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar worden gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder uitdrukkelijke voorafgaande schriftelijke toestemming van Stadlander.

Video's (en delen daarvan) die zijn gemaakt voor Stadlander en/of in opdracht van Stadlander zijn eigendom van Stadlander. Video's of delen daarvan mogen niet worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar worden gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder uitdrukkelijke voorafgaande schriftelijke toestemming van Stadlander.

Portretrecht/naburige rechten:

Alle personen, acteurs en figuranten in een Stadlander-video dienen vooraf schriftelijk toestemming te geven voor het gebruik van hun portret. Hiervoor is een toestemmingsformulier beschikbaar. Hierop geeft men aan of het gebruik van het portret is gelimiteerd tot eenmalig gebruik in de overeengekomen foto/video, of dat foto's en (delen van) video's ook in andere vormen kunnen worden (her)gebruikt.

Meer informatie en contactgegevens

Voor meer informatie of vragen kunt u contact opnemen met de afdeling communicatie van Stadlander.

communicatie@stadlander.nl

088 562 6000