
TWEAKERS HUISSTIJLHANDBOEK

Versie 2.0 | 19 augustus 2015



OVER DIT HUISSTIJLHANDBOEK

RICHTLIJNEN EN VOORWAARDEN

Dit brandbook geeft richtlijnen die houvast geven bij het gebruik en consistent doorvoeren van de huisstijl van Tweakers. Door het volgen van deze specifieke richtlijnen bij interne en externe communicatie ontstaat er een herkenbare en eenduidige uitstraling. Bij vragen, opmerkingen of het aanvragen van een logo kunt u contact opnemen met de afdeling marketing. Alle uitingen die worden ontwikkeld mogen pas na akkoord van de afdeling marketing van Tweakers in productie worden genomen.

Contactgegevens

T +31 (0)20 204 2556

marketing@tweakers.net

mt. Lincolnweg 40 | 1033 SN Amsterdam

Postbus 37040 | 1030 AA Amsterdam

TWEAKERS HUISSTIJLHANDBOEK

INHOUD

INTRODUCTIE	Wat is Tweakers?	4
	Merk Tweakers	5
	Tone of Voice	8
	Tone of Image	8
BASIS ELEMENTEN	Logo (Beelmerk + Woordmerk)	9
	Logo (Beelmerk + Woordmerk + Pay-off)	10
	Kleurgebruik	12
	Typografie	13
	Typografie Office + Online	14
HUISSTIJLGEBRUIK	Word A4	15
	PowerPoint	16
	Advertentie staand	18
	Advertentie liggend	19
	Banners	20

INTRODUCTIE

WAT IS TWEAKERS?

Tweakers, opgericht in 1998, is met meer dan 3,5 miljoen unieke bezoekers en 90 miljoen pageviews per maand de grootste elektronica- en technologie- website van Nederland en België.

De site behoort tot de top-20 van drukst bezochte websites van het Nederlandstalige internet en is in 2009, 2011, 2012, 2013 én 2014 door het Nederlandse publiek verkozen tot Beste Nieuwssite en Beste (en populairste) Vergelijkingssite. De kern van Tweakers is de vakkundige redactie en GoT (Gathering of Tweakers). GoT is het forum, waar meer dan 100.000 liefhebbers en experts met elkaar alle vormen van technologie bespreken.

INTRODUCTIE

MERK TWEAKERS

Manifest

De wereld van technologie is razendsnel in beweging. Het brengt ons mooie, maar ook ingewikkelde producten. Ogenscheinlijk simpel van buiten, extreem complex van binnen.

De hoeveelheid aan nieuwe innovaties maakt het moeilijk om het overzicht te bewaren. Want welk apparaat past bij jouw behoeftes? Zijn die recensies wel echt? Kloppen de specificaties? En nog veel belangrijker: hoe maak je de juiste keuze?

Wij begrijpen dat je behoefte hebt aan een onafhankelijke expert. Daarom zijn we 16 jaar geleden bij elkaar gekomen. En bestaat onze community inmiddels uit meer dan 100.000 man.

Wij zijn Tweakers. En wij hebben één grote passie: Technologie.

Dat stelt ons in staat om alle technologie met een kritisch oog te bekijken. Om samen met onze community onder andere laptops, smartphones, tablets, games, tv's en camera's met eigen handen te testen en beoordelen.

Omdat we nieuwsgierig zijn naar elk detail van elk product. Om het goed te kunnen vergelijken en de kennis te delen met iedereen. Vrij toegankelijk en overal beschikbaar. Zo helpen we jou om te kiezen En het maximale uit je aankoop te halen.

Wij zijn Tweakers.

Wij stellen technologie op de proef.

INTRODUCTIE

MERK TWEAKERS

WHY, HOW, WHAT

WHY: Technologie is continu in ontwikkeling en mensen worden overspoeld met informatie. Consumenten verdienen eerlijke informatie zodat ze de juiste keuze kunnen maken.

HOW: Wij zijn de enige onafhankelijke expert die technologie ontrafelt en dat voor iedereen toegankelijk maakt.

WHAT: Tweakers bespreekt en beoordeelt samen met zijn actieve community alle technologie met reviews, Pricewatch, nieuws en meer.

INTRODUCTIE

MERK TWEAKERS

Positionering

Tweakers is de enige onafhankelijke expert op het gebied van technologie.

Pay-off

Wij zijn Tweakers. Wij stellen technologie op de proef.

Missie

"Wij zijn Tweakers. Vanuit onze passie voor technologie helpen wij je producten te kiezen en het maximale uit die producten te halen".

Het "wij" in de missie staat voor de medewerkers én de community.

Merkwaarden

Onafhankelijk, betrouwbaar, expert.

INTRODUCTIE

TONE OF VOICE

Gevoel en stijl

Trots, (vak)kundig, veelzijdig, volledig, uitgebreid, informatief, rationeel. Met een knipoog.

Naamgebruik / Schrijfwijze

- In 'wij-vorm' - 'Wij zijn Tweakers, en wanneer wij ...'
- Aanspreekvorm in 'je' - '... om het maximale uit je aankoop te halen.'
- Wanneer wordt gesproken over het merk, de organisatie, het bedrijf en de titel wordt Tweakers altijd geschreven met een hoofdletter T. Wanneer wordt gesproken over leden van de community en intensieve gebruikers van de website schrijf je 'tweakers' in onderkast.

TONE OF IMAGE

Verzorgd, gedetailleerd, echt en vervreemdend.

Tweakers gaat verder dan alle andere websites in hun zoektocht naar electronica. Deze toegewijde motivatie moet in beeld gevangen worden en gekoppeld worden aan de merkwaarden van Tweakers.

BASIS ELEMENTEN

LOGO (BEELDMERK + WOORDMERK)

Voor drukwerk (PMS coated)



Voor drukwerk diap. (PMS coated)



Zwart-wit



Voor drukwerk (PMS uncoated)



Voor drukwerk diap. (PMS uncoated)



Zwart-wit diap.



Full Colour (CMYK)



Full Colour diapositief (CMYK)



Diapositief zwart-wit



Digitaal gebruik (RGB)



Digitaal gebruik diapositief (RGB)



Diapositief kleur



PMS, full-color en zwart-wit logo

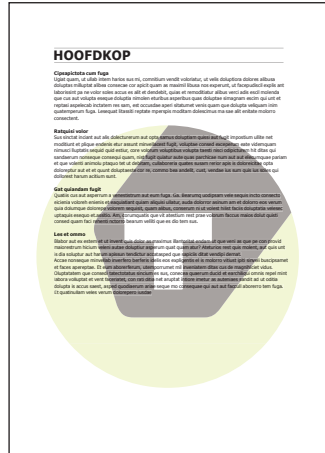
Het formaat van het logo hangt af van de uiting.

Meer uitleg hierover in het hoofdstuk:

Voorbeeld huisstijlgebruik van campagne 'Onze kennis'.

BASIS ELEMENTEN

LOGO (BEELDMERK + WOORDMERK + PAY-OFF)



Don't

- Beeldmerk nooit gebruiken zonder naam Tweakers.
- Logo niet gebruiken als watermerk.
- Logo niet gebruiken als achtergrond.
- Geen tekst over of vlak naast het logo.
- Logo niet uitrekken.
- Logo niet schuin afbeelden.
- Logo niet kleiner gebruiken dan 17,5mm hoog.



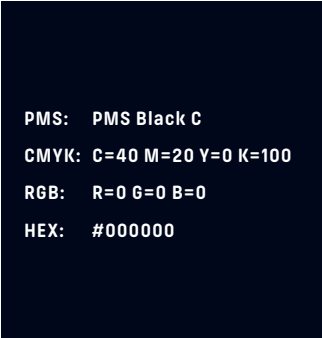
Beeldmerk met naam en pay-off niet kleiner dan 17,5mm hoog



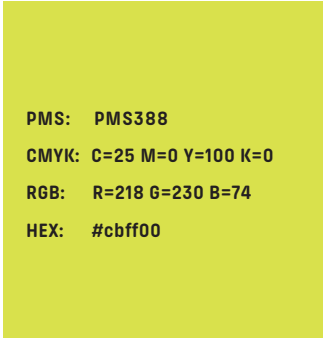
Beeldmerk met naam niet kleiner dan 10mm hoog

BASIS ELEMENTEN

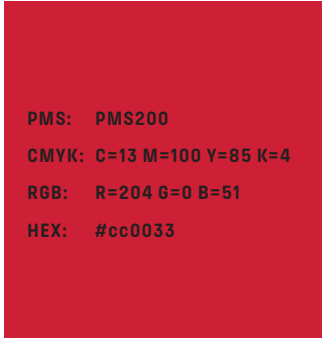
KLEURGEBRUIK



PMS: PMS Black C
CMYK: C=40 M=20 Y=0 K=100
RGB: R=0 G=0 B=0
HEX: #000000



PMS: PMS388
CMYK: C=25 M=0 Y=100 K=0
RGB: R=218 G=230 B=74
HEX: #cbff00



PMS: PMS200
CMYK: C=13 M=100 Y=85 K=4
RGB: R=204 G=0 B=51
HEX: #cc0033

Basiskleur
Zwart en groen

Steunkleur
Rood

BASIS ELEMENTEN

TYPOGRAFIE

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 #%&*()+±?<>'";:**

RBNo2.1a KAPITALEN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #%&*()+±?<>'";:

Pilcrow Soft Medium

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #%&*()+±?<>'";:**

Pilcrow Soft Bold

Heading

Font: RBNo2.1a KAPITALEN

Corps / interlinie verhouding 1:1

Spatiëring 10

Body /Bodykop

Font: Pilcrow Soft Medium / Bold

Corps / interlinie verhouding 3:4

Spatiëring 0 bij zwarte tekst op witte achtergrond

Spatiëring 10 bij diap tekst op achtergrondbeeld

Indesign instellingen > Alineastijl

RBNo2.1a en Pilcrow Soft

	Minimum	Desired	Maximum
Word Spacing:	90%	120%	120%
Letter Spacing:	0%	10%	10%
Glyph Scaling:	100%	100%	100%

Auto Leading:

Single Word Justification:

Composer:

RBNo2.1a en Pilcrow Soft verkrijgbaar via myfonts.com

Advertentie

<A4 Minimaal corps 9pt / interlinie 12

±A4 Corps 12pt / interlinie 16

Lijndikte (heading) ±1 punt

±A3 Corps 16pt / interlinie 20

Lijndikte (heading) ±1,5 punt

BASIS ELEMENTEN

TYPOGRAFIE OFFICE + ONLINE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #%&*()+±?<>'";:

Tahoma Bold

Heading

Font: Tahoma Bold KAPITALEN
Corps / interlinie verhouding 1:1

Body / Bodykop

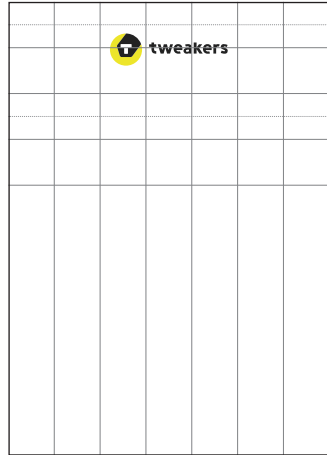
Font: Tahoma Regular / Bold
Corps / interlinie verhouding 3:4
Minimaal corps: 10pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 #%&*()+±?<>'";:

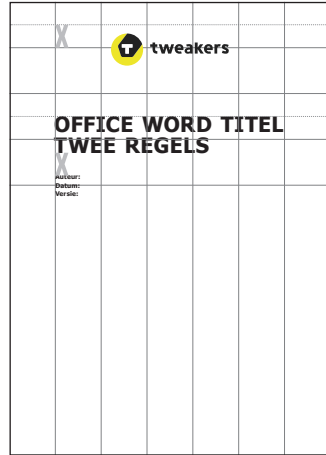
Tahoma Regular

HUISSTIJLGEBRUIK IN OFFICE

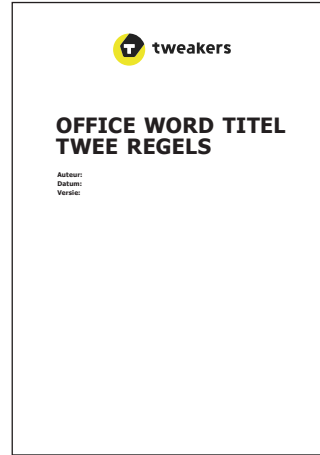
WORD A4



(A) (B)



(C)

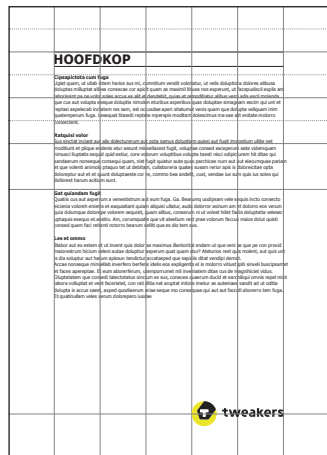


Titel pagina Word

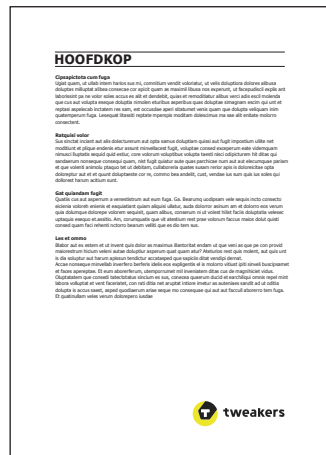
- (A) Deel de breedte van het A4 formaat door 7. Hierdoor ontstaat een stramien van 7 kolommen van 30mm. De breedte van een 1/2 kolom (15mm) is tevens de marge aan de bovenzijde.
- (B) Centreer het logo inclusief pay-off aan de bovenzijde. De grootte van het logo inclusief pay-off wordt bepaald door de cirkel van het logo. Deze is ≈80% van de breedte van een kolom. De T in het logo rust op de marge aan de bovenzijde, welke gelijk is aan de breedte van 1 kolom.
- (C) Plaats de titel op minimaal twee of maximaal drie regels (let op: geen trappetjes en witte gaten!). Gebruik een marge van 1 kolom (30mm) aan linker- en rechterzijde. Het corps wordt bepaald door de langste tekstregel. Houd tussen de titel en de documentgegevens een witruimte aan van een 1/2 kolom (15mm).

Tekst pagina Word

- (D) Plaats het logo rechtsonder lijdend aan de marge rechts, deze marge is 1 kolom. De grootte van het logo inclusief pay-off wordt bepaald door de cirkel van het logo. Deze is ≈80% van de breedte van een kolom. De T in het logo rust op de marge aan de onderzijde, welke gelijk is aan de breedte van 1 kolom. De hoofdkop (Tahoma Bold 24pt) staat tussen twee lijnen van een 1/2 punt. De bovenste lijn begint op een marge aan bovenzijde van 1 kolom (30mm). De bodytekst begint op een marge aan de bovenzijde van 1 1/2 kolom (45mm).



(D)



TWEAKERS HUISSTIJLHANDBOEK

Versie 2.0 | 19 augustus 2015

