# Maak er samen een sterk merk van

## *Met ons. In Weert.*

GEMEENTE WEERT

# Agenda

- Introductie
- Het merk Weert
- Achtergrond. Met Ons. In Weert.
- Beeldbank, stadsaankleding
- Stadsmagazine, website, social media, fanfilms, toolkit

## PAUZE

- Het nieuwe winkelen
- Weert 600 jaar stad
- Vragen

Divers. compleet. samen. verjongend.

# Ook een gemeente is een merk

GEMEENTE WEERT

# Een sterk merk begint met een sterk verhaal

# Een sterk merk is

1. Relevant, authentiek
2. Onderscheidend
3. Aantrekkelijk
4. Krachtig, duidelijk
5. Consistent

Divers. compleet. samen. verjongend.

# Sterke merken zijn herkenbaar

# Een merk leeft en groeit

# Een stad als merk

I amsterdam.
© www.imagenature.com
(c) ImageNature. Request image use at www.imagenature.com
Please do not copy without permission.

I amsterdam.
Card
I amsterdam.
Card

I amsterdam
City Card
Your key to Amsterdam
XXX
I amsterdam.

# Wat is het merk Weert?

# Uitgangspunten (eind 2010)

**Onderzoek bureau Ubachs / Full contact**

**Aanloop naar Koninginnedag 2011**

- Lage spontane bekendheid
- Gebrek aan profiel (voor buitenwereld)
- Niet trots op eigen gemeente
- Weinig aanleiding voor bezoek Weert

# Doelstellingen

- Verhogen bekendheid (ook buiten regio)
  naam, ligging, aanbod
- Duidelijk profiel (waar staat Weert voor)
- Veelzijdige, levendige, gezellige stad
- Aantrekkelijke woonstad
  (m.n. voor jonge gezinnen en ondernemers)

Divers. compleet. samen. verjongend.

# Kernboodschap

"Weert is een gezellige, veelzijdige stad, met een hoog voorzieningen- en verenigingsniveau.
Je vindt hier alles wat je nodig hebt op loopafstand of binnen enkele fietsminuten. Je krijgt in Weert volop de kans om meer uit je leven te halen. Het is een stad die uitnodigt tot meedoen."

**Met ons. In Weert.**

**Divers. compleet. samen. verjongend.**

# Wat biedt Weert?

- Meest kindvriendelijke stad van Limburg, 2009
- Beste woongemeente van Limburg, 2009
- Tweede plaats beste binnenstad van Nederland, 2009
- Bospop winnaar beste regio evenement cultuur, 2009
- Gemeenteprijs 2010, beste aanpak polarisatie en radicalisering,2010
- Weerter kermis op plaats 4 in Top 100 Evenementen van NL, 2011
- Winnaar Hein Roethofprijs  project  Campus Servillius, 2011
- Keurmerk veilig ondernemen voor binnenstad 4 keer op rij behaald
- Martinuskerk bij top 100 van belangrijkste monumenten in Nederland

Divers. compleet. samen. verjongend.

# Wat biedt Weert?

WEERT
GROENSTESTAD
WINNAAR 2012

Divers. compleet. samen. verjongend.

# Wat biedt Weert?

WEERT
SPORTGEMEENTE
VAN HET JAAR
2012

Divers. compleet. samen. verjongend.

# Wat biedt Weert?

OLS 2013

BELAEFTJ UM HEI-OP IN ROOJ

schutterij
ST ANTONIUS
1475 Stramproy

# Geïntegreerde communicatie

**Events**
- Carnaval
- Koninginnedag
- Kermis
- Pinkster Culiance
- Bospop
- OLS

**PR**
- “Met ons” verhalen
- Mediapartnerships
- Eigen media

**Reclame**
- Advertenties
- Radiocommercials
- (Abri)posters

Maak er iets moois van!

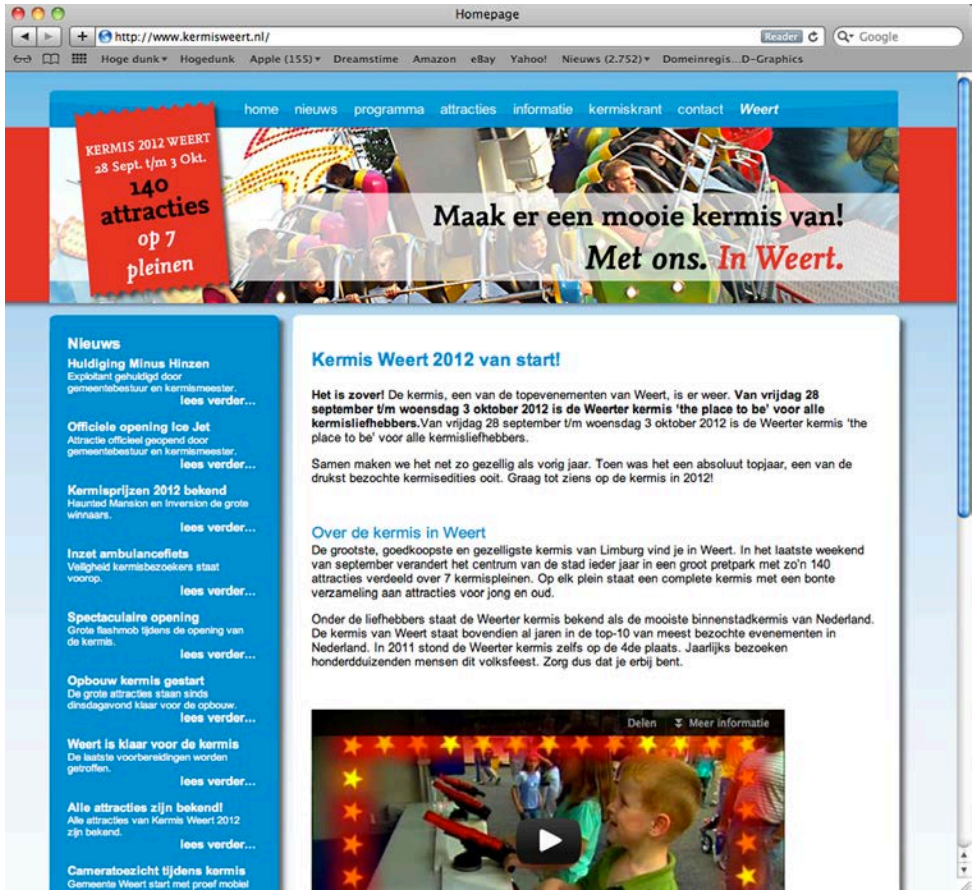
**Met ons. In Weert.**

**Promotie**
- Citycard
- Ansichtkaarten
- “Met ons” gadgets

**Fan Programma**
- Uitnodigen vrienden
- Kortingen, privileges
- Fanfilms
- Podium voor fans

**Online**
- Social Media
- Banners
- Mobiel
- Virals
- App’s
- E-cards

# De start– Koninginnedag 2011



# In de praktijk – kermis 2012

# In de praktijk – Kampershoek

# In de praktijk – cultureel lint 2012

# Hoe wordt Weert een winning team?

GEMEENTE WEERT

# Hoe wordt *Weert* **een winning team?**

1. Centrale Visie en Doel
2. **De juiste middelen**
3. Vakkundige spelers
4. Goed samenspel

**Divers. compleet. samen. verjongend.**

# De juiste middelen-huisstijlhandboek



## 01.00 Basis elementen

### Logo's

**Toepassing full colour logo**
Het logo moet altijd op een lichte achtergrond geplaatst worden.

Indien plaatsing op een lichte achtergrond niet mogelijk is, kan er gebruik worden gemaakt van een diapositief logo.

De gebruiker van de campagne kan het eigen logo onder de kleurbalk met de payoff plaatsen. Let hierbij altijd op een goede leesbaarheid van het logo.

Het liefst de logo's plaatsen op een foto en niet in een kader. Hierbij heeft de plaatsing van het logo op een lichte achtergrond de voorkeur. De logo's worden in principe altijd gecentreerd geplaatst. Bij een liggende opmaak kan het logo ook rechtslijnend geplaatst worden (zie voorbeeld).

## 01.00 Basis elementen

### 01.02 Typografie

#### NexusMix

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890$%&(,.:;#!?)

NexusMix Regular

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
*1234567890$%&(,.:;#!?)*

NexusMix Italic

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**
**1234567890$%&(,.:;#!?)**

NexusMix Bold

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***
***1234567890$%&(,.:;#!?)***

NexusMix Bold Italic

**Maak er wat moois van!**

NexusMix Bold - voorbeeld pay off

***Met ons. In Weert.***

NexusMix Bold italic - voorbeeld pay off

De Hoofdtypografie voor Met ons. In Weert. is de Nexus. In combinatie met de zetswijze cursief en vet zorgt deze letter voor een herkenbare afzender.

#### Arial

Indien er geen mogelijkheid bestaat om gebruik te maken van het lettertype Nexus dan mag het lettertype Arial worden gebruikt. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn bij het verzenden van emails of content teksten bij websites.
De pay off dient bij voorkeur wel in het juiste lettertype verwerkt te worden. Dit kan door het plaatsen van de tekst als afbeelding. De pay off wordt daarom ook als afbeelding aangeboden die in de uiting kan worden geplaatst.

### 01.03 Kleurgebruik

De campagne kent als basiskleuren wit en zwart met een wisselende themakleur. Deze thema kleur wordt bepaald door het onderwerp (oranje bij koninginnedag, legergroen bij actie voor KMS) of door de afzender (gemeenteblauw voor acties gemeente). De teksten dienen te allen tijde goed leesbaar te zijn. Bij voorkeur zwarte tekst op lichte achtergrond gebruiken en witte tekst op donkere achtergrond. In de pay-off is het eerste gedeelte "Met Ons" bij voorkeur in zwart op een lichte andergrond of in wit op een donkere achtergrond. Voor het tweede gedeelte "In Weert" kan een themakleur gekozen worden. Bij de kermisacties was dit rood.

De hoofdboodschap wordt in een vignet geplaatst. Bij teksten die in het "vignet" geplaats worden mogen de kleuren afwisselen. Wit en zwart worden gebruikt om de leesbaarheid te vergroten en onderwerpen te benadrukken. Rood is in dit voorbeeld de themakleur voor de kermis.

# De juiste middelen-huisstijlhandboek

# Hoe wordt *Weert* **een winning team?**

1. Centrale Visie en Doel
2. De juiste middelen
3. **Vakkundige spelers**
4. Goed samenspel

**Divers. compleet. samen. verjongend.**

# Bijeenkomst december 2011 **Draagvlak en overleg**

**Deelnemers uit de 4 programmalijnen**

- Uitleg Met ons. In Weert. Campagne
- Voorbeelden van toepassingen
- Wat vinden jullie ervan?
- Wat hebben we nodig om concreet aan de slag te gaan?

# Bijeenkomst april 2012 **Ons Weert Team**

**Communicatieprofessionals en fans uit en van Weert**

- ART= ontwerp- en reclameburo – *Bart Maes*
- Buro Beeldvang – creatieve communicatie – *Hans Corstjens*
- Herman Litjens vormgeving  bno
- Weert de Gekste – *Sjoerd van Hoof & Mark Vialle*
- VVV Weert – *Anita van de Boogaard*
- Centrummanagement Weert – *Sonja Blok*
- Gemeente Weert – *Liset Spreuwenberg*

**Divers. compleet. samen. verjongend.**

# Bijeenkomst april 2012 **Ons Weert Team**

## Doelstelling

- Commitment om beter samen te spelen
- Samen hetzelfde verhaal van Weert vertellen
- Bestaande middelen & media combineren en nieuwe ontwikkelen
- Initiëren / Faciliteren / Centraliseren / Adviseren

# Resultaten **Ons Weert Team**

## Wapenfeiten

- Presentatie plannen aan gemeente • *april 2012*
- Samenstellen Nota Stadspromotie • *mei 2012*

  brons-zilver-goud
- Gemeente gaat voor goud • *juni 2012*
- Uitvoeren en toepassen *plannen* • *juli-oktober 2012*
- Samenwerking vergroten • *juli-oktober 2012*

# Resultaten **Ons Weert Team**

**Voordelen**

- Eenheid in imago

*Betere zichtbaarheid en (h)erkenning*

- Gemak

*Middelen en media ter beschikking*

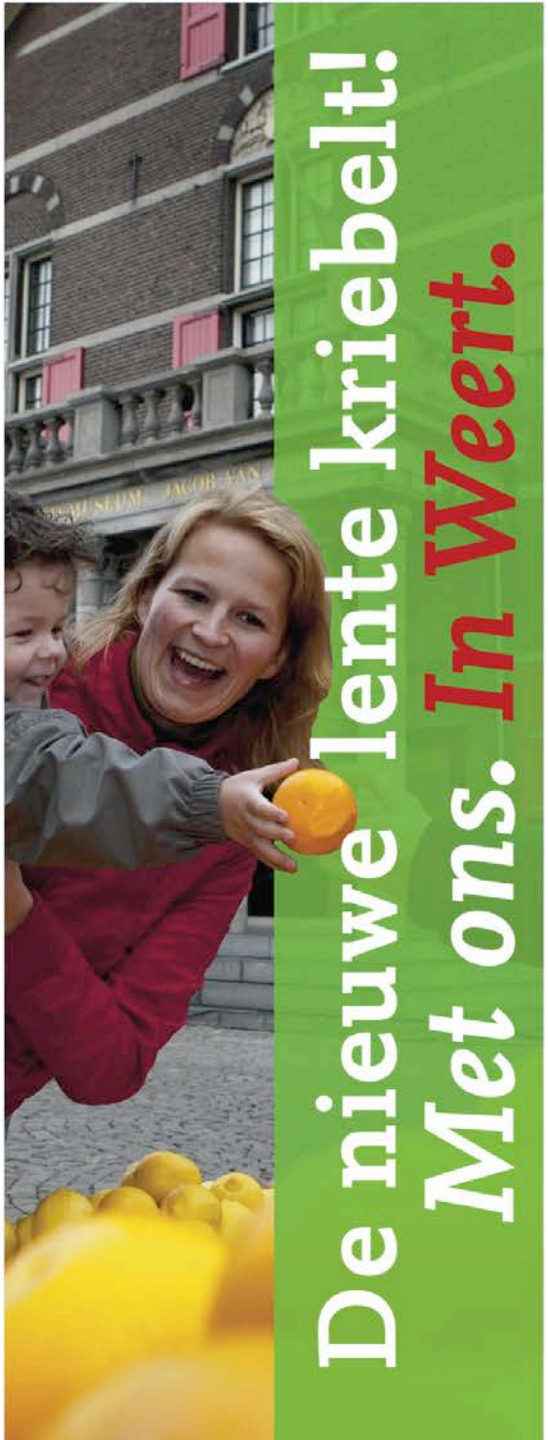
- Goedkoper

*Centraal ontwikkelen, divers gebruiken*

**Divers. compleet. samen. verjongend.**

Zonnig zalig zomeren!
Met ons. In Weert.
DE HAVEN

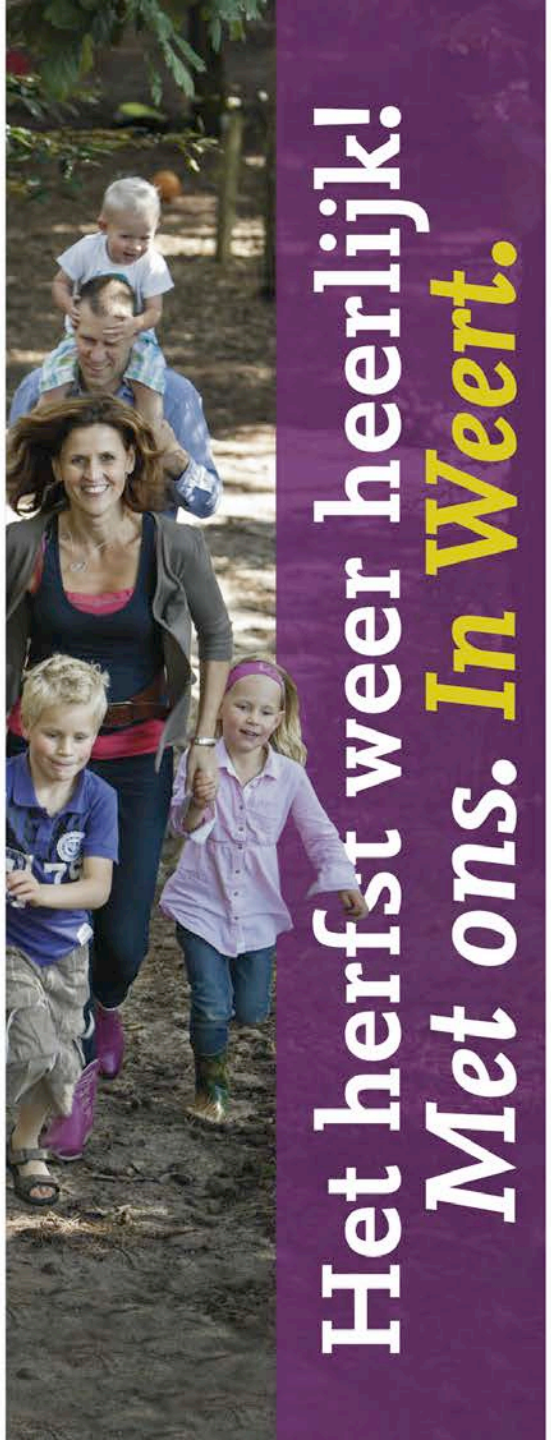
De nieuwe lente kriebelt!
Met ons. In Weert.


De nieuwe lente kriebelt!
Met ons. In Weert.

Zonnig zalig zomeren!
Met ons. In Weert.

Zonnig zalig zomeren!
Met ons. In Weert.

Het herfst weer heerlijk!
Met ons. In Weert.


Het herfst weer heerlijk!
Met ons. In Weert.

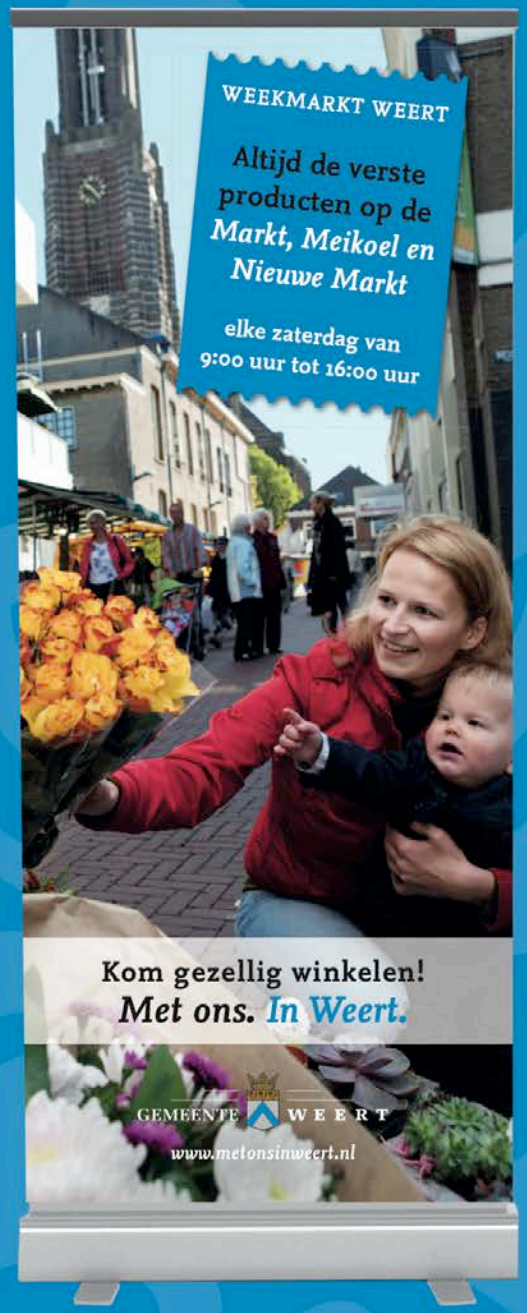
Lekker warm winteren!
Met ons. In Weert.

Lekker warm winteren!
Met ons. In Weert.

Maak er een mooie dag van!
Met ons. In Weert.
WEERT
SPORTGEMEENTE
SPORTIEFSTE STAD
van Nederland 2012!

Weert
600
jaarstad.nl
1414 - 2014
Vier 600 jaar stad in 2014!
Met ons. In Weert.
GEMEENTE WEERT
www.metonsinweert.nl

kampershoek.nl
Ruimte aan de A2 voor duurzaam investeren
Zichtlocatie aan de A2
Flexibele kaveloppervlakten 1.000 - 150.000 m²
Geschikt voor distributie en logistiek
Kern kenniseconomie Brainport 2020
Onderneem op Kampershoek!
Met ons. In Weert.
GEMEENTE WEERT


WEEKMARKT WEERT
Altijd de verste producten op de Markt, Meikoel en Nieuwe Markt
elke zaterdag van 9:00 uur tot 16:00 uur
Kom gezellig winkelen!
Met ons. In Weert.
GEMEENTE WEERT
www.metonsinweert.nl

START 6-JARIGE OPLEIDING TECHNIEK OP HET KWADRANT
Jij wordt een kanjer in de techniek!
HET KWADRANT
www.hetkwadrant.nl
Studeren en werken in techniek!
Met ons. In Weert.
GEMEENTE WEERT
www.metonsinweert.nl

WEERT
SPORTGEMEENTE
VAN HET JAAR
2012
Maak het matchpoint!
Met ons. In Weert.
GEMEENTE WEERT
www.metonsinweert.nl

WEERT
GROENSTESTAD
WINNAAR 2012
Avonturen in de IJzeren Man!
Met ons. In Weert.
GEMEENTE WEERT
www.metonsinweert.nl

# Een nieuw stadsmagazine!

GEMEENTE WEERT

# Een nieuw stadsmagazine en website

1. Stadsmagazine
2. Website
3. Agenda
4. Facebook en Twitter
5. Toolkit

Divers. compleet. samen. verjongend.

# Koppelen mediaplatformen

Enerzijds met een nieuw magazine anderzijds online. In feite bedien je dan twee doelgroepen.

- Het magazine is om de tijd te nemen en rustig te lezen en voor het nazien van evenementen.
- Digitaal kunnen bezoekers interactief in dialoog met elkaar en de gemeente Weert. Dit willen we bereiken door de online doelgroep (lean forward en power driven bij social media) de content op een andere manier te laten consumeren dan de lean back magazine-lezers.

# Het stadsmagazine; Met Ons. In Weert.

- Oplage 90.000 exemplaren
- HAH-verspreiding;
  Weert, Nederweert, Cranendonck, Leudal, Maasgouw, Someren, Meijel, Heeze-Leende, Bocholt, Bree, Kinrooi Hamont en Maaseik

# Het stadsmagazine; Met Ons. In Weert.

- Van 12 naar 20 pagina's
- Uitgebreide evenementen- en activiteitenagenda per maand
- Culturele instellingen Munttheater, Rick & Bosuil
- Achtergrondinterviews (WWWOOO)
- Advertorials
- Koppeling via QR-codes naar de website

# Activiteiten- en evenementenkalender

# Wonen, Werken, Winkelen

# Onderwijs, Ondernemen, Overheid

# Website; Met ons. In Weert.

**Interactief meedoen!**

- Activiteiten- en evenementenagenda
- Nieuws
- Achtergrond interviews
- Columns
- Winacties
- Video's
- Reageren | Delen | Tweet | Stuur door

# De website… uitdagen tot meedoen

# Evenementen- en activiteitenagenda

**Eén centrale input en output**

- www.metonsinweert.nl en www.weert600jaarstad.nl
- XML-export www.weert.nl en www.weertdegekste.nl
- Pilot project VVV Nederland
- Facebook agenda APP
- XML-frame websites derden
- Reageren | Delen | Tweet | Stuur door

# De website… uitdagen tot meedoen

# Facebook; Met ons. In Weert.

Facebook (social Network) is voor de fans van Weert.

- Actuele evenementen- en activiteitenagenda APP
- Facebook Timeline een chronologisch overzicht van activiteiten van Weert op een visuele manier.
- Fanfilmpjes
- Wereldwijd 1.000.000.000 gebruikers
- Nederland 7.300.000 gebruikers
- MOIW  929 gebruikers (x130/310)

# Facebook

T-Mobile NL 3G 17:43 25 %
Met ons. In Weert. heeft een link gedeeld.
12 oktober om 11:05
Kijk naar de nieuwe promotiefilm! Met. Ons. In Weert.
Promotiefilmpje Weert
www.youtube.com
Vind ik leuk · Reageren
Met ons. In Weert.
11 oktober
De campagne 'Met ons. In Weert.' wordt op dinsdag 23 oktober gepresenteerd tijdens een bijeenkomst in de Paterskerk. Er is de afgelopen jaren veel gepraat over de promotie van Weert. Het "Met Ons In Weert team" bestaande uit locale
T-Mobile NL 3G 17:43 25 %
Met ons. In Weert.
198 personen vinden dit leuk · 88 praten hierover
Community
Welkom op de 'Met ons. In Weert.' facebookpagina. Volg ons en blijf op de hoogte van nieuws, interviews, columns, activiteitenagenda, funfacts en winacties.
Vind ik leuk
Bericht
1981
Foto's
Vind-ik-leuks
T-Mobile NL 10:13 96 %
Gereed
1:44
-0:25

# Toolkit; Met ons. In Weert.

**Download**

- Huisstijlhandboek
- Logo’s en lettertypes
- Elementen
- Beeldbank

# En nu is het PAUZE

***Met ons. In Weert.***

GEMEENTE WEERT

# Het nieuwe winkelen!

# Geïntegreerde communicatie

**Events**
- Carnaval
- Koninginnedag
- Kermis
- Pinkster Culiance
- Bospop
- OLS

**PR**
- “Met ons” verhalen
- Mediapartnerships
- Eigen media

**Reclame**
- Advertenties
- Radiocommercials
- (Abri)posters

Maak er iets moois van!

**Met ons. In Weert.**

**Promotie**
- Citycard
- Ansichtkaarten
- “Met ons” gadgets

**Fan Programma**
- Uitnodigen vrienden
- Kortingen, privileges
- Fanfilms
- Podium voor fans

**Online**
- Social Media
- Banners
- Mobiel
- Virals
- App’s
- E-cards

# Juiste mediamix

## DIGITALE MEDIA

*Plaatselijke media*

WWW.WEERT.NL

WWW.METONSINWEERT.NL

WWW.WEERTERLANDPAS.NL

WWW.WEERTDEGEKSTE.NL

WWW.WINKELSTADWEERT.NL

WWW.WOONSTADWEERT.NL

WTV TELEVISIE

*landelijke / regionale media*

WWW.WINKELPARADE.NL

WWW.WOWDEAL.NL

WWW.GROUPON.NL

VVVMIDDENLIMBURG.NL

**WAT**

**WIE**

**WAAR**

**WAAROM**

**?**

***Maken van juiste mediamix is maatwerk***

## PRINT MEDIA

*Plaatselijke media*

DE TROMPETTER / LAND VAN WEERT

TYPISCH WEERT

ZAKENBLAD WEERT

WTV MAGAZINE

STADSMAGAZINE

*Landelijke / regionale media*

ZONDAGNIEUWS MIDDEN-LIMBURG

DE LIMBURGER

WEEKEND GAZET

KAMER KRANT

NOORD LIMBURG BUSINESS

HET ONDERNEMERS BELANG

# Smartstores APP

Maandag 15 oktober 2012 www.limburger.nl

regio B5

SMARTSTORES • Investeerders: proef in Sittard-Geleen succesvol • Digitaal winkelpromotiesysteem ook naar Roermond

## Virtuele winkeletalages in opmars

door Laurens Schellen

SITTARD/GELEEN/ROERMOND – De proef met 'virtuele' etalages voor winkeliers in Sittard-Geleen ver-

Digitale etalages, zogeheten SmartStores, moeten de winkeliers in Sittard-Geleen in economisch barre tijden een duwtje in de rug geven. foto archief MGL

mee samenhangende 'uitrol' naar Roermond. „We zijn meer dan content. Volgende maand al beginnen we in Roermond, economisch gezien de meest *booming* stad van Limburg. De voorbije weken hebben we uitvoerig gesproken met ondernemers en gemeentebestuur. De mooie resultaten in Sittard-Geleen hebben hen behoorlijk enthousiast gemaakt."

SmartStores is bedoeld als praktisch instrument voor lokale winkeliers om een vuist te maken tegen het almaar populairdere internethoppen. Consumenten kunnen onbeperkt gebruik maken van SmartStores-aanbiedingen, op voorwaarde dat ze zich persoonlijk bij de kassa in de deelnemende zaken melden en vervolgens met hun mobiele telefoon een digitale kortingsbon activeren. Het downloaden van de app is gratis. De aangesloten winkeliers betalen geen vaste abonnementskosten, alleen een vergoeding (25 eurocent) voor elke gerealiseerde transactie volgens het principe *no cure no pay*.

Afgelopen zomer begon SmartStores in Sittard-Geleen, in eerste instantie bij wijze van experiment waarbij ook de transactiekosten voor winkeliers niet in rekening werden gebracht. Van der Burgt: „Vanaf 1 november, als de proeffase voorbij is, gaan we in Sittard-Geleen commercieel draaien." Uit exploitatiecijfers die deze krant heeft opgevraagd blijkt dat bijna 200 winkeliers in de fusiestad meedoen, tegenover 140 bij de start. Bijna 900 consumenten hebben de app gedownload. Dagelijks wordt die gemiddeld door ruim 200 klanten in de stad gebruikt. Tot nog toe is bijna 20.000 keer een winkeladvertentie via de app bekeken. „En heel belangrijk: de genoemde aantallen blijven toenemen," zegt Van der Burgt. Alleen het aantal daadwerkelijk via de app afgesloten winkeltransacties blijft nog achter bij de verwachtingen: gemiddeld één tot twee per dag. Als verklaring voert Van der Burgt aan dat het winkelend publiek in Sittard-Geleen nog onvoldoende bekend en vertrouwd is met het nieuwe systeem. Reden voor de investeerders om een stevige reclamecampagne te voeren. Zo worden in Sittard-Geleen circa 40.000 flyers en 25.000 biervilt jes in omloop gebracht.

### Winkeliers: extra reclame, maar nog geen extra omzet

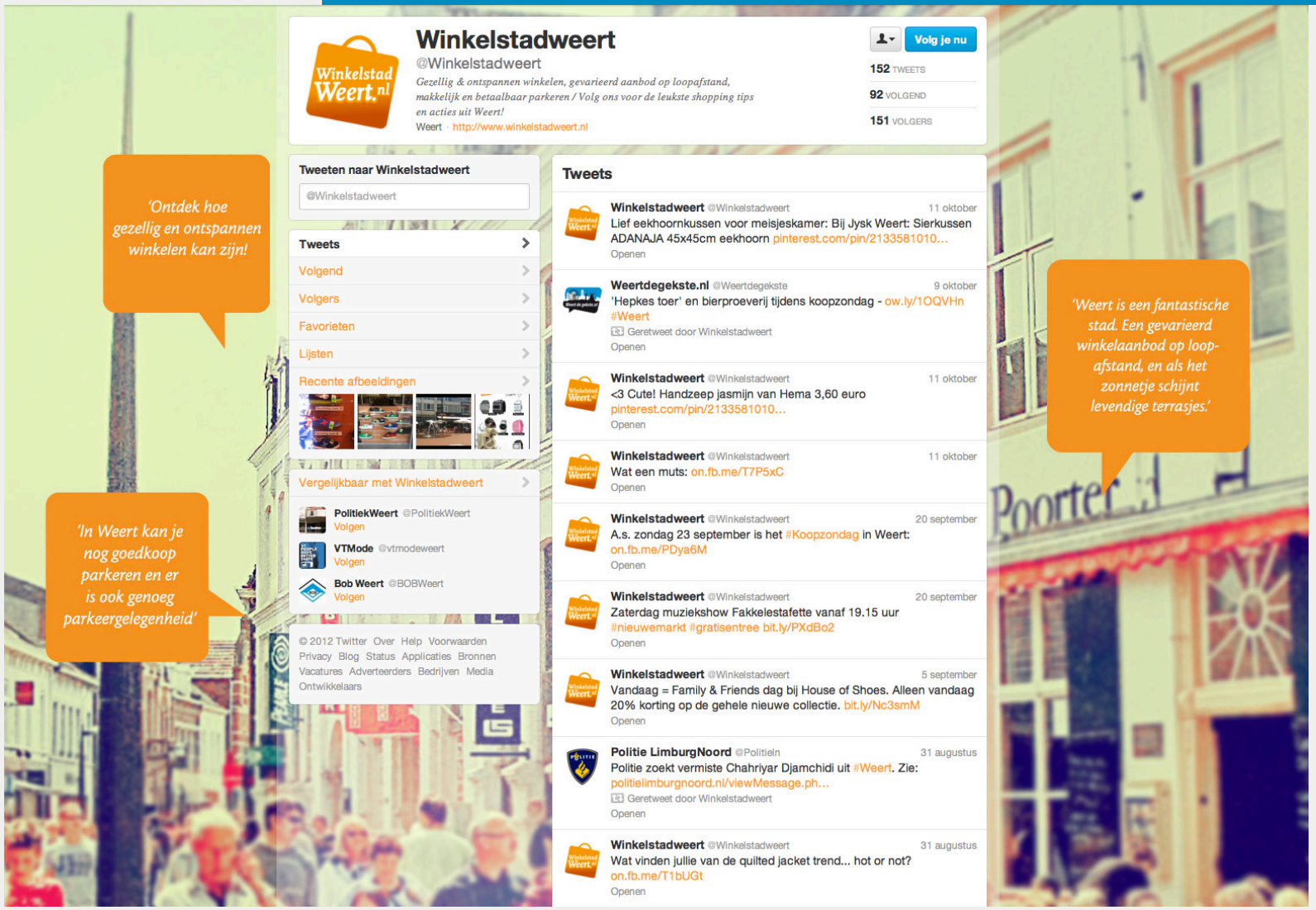
SITTARD-GELEEN – De meeste winkeliers in Sittard-Geleen staan gematigd positief tegenover SmartStores, zo blijkt uit een snelle peiling van deze krant. Maar bovenal kijken ze liever eerst nog de spreekwoordelijke kat uit de boom. „Per slot van rekening is deze *app* pas enkele maanden in de lucht en loopt de proefperiode nog. Maar de eerste ervaringen van de deelnemende ondernemers zijn al met al positief en hoopgevend", zegt voorzitter Nico Thomas van winkeliersvereniging Geleen Promotion. „SmartStores kan zorgen voor extra klandizie in de lokale winkels. En voor extra reclame en aandacht. Dat alles tegen relatief geringe kosten. Nou ja, voorlopig althans. Je weet natuurlijk nooit hoe lang zoiets duurt. Hoe dan ook, twee belangrijke pluspunten voor middenstanders in zware economische tijden." Anderzijds constateert Thomas dat de 'virtuele etalages' tot nog toe nauwelijks of niet voor omzetstijging bij de aangesloten winkeliers hebben gezorgd. „En tja, daar draait het toch om natuurlijk. Feit is dat het systeem nog nieuw is, het moet nog groeien. Maar potentie heeft het absoluut."

Monitoren nieuwe ontwikkelingen

# Winkelstad Weert.nl

# Winkelstad Weert.nl - facebook

# Winkelstad Weert.nl - twitter



# Weertdegekste.nl

# Weertdegekste.nl - facebook

# Weertdegekste.nl - twitter

# Weerterlandpas

# Weerterlandpas

- In bezit van 60.000 inwoners van Weert en Nederweert > 16 jaar
- Gezamenlijke promotie

**WAT?**

- Gemeentelijke en semi-gemeentelijke diensten
- Culturele en toeristische diensten
- Commerciële diensten en acties

**HOE?**

- Op vertoon / Scannen / Invoeren gegevens

**MOGELIJKHEDEN?**

- Abonnement / Spaarsysteem / Acties

**DEELNAME**

- Eenmalige deelnamebedrag / maandabonnement

# Weerterlandpas mediakanalen

## Online media

- **Website Weerterlandpas**
  met 3 hoofdcategorieën:
  1. Gemeentelijke en semi gemeentelijke diensten
  2. Culturele en toeristische diensten
  3. Commerciële diensten en acties

- **Social media**: Facebook, Linkedin, Twitter, Youtube

- **Webbanner**
  Op deelnemers website

## Offline media

- **Offline media:**
  Billboards, advertenties

- **In winkel van deelnemer:**
  - Uitleg winkelpas flyer
  - Deelname sticker
  - Posters

Home | Nieuws | Contact | Disclaimer

Weert 600 jaarstad.nl

- Home
- Weert 600 jaar
- Stadspoorten
- Nieuws
- Downloads
- Contact

#Weert600

**Vier 600 jaar stad! *Met ons. In Weert.***

## Welkom

In mei 2014 is het 600 jaar geleden dat Weert van Willem VII van Horne marktrechten kreeg, sinds die tijd is Weert een stad. En dat willen we graag met iedereen vieren, van jong tot oud. Een feest van, voor en door de stad! 2014 wordt voor Weert een feestelijk jaar met poorten naar het verleden, het heden en de toekomst.

Alle activiteiten en festiviteiten worden onderverdeeld in vier thema's. De thema's zijn zo gekozen dat het mogelijk is om activiteiten met elkaar te verbinden en om ervoor te zorgen dat er voor elke doelgroep, jong en oud, leuke evenementen georganiseerd gaan worden.

De thema's geven richting aan het programma en het zegt iets over datgene waar de gemeente Weert sterk in is:

- Historie en traditie
- Sport
- Opleiding, kennis en bedrijf
- Kunst en cultuur, muziek en genieten
- Groen, toerisme en recreatie

IDEE INZENDEN

Meld je aan! Start promotiecampagne 23 oktober

## Nieuws

AANMELDEN NIEUWSBRIEF!

Weert 'Groenste Stad van Nederland 2012'

28/09/2012 - 18:30

De gemeente Weert heeft goud

# Weert 600 jaar stad

# Het beeldmerk

Weert 600 jaar stad.nl

**Weert** stond en staat bekend als de ***Poort van Limburg***. Het beeldmerk voor ***Weert 600 jaar stad*** verbeeldt dan ook een gestileerde stadspoort, geïnspireerd op de enige nog bestaande middeleeuwse (kasteel)poort van Weert. De zes stralende bogen van het beeldmerk geven het aantal eeuwen weer dat de stad bestaat.
Het woordmerk is tevens een verwijzing naar de website. Kleuraccenten in de karakteristieke typografie onderscheiden '600 jaar' en 'Weert stad'.

Voor Weert 600 jaar stad zijn twee beeldmerken gemaakt, een logo en een shield. Het shield wordt toegepast als verwijzing naar en voor gebruik in social media. In alle andere gevallen wordt het logo geplaatst. Naast de twee vormvarianten zijn er zowel van het logo als de shield vijf kleurvarianten.

Het thema 'Poorten' kan gedurende ***Weert 600 jaar stad*** op verschillende wijze worden uitgedragen. Zo kunnen de zes poorten en de poorters (bewoners) hun geschiedenis vertellen in het kader van *Historie en traditie*. Denk hierbij aan: Beekpoort, Molenpoort, Langpoort, Maaspoort, Hoogpoort en Morregat. Maar het accent kan ook op de 'Poorten' naar het heden of de toekomst worden gelegd:

- *Sport en paardenstad.*
- *Opleiding, kennis en bedrijf.*
- *Kunst en cultuur, muziek en genieten.*
- *Groen, toerisme en recreatie.*

De 'Poorten' symboliseren niet alleen het erfgoed en de gastvrijheid van de jubilerende stad, maar staan ook voor wat Weert nu en in de toekomst te bieden heeft.

***Logo in de kleuren van Weert. De uitvoering die geplaatst dient te worden in alle uitingen met betrekking tot het jubileum van de stad.***

***Shield logo in de kleuren van Weert. Voor social media toepassingen zoals o.a. Facebook en Twitter.***

# Zijn er nog vragen?

***Met ons. In Weert.***

GEMEENTE WEERT