

# Consumer Marketing Brand Manual

2017



# Inhoudsopgave

## Logos 3

See Buy Fly - Kleurenversie	4
See Buy Fly - Zwart-witversie	5
See Buy Fly - Veiligheidsmarges	6
See Buy Fly - Positionering	7
See Buy Fly - Kleine versie	9
Schiphol Parking - Kleurenversie	10
Schiphol Parking - Diapositiefversie	11
Schiphol Parking - Zwart-witversie	12
Schiphol Parking - Veiligheidsmarges	13
Schiphol Parking - Positionering	14
Schiphol Parking - Kleine versie	15

## Kleurenpalet 16

See Buy Fly - Primair	17
See Buy Fly - Secundair	18
See Buy Fly - Tertiair	19
Schiphol Parking - Primair	20
Special Offers rood	21

## Typografie 22

Font	23
Font voor prijzen	24
Prijsnotatie	25
Productlabels	27
Printhiërarchie	28
Webhiërarchie	32

## Fotografie 34

See Buy Fly - Fotografie	35
Schiphol Parking - Fotografie	36
Horizon	37
Achtergrondkleuren	39

## Campagnerichtlijnen See Buy Fly 40

Logoformaat berekenen - voorbeelden	41
Verhouding berekenen - voorbeelden	46
Basiseenheid	47
Voorbeelden	50

## Campagnerichtlijnen Schiphol Parking 48

Logoformaat berekenen - voorbeelden	49
Verhouding berekenen - voorbeelden	53
Basiseenheid	54
Voorbeelden	60

## Digitale richtlijnen 61

Iconen	62
Tekst- en kleurblokken	63
Primaire actiebutton	64
Secundaire buttons en navigatie	65
Voettekst	66
Voorbeelden	68

# Logos

## See Buy Fly Kleurenversie

De vorige See Buy Fly-gradients  
zijn versimpeld tot twee  
hoofdkleuren: een warm geel  
en een levendig blauw.



**See Buy Fly**  
**Zwart-witversie**

Als er niet in kleur geprint kan worden, gebruik dan de grayscale-versie van het logo.  
Volledig zwart + grijs 20%



## See Buy Fly Veiligheidsmarges

Er moet altijd voldoende ruimte rond het logo vrijgehouden worden om de maximale impact te garanderen en te voorkomen dat het er rommelig uitziet.

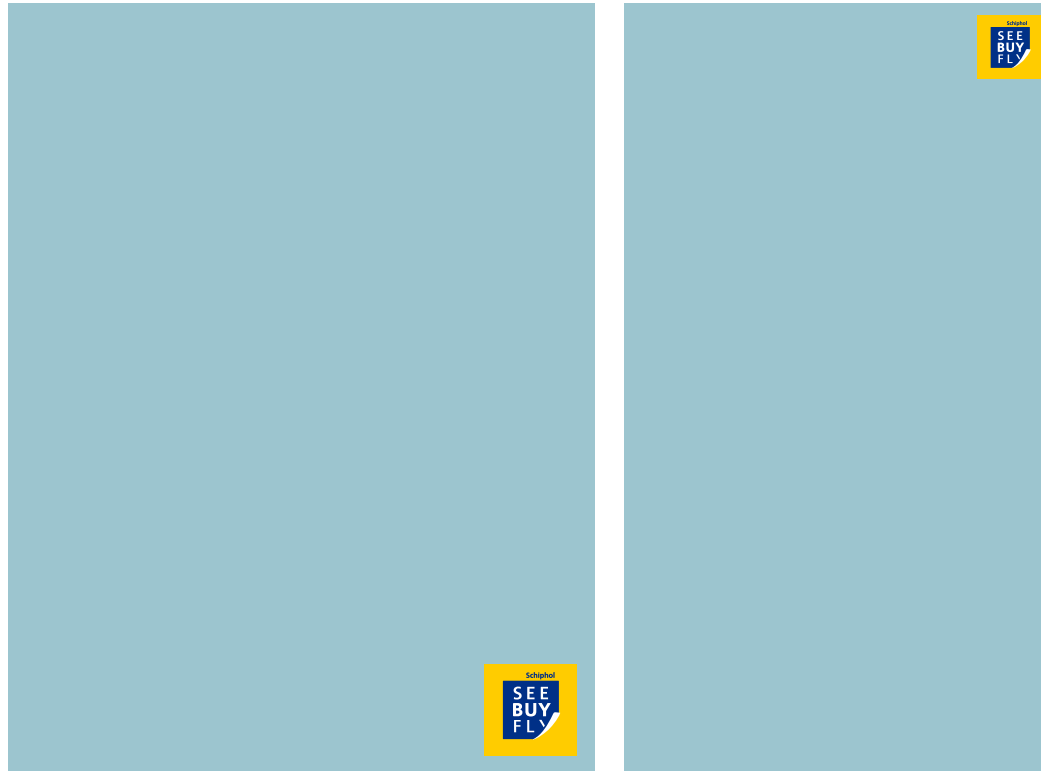
Er mag in specifieke omstandigheden mee gevarieerd worden, ter voorkoming van cropping-problemen (check-in lightboxes bijvoorbeeld).



## See Buy Fly Positionering op printmaterialen

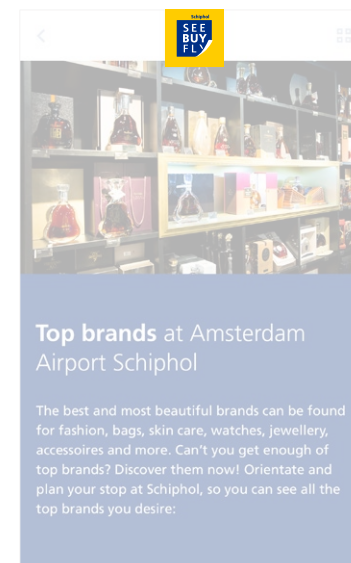
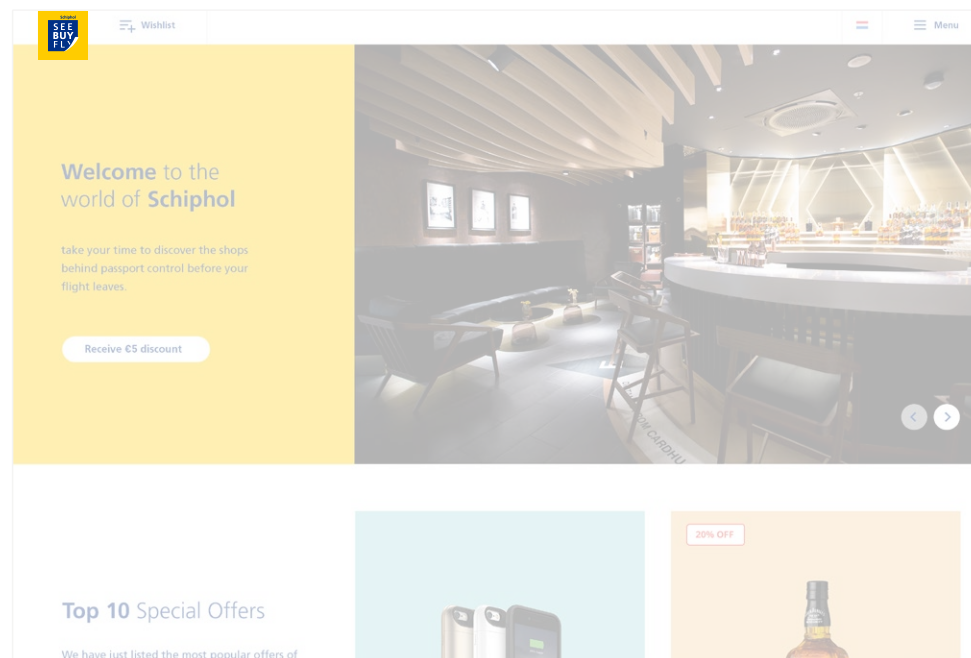
Het logo kan op twee posities geplaatst worden: rechts onderin of rechts bovenin.

Andere posities uitsluitend in geval van specifieke omstandigheden of beperkingen.



## See Buy Fly Positionering op interfaces

Het logo kan toegepast worden links of centraal in het scherm, afhankelijk van de menustructuur.





## See Buy Fly Kleine versie

De kleine versie wordt gebruikt als het logo verkleind wordt tot minder dan 12 mm of 62 pixels bij 72 dpi. In deze kleine versie blijft 'SEE BUY FLY' goed leesbaar.

In specifieke gevallen of omstandigheden mogen andere formaten gebruikt worden.

Print formaat



12mm

Desktop formaat



72px

Mobiel formaat



62px



## **Schiphol Parking Kleurenversie**

Dit is de meest gebruikte versie van  
het Schiphol Parking-logo.

**Schiphol Parking**  
**Diapositief versie**

Bij plaatsing van het logo op een donkere achtergrond moet deze versie worden gebruikt.



**Schiphol Parking**  
**Zwart-witversie**

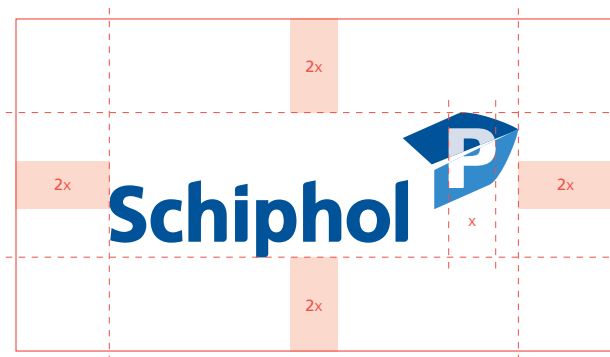
Als er niet in kleur geprint kan worden, gebruik dan de grayscale-versie van het logo.



## Schiphol Parking Veiligheidsmarges

Er moet altijd voldoende ruimte rond het logo vrijgehouden worden om de maximale impact te garanderen en te voorkomen dat het er rommelig uitziet.

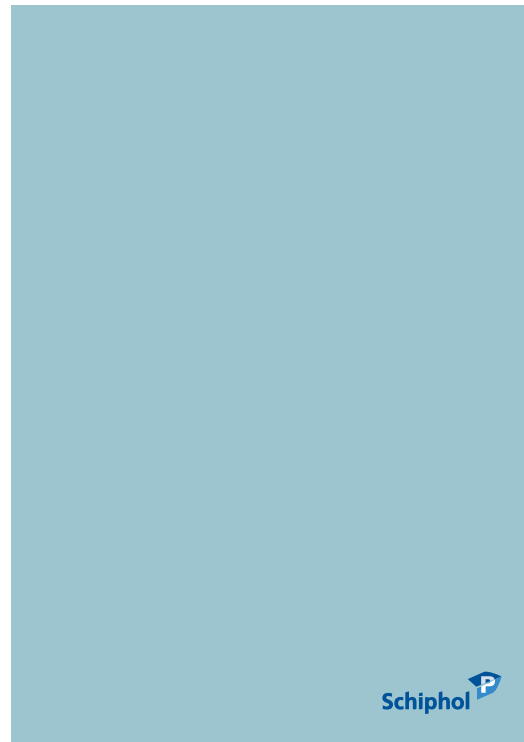
Er mag in specifieke omstandigheden mee gevarieerd worden, ter voorkoming van cropping-problemen (check-in lightboxes bijvoorbeeld).



## Schiphol Parking Positionering op printmaterialen

Het logo kan op twee posities  
geplaatst worden: rechts onderin  
of links onderin.

Andere posities uitsluitend  
in geval van specifieke  
omstandigheden of beperkingen.



## Schiphol Parking Kleine versie

De kleine versie wordt gebruikt als het logo verkleind wordt tot minder dan 12 mm of 62 pixels bij 72 dpi. In deze kleine versie blijft 'Schiphol' goed leesbaar.

In specifieke gevallen of omstandigheden mogen andere formaten gebruikt worden.

Print formaat

Schiphol 

12 mm

Desktop formaat

Schiphol 

72 px

Mobiel formaat

Schiphol 

62 px

# Kleurenpalet





## See Buy Fly Primair

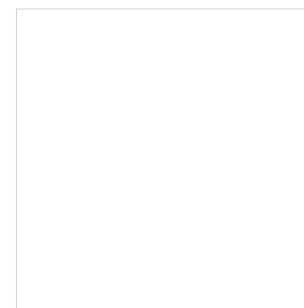
Blauw en geel zijn de belangrijkste  
kleuren en voor iedereen makkelijk  
herkenbaar.



**Pantone** 287 C  
**CMYK** 100 86 23 05  
**RGB** 0 48 135  
**Hex** 003087



**Pantone** 109 C  
**CMYK** 0 20 100 0  
**RGB** 255 204 0  
**Hex** fcc00

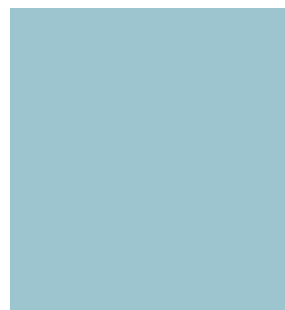


**CMYK** 0 0 0 0  
**RGB** 255 255 255  
**Hex** fffff

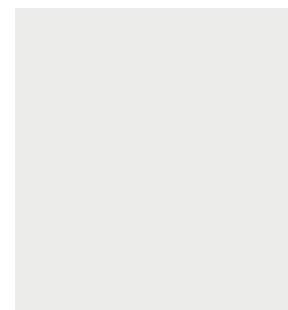


## See Buy Fly Secundair

De secundaire kleuren kunnen gebruikt worden voor campagnevisuals (in print) en digitaal (als achtergrond).



**Pantone** 551 C  
**CMYK** 35 7 12 5  
**RGB** 171 204 215  
**Hex** abccd7



**35% of Pantone** Warm Gray 1C  
**CMYK** 7 5 6 0  
**RGB** 240 240 239  
**Hex** f0efef



## See Buy Fly Tertiair

Het tertiaire palet wordt gebruikt als productachtergrond en bij campagnevisuals.

Iedere kleur kan aangepast worden aan het campagnethema en/of de fotografie.



**Pantone** 2071 C  
**CMYK** 25 29 5 5  
**RGB** 193 179 206  
**Hex** c1b3ce



**Pantone** 183 C  
**CMYK** 0 49 17 0  
**RGB** 243 159 175  
**Hex** f39faf



**Pantone** 486 C  
**CMYK** 5 54 42 0  
**RGB** 234 143 132  
**Hex** ea8f84



**Pantone** 149 C  
**CMYK** 0 30 56 0  
**RGB** 250 192 126  
**Hex** fac07e



**Pantone** 122 C  
**CMYK** 0 19 79 0  
**RGB** 255 208 71  
**Hex** ff047



**Pantone** 367 C  
**CMYK** 42 0 67 0  
**RGB** 167 205 116  
**Hex** a7cd74



**Pantone** 7464 C  
**CMYK** 45 5 28 0  
**RGB** 153 202 194  
**Hex** 99cac2



## Schiphol Parking Primair

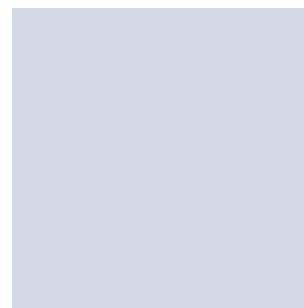
Schiphols primaire kleuren komen uit het logo. Zij dragen bij aan de herkenbaarheid van het merk en worden gebruikt in reclame, maar ook in bewegwijzering.



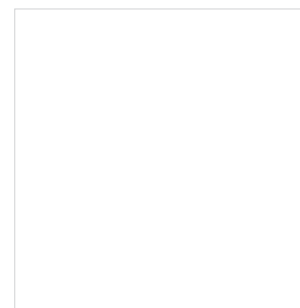
**Pantone** 2945 C  
**CMYK** 100 65 0 15  
**RGB** 0 84 159



**Pantone** 285 C  
**CMYK** 75 35 0 0  
**RGB** 0 115 207



**Pantone** 9381 C  
**CMYK** 10 5 0 5  
**RGB** 209 213 231



**CMYK** 0 0 0 0  
**RGB** 255 255 255  
**Hex** ffffff

## Special Offers rood

Dit rood is exclusief gereserveerd voor de Special Offers-prijzen en promotionele labels. We hebben het helderder gemaakt dan het was, om een sterker contrast te vormen met het secundaire en tertiaire kleurenpalet.



**CMYK** 0 88 80 0

**RGB** 249 66 58

**Hex** f9423a

# Typografie

## Font

Frutiger is het primaire font van Schiphol. Het is helder en herkenbaar.

Aa

Frutiger Pro 65 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
!@#&\*()\_+

Aa

Frutiger Pro 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
!@#&\*()\_+

Aa

Frutiger Pro 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
!@#&\*()\_+

## Font voor prijzen - Nederlands

De FF DIN gebruiken we voor cijfers en bedragen. Een schuine rode streep staat door de van-prijs.

€ **49,95**

FF DIN Bold voor prijzen - FF DIN Regular voor €-teken

€ **1234567890.,-**

€ **49,95**

FF DIN Bold voor Special Offers - FF DIN Regular voor €-teken

€ **1234567890.,-**

~~€ **49,90**~~

FF DIN Medium voor van-prijzen

€ **1234567890.,-**



## Prijsnotatie - Internationaal

In Engelstalige communicatie  
gebruiken we de punt in plaats van  
de komma.

(Voor een eenduidige uitstraling  
gebruiken we in het vervolg van dit  
document de Engelse notatie, dus  
met een punt.)

Reguliere prijs

€ 49.<sup>95</sup>

€ 49.<sup>95</sup>

€ 49.<sup>95</sup>

Special Offer-prijs

€ 18.-

€ 18.-

€ 18.-

Van-prijs

~~€ 18.50~~

~~€ 18.50~~

~~€ 18.50~~

## Prijsnotatie - Nederlands

Euroteken is in FF DIN Regular, gelijk aan 0.6 x het formaat van de prijs. Hetzelfde formaat gebruiken we voor de komma, streep en decimalen.

De spatiëring, in het bijzonder die na het euroteken en rond de komma, moet handmatig aangepast worden en dient in balans te zijn. Dit zorgt voor consistentie en leesbaarheid bij kleinere formaten.

Reguliere prijs

€ 49,<sup>95</sup>

€ 49,<sup>95</sup>

€ 49,<sup>95</sup>

Special Offer-prijs

€ 18,-

€ 18,-

€ 18,-

Van-prijs

~~€ 18,50~~

~~€ 18,50~~

~~€ 18,50~~

## Productlabels

Kantelen dient vermeden te worden om een clean, volwassen gevoel te houden. De labels mogen de producten niet overlappen en worden uitgelijnd met de productomschrijving.

Print: Frutiger Bold en Light.  
Online: Frutiger Bold en Roman.  
FF DIN Bold wordt gebruikt voor prijzen en andere getallen.

De dikte van het kader is 0.6 pt voor print, 3 px voor web.

3 for €19.90

ANY 2 for €49.-

20% OFF

30% OFF

with **FREE** gift\*

from €**49.-**

from €**19.-**

made in **Holland**



## See Buy Fly Printhiërarchie - Campagnevisual

Deze hiërarchie vormt de basis  
voor campagnevisual.

'TIME FOR-headline' zijn altijd in  
Frutiger Bold en in kapitalen.

Om het afwezige Schiphol- logo  
te compenseren staat er altijd 'at  
Amsterdam Airport Schiphol'.

**Headline**  
Frutiger Bold  
UPPERCASE

**Subheadline**  
Frutiger Bold  
Sentence case

**URL**  
Frutiger Light / Bold  
lowercase





## Schiphol Parking Printhiërarchie - Campagnevisual

Deze hiërarchie vormt de basis voor campagnevisual.

Headlines zijn altijd in Frutiger Bold en in kapitalen.

Om het afwezige Schiphol- logo te compenseren staat er altijd 'at Amsterdam Airport Schiphol'.

**Headline**  
Frutiger Bold  
UPPERCASE

**Subheadline**  
Frutiger Bold  
Sentence case

**Body text**  
Frutiger Light  
Sentence case

**URL website**  
Frutiger Light / Bold  
lowercase

# VALET PARKING

op Amsterdam Airport Schiphol

Met de officiële Schiphol valet service parkeer je letterlijk voor de deur. Je geeft je sleutels af en bij terugkomst staat je auto klaar.

[schiphol.nl/parkeren](https://www.schiphol.nl/parkeren)

## Printhiërarchie – Lettergrootte bepalen

De grootte van de headline is variabel, maar de formaten en uitlijning van alle andere elementen zijn er op gebaseerd. Bepaal dus eerst het headlineformaat aan de hand van de oriëntatie en de hoeveelheid copy.

X **TIME FOR SHOPPING**  
X **at Amsterdam Airport Schiphol**

De grootte van de headline is variabel, maar de formaten en uitlijning van alle andere elementen zijn er op gebaseerd.

De puntgrootte van de subheading is altijd 35% van de headline (voorbeeld: is de headline 40pt, dan is het formaat van de subheading 14pt).  
Regelafstand tussen headline en subheading is altijd 70% van de headlinegrootte (voorbeeld: is de headline 40pt, dan is regelafstand tot de subheading 28pt).

X **OVERDEKT  
PARKEREN**  
X **op Amsterdam Airport Schiphol**

Als een headline moet worden afgebroken dan is de regelafstand gelijk aan de headlinegrootte (voorbeeld: is de headline 50pt, dan is de regelafstand ook 50pt).

[schiphol.nl/seebuyfly](https://schiphol.nl/seebuyfly)

Het formaat van de URL is gelijk aan dat van de subheading.

## Tekstkleur – Voorbeelden

Hier volgen de belangrijkste manieren om kleuren toe te passen in typografie bij het maken van een visual voor See Buy Fly of Schiphol Parking. Uitzonderingen kunnen voorkomen.

# TIME FOR SHOPPING

at Amsterdam Airport Schiphol

----- Voor campagnemateriaal gebruiken we voornamelijk witte typografie op een gekleurde achtergrond. Maak indien nodig de achtergrond donkerder om het contrast te verhogen.

# TIME FOR SHOPPING

at Amsterdam Airport Schiphol

----- In sommige gevallen kan blauwe typografie gebruikt worden voor de headline. Bijvoorbeeld wanneer een witte achtergrond gebruikt wordt voor meer impact of bij kleine formaten zoals bij internetbanners.

Met de officiële Schiphol valet service parkeer je letterlijk voor de deur. Je geeft je sleutels af en bij terugkomst staat je auto klaar.

[schiphol.nl/parkeren](https://www.schiphol.nl/parkeren)

----- Bodytekst en URL zijn blauw indien ze gebruikt worden op foto's of op een witte achtergrond.



## Webhiërarchie - Header

Frutiger Bold en Light mogen door elkaar gebruikt worden om woorden in headlines te accentueren.

### Menulabel

Frutiger Bold  
grootte: 14 px

### Headline

Frutiger Bold en Light  
grootte: 34 px  
interlinie: 42 px

### Lead paragraaf

Frutiger Roman  
grootte: 16 px  
interlinie: 26 px

### Button

Frutiger Bold  
grootte: 15 px

The screenshot shows the top section of the See Buy Fly website. At the top left is the See Buy Fly logo, followed by a 'Wishlist' icon and a Dutch flag. On the right is a 'Menu' icon. Below the navigation is a large hero section with a yellow background on the left and a photograph of a lounge on the right. The yellow area contains the headline 'Welcome to the world of Schiphol', a sub-headline 'Take your time to discover the shops behind passport control before your flight leaves.', and a 'Discover Lounge 2' button. Below the hero section are two promotional banners. The first banner, titled 'Top 10 Special Offers', features three smartphones and a text block stating 'We have just listed the most popular offers of July and August for you. Be surprised by competitive prices and beautiful products.' with an 'All Special Offers' button. The second banner features a bottle of James Watson Whiskey with a '20% OFF' tag and a right-pointing arrow.





## Webhiërarchie – Productblok

Met contrasterende fontgroottes kunnen we eenvoudig de nieuwe prijs prioriteit geven boven de oude.

**Label**  
Frutiger Light en Bold,  
FF DIN Bold voor prijzen  
grootte: 14 px

**Label**  
ANY 2 for €49.-

**Product naam**  
Frutiger Bold  
grootte: 15 px

**Product naam**  
Calvin Klein RED for her

**Prijs**  
FF DIN Regular en Bold  
grootte: 26 px/16 px

**Oude prijs**  
FF DIN Medium  
grootte: 12 px

€55.50  
€49.-

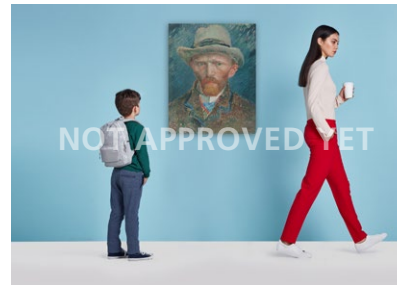
# Fotografie



## See Buy Fly Fotografie

We proberen de 'tussendoormomenten' af te beelden om echtheid en warmte uit te stralen.

De onderwerpen hebben een speelse interactie met de horizon en de achtergrond.

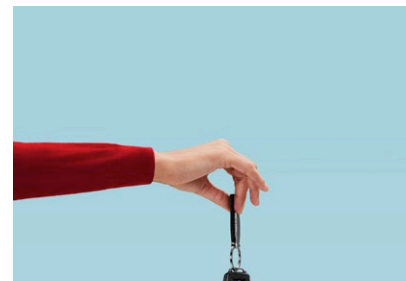
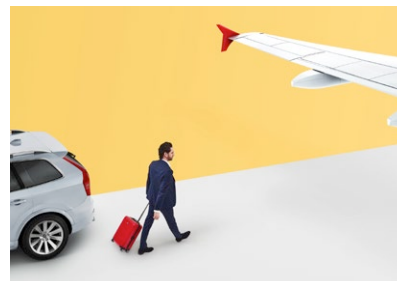
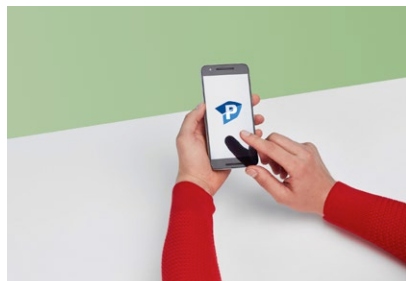




## Schiphol Parking Fotografie

We proberen de  
'tussendoormomenten' af te  
beelden om echtheid en warmte uit  
te stralen.

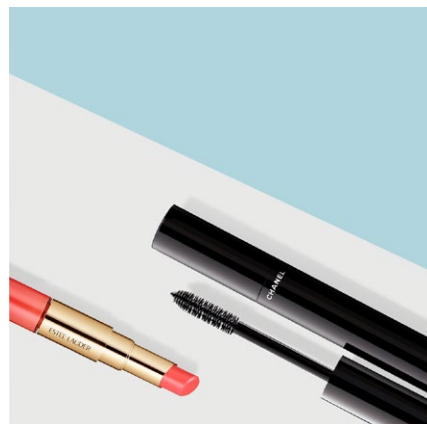
De onderwerpen hebben een  
speelse interactie met de horizon en  
de achtergrond.





## See Buy Fly Horizon bij producten

De horizonpositionering kan aangepast worden aan het perspectief van het onderwerp om een zo realistisch mogelijk beeld te geven.



## Horizon bij modellen

Ditzelfde geldt bij fotografie van modellen: de horizon mag aangepast worden aan het algemene perspectief.

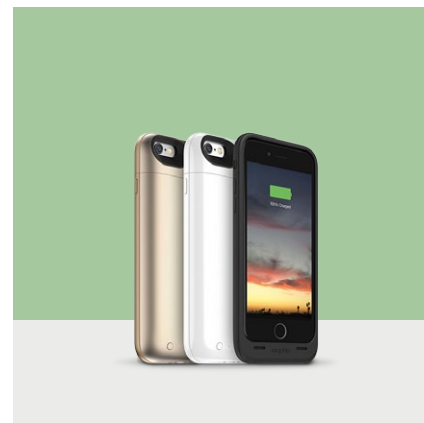
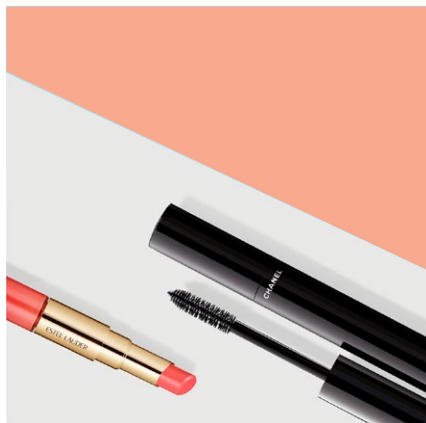


## Achtergrondkleuren

In combinatie met de grijze 'vloer' mogen alle tertiaire kleuren voor de achtergrond gebruikt worden.

Om een kleur uit het product terug te laten komen of om aan te haken op het thema (China, Kerstmis, etc.), mogen nieuwe tinten gemaakt worden.

De achtergrond kleur mag niet vervangen worden door een textuur of foto.



# Campagnerichtlijnen

## See Buy Fly



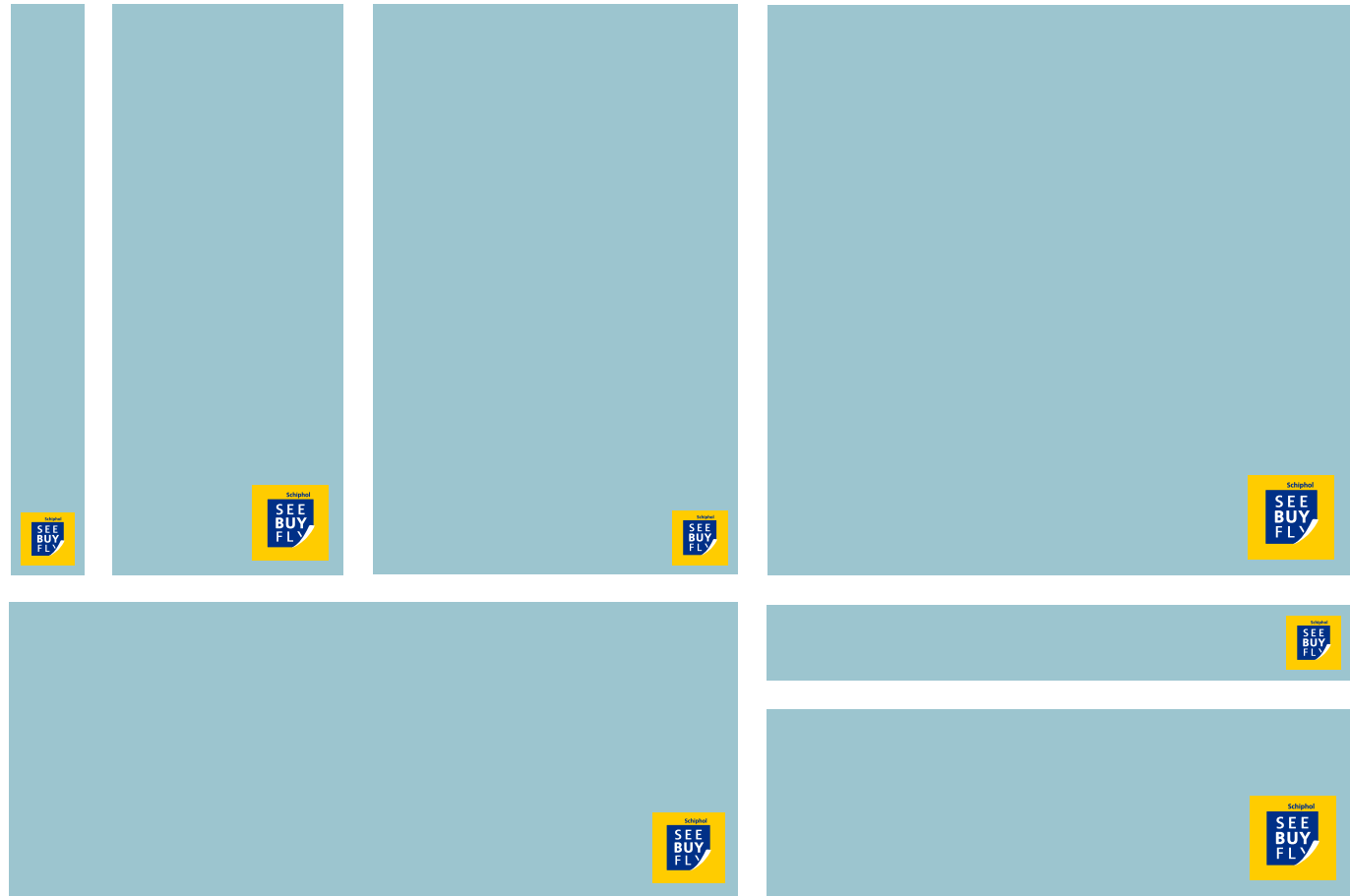
## Logoformaat – verhouding berekenen

Het SBF-logo wordt in diverse formaten gebruikt.

We hebben een formule ontwikkeld waarmee de breedte van het logo snel berekend kan worden gebaseerd op het paginaformaat.

Deze formule garandeert dat de proportie van het logo op verschillende formaten optisch identiek is.

Variaties mogen voor uitzonderlijke gevallen gebruikt worden.



## Logoformaat – verhouding berekenen

De breedte van het logo wordt bepaald door de verhouding tussen de korte en lange zijde van het format. De minimumbreedte van het logo is 15% van de korte zijde.

Om de afmeting van het logo te bepalen gebruiken we de volgende formule:

$$\frac{\text{lange zijde}}{\text{korte zijde}} = X$$

X = het percentage van de korte zijde. Dit geeft dus aan hoe groot het logo moet zijn.



<b>X</b>	<b>Logobreedte is % van de korte zijde</b>
1 - 1.99	<b>15%</b>
2 - 2.49	<b>25%</b>
2.5 - 2.99	<b>35%</b>
3 - 3.49	<b>45%</b>
3.5 - 3.99	<b>55%</b>
4 - 4.49	<b>65%</b>
4.5 +	<b>75%</b>

**Voorbeeld voor  
A-formaten:**

$$\frac{297 \text{ mm}}{210 \text{ mm}} = 1.4$$

In de rekensom zien we dat op basis van de uitkomst van 1,4 de logobreedte 15% van de korte zijde dient te zijn:

$$210 \times 15\% = 31.5 \text{ mm}$$

297 mm

210 mm



31.5 mm

## Voorbeeld voor portret formaten

Voor A-formaten moet de  
logobreedte altijd 15% van de  
korte zijde zijn.



## Voorbeelden voor landscapeformaten



## Basiseenheid

Als de afmetingen van het logo eenmaal bepaald zijn door het format, wordt de 'basiseenheid' bepaald door deze marge. Dit houdt de proporties consistent bij het plaatsen van tekst.



## Visueel voorbeeld campagnevisual

We gebruiken 2.5 x de 'basiseenheid' om de marges rondom de advertentie te bepalen. De URL lijnt met de onderkant van het blauwe vierkant van het SBF-logo.

De maten van de tekstelementen zijn afhankelijk van de hoeveelheid tekst en de grootte, maar moeten de hiërarchie volgen zoals uitgelegd op pagina 23 tot 31.

2.5x

2.5x

**TIME FOR SHOPPING**  
at Amsterdam Airport Schiphol

[schiphol.nl/seebuyfly](https://schiphol.nl/seebuyfly)

Schiphol  
**SEE  
BUY  
FLY**

1x

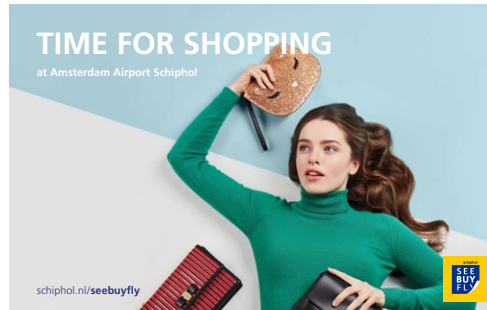
**TIME FOR SHOPPING**  
at Amsterdam Airport Schiphol




schiphol.nl/seebuyfly



**TIME FOR SHOPPING**  
at Amsterdam Airport Schiphol



schiphol.nl/seebuyfly



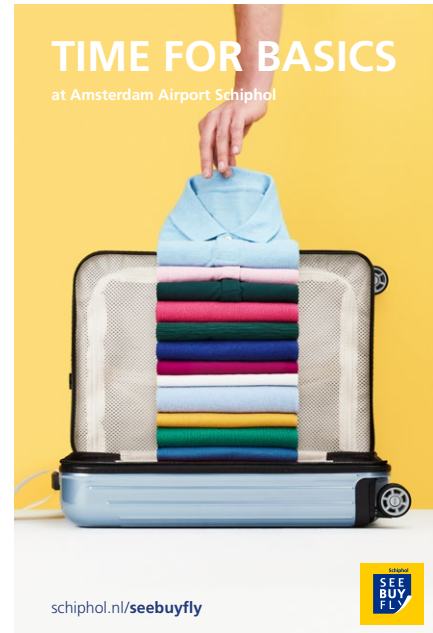
**TIME FOR A TREAT**  
at Amsterdam Airport Schiphol




schiphol.nl/seebuyfly



**TIME FOR BASICS**  
at Amsterdam Airport Schiphol



schiphol.nl/seebuyfly



Visueel voorbeeld  
campagnevisual





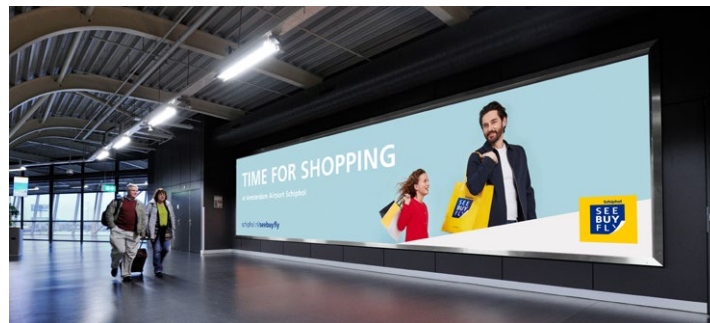
Holland Herald KLM  
inflight advertorial

## Uitzonderingen

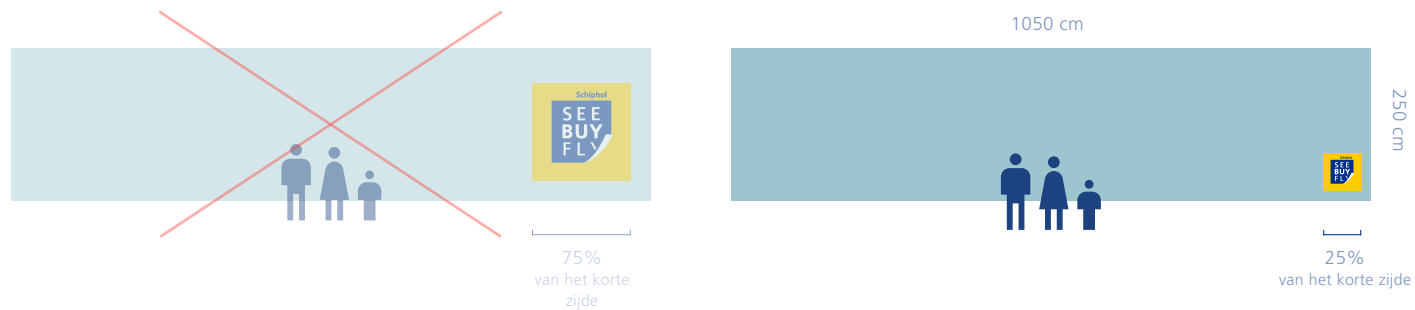
Bij het ontwerpen van visuals voor panoramische banners gaan de verhoudingsregels (p. 42) niet altijd op. We raden aan om de verhoudingen voor het halve formaat te gebruiken indien het logo te groot lijkt voor de banner.

Dit geldt alleen voor 'levensgrote' advertising, voor webbanners moet wel de verhoudingsregel worden toegepast.

Voorbeeld: voor een grote banner van 1050 mm x 250 mm, deel de lange zijde in tweeën en bereken de verhouding van 550 mm x 250 mm = 2:1 het logo moet dan 25% van de korte kant hoog worden.



Panoramisch banner voorbeeld



# Campagnerichtlijnen Schiphol Parking

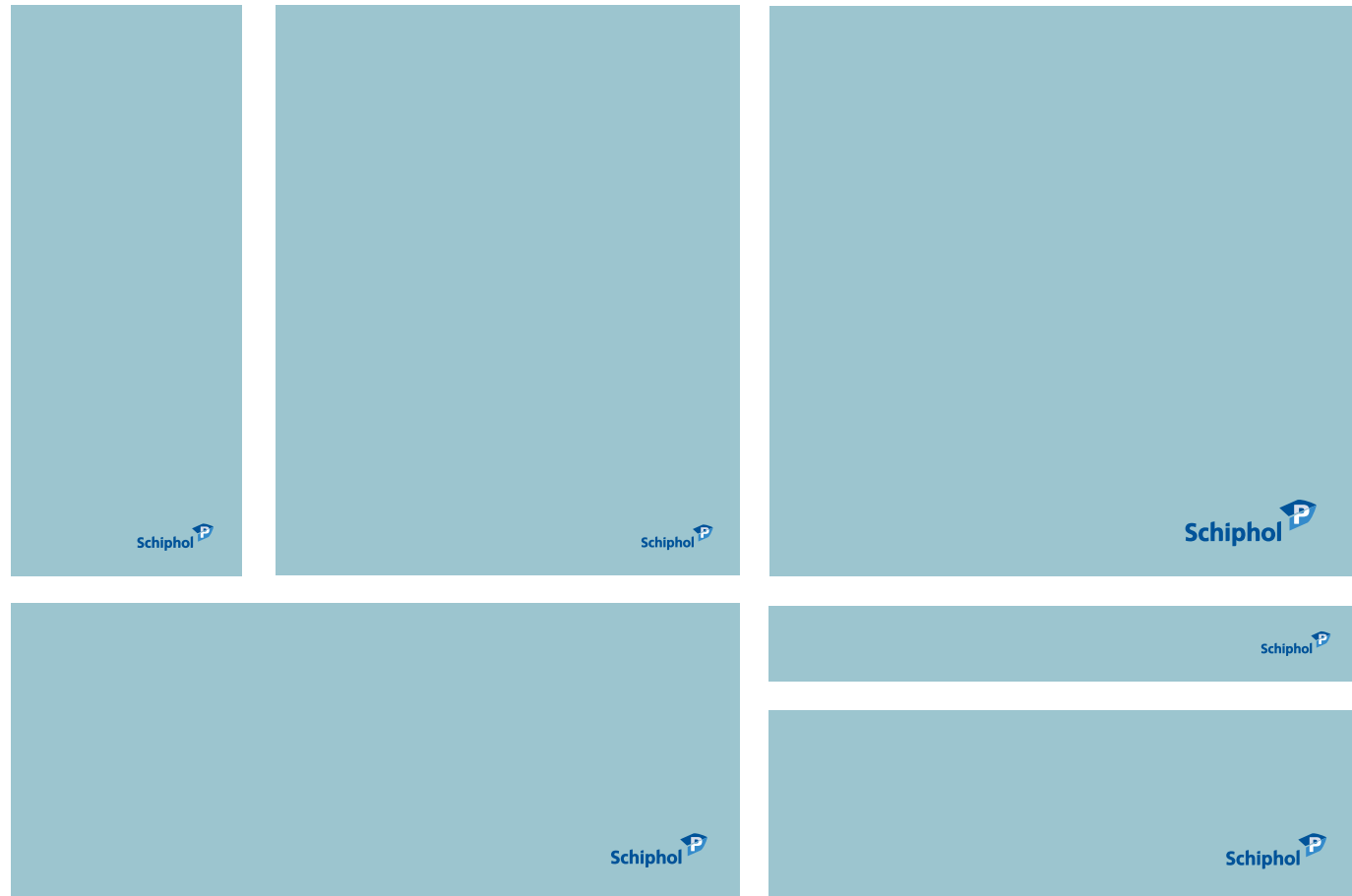
## Logoformaat – verhouding berekenen

Het SBF-logo wordt in diverse formaten gebruikt.

We hebben een formule ontwikkeld waarmee de breedte van het logo snel berekend kan worden gebaseerd op het paginaformaat.

Deze formule garandeert dat de proportie van het logo op verschillende formaten optisch identiek is.

Variaties mogen voor uitzonderlijke gevallen gebruikt worden.



## Logoformaat – verhouding berekenen

De breedte van het logo wordt bepaald door de verhouding tussen de korte en lange zijde van het format. De minimumbreedte van het logo is 23% van de korte zijde.

Om de afmeting van het logo te bepalen gebruiken we de volgende formule:

$$\frac{\text{lange zijde}}{\text{korte zijde}} = X$$

X = het percentage van de korte zijde. Dit geeft dus aan hoe groot het logo moet zijn.



<b>X</b>	<b>Logobreedte is % van de korte zijde</b>
1 - 1.99	<b>23%</b>
2 - 2.49	<b>33%</b>
2.5 - 2.99	<b>43%</b>
3 - 3.49	<b>53%</b>
3.5 - 3.99	<b>63%</b>
4 - 4.49	<b>73%</b>
4.5 +	<b>83%</b>

**Voorbeeld voor  
A-formaten:**

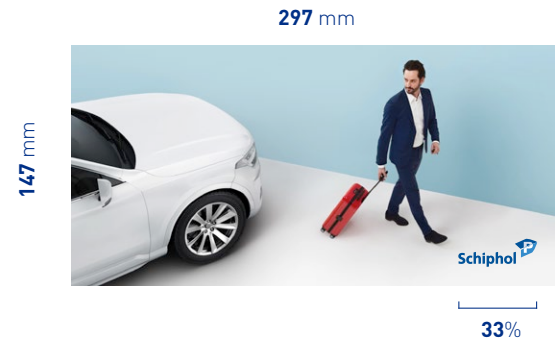
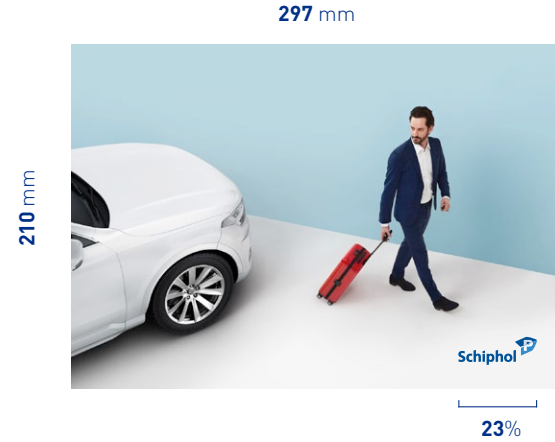
$$\frac{297 \text{ mm}}{210 \text{ mm}} = 1.4$$

In de rekensom zien we dat op basis van de uitkomst van 1,4 de logobreedte 15% van de korte zijde dient te zijn:

$$210 \times 23\% = 48.3 \text{ mm}$$



Voorbeelden voor  
portret en  
landscapeformaten



## Basiseenheid

Als de afmetingen van het logo eenmaal bepaald zijn door het format, wordt de 'basiseenheid' bepaald door deze marge. Dit houdt de proporties consistent bij het plaatsen van tekst.





## Visueel voorbeeld campagnevisual

We gebruiken 1 x de 'basiseenheid' om de marges rondom de advertentie te bepalen. De URL lijnt met de onderkant van het basislijn van het Schiphol-logo.

De maten van de tekstelementen zijn afhankelijk van de hoeveelheid tekst en de grootte, maar moeten de hiërarchie volgen zoals uitgelegd op pagina 23 tot 31.



# OVERDEKT PARKEREN

op Amsterdam Airport Schiphol



## Krijg 10% korting!

Kies voor de parkeergarage op P3 of één van de garages dichterbij de terminal.

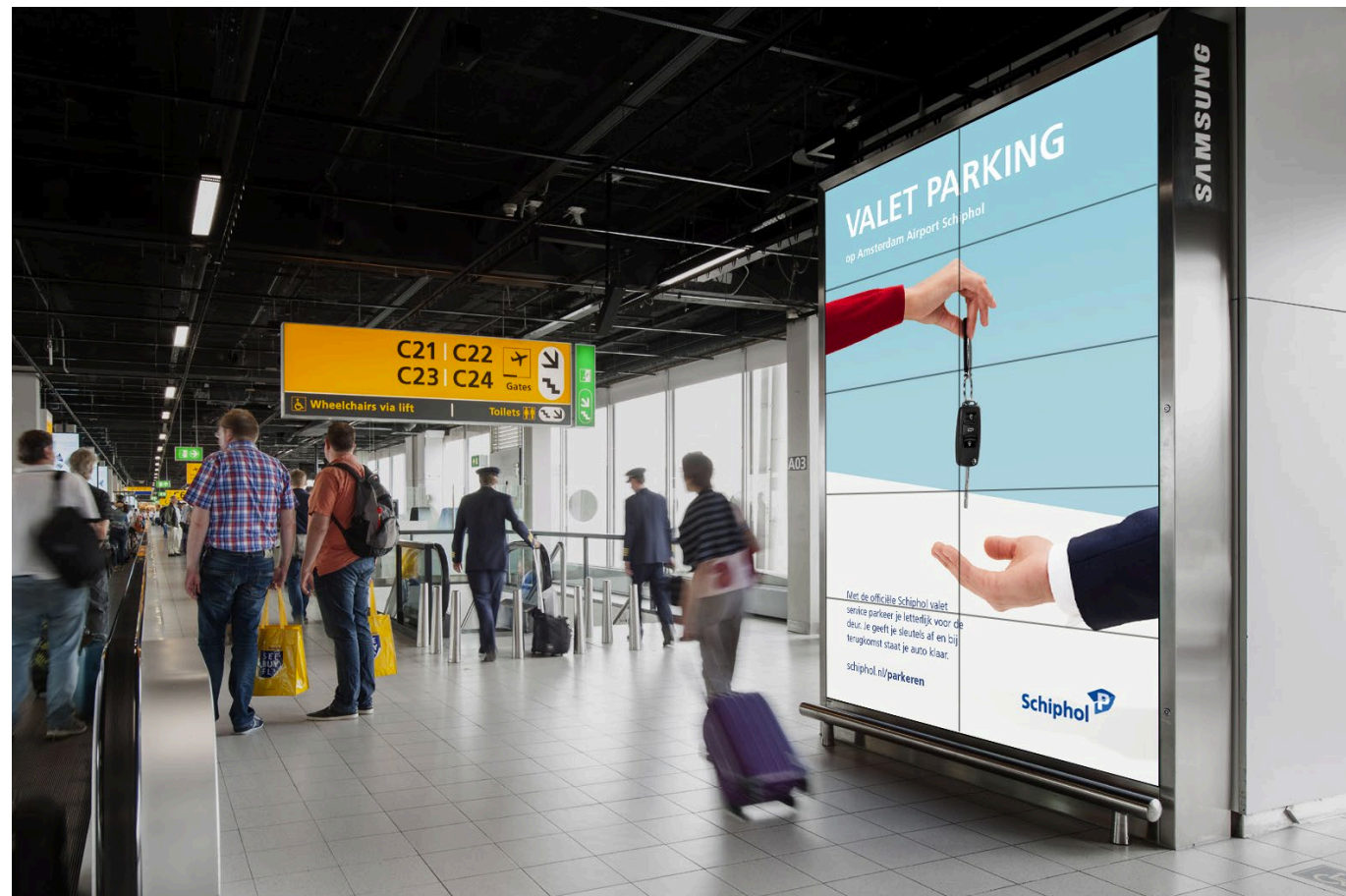
Ga naar [schiphol.nl/parkeren](https://www.schiphol.nl/parkeren) en vind de parkeerplek die bij je past.

Als je voor 31 augustus 2017 reserveert en parkeert, ontvang je 10% korting met de speciale Djoser promocode **DJMA197641**.

Schiphol 

## Pier lichtbakreclame

Op grote schermen moeten de achtergrondkleuren donkerder zijn om de leesbaarheid van de witte headline te vergroten.

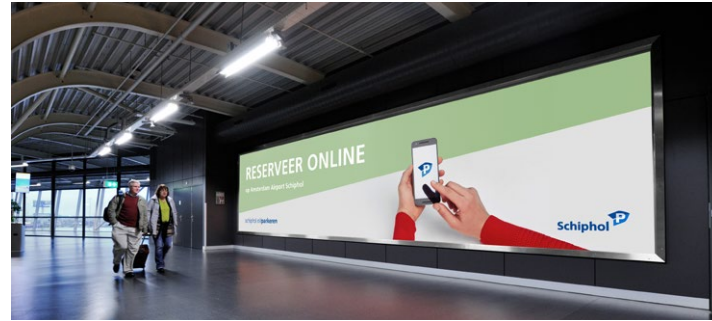


## Uitzonderingen

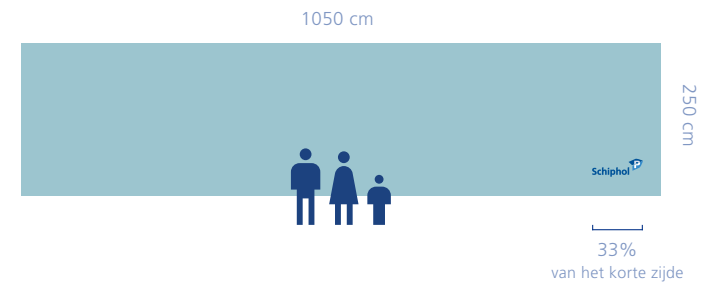
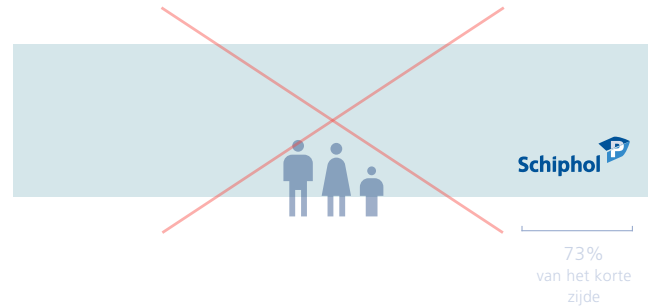
Bij het ontwerpen van visuals voor panoramische banners gaan de verhoudingsregels (p. 42) niet altijd op. We raden aan om de verhoudingen voor het halve formaat te gebruiken indien het logo te groot lijkt voor de banner.

Dit geldt alleen voor 'levensgrote' advertising, voor webbanners moet wel de verhoudingsregel worden toegepast.

Voorbeeld: voor een grote banner van 1050 mm x 250 mm, deel de lange zijde in tweeën en bereken de verhouding van 550 mm x 250 mm = 2:1 het logo moet dan 33% van de korte kant hoog worden.



Panoramisch banner voorbeeld



# Digitale richtlijnen

## Iconen

Simpele en heldere symbolen met een consistente dikte worden gebruikt voor desktop- en mobiele websites. Voor specifieke acties mogen op basis van deze voorschriften nieuwe iconen ontwikkeld worden.



## Tekst- en kleurblokken

Op de website is de tekst blauw. Witte tekst wordt gebruikt als de achtergrond een foto of een blauw blok is.

**Maak een lijst met uw** lorem  
favoriete producten. **Handig!**

Maecenas sed diam eget risus varius blandit sit amet non magna. Sed posuere dapibus lorem Etiam consectetur est at lobortis.

**Haal uw producten op lorem**  
Na het inchecken ornare sem

Aenean eu leo quam. Pellentesque ornare sem lacinia quam venenatis vestibulum. Maecenas faucibus mollis interdum.

**Haal uw producten op lorem**  
Na het inchecken ornare sem

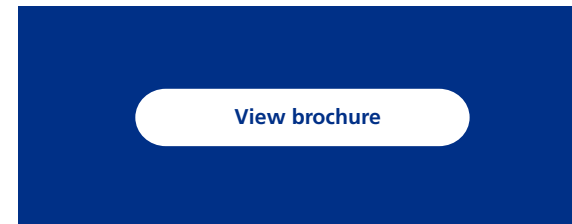
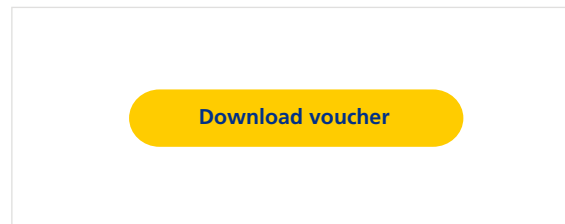
Aenean eu leo quam. Pellentesque ornare sem lacinia quam venenatis vestibulum. Maecenas faucibus mollis interdum.

**Maak een lijst met uw** lorem  
favoriete producten. **Handig!**

Maecenas sed diam eget risus varius blandit sit amet non magna. Sed posuere dapibus lorem Etiam consectetur est at lobortis.

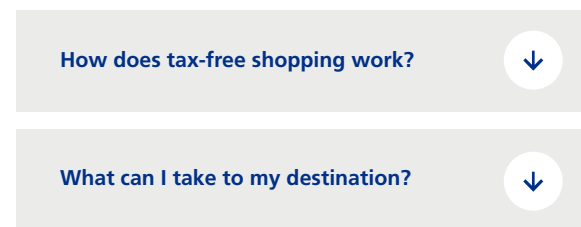
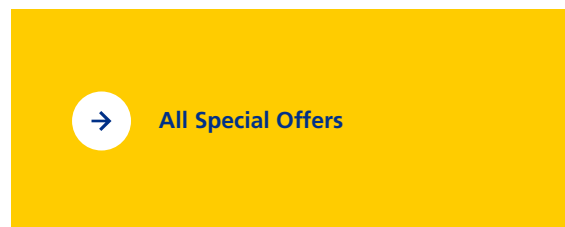
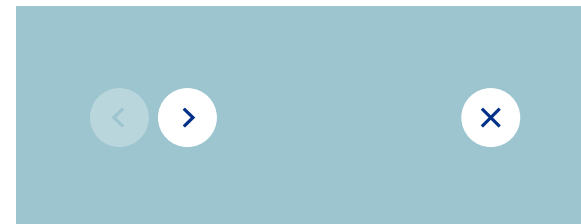
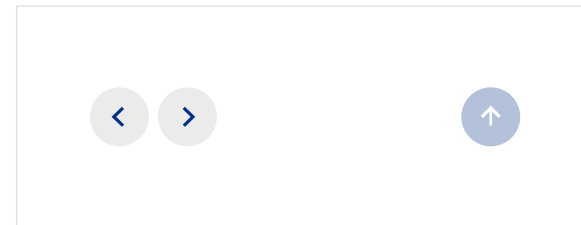
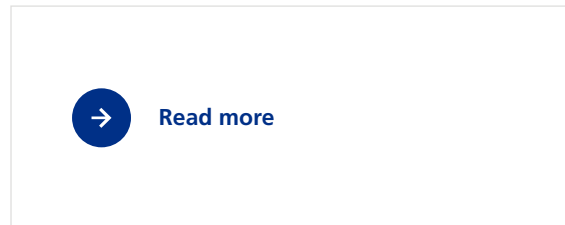
## Primaire actiebuttons

Behalve als de achtergrond blauw is, wordt er altijd blauwe tekst gebruikt.



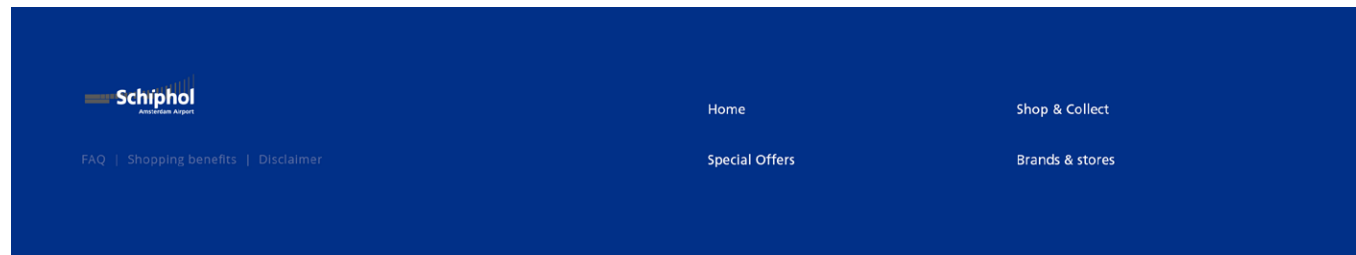


## Secondaire buttons & navigatie



## Voettekst

De voettekst gebruikt de hele breedte van de pagina, met de grijze versie van het Schiphol-logo.






See Buy Fly Website

SEE BUY FLY [Wishlist](#) 🇳🇱 [Menu](#)

## Welcome to the world of Schiphol

take your time to discover the shops behind passport control before your flight leaves.

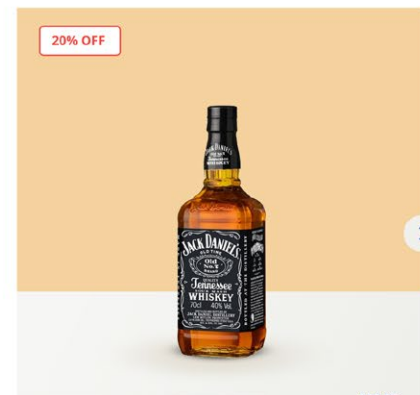
Receive €5 discount



### Top 10 Special Offers

We have just listed the most popular offers of July and August for you. Be surprised by competitive prices and beautiful products.

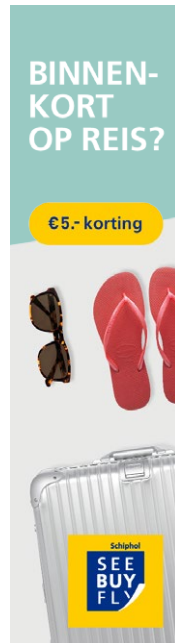
All Special Offers





## See Buy Fly Webbanners

Hier volgen enkele voorbeelden van de meest voorkomende webbannerformaten. De CTA-button moet altijd 80 px hoog blijven, maar mag bij smallere formaten wel geschaald worden.



160x600 px



728x90 px



336x280 px

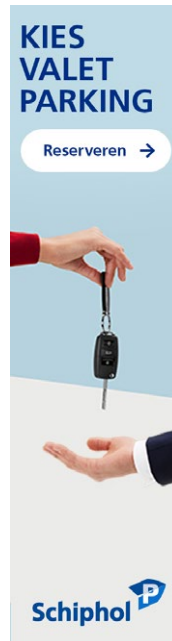


300x250 px



## Schiphol parking Webbanners

Hier volgen enkele voorbeelden van de meest voorkomende webbannerformaten. De CTA-button moet altijd 80 px hoog blijven, maar mag bij smallere formaten wel geschaald worden.



160x600 px



728x90 px



336x280 px