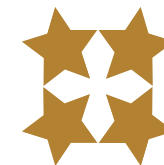


**BRAND GUIDE 2021**  
HAARLEM MARKETING

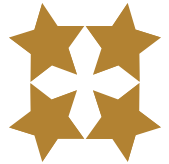


# INHOUD



INLEIDING	3
DNA & MISSIE	4
KERNWAARDEN & PIJLERS	5
LOGO	7
KLARE LIJN	8
LOGO OPBOUW	9
KLEUREN	10
KLEUR VERHOUDINGEN	11
FOTOGRAFIE	12
TOEPASSINGEN	13
ICONEN	14
CONTACT	15

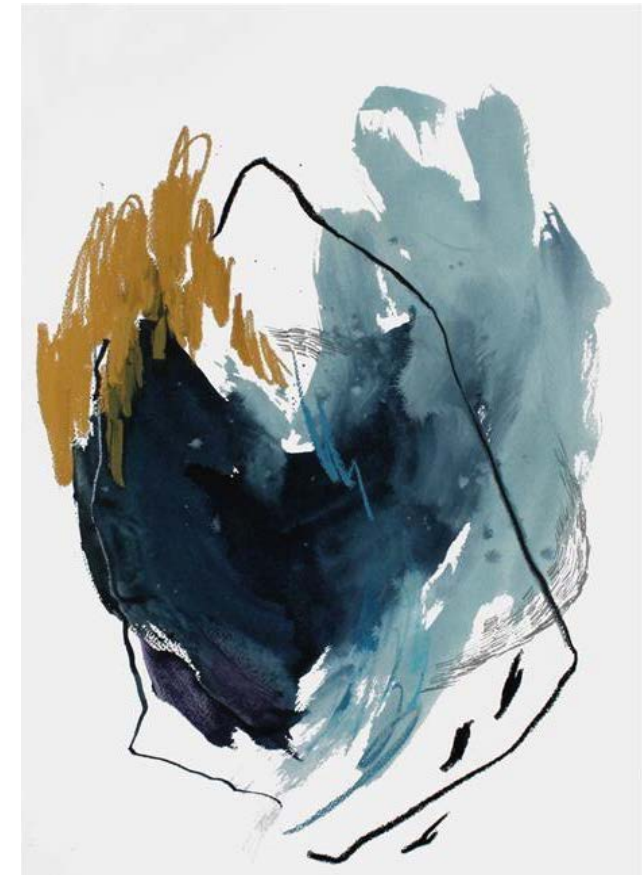
# INLEIDING



**Haarlem Marketing is een publiek private stichting, opgericht in januari 2009. De organisatie is verantwoordelijk voor de marketing van de stad Haarlem. Vertrekpunt van de marketingaanpak is om het unieke karakter van Haarlem eenduidig onder de aandacht te brengen bij bewoners, bezoekers en bedrijven.**

Dit document behoudt het fundament van de Brandmanual uit 2013. Het DNA en de vorm van het Haarlem logo zijn omarmt, onze missie, kernwaarden en pijlers hebben we opgefrist anno 2021. Deze passen nu bij en spreken tot onze doelgroepen.

In lijn met het communicatie fundament hebben we het logo een minimale update gegeven, met groots effect. De bestaande, sterke vorm en de historische betekenis zijn behouden. De stijl is doorvertaald en daarmee kracht bijgezet: een Klare Lijn is ontstaan. Het logo is toekomstbestendig, fris en aansprekend voor de jonge en traditionele doelgroep.



# DNA & MISSIE



## DNA

- Menselijke maat
- Authentiek
- Kwaliteit

*De kernwaarden vloeien voort uit een aantal sterke karaktereigenschappen van de stad, waarbij de centrale ligging tussen Amsterdam (en Schiphol) en het strand een belangrijke rol speelt. Ook in de historie van stad zijn tal van voorbeelden te vinden die deze krachtig illustreren zoals de pioniersgeest van Anthony Fokker, het ondernemerschap van Johan Enschede, de literaire erfenis van Harry Mulisch, Godfried Bomans en Louis Ferron, maar ook iconen als Frans Hals en Kenau Simonsdochter Hasselaer.*

## MISSIE

Haarlem kiest voor duurzaam toerisme. We varen een koers van kwaliteit in plaats van kwantiteit. We bewaken het kwetsbare evenwicht tussen de leefbaarheid van de stad voor bewoners én de levendigheid voor bezoekers. We trekken doelgroepen aan die passen bij Haarlem. We verleiden hen meerdaags te verblijven en naar ons terug te komen. We inspireren bezoekers, bewoners en bedrijven met Haarlemse kwaliteiten.

**Dit is Haarlem.**

# KERNWAARDEN & PIJLERS



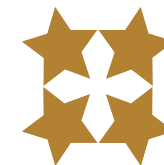
## KERNWAARDEN

- **Smaakvol** - Haarlem is elegant, stijlvol, charmant, keurig, sierlijk, voornaam en fraai. De huizen aan het Spaarne, het Paviljoen Welgelegen, de hofjes, de kunstschaten en de mooie stadsparken getuigen alleen al van deze goede smaak. De Haarlemmers spreken beschaafd ABN en waarderen kwaliteit.
- **Stijlvol** - Zelfverzekerd zonder het van de daken te schreeuwen, trots en toch ingetogen. Zo stijlvol als de stad zich presenteert met haar statige gebouwen en intieme straatjes, zo stijlvol zijn de vele boetieks en unieke horeca. De stichters en inwoners van Haarlem hebben zich door de eeuwen heen omringd met mooie voorwerpen en een prachtige omgeving.
- **Sfeervol** - Haarlem voelt vertrouwd, hartelijk, gezellig, plezierig, veilig, aangenaam, ongedwongen, knus: sfeervol. Een plek waar je graag terugkomt en waar je je direct comfortabel voelt. Haarlem voelt als thuis. De Gouden Straatjes, de historie voelbaar op de vierkante meter, hofjes, monumentale gebouwen, pleinen en de Grote Markt ademen een tijdloze rust en gezelligheid. Stads maar compact.

## PIJLERS

- Gastronomie
- Retail
- Cultuur
- Omgeving

# DOELGROEPEN



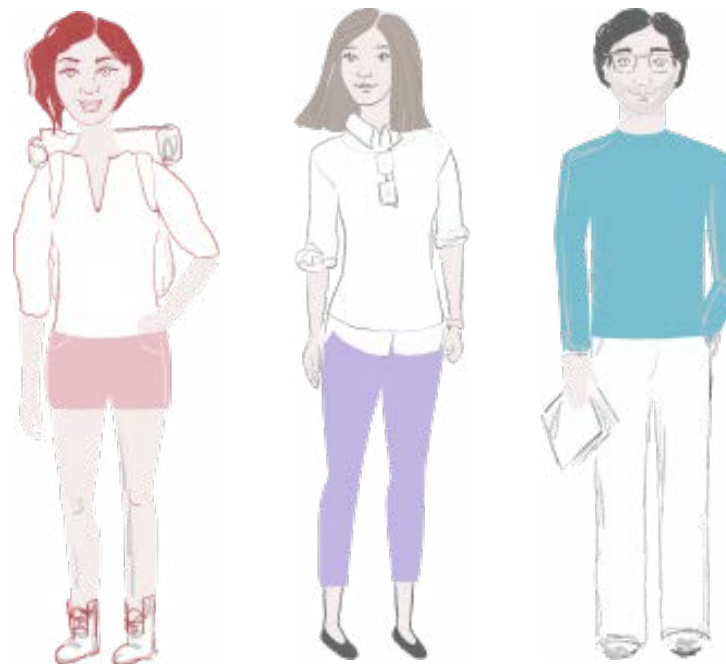
## BEWONERS, BEZOEKERS, BEDRIJVEN

Haarlem Marketing richt zich tot bewoners, bezoekers en bedrijven. Voor bewoners en bezoekers zijn er middels het BSR Leefstijlvinder model drie dominante doelgroepen gekozen waarop we onze marketing activiteiten gaan richten: de **avontuurzoeker**, de **stijlzoeker** en de **inzichtzoeker**. De eigenschappen van deze doelgroepen matchen het beste bij de Haarlemse pijlers, kernwaarden en het aanbod.

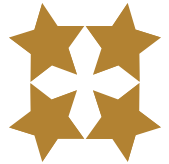
## JONG & TRADITIONEEL

Binnen deze dominante doelgroepen kiezen we er bewust voor een **jonge** en een **traditionele** lijn te hanteren voor onze content. Immers: de jonge en traditionele stijlzoeker hebben veel gemeen, maar zullen ook van elkaar verschillen. Door voor alle drie de leefstijlvinder doelgroepen een jonge en traditionele lijn op te zetten maken we onze marketing en communicatie zo efficiënt, aansprekend en concreet mogelijk voor de doelgroep.

Trotse bewoners zijn authentieke ambassadeurs van de stad, daarom zijn zij een belangrijke doelgroep voor onze organisatie.



# LOGO



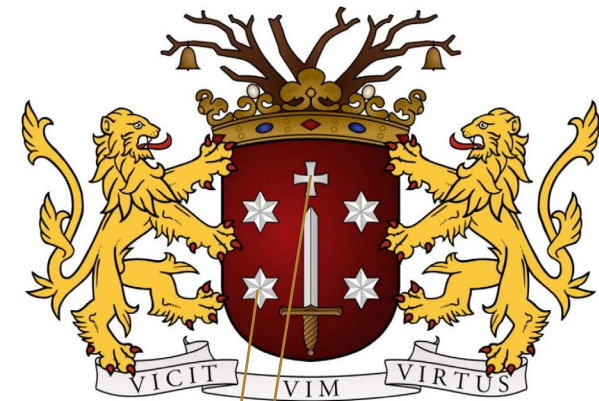
## BEELDMERK

Het beeldmerk is de visuele uiting van het DNA 'oorspronkelijkheid, kwaliteit en menselijke maat', waarmee de stad Haarlem zich nationaal en internationaal in de markt zet.

## OORSPRONKELIJK VERTREKpunt

De visuele elementen van het beeldmerk zijn te vinden in het al eeuwenoude **stadswapen** van Haarlem. Dat maakt het beeldmerk onlosmakelijk verbonden met de **oorspronkelijkheid** van de stad. Daarnaast vertegenwoordigt het ook het **eigentijdse karakter** en de **hedendaagse symboliek**. De sterren symboliseren in de historische betekenis **eendracht** en **verbondenheid**. Deze staan in de huidige symboliek voor **kwaliteit**.

*De sterren zijn dusdanig gepositioneerd dat de ruimte ertussen het kruis vormt. Dit is ook op het wapenschild te vinden: een extra verwijzing naar de oorsprong van de stad, maar in de huidige positionering is het de markering voor de wereldplek Haarlem.*



# KLARE LIJN



## BEELDMERK

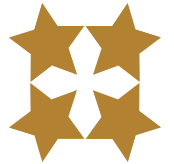
**De Klare Lijn: de kunst van het weglaten, alleen de essentiële lijnen worden neergezet, overbodige details worden niet getekend.**

*“De boekdrukkunst heeft in alles een stempel gedrukt op Haarlems cultuurdenken. Net als bij houtsneden moet je ervoor zorgen dat de **lijnen helder** zijn en er genoeg **witruimte** overblijft om drukwerk begrijpelijk en leesbaar te houden. **De essentie van de boodschap is wat telt. Niet de opschmuck en versiersels er omheen.** In die zin is het niet gek dat er een **directe ontwikkelingslijn** te trekken valt: De boekdrukkunst – grafische industrie – vormgeving – **nieuwe zakelijkheid** – klare lijn – beeldverhaal – stripverhaal – Haarlemse stripdagen.”*





# LOGO OPBOUW

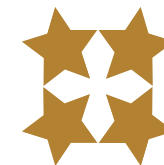


## Van logo tot beeldmerk

Het Haarlem logo bestaat feitelijk uit drie onderdelen: het totaallogo, de sterren vanuit de historische betekenis en het stadswapen (te zien in de witruimte tussen de sterren).



# KLEUREN



## Kleurenpalet

De kleur petrol is een mix van blauw en groen. Blauw staat in de kleurenpsychologie voor kalm, betrouwbaar, loyaal, vertrouwen. Groen staat voor levendig, balans en harmonie. Goud staat voor hoogwaardig, kwaliteit, gezondheid en optimisme. De kleuren zijn allemaal hoogwaardig en daarnaast, als collectief, harmonieus, stijlvol en identificeerbaar voor zowel de jonge als traditionele doelgroep.



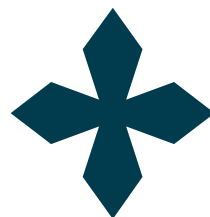
### Antraciet

Hex: #4a4a49  
RGB: R74 G74 B73  
CMYK: C0 M0 Y0 K85



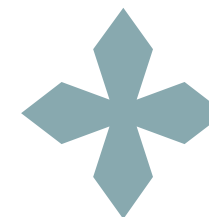
### Goud

Hex: #b28232  
RGB: R178 G130 B50  
CMYK: C25 M45 Y86 K16



### Petrol

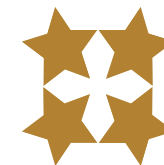
Hex: #013c4e  
RGB: R1 G60 B78  
CMYK: C97 M62 Y46 K45



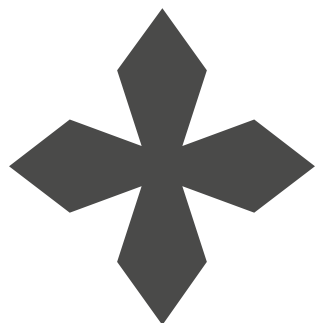
### Vergrijsd blauw

Hex: #88a9ae  
RGB: R136 G169 B175  
CMYK: C51 M22 Y28 K4

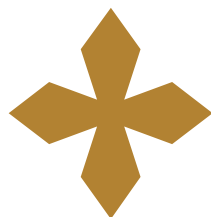
# KLEUR VERHOUDINGEN



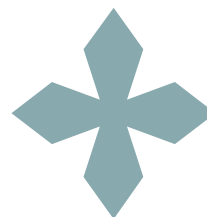
De basis logo kleur is antraciet. Dit is een krachtige maar smaakvolle kleurtoon om de hoofdcommunicatie mee te voeren. Het kleurenpalet wordt gecompliceerd met een donkerblauw/petrol tint, een vergrijsd blauw en goudtint. De kleurcodes van de vier huisstijl kleuren is hieronder aangegeven voor on- en offline gebruik.



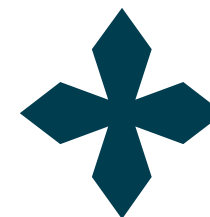
Hex: #4a4a49  
RGB: R74 G74 B73  
CMYK: C0 M0 Y0 K85



Hex: #013c4e  
RGB: R1 G60 B78  
CMYK: C97 M62 Y46 K45

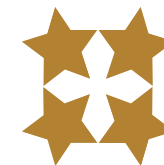


Hex: #b28232  
RGB: R178 G130 B50  
CMYK: C25 M45 Y86 K16



Hex: #88a9ae  
RGB: R136 G169 B175  
CMYK: C51 M22 Y28 K4

# FOTOGRAFIE



## Sterke beelden zorgen voor aantrekkingskracht

Het verhaal van Haarlem gaan we vertellen vanuit de kracht van Haarlem: met trots, smaakvol en geïnspireerd. Beelden zeggen meer dan woorden. Het merk Haarlem wordt geladen met prachtige beelden die zo zijn gefotografeerd dat het lijkt alsof je er zelf onderdeel van uitmaakt. De kijker voelt zich **onderdeel van** het beeld: "Was ik daar nu maar, heerlijk".

Het perspectief van de fotografie is dat van de levensgenieter, degene die tijd heeft om met vrienden te genieten of te dwalen door musea, collecties en hofjes. Er worden beelden van alle seizoenen en pijlers gemaakt, toetsingscriteria is altijd: voldoet het beeld aan de kernwaarden? De beelden zijn daarnaast altijd positief: **mensen** die open met elkaar communiceren, een uitnodigende houding hebben en met een positieve activiteit samen bezig zijn. Menselijke maat is hierin het sleutelwoord: niet alleen maar mooie stadsfoto's die draaien om de gebouwen maar de levendigheid, gezelligheid vastleggen. Grootschalige, massale bijeenkomsten of beelden die gewoontjes en kleurloos zijn, horen niet bij Haarlem. De beelden van Haarlem worden vastgelegd in een beeldenbank. Iedereen die communiceert over het merk Haarlem, kan gebruik maken van deze beelden. Zo zorgen we voor een consistent uitgedragen beeld van Haarlem.



# TOEPASSINGEN

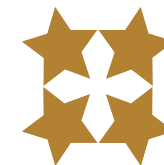


Het Haarlem beeldmerk is de overkoepelende handtekening van en voor de stad. De band met het beeldmerk vormt het verbindende element tussen de pijlers van de stad. Het Haarlem beeldmerk en de bijbehorende brand manual zullen worden gedeponeerd bij internationaal octrooi- en merkenbureau Novagraaf.

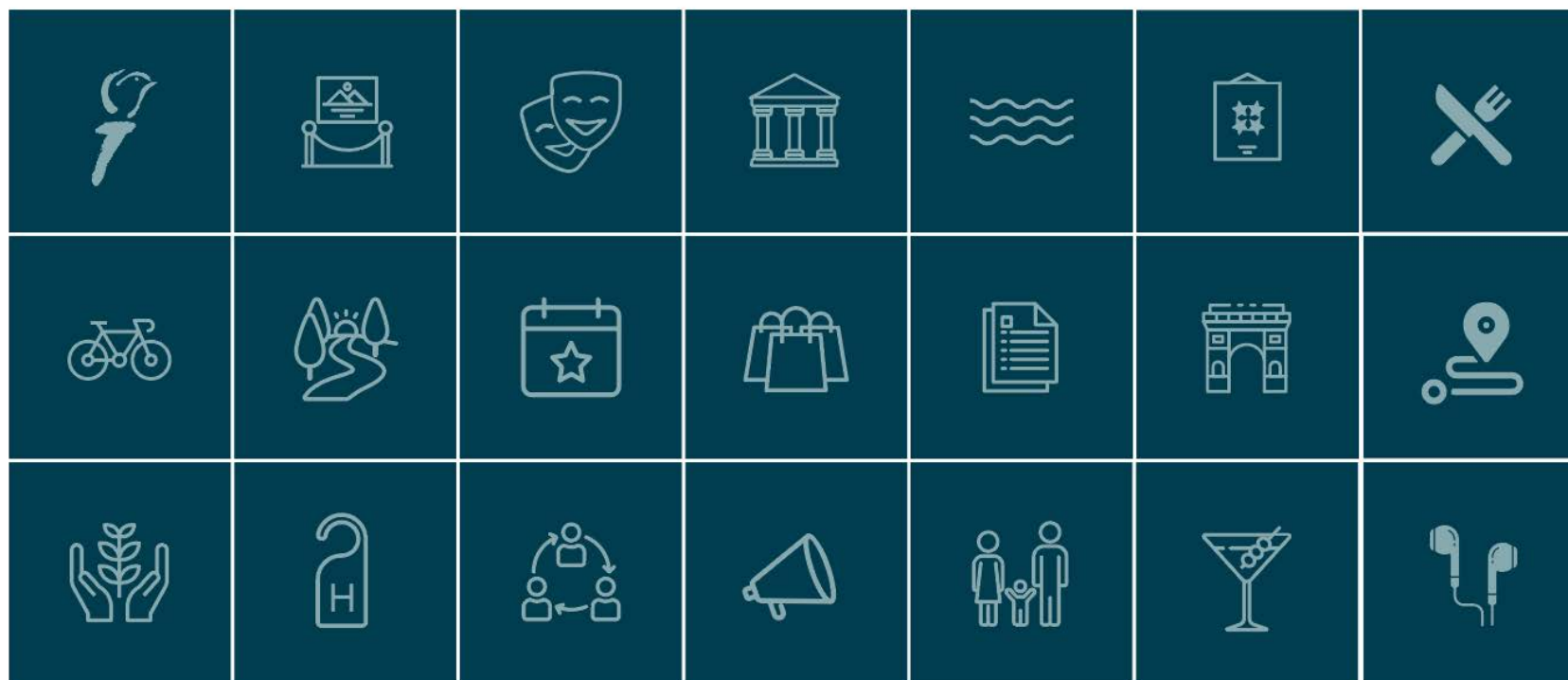
## **Een aantal concrete toepassingen van het logo**

- Corporate templates
- Social media
- Campagnes
- Signing
- Middelenmix
- Out of home media

# ICONEN



In lijn met het logo is een beeldtaal ontwikkeld ten behoeve van social media. Naast de pijlers van de stad biedt dit Haarlem Marketing de mogelijkheid over allerlei andere sectoren en onderwerpen te communiceren middels een krachtige, visuele stijl.



# CONTACT

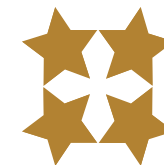
Voor specifieke vragen over de toepassing van het Haarlem beeldmerk en voor het opvragen van digitale bestanden voor professioneel gebruik kunt u contact opnemen met:

## **Haarlem Marketing**

Grote Markt 2  
2011 RD Haarlem

T: +31 (0)23 - 571 22 62

E: [info@haarlemmarketing.nl](mailto:info@haarlemmarketing.nl)  
[visithaarlem.com](http://visithaarlem.com)



**BRAND GUIDE 2021**  
HAARLEM MARKETING

