HANDBOEK

GASTVRIJE ONTVANGST IN GRONINGEN

HANDBOEK VOOR HERKENBARE INFORMATIEPANELEN IN DE OPENBARE RUIMTE

september 2026

WEL KOM BIJ

HANDBOEK GASTVRIJE ONTVANGST IN GRONINGEN

HANDBOEK VOOR HERKENBARE INFORMATIEPANELEN
IN DE OPENBARE RUIMTE

–

september 2026

INHOUD

Ambitie 1
P.1

WERKEN AAN **uniformiteit en kwaliteit** 2
P3

Plaatsing & locatie 3
P.6

Kwaliteit waarborgen 4
DOOR UITVOEREN VAN BEHEER EN ONDERHOUD
P.8

Organisatie 5
P10

Formaten & materiaal 6
P.13

Vormgeving 7
P.16

Checklist 8
VOOR INITIATIEFNEMERS EN GRONDEIGENAREN
P.34

Merkgids & copyright 9
P.37

1

AMBITIE

AMBITIE

Onze ambitie is om de unieke kracht en het DNA van Groningen uit te dragen door middel van één krachtig en gedeeld verhaal. Met één stem en één gezicht in huisstijl en communicatie willen we de provincie Groningen op de kaart zetten als dé bestemming voor vrijetijd.

We streven naar een grotere bekendheid van het Groninger vrijetijdsaanbod en willen de provincie recreatief versterken. Tegelijkertijd willen we de trots van de Groningers op hun eigen regio vergroten. In lijn met het convenant 'Samen één gedeeld verhaal van Groningen voor de toeristische profilering van de provincie' zetten we ons in om ook in de fysieke ruimte, door middel van duidelijke informatievoorziening en bebording, de herkenbaarheid van het Groninger DNA te vergroten. Zo zorgen we ervoor dat bezoekers gedurende hun gehele reis door Groningen, zowel digitaal als fysiek, continu in contact komen met het verhaal van onze provincie, in een uniforme huisstijl.

De provincie Groningen, de Groninger gemeenten, Groningen & Partners en Routebureau Groningen hebben geconstateerd dat er in de provincie Groningen verbetering nodig is op het gebied van informatievoorziening in de openbare ruimte (Strategie en procesleidraad gastvrije informatievoorziening in de openbare ruimte, mei 2025). Met dit handboek geven we overheden en marketingorganisaties handvatten om de ambitie te vertalen naar concrete uitvoering en toe te werken naar kwalitatieve en uniforme informatievoorziening in de openbare ruimte. De overheden kunnen, als belangrijkste grondeigenaren, sturen in uniformiteit en kwaliteit van informatieborden.

Deze richtlijn is bedoeld voor informatieborden die bijdragen aan vrijetijdsbeleving. In hoofdstuk 2 presenteren we formats voor nieuwe informatieborden in de stijl van Merk Groningen. In overleg kunnen afgeleide ontwerpen worden gemaakt. Dit handboek is opgesteld om als onderdeel van het convenant vast te leggen welke gezamenlijke uitgangspunten we hiervoor hanteren. Het is een ambitie die een lange adem vergt. Het zal niet van de ene op de andere dag geregeld zijn. Hoofdstuk 5 van deze richtlijn besteedt aandacht aan wie welke rol heeft om deze gezamenlijke ambitie duurzaam vorm te geven.

2

WERKEN AAN

UNIFORMITEIT EN KWALITEIT

WERKEN AAN

UNIFORMITEIT & KWALITEIT

STUREN OP UNIFORMITEIT

We streven ernaar om zoveel mogelijk informatiepanelen een uniforme uitstraling te geven en Groningen in één stijl te presenteren.

- Merk Groningen als uitgangspunt bij een nieuw ontwerp voor een informatiepaneel;
- In dit handboek geven we voor de volgende informatieborden een ontwerp, inclusief gebruiksregels (hoofdstuk 7). Dit vormt de basis voor nieuwe informatiepanelen:

Informatiepaneel	(zowel rechtop staand als lessenaar) met afmetingen: **- standaard:** 800 mm x 600 mm (liggend formaat als standaard, evt. ook uit te voeren als staand 600 mm x 800 mm) **- groot:** 1200 mm x 800 mm (liggend);
Kleiner informatiebord	400 mm x 300 mm en 300 mm x 400 mm (bevestiging op bijv. een muur/gevel);
Informatiezuil (TOP), Beeldmerk	4 zijden, afmetingen 2500mm (hoogte) x 500 mm (breedte); toevoegen op informatiepanelen van derden;

- Advies aan externen die hun eigen stijl willen gebruiken op de borden: gebruik het beeldmerk van de regio, zodat het bord onderdeel van de familie wordt. Zie hiervoor ook de **'tools voor trots'** van Groningen & Partners;
- Voor details, beeldmerken, richtlijnen voor teksten en foto's, do's en don'ts: Groningen & Partners;
- Voor te ontwerpen informatieborden zijn verschillende 'standaarden' opgenomen in deze richtlijn (hoofdstuk 7). In afstemming met merkbeheerders en ontwerpers kunnen hier desgewenst ook varianten op worden gemaakt (zie ook hoofdstuk 9 copyright);
- Voor nieuw te plaatsen informatiepanelen is ook een standaard frame uitgewerkt, voor zowel een lessenaarsmodel als een staande variant (hoofdstuk 6);
- Er zal altijd vraag zijn naar maatwerk (ander type informatiebord, afwijkende maten). Dit is op voorhand niet allemaal in te schatten en af te kaderen. We creëren de mogelijkheid om voor een specifiek verzoek samen met marketingorganisaties en ontwerpers (zie ook hoofdstuk 9 copyright) te kijken naar een ontwerp dat aansluit bij Merk Groningen. Denk hierbij o.a. aan uitgangspunten in beschermd dorpsgezicht. Daarbij kan onderzocht worden in hoeverre combinaties te maken zijn (lettertype, kleuren, etc.).

STUREN OP KWALITEIT

Om te streven naar uniforme kwaliteit, geven we de volgende richtlijnen mee wat betreft de te gebruiken materialen:

- Kies voor een **lessenaarsmodel** als de nadruk ligt op het uitzicht, het landschap, of op het object waar het infobord bij staat. Kies voor een **staand** informatiepaneel als het vooral gaat om het verhaal op het bord en het geen bijzondere locatie is;
- Wat betreft de **materiaalkeuze**: houd rekening met duurzaamheid, in de breedste zin van het woord. Waar mogelijk zijn biobased materialen gewenst. Dit moet echter niet ten koste gaan van de levensduur van materialen;
- Voor de informatieplaat is de richtlijn dat we gebruik maken van **High Pressure Laminate** (HPL). Dit heeft normaal een levensduur van 20-25 jaar. Er zijn varianten die inspelen op duurzaamheid (deels biobased materialen). Dit heeft voorkeur, maar let op de gegarandeerde levensduur van deze materialen;
- Ontwerp van het frame is weergegeven in hoofdstuk 6. Qua materiaal gaan we uit van **staal of aluminium**. Beide hebben een lange levensduur. Welke van de twee gekozen wordt, kan te maken hebben met de locatie van het paneel (i.v.m. verkeersveiligheid), of de vorm (voor lessenaarmodel geldt een stalen frame). Voor de frames gaan we uit van één vaste kleur RAL 6015;
- Voor de informatiezuilen gaan we uit van een **aluminium** frame binnenin, de informatieplaten zijn van HPL.

Onder kwaliteit verstaan wij ook het sturen op inhoud:

- **Kwaliteit gaat boven kwantiteit**. Niet ieder (gesubsidieerd) project hoeft afgerond te worden met opening van een informatiepaneel. Denk kritisch na over de meerwaarde van een informatiepaneel voor bezoekers van de specifieke plek;
- Weeg af of de boodschap van het informatiepaneel geschikt en interessant is voor een **breed publiek**. Het is niet toegestaan om in Merk Groningen stijl borden te plaatsen met politieke statements, commerciële boodschappen en aanstootgevende informatie. Onderwerpen worden vooraf besproken met de (regio)marketingorganisaties;
- Streef naar zoveel mogelijk **tijdloze informatie** op de borden. Informatie moet kloppen en is bij voorkeur aan weinig verandering onderhevig. Tijdsgevoelige informatie (wat snel kan veranderen) kan via een dynamische QR-code toegankelijk worden gemaakt;
- Uitgangspunten bij de invulling (teksten, foto's, anders) zijn: snelle scanbaarheid en visuele rust. Het is landelijk een trend om **minder tekst** op een paneel te zetten dan voorheen, om de aandacht van de bezoeker vast te houden. Let dus op goede verhoudingen tussen hoeveelheid tekst, foto's en kaarten. Wij adviseren op een informatiepaneel (800x600) het aantal woorden te beperken tot bij voorkeur 300 woorden, met uitloop tot maximaal 400 woorden;
- Als meer uitleg of verdieping gewenst is, kan via een **QR-code** verbinding worden gelegd naar een webpagina (bij voorkeur visitgroningen.nl). Gebruik hiervoor een **dynamische QR-code**, dat geeft de mogelijkheid om in de toekomst de link te veranderen. Het systeem voor dynamische QR-codes wordt beheerd en gebruikt door de (regio)marketingorganisaties;
- Overweeg **meertaligheid** (Engels/Duits/Nedersaksisch). Neem een korte samenvatting op in Engels/Duits, of bied een mogelijkheid tot vertaling via een QR-code;
- **Beperk het aantal logo's** op een informatiepaneel tot het noodzakelijke. Standaard worden de logo's in één kleur (wit) opgenomen, op een vaste plek op de panelen.

En vooraf worden afspraken gemaakt over verantwoordelijkheden:

- Voorafgaand aan plaatsing worden **afspraken** gemaakt over verantwoordelijkheid voor beheer en onderhoud. Overheden/grondeigenaren verwijzen vooraf naar beheer en onderhoudsverplichtingen die horen bij het realiseren van een informatiebord. Dit is nader uitgewerkt in hoofdstuk 4. Zonder deze afspraken (vastleggen) geeft de grondeigenaar geen toestemming voor plaatsing van het informatiepaneel.

3

PLAATSING & LOCATIE

PLAATSING & LOCATIE

Voor zowel initiatiefnemers als grondeigenaren (toestemming) zijn de volgende aspecten van belang, wat betreft plaatsing en locatie:

- Er is altijd vooraf contact tussen initiatiefnemer en grondeigenaar. **Toestemming** van grondeigenaar is altijd nodig, een vergunning is soms nodig, vaak niet. Maar stem dit wel altijd af met de grondeigenaar (en de gemeente als die niet grondeigenaar is);
- Controleer op **verkeersveiligheid**: kunnen mensen (let ook op groepsgrootte) veilig stoppen en een tijdje op het informatiepaneel kijken? Belemmert de locatie (met aantal lezers) geen doorstroming van andere verkeersdeelnemers?
- Controleer op **toegankelijkheid**: kan iedereen er goed bij? Kunnen bezoekers hun vervoersmiddel veilig parkeren en is het pad naar het paneel vrij van obstakels? En hoe is de toegankelijkheid voor mindervaliden?
- Controleer de omgeving op **overige informatiepanelen**: staan er al meer informatiepanelen in de omgeving? Hoe verhoudt de inhoud van het nieuwe infopaneel zich ten opzichte van andere informatiedragers? Zijn er combinaties te maken op een nieuw informatiepaneel? Kunnen oude panelen worden opgeruimd op de betreffende locatie? De hoeveelheid informatiepanelen op één locatie mag niet de overhand krijgen.

4

KWALITEIT WAARBORGEN

DOOR UITVOEREN VAN BEHEER EN ONDERHOUD

KWALITEIT WAARBORGEN

DOOR UITVOEREN VAN BEHEER EN ONDERHOUD

Voor ieder informatiepaneel in de openbare ruimte is beheer en onderhoud belangrijk. De gewenste kwaliteit is alleen haalbaar als we uitgaan van:

- Initiatiefnemer is verantwoordelijk voor het **uitvoeren van onderhoud**. Minimaal 1x per jaar wordt een onderhoudsronde uitgevoerd. Dat betekent schoonmaken, rechtzetten, schade herstellen, graffiti verwijderen en waar nodig maaien rondom het informatiepaneel. Bij grote schade volgt vervanging van het paneel;
- Als er een melding binnenkomt van **schade**, wordt binnen 2 werkweken actie ondernomen om schade te herstellen of het paneel te vervangen;
- Tijdens de onderhoudsronde wordt ook een check uitgevoerd op **actualiteit** van de geboden informatie. Klopt de informatie nog? Zijn er aspecten veranderd in de nabije omgeving, waardoor inhoud niet meer overeenkomt?
- Initiatiefnemer en grondeigenaar leggen deze **afspraken** met elkaar vast. Als afspraken zichtbaar niet worden nagekomen, wordt initiatiefnemer erop aangesproken. Grondeigenaar heeft de mogelijkheid om in te grijpen als bovenstaande niet wordt uitgevoerd en de kwaliteit van informatiepanelen in het geding is;
- Er wordt een **database** opgebouwd (Routebureau Groningen) met locaties voor nieuwe informatiepanelen, met bijbehorende informatie (o.a. contactgegevens initiatiefnemer/eigenaar).

Het kan voor initiatiefnemers interessant zijn om het onderhoud van nieuwe informatiepanelen uit te besteden en onder te brengen in het meerjarig onderhoudscontract voor de fiets- en wandelknooppunten in Groningen. Uiteraard wordt initiatiefnemer hier niet toe verplicht, maar het kan uitkomst bieden om dit ‘centraal en meerjarig’ te regelen. Kosten komen voor rekening van de initiatiefnemer.

Nieuwe informatiepanelen in Merk Groningen stijl vormen goede voorbeelden voor toekomstige initiatiefnemers. Met deugdelijk beheer en onderhoud zorgt dit voor structurele overtuigingskracht richting nieuwe initiatiefnemers, om ook aan te sluiten bij deze gezamenlijke ambitie voor kwaliteit en uniformiteit. Zo geven we de kwaliteit van de openbare ruimte (en de informatievoorziening in die openbare ruimte) in Groningen met elkaar een boost.

5

ORGANISATIE

ORGANISATIE

Dit handboek geldt als onderlegger voor het convenant 'samen één gedeeld verhaal van Groningen voor de toeristische profilering van de provincie'. Organisaties die dit convenant tekenen gebruiken deze richtlijn en werken samen aan de verbeterslag van (toeristische) informatievoorziening in de openbare ruimte. Hieronder staan de belangrijkste organisatorische aspecten, voor een succesvolle implementatie.

SAMENWERKING

- Er wordt 1x per jaar een **(ambtelijk) overleg** georganiseerd tussen alle betrokken organisaties, om de voortgang te bespreken. Initiatief hiertoe wordt genomen door de provincie Groningen.

EERSTE AANSPREEKPUNT VOOR INITIATIEFNEMERS

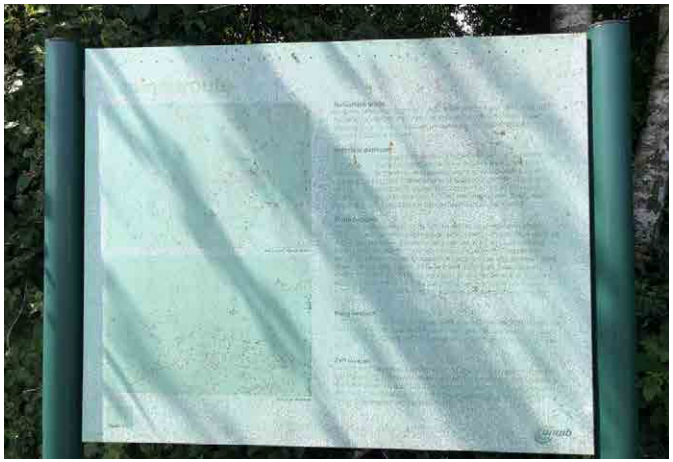
- De eerste twee jaar (2026 en 2027) is de **provinciale projectleider** aanspreekpunt voor alle zaken die te maken hebben met deze richtlijnen en initiatiefprojecten. Voor de jaren erna zijn de regiomarketingorganisaties het eerste aanspreekpunt bij een initiatief voor een nieuw informatiebord. Initiatiefnemers worden dan verder op weg geholpen en kunnen ondersteuning/begeleiding krijgen bij hun bordenprojecten. Extra benodigde tijdsinvesteringen van regiomarketingorganisaties of de projectleider zullen vergoed moeten worden door de initiatiefnemer;
- De in dit handboek opgenomen basis-ontwerpen (formats) zijn in opdracht van de provincie Groningen gemaakt door de ontwerper van Merk Groningen. De formats zijn beschikbaar bij de (regio)marketingorganisaties. Zij kunnen de formats invullen. In overleg met de merk-eigenaar/ontwerper kunnen formats worden aangepast, of kunnen nog enkele varianten worden ontwikkeld;
- In **hoofdstuk 8** is een checklist opgenomen voor initiatiefnemers en grondeigenaren. In deze checklist staan alle onderwerpen waar iemand aan moet denken als hij of zij een informatiepaneel wil plaatsen.

TAKEN VAN DE GRONDEIGENAAR (GEMEENTE EN SOMS DE PROVINCIE)

De volgende taken worden uitgevoerd door de grondeigenaren (overheden):

- **Actief beheer op bestaande informatiepanelen** die op grondgebied staan. Eigen informatieborden worden onderhouden conform deze richtlijnen (hoofdstuk 4). Voor informatieborden van derden heeft grondeigenaar een signaleringsfunctie. Als de kwaliteit niet op orde is, wordt eigenaar hierop aangesproken. Bij geen opvolging, wordt overgegaan tot verwijdering;
- Als grondeigenaar zelf nieuwe informatiepanelen gaat plaatsen, gebeurt dit **conform dit handboek**;
- Als een nieuw initiatief voor informatiepanelen door 'derden' zich aandient, dan is de rol van grondeigenaar:

  - Controleren of **toestemming/vergunning** kan worden gegeven op de betreffende locatie;
  - Verwijzen naar dit handboek en contactgegevens doorgeven van het eerste aanspreekpunt bij de betreffende regiomarketingorganisatie;
  - Toezien op goede afspraken over beheer en onderhoud van de informatiepanelen;
  - Als het initiatief voldoet aan bovengenoemde aspecten verleent de grondeigenaar toestemming, of geeft waar nodig vergunning af.



DATABASE EN VELDCONTROLES

- Na realisatie van een nieuw informatiepaneel meldt de initiatiefnemer/ regiomarketingorganisatie het informatiepaneel aan voor opname in een nog op te zetten centrale **database** (basisgegevens als locatie, eigenaar, foto), bij Routebureau Groningen. Belangrijk bij het opzetten van de database is een uitwisselbare database met gemeentelijke systemen (zoals o.a. OBSURV). Met deze database kan kwaliteitsbeheersing effectief worden aangestuurd, op basis van GIS data;
- Vrijwilligers van Routebureau Groningen krijgen tijdens het veldwerk voor fiets- en wandelroutes een extra taak. Zij **controleren de kwaliteit** van informatiepanelen die ze onderweg tegenkomen. Meldingen (achterstallig onderhoud, schade/vandalisme, verouderde informatie, etc.) worden door Routebureau Groningen verzameld;
- Routebureau Groningen onderzoekt of voor dit onderwerp een **speciaal meldpunt** kan worden ingericht, dat ook toegankelijk is voor anderen dan de eigen vrijwilligers;
- Routebureau Groningen zet meldingen door naar de betreffende eigenaar van het informatiepaneel;
- Routebureau Groningen en overheden maken **financiële afspraken** over deze (structurele) werkzaamheden;
- Dit geldt ook voor de centrale database van dynamische **QR-codes** die wordt beheerd door de (regio)marketingorganisaties. Ook hierover maken betrokken organisaties afspraken.

6

FORMATEN & MATERIAAL

Materiaal

Voor de uniformiteit is het het sterkst als zoveel mogelijk informatiepanelen in dezelfde materialen, kleuren en maten worden gemaakt. Er is gekeken naar duurzame en betaalbare opties.

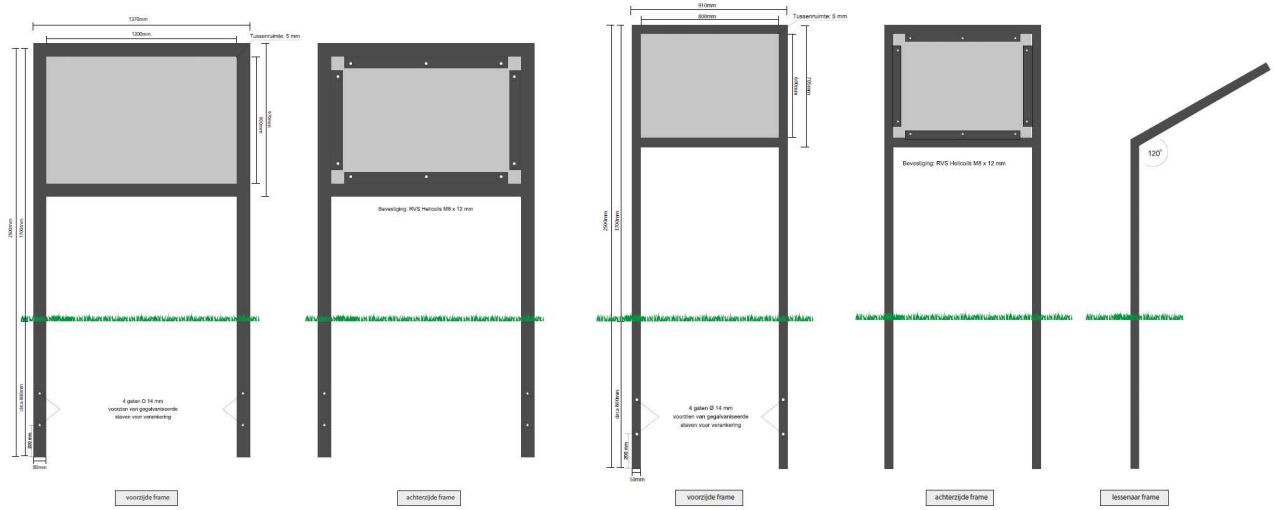
Informatiepanelen
Er is gekozen voor een aluminium frame; dit is een onderhoudsarm materiaal, het rot niet en is, in vergelijking met staal, betaalbaarder. Alleen de lessenaar wordt uitgevoerd in staal vanwege de stevigheid. Het frame spuiten we in de neutrale kleur RAL 6015. Deze kleur past mooi bij de achtergrond-kleur 'Klei' van de vormgeving. Zo vallen de borden netjes weg in het landschap en springt de informatie op het paneel er goed uit.

De buizen van de frames worden uitgevoerd in vierkant. Dit past het best bij de vormgeving, het merk, en de provincie.

De buizen worden 6 meter lang geleverd. Om daar zo voordelig mogelijk verschillende formaten frames uit te maken zijn we uitgekomen op 2 standaard maten:
- STANDAARD 80x60cm
- GROOT 120x80cm

Het paneel wordt er tegenaan geschroefd; op deze manier kan het paneel voordelig gewijzigd worden, en het frame worden hergebruikt.

vierkante buizen van aluminium



Formaat GROOT
120 x 80cm

Formaat STANDAARD
80x60cm

Materiaal

Kleine panelen
Voor de kleinere panelen die bijvoorbeeld aan een wand kunnen worden geschroefd is er de volgende afmeting gekozen:
- KLEIN 40x30cm

Informatiezuilen
Afmetingen van de informatiezuil (TOP's) zijn 250 x 50 cm. De informatieplaten zijn HPL platen, het binnenframe van de zuilen is van aluminium.

7

VORMGEVING

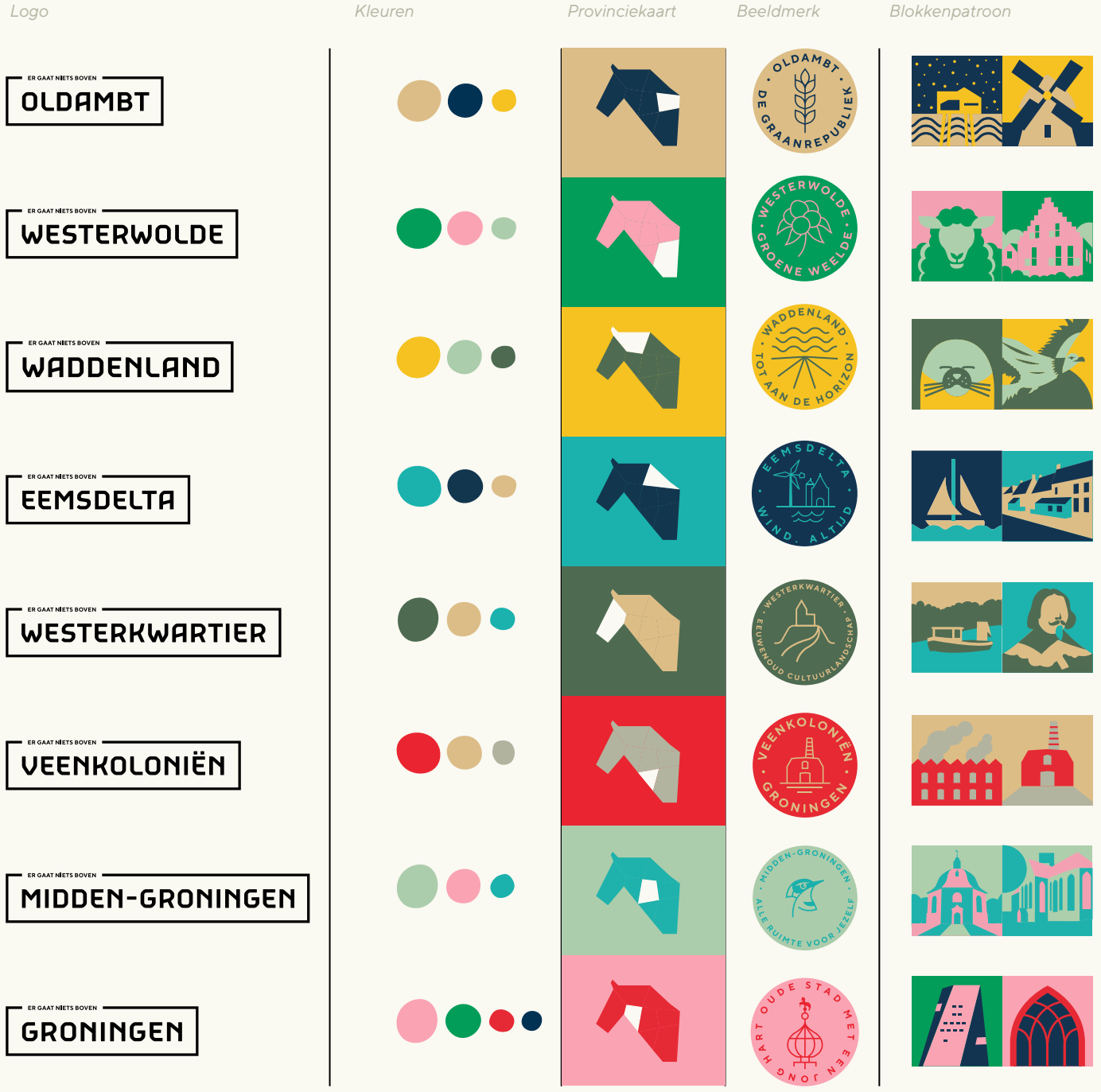
Huisstijl-elementen

Binnen Merk Groningen heeft elke regio een aantal onderdelen die we inzetten op de informatiepanelen;
- set van 3 kleuren: (met 1 hoofdkleur en 2 steunkleuren, Stad heeft 3 steunkleuren),
- een logo
- een grafische afbeelding van de provincie waarop de regio is aangeduid

Op de informatiezuilen voegen we daaraan toe:
- blokkenpatroon illustraties
- het beeldmerk

Op informatiepanelen van derden:
- het beeldmerk kan hier op geplaatst worden, in 1 van de drie regiokleuren, of in Paard (zwart in het Groninger kleurenpalet) of Borg (wit in het Groninger kleurenpalet). Hier kan gekozen worden voor het regio beeldmerk, of het algemene beeldmerk 'er gaat niets boven Groningen.'

Hiernaast zie je een overzicht van de elementen



Informatie-panelen

Er zijn informatiepanelen in verschillende soorten en maten. Toch proberen we tussen deze panelen zoveel mogelijk eenheid te bewaren. Een liggend formaat (80x60 cm) is de standaard.

Bij elk paneel wordt alle informatie in het bovenste deel geplaatst, en heeft een balk onderin ruimte voor de afzender (en logo's). Het informatiedeel is in vlakken ingedeeld: voor tekst, foto's en afbeeldingen of kaarten en plattegronden. Elk bord wordt uitgevoerd in de kleuren van de desbetreffende regio.

Voor elk formaat zijn er templates beschikbaar: kant en klare layouts waarin tekst, foto's of afbeeldingen en kaarten of plattegronden aangepast kunnen worden.

> De templates zijn beschikbaar via de regiomarketingorganisaties.

Hiernaast zie je een voorbeeld van een mogelijke indeling van een paneel. >

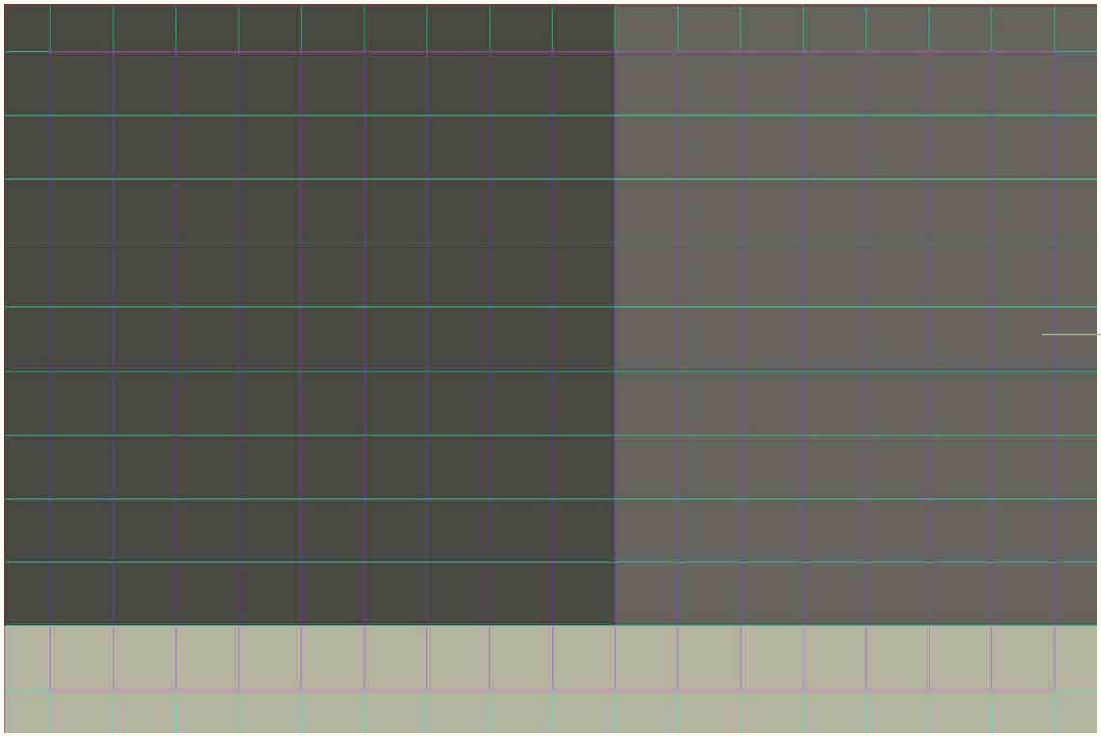
Informatie-panelen

Hiernaast een overzicht van de kleurenverdeling per regio >

Grid & indeling

Elk paneel is voorzien van een grid van vierkanten.
Bij een aanvraag voor een nieuw template kan er op basis van dit grid steeds een andere indeling worden gemaakt.
Een vlak (opgebouwd uit vierkanten uitgelijnd op het grid) wordt gevuld met een foto-, plattegrond- of tekstblok.

Hiernaast zie je een voorbeeld van het grid op een liggend paneel. >



Voorbeeld van een vlak dat is uitgelijnd op het grid.

Richtlijnen

De verschillende vakken op een paneel kunnen worden gevuld met 3 onderdelen:
- tekst
- foto's of afbeeldingen
- kaarten

En op de balk onderin plaatsen we:
- de provincie-graphic
- het logo van de regio;
- en hier is ruimte voor logo's

De templates zijn al vormgegeven; op deze manier is het makkelijk om alleen tekst / foto's en plattegronden te wijzigen om een nieuw informatiepaneel te vullen.

Hier zijn een aantal beschrijvingen hoe de templates zijn opgebouwd:

tekst:
• lopende tekst in wit: TT Norms regular
• intro tekst in wit: TT norms medium
• de titel mag in 1 van de steunkleuren van de regio: Gronika regular
• subkopjes TT Norms bold en CAPS,
• tekst wordt altijd in het meest linker vlak op het bord geplaatst
• probeer een maximum van 300 woorden aan te houden. Is er meer tekst en uitleg nodig? Verwijs dan naar informatie online, bijvoorbeeld met een dynamische QR-code.

Titel in Gronika regular, letterafstand en lettergrootte gelijk

QR-codes op een wit vierkant, niet te groot, minimaal 2,5x2,5 cm

Ondertitel in TT Norms bold en CAPS, spatiëring 200 pt

Intro in TT Norms medium

Lopende tekst in TT Norms,regular, bij langere tekst: opgedeeld in kolommen

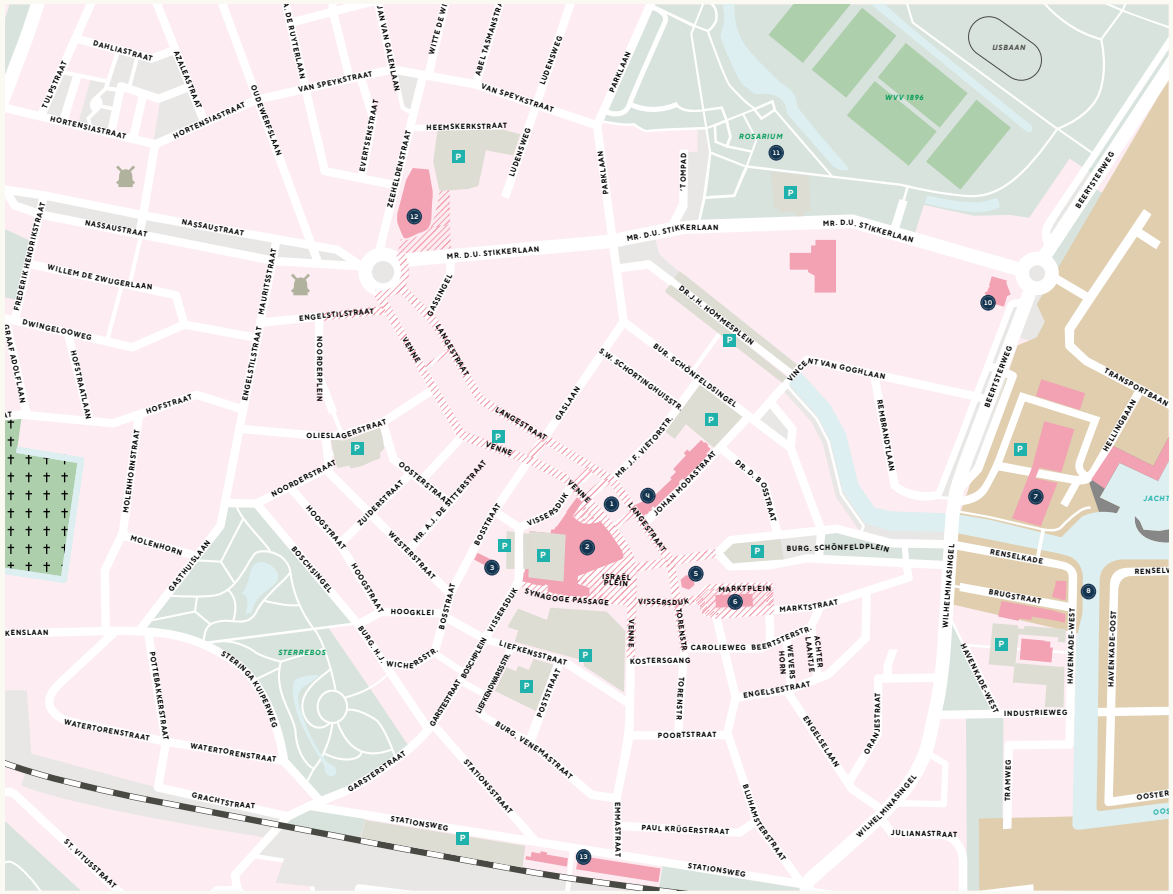
Subkop in TT Norms bold en CAPS, spatiëring 200 pt, in 1 van de twee steunkleuren van de regio.

Richtlijnen

plattegronden / kaarten
• de plattegronden worden voorzien van een rand in één van de twee steunkleuren van de regio
• er staat altijd in Gronika een N,O, Z, W als kompas in de rand
• we streven ernaar om de plattegronden zoveel mogelijk aan te laten sluiten bij het merk. Daarvoor zijn 3 opties:
A) een kaart volledig in merkstijl.
B) een bestaande kaart omgekat naar de juiste kleuren en lettertypes.
C) een andere plattegrond (niet in merkstijl)

Bij optie A geldt:
• de plattegrond wordt uitgevoerd in de kleuren van het Groninger kleurenpalet, af en toe aangevuld met een lichtere variant daarvan als dat de duidelijkheid ten goede komt
• tekst van bijvoorbeeld plaatsnamen en andere informatie in TT-norms
• maak gebruik van de standaard iconenset van Merk Groningen (indien van toepassing)

Hiernaast zie je een voorbeeld van een plattegrond die is omgezet naar kleuren en lettertypes van Merk Groningen.



Richtlijnen

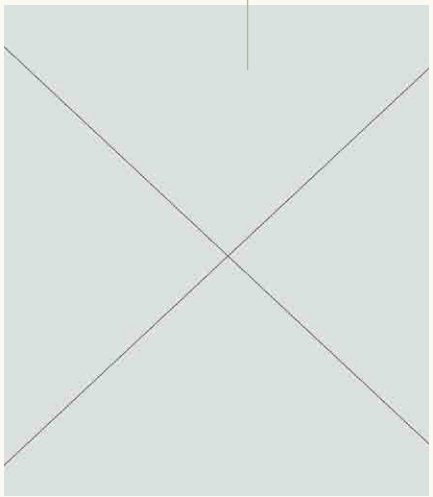
foto's en afbeeldingen
• Groningen & Partners heeft richtlijnen opgesteld voor fotografie: link
• zorg voor een resolutie die groot genoeg is zodat de foto's scherp uitkomen
• geen gebruik van schaduwen
• niet meer foto's plaatsen dan dat er plek is in de templates
• de tussenruimte blijft steeds gelijk (een half vierkant van het grid)
• Groningen & Partners heeft een beeldbank, waar foto's uit gebruikt kunnen worden

Drie opties voor het toepassen van foto's:
1. een heel vlak vullend
2. los, met een vlak aan de onderkant voor aanvullende informatie
3. met een 'labeltje' aan de bovenkant

Hiernaast zie je een voorbeeld van een mogelijke indeling van een paneel.>

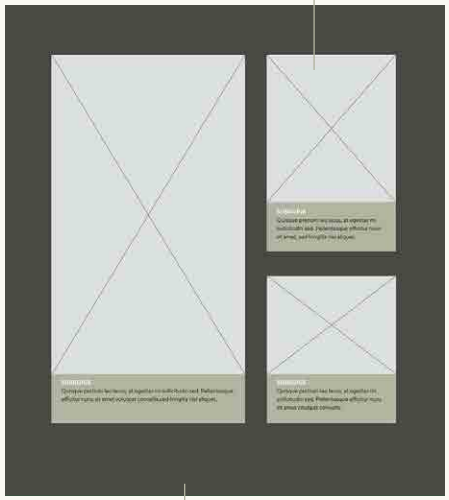
Foto vult een heel vlak

1



Ruimtes tussen de foto's overal gelijk

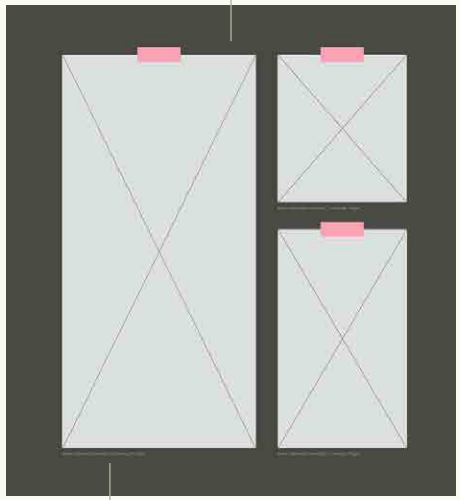
2



Kleine stukjes tekst en uitleg in TT-Norms regular en zwart, kopjes in bold en CAPS en wit. Geplaatst op een vlak in de kleur: Wad. Foto tegen het vlak aan.

Labeltjes in 1 van de twee steunkleuren van de regio

3



Onderschrift bij foto's; maximaal 1 regel, in TT Norms italic, in de kleur;:Wad.

Richtlijnen

subsidiënten
• we plaatsen logo's van subsidiënten onderin de balk
• om een rommelig geheel te voorkomen worden alle logo's bij voorkeur in dezelfde kleur uitgevoerd: Wit
• rechts van het logo van de regio plaatsen we een verticale lijn; aan de rechterkant van die lijn de logo's van instanties
• hoe meer logo's, hoe verder het regiologo opschuift naar links

Hiernaast zie je een voorbeeld van een mogelijke plaatsing van logo's >

Layouts

Formaat: standaard
(80x60cm liggend)
Verschillende layout opties beschikbaar als template.

> hiernaast 9 layout opties. In dit voorbeeld de opzet voor Westerwolde.

Layouts

Formaat: standaard
(60x80 cm staand)
Net als het liggende formaat heeft deze staande variant ook verschillende lay-out opties beschikbaar als template.

> hiernaast 8 voorbeelden. In dit voorbeeld de opzet voor Waddenland

Layouts

Formaat: groot
(120x80 cm liggend)
Verschillende lay-out opties
beschikbaar als template.

> hiernaast 1 voorbeeld van Veenkoloniën

Layouts

Formaat: klein
(30x40 cm staand)
Verschillende lay-out opties
beschikbaar als template.

> hiernaast 3 lay-out opties. In dit voorbeeld de opzet voor Midden-Groningen.

Informatiezuilen

De informatiezuilen (TOP's) hebben veel plek voor informatie. De zijden van de zuil zijn opgedeeld in drie delen:

Bovenaan komt de naam van de regio op de hoofdkleur van de regio. Zo is het van een afstand goed herkenbaar.

Op het middelste deel komt alle informatie: teksten, foto's, plattegronden, fietsknooppuntkaarten, etc

Op het onderste deel komt niet veel te staan: dan moeten de mensen te veel bukken.

> De lay-out van de informatiezuilen wordt aangepast aan de inhoud. De provinciale projectleider en de regiomarketingorganisaties zijn hiervoor het eerste aanspreekpunt

Hiernaast zie je een voorbeeld van een mogelijke indeling van een informatiezuil.

Toeristisch informatiepunt, regionaam in wit of zwart, Gronika regular, op de hoofdkleur

Ruimte voor beeld of kaarten

Alle ruimte voor tekst, foto's/afbeeldingen, plattegronden/kaarten,

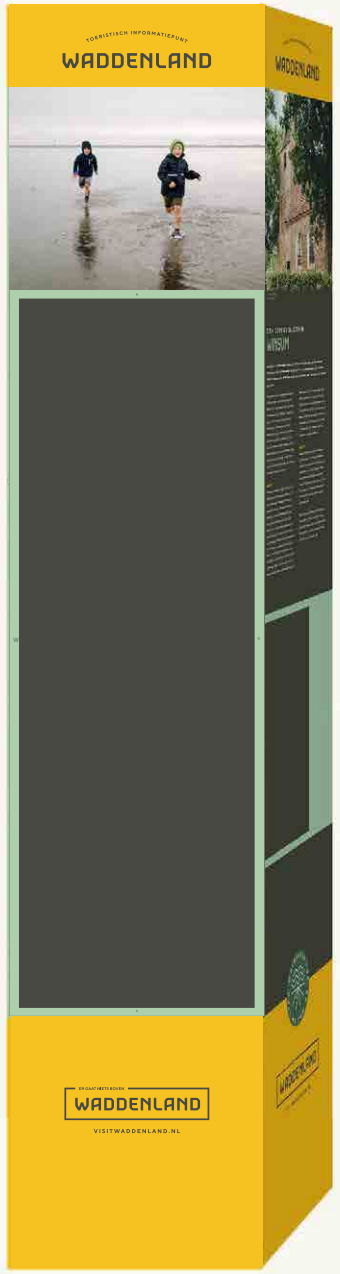
op de neutrale achtergrondkleur; Klei

Beeldmerk in Borg op 1 van de steunkleuren van de regio

Logo van de regio

URL van de regio

Onderste deel in hoofdkleur van de regio



TOP

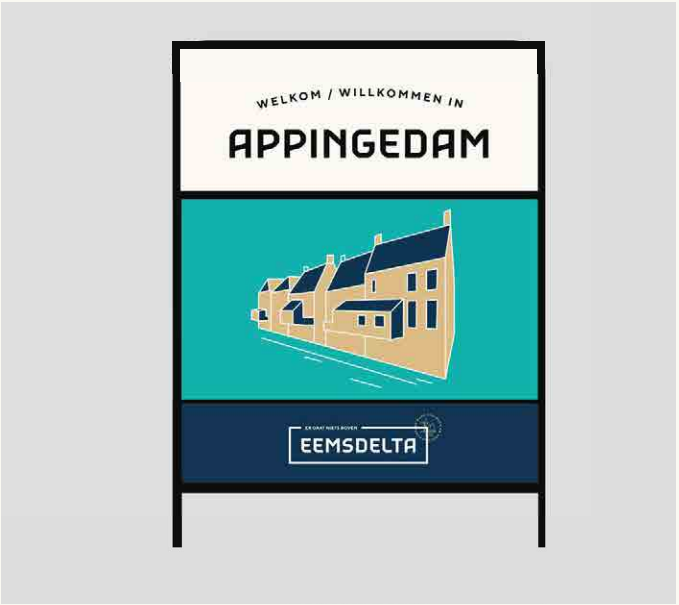
INFORMATIE

AFZENDER

Welkomstborden

Naast de beschikbare templates, is er ruimte voor speciale borden. Ook hier is de ambitie om deze in dezelfde lijn uit te voeren.

Denk bijvoorbeeld aan de welkomstborden als je een dorp of stad binnenrijdt.



Speciale bebording

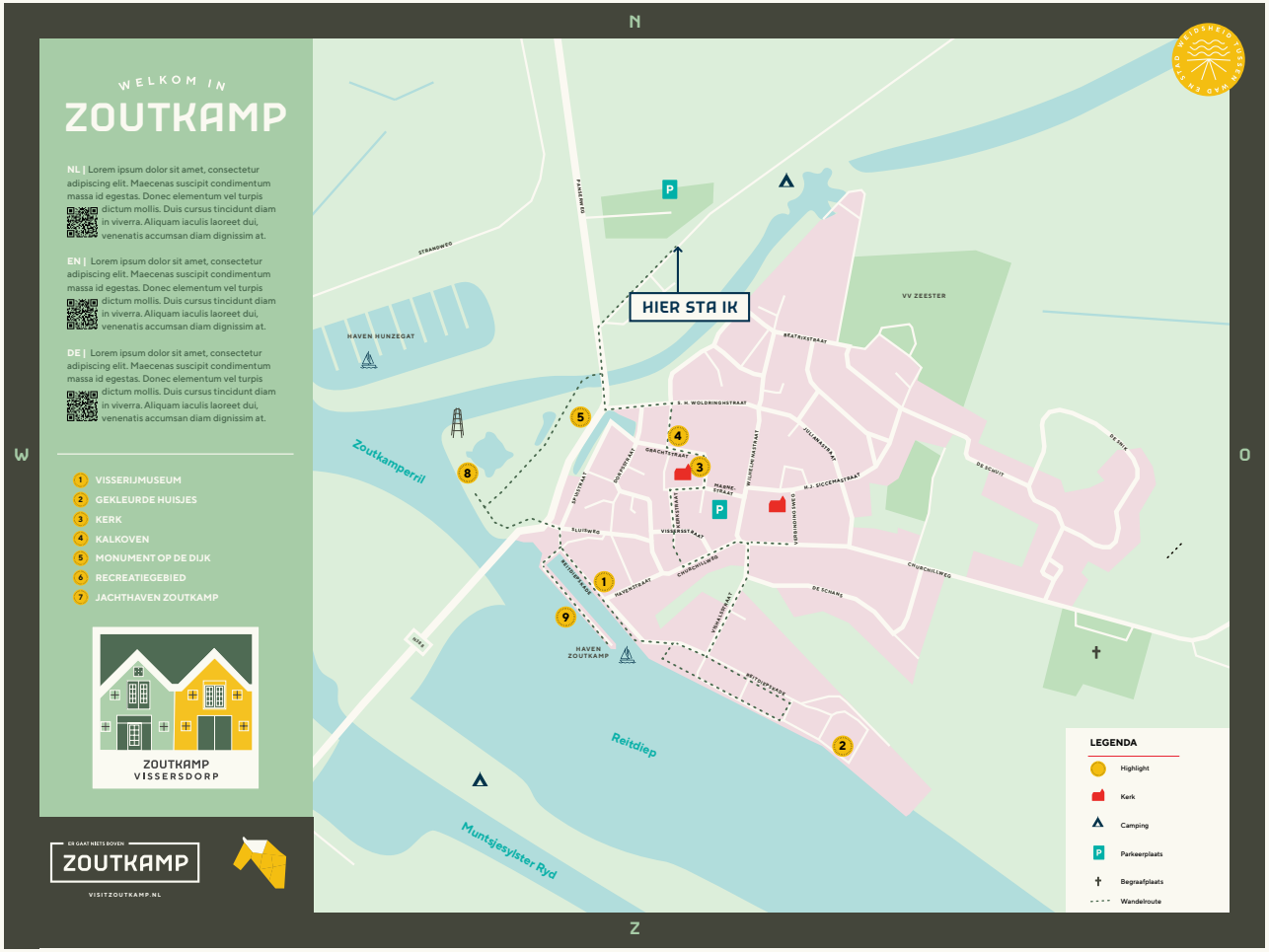
Naast de beschikbare templates, is er ruimte voor speciale borden. Ook hier is de ambitie om deze in Merk Groningen stijl uit te voeren.

Denk bijvoorbeeld aan handwijzers, zoals hiernaast.

Plattegrond met highlights

Er is ook een template beschikbaar voor plattegronden. Ook hier is de ambitie om deze zoveel mogelijk in Merk Groningen stijl

Hiernaast een voorbeeld van Zoutkamp van 80 x 60 cm.



Beeldmerk op borden van derden

In sommige gevallen wordt een bord niet uitgevoerd in Merk Groningen stijl, maar is er wel behoefte om aan te geven dat het bord onderdeel is van toeristisch Groningen.

In die gevallen kan er op het bord een beeldmerk geplaatst worden van de betreffende regio. Dit gaat volgens de regels van de Tools voor Trots.

Hiernaast 2 voorbeelden van plaatsing van een beeldmerk. Het gaat hier niet om de borden zelf, maar om het toepassen van het beeldmerk.

rechtsonder

rechtsboven

8

CHECKLIST

CHECKLIST

VOOR INITIATIEFNEMERS EN GRONDEIGENAREN

Ben je van plan om een informatiepaneel te plaatsen in de openbare ruimte? Of ben je grondeigenaar en vraagt iemand of er een informatiepaneel geplaatst mag worden?

De Groningse overheden (gemeenten en provincie) willen dat informatiepanelen er zoveel mogelijk hetzelfde uitzien en van goede kwaliteit zijn en blijven. Daarom is dit handboek gemaakt.

Deze checklist helpt je om rekening te houden met alle belangrijke punten.

Bij vragen, neem dan contact op met één van de regiomarketingorganisaties of Groningen & Partners.
Dan kijken we samen hoe we de uiting of het initiatief bij Merk aan kunnen laten sluiten.

	TOELICHTING	✓
ONDERWERP		
Is het onderwerp interessant genoeg voor een breed publiek?	Niet ieder onderwerp leent zich voor een informatiepaneel. Denk na of het onderwerp interessant genoeg is voor bezoekers, om een informatiepaneel te lezen.	
Is de informatie op het informatiepaneel na enkele jaren nog actueel?	Informatiepanelen staan soms wel 10-15 jaar in de openbare ruimte. Wees je bewust dat de informatie ook over een aantal jaar nog interessant en kloppend is.	
Staat er geen reclame of politieke boodschap op het informatiepaneel?	Reclame-uitingen of politieke boodschappen zijn niet toegestaan op informatiepanelen in Merk-Groningen stijl.	
TOESTEMMING		
Ben je zelf grondeigenaar, of heb je contact gehad met de grondeigenaar?	Toestemming van de grondeigenaar is altijd nodig. Soms zelfs een vergunning. Overleg dit met de grondeigenaar. Via kadaster.nl kan je achterhalen wie grondeigenaar is.	
Heb je toestemming van de grondeigenaar om het informatiepaneel te plaatsen?	Zonder toestemming van de grondeigenaar kan er geen informatiepaneel worden geplaatst. Gebeurt dat wel, dan zal het paneel worden verwijderd door de grondeigenaar.	
Is de locatie geschikt voor een informatiepaneel?	Samen met de grondeigenaar beoordelen of de gewenste locatie geschikt is. Kijk goed naar verkeersveiligheid, toegankelijkheid (ook van mindervaliden) en aantrekkelijkheid.	
Is het beheer en onderhoud van het informatiepaneel meerjarig geregeld (jaarlijkse schoonmaakronde, schadeherstel)?	Zonder goede afspraken over meerjarig beheer en onderhoud van het informatiepaneel, krijg je als initiatiefnemer geen toestemming van de grondeigenaar.	

	TOELICHTING	✓
MERK GRONINGEN STIJL		
Is het ontwerp van het informatiepaneel in Merk Groningen stijl?	Alle overheden in de provincie Groningen werken samen aan de ambitie om informatiepanelen in de openbare ruimte uniform uit te voeren, volgens de Merk Groningen stijl. Neem voor meer informatie contact met je regiomarketingorganisatie.	
Heb je contact gezocht met de regiomarketingorganisatie?	De regiomarketingorganisatie kan je ondersteunen bij het invullen van het sjabloon/ontwerp voor het informatiepaneel, in Merk Groningen stijl. Neem contact op over de voorwaarden.	
Is het ontwerp en materiaalgebruik conform uitgangspunten van dit handboek?	Als we voor alle nieuwe informatiepanelen gebruik maken van de opgenomen richtlijnen in het handboek, dan zetten we een grote stap in het mooier maken van de openbare ruimte van Groningen.	
Is het type frame afgestemd op de locatie (lessenaar of rechtopstaand)?	Als het landschap of uitzicht op de plek van het informatiepaneel aantrekkelijk is, kiezen we voor een lessenaarmodel. Gaat het voornamelijk om de informatie en is er geen speciaal uitzicht op die plek, dan volstaat een rechtopstaand informatiepaneel.	

	TOELICHTING	✓
INHOUD		
Is de informatie duidelijk, kort en begrijpelijk? Sluit deze goed aan op de doelgroep?	In het handboek gaan we in op uitgangspunten als: maximaal 300 woorden op een informatiepaneel, gebruik dynamische QR-codes als meer achtergrondinformatie gewenst is.	
Is er een afbeelding of kaart die de tekst ondersteunt?	Kwaliteit van foto's en kaarten is belangrijk voor de uitstraling van het informatiepaneel. Kijk voor foto's ook in de beeldbank van Groningen & Partners.	
Heb je nagedacht over meertaligheid?	Het is onze ambitie om ook de buitenlandse bezoeker te voorzien van informatie. Neem waar het kan een korte samenvatting op in Engels/Duits, of organiseer dit digitaal. Denk ook na over het gebruik van de Groninger taal (Nedersaksisch).	
Wordt er een link gelegd naar een digitale omgeving? Gebruik dan een dynamische QR-code. Hierover kan je contact opnemen met de (regio)marketingorganisatie.	Als we dit samen goed organiseren, voorkomen we in de toekomst niet functionerende QR-codes. De regiomarketingorganisatie kan je hier meer over vertellen (hoe het werkt, of er kosten aan verbonden zijn).	
BEHEER		
Zijn de onderhoudsafspraken gemaakt en vastgelegd?	Afspraken en intenties zijn mooi, maar daadwerkelijk uitvoeren van onderhoud zorgt ervoor dat we de kwaliteit van informatiepanelen op orde houden.	
Is het informatiepaneel aangemeld bij de (centrale) database voor informatiepanelen in de openbare ruimte?	Routebureau Groningen gaat een database bijhouden, zodat we grip krijgen op het aantal en de kwaliteit van informatiepanelen in de openbare ruimte. Kijk voor meer informatie op www.routesingroningen.nl	

MERKGIDS & COPYRIGHT

MERKGIDS& COPYRIGHT

Merkgids
Voor details en richtlijnen over het gebruik van foto's en het opstellen van teksten (wijze van aanspreken, etc.) verwijzen we naar de merkgids: klik hier

Copyright huisstijl
De huisstijl van Merk Groningen is met zorg en veel liefde ontwikkeld. Als ze volgens gebruiksregels worden toegepast versterken we samen het verhaal van Groningen. De kleine lettertjes zorgen ervoor dat de elementen op de juiste manier worden ingezet. Zodat afbreuk aan de huisstijl wordt voorkomen, en we samen optimaal merkversterkend werken. Om de eenheid te bewaken en versnippering te voorkomen, zijn er regels opgesteld.

Groningen & Partners is merkeigenaar
Dat houdt in dat Groningen & Partners eigenaar is van de visuele identiteit. Dat betekent dat Groningen & Partners regie voert over het correct toepassen hiervan. Mocht het zo zijn dat de gebruiksregels niet goed zijn opgevolgd, dan heeft Groningen & Partners het recht om daarop te wijzen en eventueel te eisen dat de regels netjes worden opgevolgd.
De regiomarketingorganisaties zijn licentiehouders van het merk. Ook zij kunnen initiatiefnemers aanspreken op eventuele foutieve toepassingen.
Daarnaast is het niet toegestaan om elementen van de templates te kopiëren of na te maken.

Bij vragen, neem dan contact op met één van de regiomarketingorganisaties of Groningen & Partners.
Dan kijken we samen hoe we de uiting of het initiatief bij Merk aan kunnen laten sluiten.
Merk wordt vormgegeven door het Merkteam van Groningen & Partners of door andere ontwerpers die worden ingeschakeld. Het auteursrecht van deze ontwerpen ligt bij de ontwerpers (tenzij anders is overeengekomen). Niks van de reeds gemaakte uitingen van Merk Groningen mag worden gekopieerd.

TOT SLOT

Dit handboek is opgesteld in afstemming met alle betrokken organisaties. We delen de ambitie om de kwaliteit van informatievoorziening in de openbare ruimte te verbeteren. Samen gaan we er iets moois van maken!

DE KRACHT
VAN SAMEN
EEN ECHT
GRONINGS
VERHAAL
IN EEN ECHT
GRONINGS
JASJE