

ANIMATIE STYLEGUIDE

INHOUD

Voorwoord	Pagina 03
Stijlindruk	Pagina 04
Karakters	Pagina 05
Kleurgebruik	Pagina 07
Typografie	Pagina 08
Concepten & thema's	Pagina 09
Intro & outro	Pagina 10
Transities	Pagina 11
Compositie	Pagina 12
Audio	Pagina 13
Elementen	Pagina 14
Verhaalstructuur	Pagina 15
Technische specificaties	Pagina 16



VOORWOORD

Voor je ligt het stijldocument van de Veiligheidsregio Haaglanden, ontwikkeld door Cooler Media. Een document waarin je alles terug kan vinden over de ontwikkeling van animaties en die als aanvulling dient op het huisstijlhandboek van de Veiligheidsregio.

Voor vragen neem contact op met:

Team Communicatie
088 886 8060 | communicatie@vrh.nl



STIJLIMPRESSIE

Als basis van de stijl hanteren we de woorden: 'realistisch' en 'inclusief' binnen de huisstijl van VRH.

REALISTISCH:

De animaties moeten zo dicht mogelijk bij de realiteit aansluiten binnen een grafische stijl.

De karakters zijn mensen. Objecten, zoals apparatuur en voertuigen, worden nagemaakt op basis van fotomateriaal.

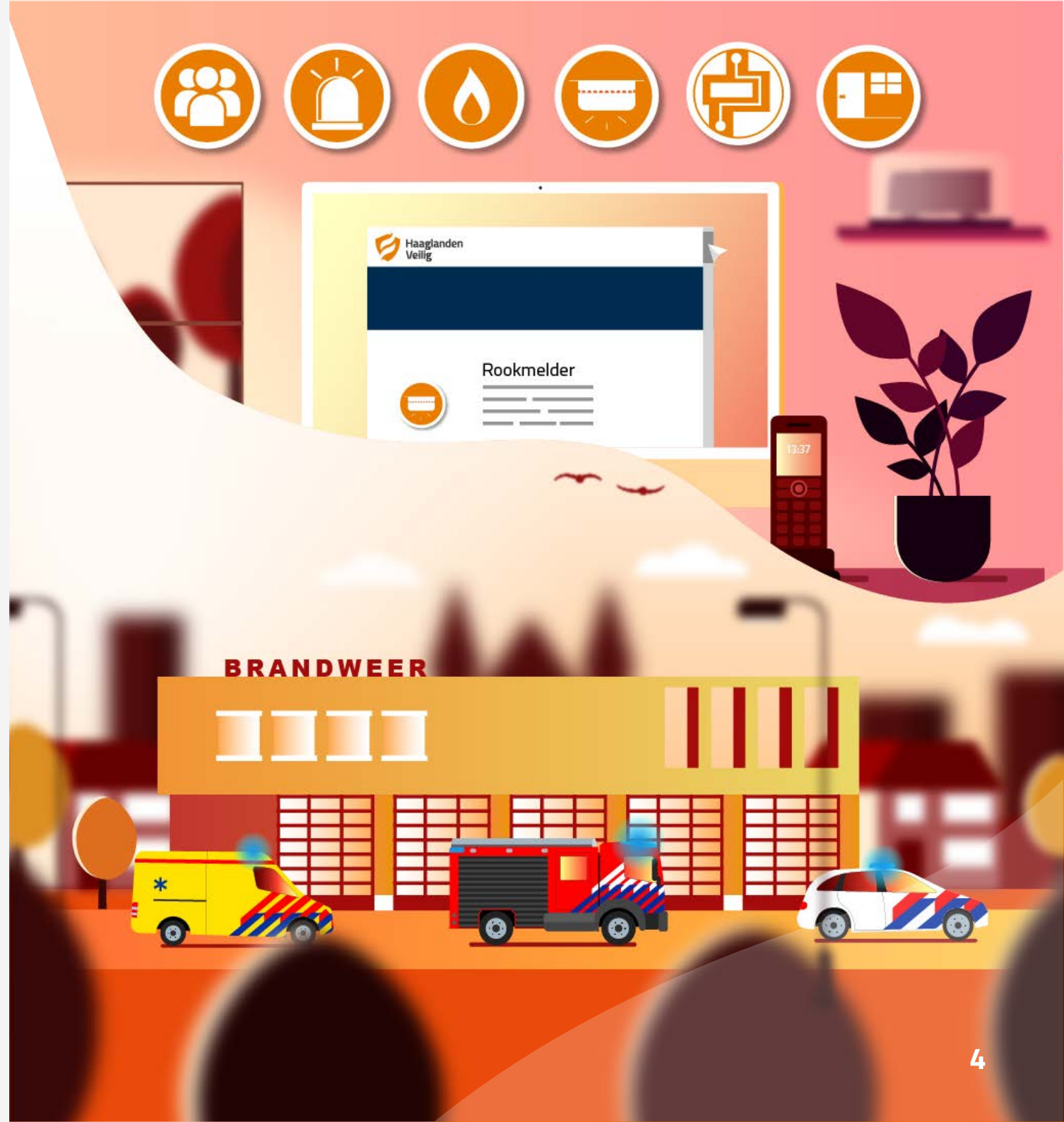
INCLUSIEF:

De stijl is herkenbaar voor alle werknemers en vrijwilligers binnen de VRH, maar ook daarbuiten, voor inwoners en bezoekers van de regio Haaglanden. Dit houdt in dat we focussen op diversiteit binnen de organisatie in geslacht, huidskleur, leeftijd, nationaliteit, seksualiteit en functiegroepen.

De drie basiskleuren van het Veiligheidsregio Haaglanden logo zijn leidend voor de achtergrond, iconen en typografie.

In de achtergrond komen herkenbare locatiepunten uit de regio Haaglanden terug, bijvoorbeeld het Binnenhof.

Om de illusie van diepte te creëren, wordt er slim gebruikgemaakt van contrast en focusverschil. Waardoor de nadruk komt te liggen op het middenstuk van de animatie. Hier speelt de kern van het verhaal af.



KARAKTERS

Inclusief:

Het is belangrijk om de diversiteit binnen de VRH en de samenleving te laten zien. We tonen diversiteit door geslacht, huidskleur, leeftijd, nationaliteit, seksualiteit en functiegroepen een podium te bieden binnen de animatie.

Hoofdrospelers

De hoofdrospelers zijn altijd scherp in beeld en staan altijd in het midden van de compositie.

Verhoudingen

De karakters hebben menselijke verhoudingen en veel expressie in het gezicht.



KARAKTERS

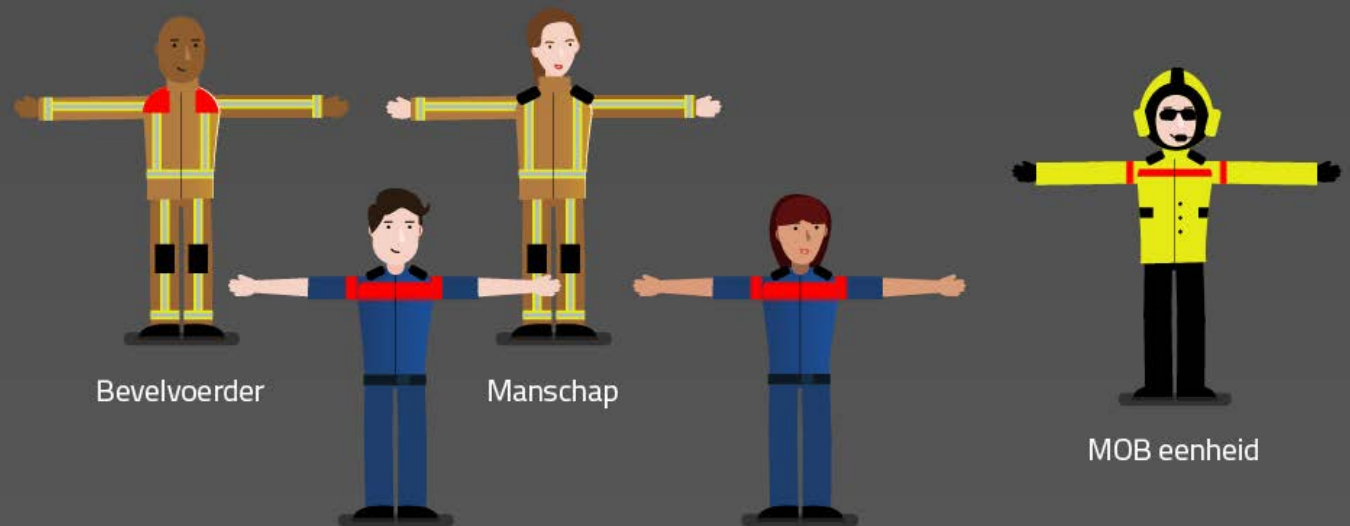
Kleding:

Als personeel van de VRH wordt uitgebeeld, dragen ze de officiële kledingvoorschriften. Hiernaast een voorbeeld van de verschillende rangen en kledingstukken:

Burgerkleding wordt simpel, realistisch en kleurrijk afgebeeld.

Kleur karakters:

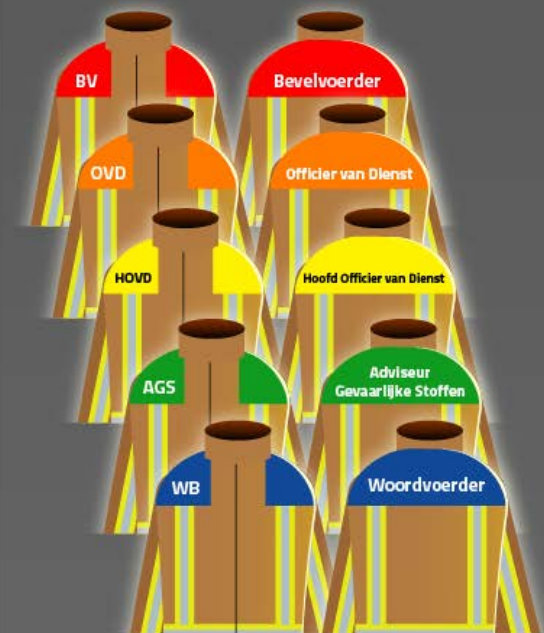
De karakters mogen wel meer kleuren dragen dan de elementen van de omgeving. De karakters komen hierdoor meer op de voorgrond te staan. Zo behouden we een meer realistische look-and-feel en laten we zien dat de mens binnen de VRH voorop staat.



Rangorde



Piketfuncties



KLEURGEBRUIK

De basis van de huisstijl zijn de primaire huisstijlkleuren van Veiligheidsregio Haaglanden. Dit zijn ook de primaire basiskleuren voor de bewegende beelden.

Het doel is om door het sterke contrast tussen de kleuren de aandacht van de kijker te vestigen op bepaalde elementen.

De stijlguide stelt je in staat om te spelen met transparanties en verlopen en biedt de gebruiker de tools om deze in te zetten voor diverse uitingen.

Zo kunnen gebruikers verlopen inzetten als achtergronden, om emotie te triggeren bij het publiek.



HEX #FD7D00
RGB 240 125 0
CMYK 0 60 100 0



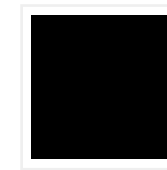
HEX #FFFFFF
RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0



HEX #002C50
RGB 0 44 80
CMYK 100 50 0 70



HEX #31B6BC
RGB 49 182 188
CMYK 70 0 30 0



HEX #000000
RGB 0 0 0
CMYK 0 0 0 100



Voorbeeld Kleurverlopen

TYPOGRAFIE

Het lettertype voor titels is Titilium.

Titilium wordt uitsluitend gebruikt bij titels en korte zinnen, bijvoorbeeld slogans. Door de eenvoudige stijl is de tekst voor de lezer sneller leesbaar.

Voor de overige teksten wordt gebruikgemaakt van Open Sans.

Titels worden niet afgesloten met een punt. Bij opvolgende zinnen is dit wel het geval.

Gebruik tekst in animatie: **Titillium Bold** (Header), **Open Sans** (Lopende teksten)

Titillium

Ab

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Open Sans

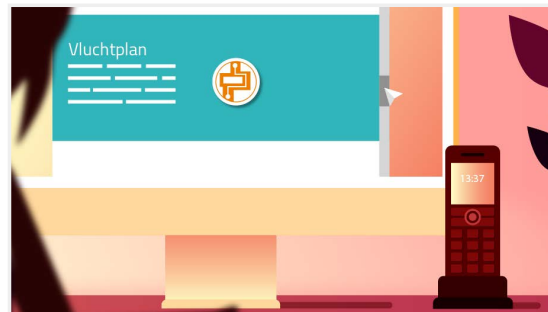
Ab

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Voorbeelden



Tekst geïmplementeerd in animatie



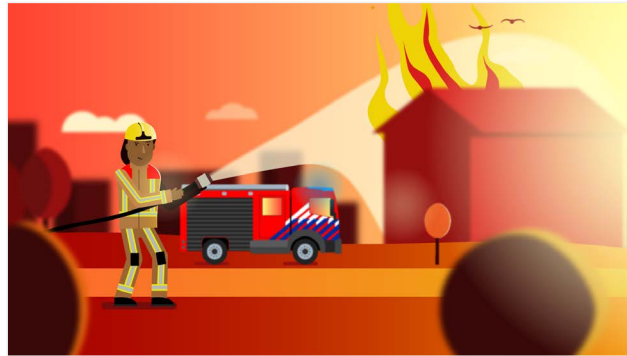
URL

CONCEPTEN & THEMA'S

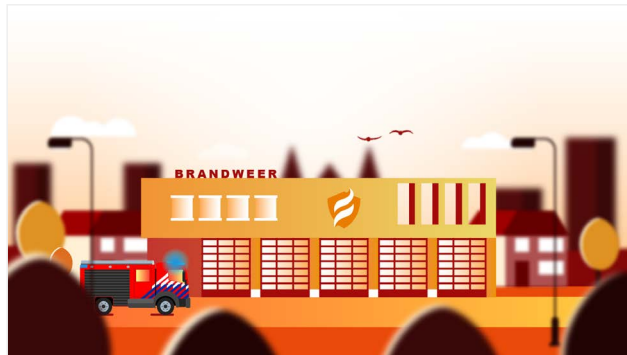
Binnen de VRH-stijl focussen we ons op twee verschillende doelgroepen (extern en intern).

Bij producties voor **externe communicatie** tonen we incidenten, samenwerkingen tussen externe partijen, brandweervoertuigen en laten we voorbeeldsituaties zien waarin de burger zichzelf kan herkennen. Denk hierbij aan incidenten die iedereen kan overkomen.

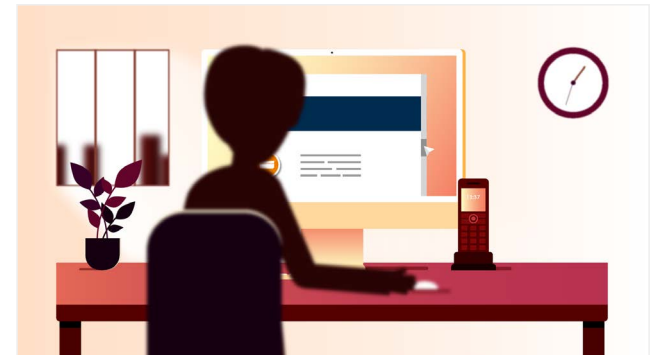
Voor **interne communicatie** focussen we ons meer op de brandweermensen, operationele processen, kantooromgeving en kazernes. Deze producties zijn meer zakelijk van aard en worden gebruikt voor bijvoorbeeld interne communicatie en trainingen.



Externe communicatie



Interne communicatie



LOGO ANIMATIE INTRO & OUTRO

We beginnen en sluiten iedere video af met een logoanimatie. Zo geven we duidelijk aan dat de VRH de afzender van de animatie is.

INTRO:

De intro start met een opbouwende animatie van het VRH-logo. Op de achtergrond zijn golven in beeld.

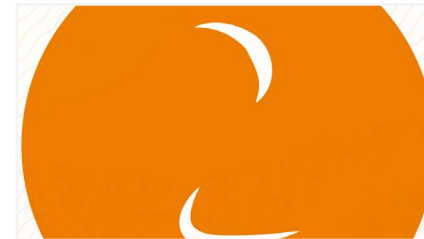
We duiken vervolgens het logo in, waarin de golven van het logo naar een transitie van het eerste shot leidt.

OUTRO:

De outro komt als transitie over het laatste shot heen. Vervolgens verschijnt het VRH logo geanimeerd in beeld. Daaronder volgt een animatie van een balk met een CTA of betreffende URL.

De URL kan vervolgens in berichten en beschrijvingen op socialmediakanalen en YouTube worden opgenomen om kijkers direct naar de website te leiden.

INTRO LOGO ANIMATIE OPBOUW VRH



OUTRO LOGO ANIMATIE OPBOUW VRH + CALL TO ACTION



INTRO LOGO ANIMATIE OPBOUW HAAGLANDEN VEILIG



TRANSITIES

GOLF TRANSITIE

Bij deze overgang wordt gebruikgemaakt van het golfelement dat vloeiend over het beeld gaat en het ene shot in het ander laat overlopen.

ZOOM

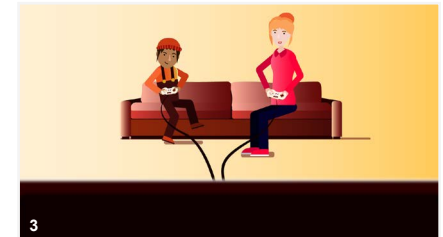
Om de snelheid in de video te houden, maken we ook gebruik van diepte overgangen, zoals een in- of uitzoom. Waarbij snelheid een belangrijk onderdeel is. Hierbij kan er een warpeffect gebruikt worden, die de omgeving onscherp maakt.

In het voorbeeld gaan we van een close-up van de telefoon, door de kamer, uit het raam naar buiten in de woonwijk.

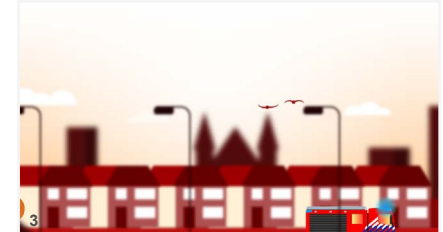
HARD CUT

De meest simpele en tevens bekendste overgang is de 'hard cut'. Hierbij switchen we van een bepaalde scene naar de ander.

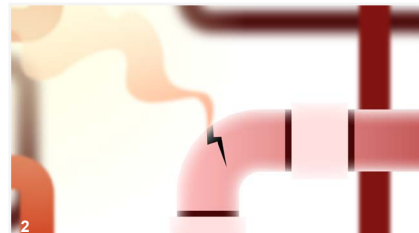
GOLF TRANSITIE



ZOOM



HARD CUT



COMPOSITIE

We werken altijd in de verhoudingen: 1920px breedte, 1080px hoogte. Daarbij worden verschillende manieren van compositie gebruikt.

Totaal:

Gebruik een voorgrond en een achtergrond met daarin een blur. Zo ontstaat de illusie van diepte. De focus ligt op het middenkader van de film, op het hoofdkarakter en het onderwerp.

Medium shot:

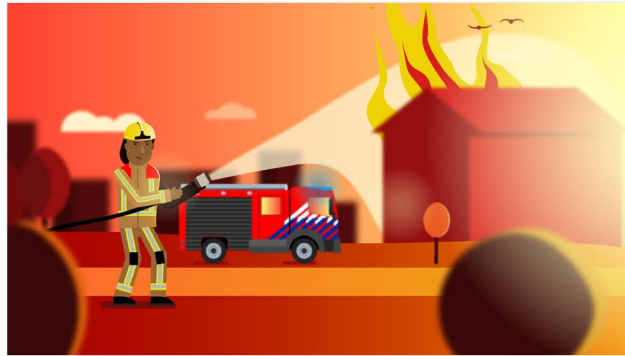
Hierbij zien we karakters van de knie, heup of navel tot kruin. Deze camerapositie is goed te gebruiken bij bijvoorbeeld een tafelscene, bureauscene of wanneer het karakter een handeling uitvoert.

Close-up

Bij een close-up werken de overdracht van emotie en expressies het beste. Hierbij leggen we de nadruk op de emotie van het karakter.

Object

Objecten worden nagemaakt vanuit een realistisch standpunt zodat ze herkenbaar zijn voor iedereen. Objecten worden uitgelicht door middel van een neutrale achtergrond. Je kan een dementie geven door ze op te lichten. Typografie is toegestaan op een object.



Totaal Shot



Medium



Close Up



Object

AUDIO

Voice-over:

Tone of voice voor stemacteur:

De tone of voice is professioneel, activerend en positief. Hierbij moet de klank benaderbaar en vriendelijk zijn. Het moet niet te 'jolig' zijn, maar ook niet te zakelijk.

Stemacteur / voice-over

De standaard voice-over voor de animaties van de VRH is Jelle.

Muziek:

De muziek die gebruikt wordt voor animaties is licht van toon, positief en niet te snel. Hierbij wordt gebruikgemaakt van voornamelijk akoestische instrumenten die de voice-over ondersteunen.

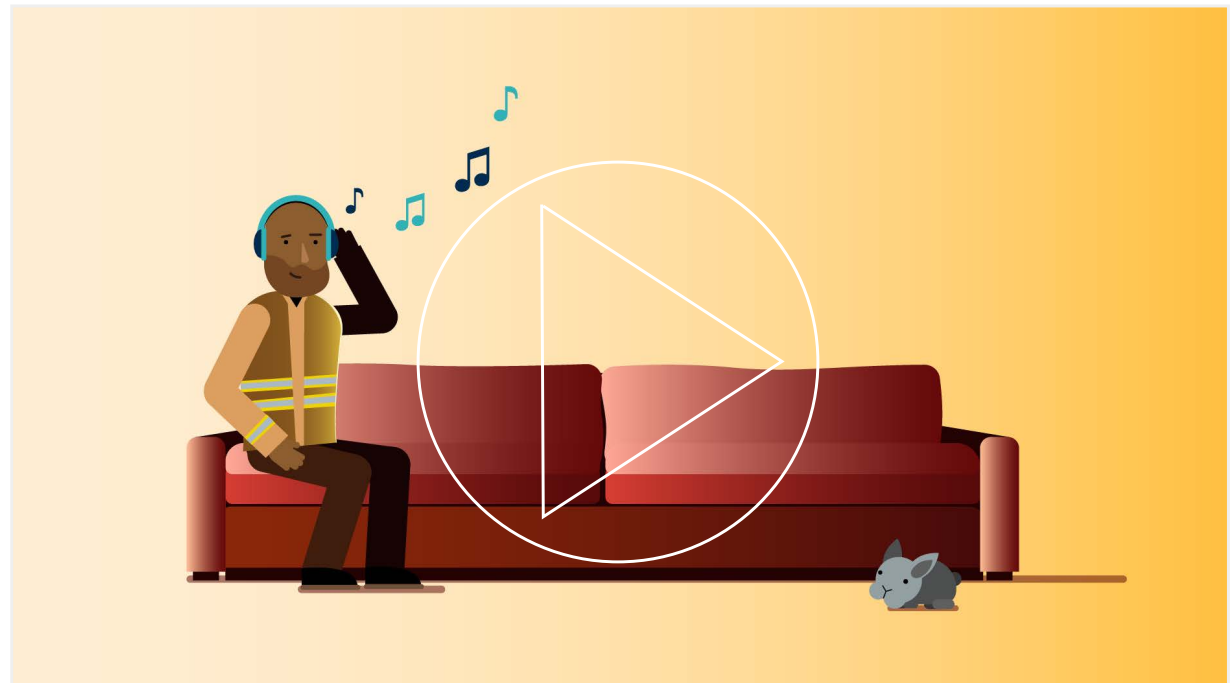
Voorbeelden uit Veiligheidsregio Haaglanden video's:

Saddle Up
Kindle Gathering
Bird Song
Coming Alive

Geluidseffecten:

Geen stemmen of reactiegeluiden onder de karakters.

VOORBEELD AUDIO:



ELEMENTEN

De iconen zijn bedoeld om op een laagdrempelige manier ingewikkelde informatie helder over te brengen. Dit ter versterking van een voice-over of geschreven tekst.

Om herkenning te creëren wordt er gebruikgemaakt van hedendaagse onderdelen. Die zowel in het werkveld, als bij de burger herkenbaar zijn. Bij concepten en thema's worden deze doelgroepen verder uitgelicht.

We maken gebruik van de kleuren oranje en wit van de VRH. We creëren extra contrast met de achtergrond met een kleine schaduwrand.

Hetzelfde geldt voor de URL- en tekstbalken.

Om het ontwerp- en animatieproces te verlichten houden we iconendatabase bij in Adobe. Hier kun je pre-made iconen downloaden voor de VRH en verwerken in je animatie. Zelf iconen maken? Zorg dan dat ze in lijn zijn met reeds bestaande iconen.



Brandmelder ophangen



Maak een vluchtplan



Sluit ramen en deuren



haaglandenveilig.nl

VERHAAL STRUCTUUR

Fase 1: Probleem (gemiddeld 30% van het script)

Een introductiealinea met hierin een probleemstelling, uitdaging of feit waar de doelgroep mee te maken heeft.

Onze omgeving verandert en maatschappelijke ontwikkelingen volgen elkaar razendsnel op. Gebouwen worden hoger en hoger en steeds meer inwoners rijden elektrisch. Als Brandweer Haaglanden moeten we ook mét deze uitdagingen een goed product op straat neerzetten. Passend bij de hulpvraag vanuit de samenleving. Daarnaast is het voor de brandweer vanuit goed werkgeverschap noodzakelijk om ervoor te zorgen dat iedereen gezond en fatsoenlijk de eindstreep haalt.

Fase 2: Oplossing (gemiddeld 10% van het script)

In één zin kort de titel van de oplossing of het product benoemen én daarbij de afzender van de video.

Deze thema's komen terug in het 'Beleidsplan 20-25' van Brandweer Haaglanden. Verantwoord ontwikkelen. Van, voor en in de samenleving.

Fase 3: Verdieping (gemiddeld 50% van het script)

Na fase 1 en 2 van je script wordt in fase 3 de bewijsvoering aangedragen. We bewijzen dat we ook écht het probleem gaan oplossen, door middel van een verdieping in informatie.

We hebben deze ontwikkelingen onderverdeeld in drie thema's: Energietransitie, Verdichting en Duurzame Inzetbaarheid. Door meer aan de voorkant gesprekspartner te zijn in het veiligheidsnetwerk, kan er maatwerk geleverd worden op basis van de vraag en het risico. We maken daarbij een verdere ontwikkeling naar een organisatie die de juiste zorg op het juiste moment levert. Brandweer Haaglanden moet midden in de samenleving staan om aangehaakt te blijven bij nieuwe ontwikkelingen, om vakmanschap te garanderen en zichtbaar te zijn voor de burger als betrouwbare hulpverlener en werkgever.

Fase 4: Call to Action (gemiddeld 10% van het script)

In de laatste fase vertellen we de kijker wat hij moet doen na het bekijken van de video. Maak deze zo concreet mogelijk.

Lees het Beleidsplan 20-25 op PLEK15. Hier vind je ook meer informatie over de thema's Energietransitie, Verdichting en Duurzame Inzetbaarheid.



TECHNISCHE SPECIFICATIES

Om de beste kwaliteit video's te garanderen raden we aan om met de volgende specificaties te werken.

Wij raden aan om het geluid langs een professionele sounddesigner te laten mixen.

Om zo ook de beste mix van voice-over, effecten en muziek te garanderen.

Vragen omtrent deze specs kunnen gesteld worden via: productie@coolermedia.nl

AUDIO.

Masterfrequentie: 48 kHz
Codec: AAC
Bitrate: 320 kbit/s

VIDEO.

Bestandsformaten: MP4 / MOV

HD 720p.

Resolutie: 1080x720 px
Framerate: 30 fps
Bitrate: 5.000 - 10.000 kbit/s
Codec: H.264

FULL HD 1080p.

Resolutie: 1920x1080 px
Framerate: 30 fps
Bitrate: 10.000 - 20.000 kbit/s
Codec: H.264

4K UHD 2160p.

Resolutie: 3840x2160 px
Framerate: 60 fps
Bitrate: 20.000 - 30.000 kbit/s
Codec: H.264

TIKTOK.

Resolutie: 9:16 of 720x1280 px
Lengte: 9 to 16 sec.
Grote: Minder dan 500 MB

INSTAGRAM.

Resolutie: 1:1 of 1080x920 px
Framerate: 30 fps
Bitrate: 3500 kbit/s
Codec: H.264 codec
Lengte: 120 sec.

FACEBOOK.

Resolutie: 1920x1080 px
Framerate: 30 fps
Bitrate: 5000 kbit/s
Codec: H.264 codec
Lengte: 240 min.

LINKEDIN.

Resolutie: 1920x1080 px
Framerate: 30 fps
Bitrate: 5000 kbit/s
Codec: H.264 codec
Lengte: 30 min.





**Dedemsvaartweg 1,
2545 AP Den Haag**

www.vrh.nl