

Klassiek en modern, rood en groen

Met de verhuizing naar het nieuwe Stadskantoor krijgt de gemeente niet alleen een nieuw huisadres, maar ook een nieuwe huisstijl. Klassieke elementen in een modern jasje kenmerken het nieuwe gezicht.

De nieuwe huisstijl past goed bij de kernwaarden van de gemeente Goes: historie, centrale ligging, centrumfunctie, de kernen, rust, ruimte, natuur en ambitieuze organisatie. In het nieuwe logo komen deze elementen terug. Het wapenschild vormt het middelpunt en staat voor de rijke historie van de stad en de dorpen, de G verwijst naar de beginletter van de gemeente Goes en de kleine cirkels rondom het wapenschild symboliseren de zeven hoofdkernen die de gemeente telt: Goes, 's-Heer Arendskerke, 's-Heer Hendrikskinderen, Wolphaartsdijk, Wilhelminadorp, Kloetinge en Kattendijke. Het wapenschild als centrale aandachtstrekkers benadrukt de centrale ligging van de gemeente Goes. Volgens verantwoordelijk wethouder Charles Linssen staat het logo voor het verleden, het heden en de toekomst. Charles: "Het nieuwe logo is een knipoog naar het verleden omdat het wapenschild er in terugkomt." De ontwerpster van de nieuwe huisstijl, Rinske Karman, heeft klassieke elementen op een moderne manier weten te vertalen. Rinske: "De G in het wapenschild is oorspronkelijk een klassieke schrijffletter, waar ik creatief mee aan de slag ben gegaan om het logo juist een vlotte uitstraling te geven."

Warm rood en fris groen

De kleurkeuze voor het nieuwe logo is ook terug te vinden in het interieur van het nieuwe Stadskantoor. Linssen: "Het warme rood staat voor de geschiedenis van de stad en de dorpen, de frisse kleur groen voor de ligging in het Bevelandse land". Rinske vult aan: "Rood symboliseert ook drijfkracht, energie, activiteit en daadkracht. En groen staat voor groei, toekomst, fris en jong. Allemaal facetten die de gemeente Goes wil uitstralen." Dit komt ook terug in de afbeeldingen die bij de nieuwe huisstijl horen. Rinske: "We gebruiken foto's van markante objecten en locaties in Goes en de dorpen. Maar daarnaast speelt ook de mens een hoofdrol." Linssen vult aan: "We gaan daarvoor foto's van verschillende generaties mensen gebruiken om te laten zien dat de klant bij ons voorop staat."

Ontwikkeling in eigen huis

Een verouderde huisstijl en onduidelijk beeld van de organisatie waren aanleiding voor het vernieuwen van de huisstijl. Ook werd de vorige huisstijl niet consequent toegepast. Er moest dus orde op zaken worden gesteld. Eind 2004 heeft het college opdracht gegeven om de huisstijl te vernieuwen voor een grotere herkenbaarheid van de gemeentelijke organisatie als geheel. De huisstijl is in eigen huis ontwikkeld. Rinske: "We hebben een programma van eisen opgesteld, een kleur- en lettertypeonderzoek uitgevoerd en talloze schetsen zijn de revue gepasseerd." Charles vult aan: "De keuze voor het logo is bewust bij een klein, professioneel team van interne betrokkenen neergelegd. Het college kon zich helemaal in het nieuwe logo vinden en heeft met enthousiasme en unaniem voor dit ontwerp gekozen."

'Echte' werk

De keuze voor het logo is gemaakt, maar hoe dan verder? Rinske: "Dan begint het 'echte' werk pas. De huisstijl zal toegepast worden op het briefpapier, de visite-

kaartjes, folders, de website, formulieren en zo meer. Het logo kan niet klakkeloos op alle 'huisstijl dragers' geplakt worden. Voor al deze producten wordt een herkenbare stijl ontwikkeld. Daarbij moet je rekening houden met verschillende afmetingen, vormen en materialen. De huisstijl moet één geheel vormen, waarbij alle toepassingen qua stijl bij elkaar aansluiten."

In stappen

De invoering van de gemeentelijke huisstijl gaat geleidelijk. Volgens wethouder Linssen is hier bewust voor gekozen. "We willen niet blind een heleboel kostbaar drukwerk weggooien. Invoering is aan de orde als de oude voorraden op zijn. Dit heeft wel als gevolg dat de oude huisstijl nog even naast de nieuwe huisstijl wordt gebruikt." Bij de verhuizing naar het nieuwe Stadskantoor krijgt het correspondentiedrukwerk de nieuwe 'look'. De wekelijkse informatierubriek Info Goes in *De Bevelander* wordt dan ook aangepast; de website en de gemeentegids volgen een paar maanden later. En *Samenspel* is nu al in een nieuw jasje gestoken. Over een jaar verwacht de wethouder de nieuwe huisstijl

compleet ingevoerd te hebben, uitgezonderd de gemeentelijke voertuigen vanwege de langere levensduur ervan. Linssen: "Stap voor stap zal de Goesenaar op een breder front met de nieuwe huisstijl kennismaken."

De klant voorop

Het consequent toepassen van een centrale huisstijl bespaart op termijn aanzienlijk wat geld. Ook door minder in fullcolour te drukken, bespaart de gemeente fors. Een handleiding zorgt ervoor dat de huisstijl makkelijk toe te passen is en er geen 'wildgroei' meer ontstaat. Gelijk met de verhuizing naar het nieuwe stadskantoor (zie ook pag. 16) krijgt de gemeente niet alleen een nieuw gezicht, maar staat de klant nog meer centraal. Linssen: "Een bezoeker hoeft niet meer door het gebouw te dwalen. De gemeentelijke diensten en producten worden centraal op de begane grond aangeboden. Hier hebben we het afgelopen half jaar al mee geoefend. Na de verhuizing naar het nieuwe Stadskantoor worden nog meer diensten op één punt aangeboden en wordt de organisatie - net als door de huisstijl - nog meer één geheel."



Deze schetsen laten zien hoe het beeldmerk is geconstrueerd



Wethouder Charles Linssen en vormgeefster Rinske Karman

