

Centrum Elst

WAAR ONDERNEMERS EN BEZOEKERS ELKAAR ONTMOETEN

*Elst, eigzinnig middelpunt
van de regio*

BRANDING &
HUISSTIJLHANDBOEK



Branding Elst

EEN STERK MERK

Beste lezer,

Het bestuur van het CME heeft de ambitie om van Elst een sterk merk te maken. Het doel hiervan is om ook voor de toekomst de sterke concurrentiepositie van het centrum te behouden. Dit boekje beschrijft in het kort de branding strategie en unieke positionering van Elst.

Het dorp Elst kan zich onderscheiden door haar eigen verhaal te vertellen. Elst heeft namelijk een bijzonder verhaal dat voorkomt uit het verleden en antwoorden biedt voor de toekomst. Tijdens onze zoektocht naar dit verhaal kwam één thema prominent naar voren: **De unieke ligging tussen de rivieren en steden, hoog gelegen op de plek waar rivieruggen elkaar kruisen maken Elst al eeuwenlang tot de best bereikbare en meest aantrekkelijke ontmoetingsplek van de Betuwe.**

Dit verhaal, het DNA, de inwoners en verborgen verhalen van de streek, vormen de basis voor de positionering:
'Elst als eigenzinnig middelpunt van de regio.'

Dit boekje is een eerste aanzet voor de branding aanpak op basis waarvan we de naamsbekendheid en het imago van Elst willen uitbouwen. Het idee is dat we gezamenlijk, winkeliers, ondernemers en gemeente deze strategie gaan uitrollen. Hoe? Door evenementen te organiseren die het merk versterken, door het merk in het straatbeeld te laten terugkomen, door de verborgen verhalen van Elst te vertellen en trotse verhalen van Elstenaren uit te dragen.

Door samen te werken ontstaat er een versterkt gevoel van saamhorigheid, regionale trots en ambassadeurschap. Hiermee kunnen we de naamsbekendheid en het imago van Elst positief beïnvloeden. Daar hebben we allemaal baat bij. Uiteindelijk is het onze ambitie om meer bezoekers en toeristen naar het centrum van Elst te trekken die vaker komen, langer blijven en meer besteden.

René Hanszen

Voorzitter CME



BRANDING ELST



Branding Elst

INLEIDING

Het centrum van Elst staat er goed voor. Die positie behouden en uitbouwen gaat echter niet vanzelf. We zien dat steeds meer dorpen en winkelcentra om ons heen kampen met leegstand.

Er is een concurrentiestrijd gaande om bezoekers en nieuwe winkel- en horecaconcepten. Elst heeft daarin te maken met concurrentie van Arnhem en Nijmegen, grootschalige retail in de regio, de definitieve doorbraak van online winkelen en veranderend consumentengedrag.

Bovendien zijn randvoorwaarden zoals parkeren onvoldoende onderscheidend en traditionele reclame om je dorp aan te prijzen werkt niet.

Wat is de belofte van Elst?

Wat geeft de doorslag om voor Elst te kiezen als je als ondernemer op zoek bent naar een plek om je bedrijf te vestigen of als consument op zoek bent naar winkels, horeca, diensten of een toeristische bestemming?

OM ALS DORP EEN DUURZAME CONCURRENTIEPOSITIE TE BEMACHTIGEN, WILLEN WE VAN ELST EEN STERK MERK MAKEN.

Dit merk is gebaseerd op het verhaal van Elst waaraan we de identiteit en bijbehorende merkwaarden en positionering ontlenuen.



Branding Elst

DNA

Centrum

Ten tijde van de Romeinen was Elst een religieus, bestuurlijk centrum en regionaal centrum van handelaren en ambachtslieden omringd door boerenbedrijven

Klei

Komgebieden zijn vestigings-onvriendelijk; van oudsher laaggelegen en natte gebieden die kwetsbaar zijn voor overstromingen. Later werden deze gebieden gebruikt als land

Bereikbare hoogte

Elst ligt op de hoogste plek in het centrum van een gebied met veel bewoonbare hoogte en woonplaatsen waarbij de stroomruggen bepalend waren voor de ontsluiting voor het handelsverkeer

Crypte en Pelgrimage

ELST groeide vanaf de 10^e eeuw uit tot bedevaartsplaats, legende van Werenfridus. De Grote kerk is een plek met meer dan 2000 jaar religieuze geschiedenis te vinden

Bataafse cultusplaats

De centrale hoogte in Elst was het sacrale centrum van de Bataven. Het openlucht heiligdom lag in het centrum van kruispunt van wegen.v.chr.

Paardenmarkt

1260

Rivierengebied

Elst ligt in de streek van het oerstroombdal, het rivieren-gebied tussen Rijn en Waal. De streek wordt gekenmerkt door het patroon van kom-gebieden en oeverwallen

Zand

Op de oevers van de rivieren vonden oeverwallen. Ze vormden gegerichte hoger gelegen stroomruggen in het landschap die geschikt waren voor landbouw en bewoning.

Kruispunt

Op de hoogste plek in de wijde omgeving treffen drie stroomruggen elkaar. Twee doorkruisen de rivier vanuit de zuid-oost richting en de derde loopt van Elst in de noord-oost richting

Elstar Arie Schaap uit Elst

1960-1970

Grens en raakvlak

Grens: Bisdum Utrecht - 's-Hertogenbosch; Hertogdom Gelre: kwartier Arnhem - Nijmegen; Rome - Reformatie; Arnhem de zuidelijkste stad van 't noorden; provincie bestuur, zakelijk, calvinistisch - Nijmegen de noordelijkste stad van 't zuid; boerenbedrijven

Fruitteelt

Elst was bekend van fruitteelt, export van Jamfabriek TEO, Veiling van de Elstar, de Betuwe fruitmarkt, bloei, Heinz

1975-1901-1958

WOII Evacuatie verwoesting Manneneiland

Van september '44 tot bevrijding in mei '45 werd in het rivierengebied gevochten. Veldslag van 198 dagen met 60.000 evacuees

Bestuurlijk

Naam duidt op in 776: Heiligdom van Werenfridus
In 1976 vierde Elst haar 1250^e bestaan. De zelfstandige gemeente Elst dateert van 1811. Sinds 1976 is Elst het grootste dorp in de gemeente Overbetuwe

Religieus

Het sacrale centrum waar in de Romeinse tijd goden en mensen elkaar ontmoeten, groeide vanaf de 10^e eeuw uit tot bedevaartsplaats, legende van Werenfridus. De Grote kerk staat op de hoogste plek waar meer dan 2000 jaar religieuze geschiedenis te vinden is.

Werenfridus Christelijke kerk

726-760

Handelaren en ambachtslieden

Ambachtelijk, persoonlijke aandacht, handelsgeest, ondernemend, aanpakken, volhardend, eerlijk en direct, samenwerken als de situatie daarom vraagt

Regiofunctie

wordt versterkt door de centrale ligging tussen Arnhem en Nijmegen en de bereikbaarheid via de noord-zuid / oost-west as, nabijheid Duitse grens

Economisch

Lang en breed aan het rivierengebied en tijdens jaarmarkten en evenementen

Fusiegemeente Overbetuwe

2001

Landbouwers

Ruwe bolster, blanke pit, hard werken, op zichzelf, eigen boontjes doppen, koppig, stug, eigenwijs, niet denken maar doen, weinig franje, doorgevoerd

Corridor-knooppunt Grift-spoorlijn-A325

Elst vormt het hart van de corridor / levensader tussen Arnhem en Nijmegen:

Romeinse weg, trekvaart de grift, 1925

Dag van Elst Nijmeegse vierdaagse

1925

Romeinse tempel en pleisterplaats

Het sacrale centrum waar in de Romeinse tijd goden en mensen elkaar ontmoeten

50-150 na chr.

Wat is het doel van de branding aanpak?

Imago	Vergroten naamsbekendheid, verbeteren reputatie
Strategisch	Versterken van concurrentiepositie
Sociaal	Verbeteren lokale samenhang, samenwerking en trots
Economisch	Vergroten aantrekkingskracht



Branding Elst

HET VERHAAL VAN ELST

Het verhaal van Elst

In het hart van het van oudsher waterrijke rivierenland, op een verhoogde plek waar zanderige stroomruggen samenkomen, ligt Elst. Een centrale plek tussen Arnhem en Nijmegen waar al eeuwenlang wegen elkaar kruisen en mensen elkaar ontmoeten.

Van Bataven en Romeinen tot Christelijke zendelingen en pelgrimangers: allemaal vonden ze hun weg naar het centrum dat uitgroeide tot een plek van handelaren en ambachtslieden.

De rijke geschiedenis en uitstekende bereikbaarheid zorgen ervoor dat Elst tegenwoordig nog steeds een centrale plek is waar mensen willen wonen, werken, winkelen, recreëren en elkaar ontmoeten.

De nabijheid van de natuur in de Betuwe en de stedelijke voorzieningen van Arnhem en Nijmegen geven de plek iets extra's. Het is de combinatie van de groene leefomgeving, het eigenzinnige dorpse karakter, de cultuurhistorie van het gebied en de nabijheid van stedelijke dynamiek die Elst tot een aantrekkelijke plek maken om te bezoeken en naar terug te keren. Hier vind je de ruimte die je nodig hebt om te leven en je dromen waar te maken.

Persoonlijke aandacht, ambachtelijke kwaliteit en het eigenzinnige karakter van de Elstenaren maken daar een vitaal onderdeel van uit. Dit alles zorgt ervoor dat Elst een plek is waar je vindt wat je zoekt; een plek waar je blijft.



MISSIE IDENTITEIT

MISSIE

Elst is van oudsher een dorp van boeren, ambachtslieden en handelaren. Een eeuwenoud dorp, maar nog altijd jong van geest. Elst ontleent haar kracht aan haar centrale ligging en bereikbaar, haar eigenzinnige dorps karakter en de inventiviteit en veerkracht van haar inwoners.

Ideeen worden hier werkelijkheid dankzij inspirerende ontmoetingen en slimme samenwerking.

De droom van Elst is om met al die bijzondere kwaliteiten te werken aan een gezond dorpsleven voor iedereen.

We werken hier samen om de ambities van het dorp, groen en duurzaam, gezond en vitaal te realiseren.

IDENTITEIT

Elst is al eeuwenlang de plek waar het allemaal samenkomt en mensen elkaar ontmoeten. Hieraan ontleent ze haar identiteit.

Vanwege haar centrale ligging en goede bereikbaarheid heeft Elst een ontmoetingsfunctie voor de hele regio.

Het dorp beschikt dan ook over een aantrekkelijk centrum met een divers en compleet winkel en horeca aanbod en uitstekende voorzieningen.

Die maken Elst tot het dorp waar ruimte is om te leven, leren en ondernemen. Met de natuur van de Betuwe en de stedelijke dynamiek van Arnhem en Nijmegen binnen handbereik.

Elstenaars zijn aanpakkers die gaan voor pragmatische oplossingen en zijn vooral trots op het eigenzinnige karakter van Elst waar openheid, ambachtelijke kwaliteit, passie voor het vak en persoonlijke aandacht nog vanzelfsprekend zijn.



Branding Elst

MERKWAARDEN ASPIRATIES

Merkwaarden

Open en toegankelijk

Voor iedereen, inclusief; Goed bereikbaar, ook digitaal;
Pleisterplaats en uitvalsbasis

Persoonlijke aandacht

Elkaar ontmoeten en contact maken; Betrokken, Aandacht voor elkaar;
Elkaar inspireren; Samen beleven

Ambachtelijke kwaliteit

Vakmanschap; met passie voor het vak; Van eigen bodem; echte smaken;
Eerlijke producten, materialen, service;

Eigenzinnig karakter

Op onze eigen manier; Onderscheidend van Arnhem & Nijmegen;
Trots maar zonder franje

Aspiraties voor de toekomst

Gezond en vitaal

Ruimte om te bewegen; Gezonde voeding; Dichtbij natuur

Groen en duurzaam

Oog voor milieu; Groene leefomgeving; Duurzaam en circulair



Branding Elst

LOGO

Logo

Het merk Elst is opgebouwd op de bouwstenen water-klei-zand-natuur.



WATER

Elst ligt in de streek van het oerstromdal, het rivieren-gebied tussen Rijn en Waal.



KLEI

Van oudsher laaggelegen en natte gebieden die kwetsbaar zijn voor overstromingen.



ZAND

Langgerekte hoger gelegen zanderige stroomruggen die elkaar in Elst treffen.

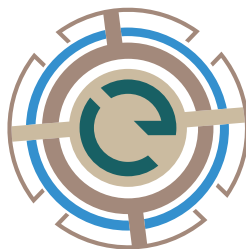


GROEN

Elst ligt in het hart van het groene en vruchtbare rivierengebied.

De ronde vorm symboliseert Elst als middelpunt van de regio.

In het midden zie je Elst in het groene hart van het rivierengebied gesymboliseerd door de groene e. Elst ligt op de verhoogde zandrug, omringd door kleigronden en in het noorden en zuiden de Rijn en de Waal en daarachter de contouren van Arnhem en Nijmegen.



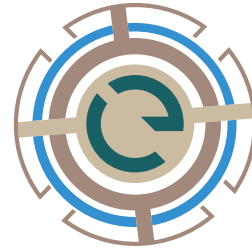
Branding Elst

POSITIONERING

Positionering

De plek in het groene rivierenland waar wegen elkaar kruisen, steden elkaar raken en mensen elkaar ontmoeten.

Elst eigenzinnig middelpunt van de regio.



Centrum Elst

**WAAR ONDERNEMERS
EN BEZOEKERS
ELKAAR ONTMOETEN**

Elst, eigenzinnig middelpunt van de regio



Branding Elst

BRANDING STRATEGIE

Corporate branding

Algemene boodschap zoals we die buiten de regio willen uitstralen.

Centrum Elst

WAAR ONDERNEMERS EN BEZOEKERS ELKAAR ONTMOETEN

Elst, eigenzinnig middelpunt van de regio

Verborgen verhalen

Laten Elst tot de verbeelding spreken

Verhalen van Elstenaren

Vooral gericht op uitdragen van lokale passie en trots

On brand evenementen

Evenementen die aansluiten bij DNA en positionering versterken

Spatial branding

Het merk laten terugkeren in het straatbeeld en het centrum een ambiance geven waarin het merk voelbaar is.

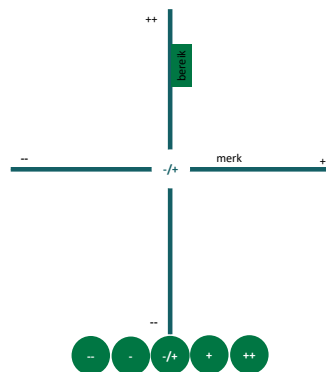


Branding Elst

MERKKOMPAS

Het Elst merkkompas helpt ons zo eenduidig en krachtig mogelijk te laten zien waar Elst voor staat. Dit merkkompas is een praktisch hulpmiddel die je laat zien hoe, bijvoorbeeld, jouw project scoort op twee onderdelen: aansluiting op het merk Elst en bereik. De beste impact bereiken we als dat project zowel op bereik als op aansluiting op het merk goed scoort. Blijft het op een van de onderdelen achter, dan hebben we eerst wat op te lossen.

Merkwaarde	Score
Open en toegankelijkheid
Persoonlijke aandacht
Ambachtelijke kwaliteit
Eigenzinnig karakter
Aspiratie	
Gezond en vitaal
Groen en duurzaam
Bereik	
Bewoners
Bezoekers
Bedrijven



Branding Elst

ONEPAGER

Overtuiging

Omdat wij geloven dat...

Elst het kloppend hart is van de regio, die haar groene leefomgeving combineert met haar eigen dorpse karakter, regionale voorzieningen, stedelijke dynamiek en landelijke bereikbaarheid.

Doelgroep

Gaan wij er voor zorgen dat...

Bedrijven, bestuurders, bewoners en bezoekers

Positionering

Ons gaan zien als...

De plek in het groene rivierenland waar wegen elkaar kruisen, steden elkaar raken en mensen elkaar ontmoeten. Kortom: Elst, eigenzinnig middelpunt van de regio

Pijlers

Dit is geloofwaardig wanneer het merk...

Appelleert aan merkwaarden: Open, persoonlijk, ambachtelijk, eigenzinnig.

Wordt vertaald naar benefits voor de verschillende gebruikers van Elst

Fysiek aanwezig is: positionering en merk zichtbaar maken in gebied door events en spatial branding

Iconisch en opvallend is: onderscheidende look&feel, voelt als merk waarmee men zich wil identificeren



STRAATBEELD

Een aantal voorbeelden van een mogelijk straatbeeld van Elst, met op de groene loper van station Elst naar Centrum Elst de 'verborgen verhalen'.

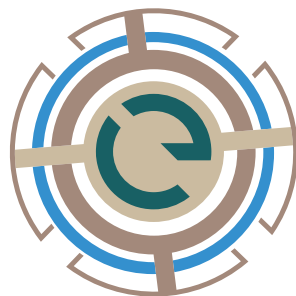


HUISSTIJLHANDBOEK



Huisstijlhandboek

LOGO



elst



Huisstijlhandboek

KLEURGEBRUIK

Kleurgebruik

Het logo wordt in full colour gebruikt op de website en op bijvoorbeeld kantoordrukwerk (briefpapier, visitekaartjes, enveloppen).

Het woordmerk wordt hierbij altijd in het groen gebruikt.

Voor zwart/wit uitingen gebruiken we het logo in volledig zwart of wit.

In de toepassing (advertenties, borden, flyers, banners etc.) gebruiken we het logo in wit met als achtergrond 1 van de 4 kleuren uit het kleurenpalet.

Logo full colour



Logo zwart/wit



Toepassingen



Kleurpallet

Het kleuren pallet van Elst bestaat uit vier kleuren. De kleuren uit het full colour logo zijn primaire kleuren van Elst en zijn altijd van toepassing in uitingen met groen als basis.



CMYK
RGB
HEXA

C=85 M=38 Y=48 K=32
23 - 96 - 100
#176165



CMYK
RGB
HEXA

C=75 M=32 Y=0 K=0
53 - 143 - 206
#3490CE



CMYK
RGB
HEXA

C=31 M=40 Y=44 K=19
163 - 137 - 123
#A3897B



CMYK
RGB
HEXA

C=21 M=23 Y=38 K=4
203 - 187 - 160
#CDBDA1



Logo don'ts

Een sterk merk is consistent in al haar uitingen. Daarom zijn er een aantal regels en voorwaarden bepaald voor correcte toepassing van het logo. Er moet consequent met het logo worden omgegaan.

Om de grenzen duidelijk te markeren vind je op deze pagina enkele voorbeelden van **onjuiste** toepassingen.

- Elementen verwijderen
- Full colour logo in grijschaal printen of drukken
- Elementen voorzien van een slagschaduw
- Elementen van kleur veranderen anders dan in dit brandbook is omschreven
- Elementen schuin zetten
- Verkeerde schaling
- Beeldmerk verplaatsen



Het beeldmerk mag niet achter of boven het woordmerk geplaatst worden.



Het logo niet in grijs tinten gebruiken.



Het woordmerk 'elst' niet afzonderlijk van het beeldmerk gebruiken.



Het lettertype van het woordmerk mag niet veranderen.



Marges

Om genoeg ruimte om het logo te behouden bij het plaatsen van het logo zijn er regels die betrekking hebben op de marges rondom. De ruimte tussen het logo en de naam is elst, is tevens de minimale witruimte die om het gehele beeld heen gebruikt moet worden. De e in het beeldmerk staat altijd op gelijke hoogte met de e in het woordmerk.



Typografie

Neue Kabel
Elst maakt in al haar uitingen
gebruik van het lettertype
Neue Kabel.

Office

Calibri
Omdat niet elke computer de
juiste lettertypes heeft en dit ook
niet aan te raden is, hanteert Elst
een Office font voor het gebruik
van Powerpoint presentaties,
Word documenten en andere
Office programma's.

Hier gebruiken we de Calibri.
Een goed leesbare letter die op
elke computer standaard in het
systeem staat.

Neue kabel Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Neue kabel Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Neue kabel Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&()_+*

Neue kabel Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Neue kabel Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Neue kabel black italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Calibri light
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Calibri regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Calibri italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&()_+*

Calibri bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Calibri bold italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890!@#%&*()_+

Toegepaste typografie

De verhoudingen tussen het titelblok worden zoals hiernaast weergegeven. Uilijning links. Marges boven en onder de titel gelijk.

Boven de titel kan een datum staan of een omschrijving (zoals Centrum Elst, of koopzondag)

Font: Neue kabel regular

Titels worden verdeeld over drie regels.

regel 1 begint met:

WAAR (..)

Font: Neue kabel bold caps

regel 2 begint met:

EN (..)

Font: Neue kabel bold caps

regel 3 is altijd:

ELKAAR ONTMOETEN

Font: Neue kabel bold caps

*Elst, eigenzinnig middelpunt
van de regio*

Font: Neue kabel italic



Huisstijlhandboek

ELEMENTEN

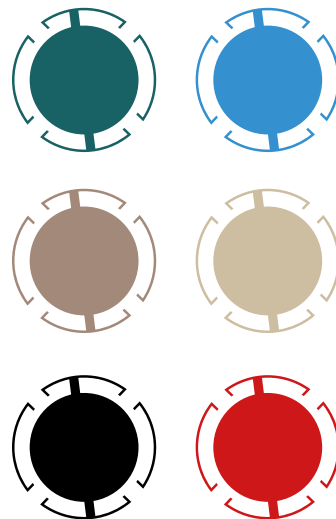
Elementen

Voor de invulling van de stijl zijn deze driehoekige elementen inzetbaar.

Er worden in iedere uiting driehoeken gebruikt. Ze mogen verschillende afmetingen hebben. Ze kunnen transparant zijn en over fotografie gebruikt worden.

Minimaal 1 van de driehoeken heeft een kleur van het kleurenpalet. De andere driehoek mag qua kleur aangepast worden aan het thema, of de fotografie.

Om een datum of actie te benadrukken gebruiken we de ronde button.



Huisstijlhandboek

FOTOGRAFIE

Fotografie

Passie, oog voor detail.

Heldere cleane foto's.



Huisstijlhandboek STATIONARY



CENTRUMMANAGEMENT ELST

Postbus 77 6660 AB Elst info@centrumelst.nl www.elst.nl

BTW nr: NL854818728801 SNS Bank IBAN NL84380908929275 BIC SNSBNL2A KVK 62439820



Dit document is opgezet om je een beter beeld te geven van de huisstijl van Elst. Om consistent om te gaan met de communicatiemiddelen is het gebruik van deze brand manual essentieel. In de manual leer je alles over het gebruik van het logo, het toepassen van kleuren en het opzetten van het stramien voor het gewenste communicatiemiddel.

Zijn er vragen, of heb je bestanden nodig?
Stuur dan een mail naar
branding@centrumelst.nl

Gelieve geen bestanden uit deze handleiding te gebruiken. Deze staan in RGB en geven bij afdrukken onjuiste kleuren.

