

Vormgeving 2

Opdracht 1

Sjors van Holst

800868969

Sketchnotes

Hieronder zijn de sketchnotes over kennisclip 1, kennisclip 2A, kennisclip 2B en kennisclip 3 uit week één, week twee en week drie te zien.

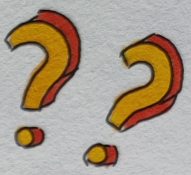
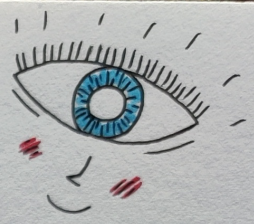
KENNISCLIP

VISUELE

IDENTITEIT

WAAROM...
EEN VISUELE IDENTITEIT
MAAKT EEN ORGANISATIE
HERKENBAAR.

DIT IS GOED VOOR DE
GEBRUIKERS ERVARING
EN BIEDT ER VEEL
VERTROUWEN



ANALYSEREN

EIGENSCHAPPEN VAN HET
CHARAKTER:

- HOE ZIEN DE # EIGENSCHAPPEN ERUIT?
- HOE GEDRAGEN DEZE EIGENSCHAPPEN ZICH?
- WAT IS DE TONE OF VOICE?



"IDENTITIES ARE THE BEGINNING OF EVERYTHING. THEY ARE HOW SOMETHING IS RECOGNIZED AND UNDERSTAND. WHAT COULD BE BETTER THAN THAT"
- PAULA SCHER

WAT IS...

HET DE VISUELE IDENTITEIT IS
HET (EXCLUSIVE) VISUELE CHARACTER
EN IDENTITEIT VAN EEN ORGANISATIE.
DENK HIERDIS AAN NAAM, BEELDMERK,
KLEUR, TYPOGRAFIE, VORMTAAL EN
FOTOGRAFIESTYLE.



STYLEGUIDE VS DESIGN SYSTEM

- CONTENT EN BRANDING
- COMMUNICATIE
- VISUELE ELEMENTEN
- BEELDMERK
- VORM
- TYPOGRAFIE ETC...

- ARCHITECTUUR / LAYOUT
- HOE GEDRAAGT HET ZICH
- MULTI DEVICE OMGEVING
- COMPONENTEN



SOORT VAN
NS

KENNISCLIP

ZAKEN



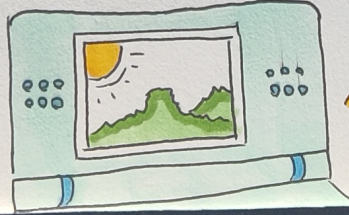
TIP:

GEEF DE CONTENT VORM, NIET HET APARAAT. ER ZIJN NAMELIJK TE VEEL APARAATEN.



OPPASSEN!

OOK BIJ DE TRANSITION VAN DE STATES MOET DUWDELIJK AANGEGEVEN WORDEN. HOE DIT GEBEURT. DIT KAN MET CSS!



BELANGERT APARAAT DS

ALS JE EEN FRONT-END DEV DE 2 DEVICE DESIGNS GEEFT KUNNEN DE RESULTATEN IERG VERSCHILLEN DAARON IS HET BETER OM DE CONTENT TE OMSCHRIJVEN

MIN BREEDTE: 20 EN
MAX BREEDTE: 30 EN

BREAKPOINT BEPALEN?

"START WITH THE SMALL SCREEN FIRST, THEN EXPAND UNTIL IT LOOKS LIKE SHIT. TIME FOR A BREAKPOINT!"

- STEPHAN HAY

"REGELDREEDTE NIET SMALLER DAN 20X DE LETTERGROOTE, EN NIET BREDER DAN 40X!"

BUTTON STATES

- NORMAL
- HOVER STATE
- FOCUS STATE
- ACTIVE STATE
- DISABLED STATE

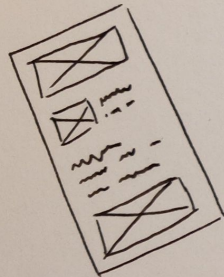
ESSENTIAL VOOR TOETSEN BOARD

VOOR DE NOODS



- DE HOVER STATE IS TE ZIEN WANNEER EEN MUIS EROVERHEEN HANGT.
- FOCUS STATE IS ZICHTDAAR WANNEER HET TOETSENBOARD OF BIJ DE AESTANDBEDIENING EROVERHEEN HANGT.
- ACTIVE STATE IS ZICHTDAAR WANNEER HET ELEMENT INGEDRUKT DLIJFT.
- DISABLED IS ZICHTDAAR WANNEER DE KNOP DISADLED IS.

KENNIIP CLIP

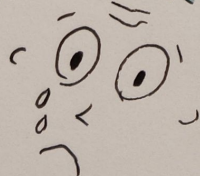


EEN VISUAL
INTERFACE
DESIGNER

- KAN GEDRUKT MAKEN VAN:
 - KLEUR
 - VORM
 - TYPOGRAFIE
 - MATERIAAL

WAAROM
IS DIT DES-
IGN ZO JAD

OM EMOTIE
EN SFEER
OVERBRENGEN



!?!?!?!?!?
WAAROM?

VISUAL RESEARCH HELPT
EEN VORNGEVER ZOEKEN
NAAR INSPIRATIE EN
VERLIJDT CLICHÉS

HOE

- ZOEK EN MAAK (VEEL)
BEELD VAN DE WERELD
OM JE HEEN
- SOORTER DEZE
AFBEELDINGEN
- NOTEER DIT

WAT ZIJ JE WAT DOET HET
? MET JE ?

HOE IS HET GEMAAKT ?

WAAR DESTAAT HET WIT

**I LOVE
WEB**

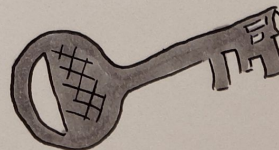
**OP HET WEB
KAN ALLES**
DUS ER KAN GESPEELD
WORDEN MET ANIMATIES,
TRANSITIES EN
INTERACTIE

EN DAN!

SCHRIJF AAN DE HAND VAN
DEZE INFORMATIE TWEE
UITGANGSPUNTEN.

**VARIEREN
= KEY**

SODAT ER
VEEL VAR-
IATIES
ZIJN OM WIT
TE KIEZEN EN
SELECTEREN



Huisstijl analyse

Hieronder is onze uitwerking van de huisstijl van Gemeente Rotterdam te zien in een huisstijl analyse. Ik heb deze uitgewerkt met Ruud, Steven, Tim, Valena en Robin.

Beeldmerk:



Dit is het voorbeeld van de basisslogo. Deze logo wordt gebruikt als er genoeg ruimte is. Bijvoorbeeld op grote formaat schermen.



Dit is het voorbeeld van het vierkanten logo. Deze logo wordt gebruikt als er geen genoeg ruimte is voor het basisslogo. Het is dan toegestaan om deze te gebruiken.



Mochten er kleinere schermen zijn mag er gebruikt worden gemaakt van het beeldmerk zonder woordmerk. Als op de voorkant of voorzijde het volledige logo gebruikt wordt. Mag op de vervolgpagina's ook alleen het beeldmerk staan.



Dit is voorbeeld van een avatar die ook gebruikt kan worden.

Belangrijk
Aan ons logo, beeldmerk en avatar mogen geen veranderingen worden aangebracht of tekst worden toegevoegd.

City of Rotterdam
Het logo mag niet worden gebruikt voor commerciële doeleinden. Het logo mag niet worden gebruikt voor commerciële doeleinden. Het logo mag niet worden gebruikt voor commerciële doeleinden.

Home Wonen leven Werken leren Meedenken & doen Bestuur organisatie

home | wonen leven
iPaf & mobiele navigatie
De achtergrond van de openingste menu zijn ook de basiskleuren en letterlijk omgekeerd van de basiskleuren. De zoekbalk heeft een icon en een balk die de groene basis kleur heeft om het duidelijk te maken wat er kan gebeuren. Ook is het met text in het grijs aangegeven in de zoekbalk.

Zoekbalk actief
Er wordt een rode rand om de type balk geplaatst om aan te geven dat hij momenteel actief is.

Gief een mening Button status actief
Sternen aangeven status actief

Alval

Basis kleuren:

Magenta / CTA
#C93675

Magenta wordt alleen gebruikt voor de primaire call-to-action buttons.

White
#FFFFFF

Wit wordt gebruikt om witruimte te creëren tussen teksten en verschillende elementen, op deze manier kan er rust op de pagina gecreëerd worden.

Gray
#E6F4F6

Grijs wordt gebruikt gebruik als achtergrond kleur als er meer contrast tussen onderdelen gecreëerd moet worden

Black
#000000

Zwart wordt gebruikt als achtergrond kleur voor verschillende elementen en secondary call-to-actions.

Green
#00811F

Groen is de primaire merk kleur en wordt voornamelijk gebruikt in iconen, logo's, tekst. Daarnaast wordt groen ook als achtergrondkleur gebruikt als delen van het ontwerp meer nadruk eisen.



Grays

- Tint 01 Used for background for upper navigation in header
- Tint 02
- Tint 03
- Tint 04 Used for lines
- Tint 05
- Tint 06
- Tint 07
- Tint 08 3.5:21 Contrast (AA18) Used for input borders
- Tint 09 4.79:1 Contrast (AA) Used for placeholder texts
- Tint 10
- Tint 11 #604B4F Used for typography

Fotografie:

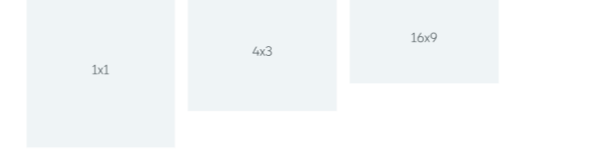
Choose a clear focal point for responsive use
To put the focus on the subject and its story it's important to have a clear focal point. This focal point impacts the way a photograph should be cropped for different sizes. There are two options:

- Use a single photo and the crops are generated from the center. Subject must be in the center - there should be enough space around it.
- Alter the focal point per crop.

Crops

Je moet een focal point kiezen in je image. Dit bepaalt hoe de foto gecropt moet worden. Je kan het c

Use a standard ratio (16x9, 4x3 or 1x1) for content imagery
When creating for example articles and blog posts it's a good practice to stick to a couple of image ratios instead of using all kinds of them. Below are the most common used ratios.



WCAG
1.1.1: Non-text Content
The intent of this Success Criterion is to make information conveyed by non-text content accessible through the use of a text alternative. Text alternatives are a primary way for making information accessible because they can be rendered through any sensory modality (for example, visual, auditory or tactile) to match the needs of the user. Providing text alternatives allows the information to be rendered in a variety of ways by a variety of user agents. For example, a person who cannot see a picture can have the text alternative read aloud using synthesized speech. A person who cannot hear an audio file can have the text alternative displayed so that he or she can read it. In the future, text alternatives will also allow information to be more easily translated into sign language or into a simpler form of the same language.

Hyperlinks
Als er hyperlinks gebruikt worden staan deze altijd op in het wit Bold regular.

Criaten
We gebruiken voor criaten enkel 'verhulpingstekens'. Dit geeft een nuttiger beeld dan dikke letters, vaker worden er veel 'verhulpingstekens' in een tekst voorkomen. Ook deze verhulpingstekens worden gebruikt in een 'read' screen een 'chat'.

Een spoot in een tekstafbeelding is een illustratie te ook een optie.



De gemeente Rotterdam staat bekend om de witte letter of logo op een groene achtergrond.

Grid

The same grid as for the other types of icons is used for app icons. The 32x32 grid helps you to create simple app icons.



Typografie:

Het font Bolder wordt gebruikt binnen de website en is beschikbaar in vier verschillende gewichten, namelijk:

- light
- regular
- bold
- heading

Er is ook een Italië variant beschikbaar van regular. De lettertype Bolder is voor iedereen visueel goed leesbaar en waarneembaar. Het is daarom toegankelijk om te zien voor iedereen. De lettertype wordt nooit in kapitalen gezet of cursief. Omdat het anders niet goed leesbaar is en er ongeorganiseerd uitziet.

Tevens wordt er ook geen gebruik gemaakt van kleuren buiten ons basiskleurenpalet, tekstoutlines en schaduwen. Arial wordt soms gebruikt als Bolder niet te gebruiken valt vanwege technische redenen. De Arial varianten die dan gebruikt mogen worden zijn:

- Arial
- Arial Bold
- Arial Light

Voor e-mail wordt standaard Arial 10 gebruikt, omdat Bolder niet gebruikt kan worden. Dan hebben we nog het corpgrootte qua drukwerk. Dit is standaard voor lopende tekst 11 pt met een regelafstand van 13. Minimaal is de corpgrootte 9 pt met een regelafstand van 11. Er wordt geen verschillende lettergroottes in de tekst gebruikt. Dit maakt tekst minder goed leesbaar namelijk. Lopende tekst wordt ook altijd links uitgelijnd. Tekst die rechts of in het midden is uitgelijnd is moeilijker te lezen.

Bolder regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&'()*_+}{[]\|'<:>?

Bolder bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&'()*_+}{[]\|'<:>?

Bolder heading
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&'()*_+}{[]\|'<:>?

Bolder light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&'()*_+}{[]\|'<:>?

Extra aandacht op tekst
Als je extra aandacht wilt vestigen op een bepaald stuk tekst, gebruik je een contrastrijks vlak als ondergrond. Dan trekt het grijze vlak op een subtiel manier net iets meer aandacht dan wanneer de tekst op een witte ondergrond zou staan.

Woorden of zinnen die belangrijk zijn in lopende tekst mag je extra duidelijk maken door:
1. opsommingstekens te gebruiken
2. vet te maken (ben hier wel terughoudend mee).

Illustratief met de Bolder
Met ons lettertype mag je creatief omgaan. De tekst mag inspringen, verschillen van gewicht en formaat en linkslijnd, gecentreerd of rechtslijnd zijn. Schaduwen en tekst schuin plaatsen mag niet.

Correspondentie-uitingen
Correspondentie-uitingen zoals brief, memo, rapport, agenda en notulen maken gebruik van dezelfde basis elementen. Hiervoor zijn speciale richtlijnen ontwikkeld, te vinden als bijlage in dit handboek. Deze richtlijnen zijn ook te gebruiken door leveranciers van specifieke brievenstempels. Neem voor deze richtlijnen contact op met het huisstijlmanagement.

	Communicational drukwerk	Correspondentie-uitingen	Email* altijd de Arial gebruiken
Bolder Heading	Headings (maximaal 10 woorden) -corpsgrootte 11 te bepalen -regulafstand - corpsgrootte	Hoofd	Hoofd
Bolder Bold	Title, subtitels, intro teksten en koppen -corpsgrootte 11 te bepalen -regulafstand - corpsgrootte	Koppen en platte teksten	Hoofd
Bolder Regular	Platte teksten -11 pt /13 minimaal 9 pt /13*	Platte teksten -11 pt /13	Hoofd
Bolder Light	Title, subtitels, intro teksten en bijzchriften -corpsgrootte 11 te bepalen -regulafstand - corpsgrootte	Hoofd	Hoofd

*Corpsgrootte en regulafstand

Hyperlinks
Als er hyperlinks gebruikt worden staan deze altijd op in het wit Bold regular.

Een spoot in een tekstafbeelding is een illustratie te ook een optie.



De gemeente Rotterdam staat bekend om de witte letter of logo op een groene achtergrond.

Grid

The same grid as for the other types of icons is used for app icons. The 32x32 grid helps you to create simple app icons.



States

Default On hover Focus state* Disabled

Label → Label → Label → Label →

Label → Label → Label → Label →

Label → Label → Label → Label →

Label → Label → Label → Label →

De gemeente Rotterdam gebruikt de kleuren roze, groen, zwart en wit als button. Bij de hover state verander je de kleur van de default state met een andere shade. Bij de focus state komt er een zwarte outline om de buttons heen. Bij de disabled state wordt het grijs. Deze wordt niet vaak gebruikt.

1ste feedback sessie

Ik heb hieronder de feedback uit de 1ste feedback sessie uitgewerkt. Ik heb de zinnen met feedback uitgeschreven en daaronder de actie aangegeven, die ik daarop heb genomen. Als feedback tot aanpassingen heeft geleid, is dit in het groen gemarkeerd en als dit niet het geval is, in rood. Duplicaten zijn eruit gelaten.

- Volgens mij staat in de huisstijlgids dat naast het logo van Gemeente Rotterdam tekst moet staan.
Ik heb dit gecontroleerd en in de huisstijlgids staat het logo in de navigatie zonder tekst. Dit is gewenst voor mobiel.
- Ik vraag me af of de roze knop roze mag zijn. Ik zou dit nog even dubbel checken in de huisstijlgids.
Ik heb dit gecontroleerd en roze (#C93675) is de correcte kleur voor de primaire call-to-action knop.
- De afbeeldingen missen een bronvermelding. Deze zijn te vinden op de DLO pagina.
Ik heb dit aangepast en aan alle afbeeldingen een bronvermelding toegevoegd.
- De titel van de pagina staat helemaal bovenaan in de navigatiebalk. Hierdoor valt de titel niet op en is het snel gemist.
Ik heb dit aangepast en de titel toegevoegd aan de header van de website.
- Het laatste stukje “waar?” is nu een erg klein kopje en valt nu snel weg. Het zou zonde zijn als lezers dit over het hoofd zien.
Ik heb dit aangepast en de volgorde van de pagina's aangepast zodat de teksten niet van de pagina afvallen.
- Misschien kun je gebruik maken van de iconen uit de huisstijlgids.
Ik heb nu de social links toegevoegd met de passende iconen.
- Je uitlijning is niet te zien in het uiteindelijke ontwerp.
Ik heb dit gecontroleerd en alle content volgt netjes de kolommen.

- Je design mist één afbeelding en heeft geen footer.

Ik heb dit aangepast en de afbeelding en footer toegevoegd.

Kleine schermen

Hieronder zijn de designs en wireframes voor de kleine schermen uitgewerkt.
Dit zijn de definitieve uitwerkingen na het verwerken van de feedback.



© Jozsef Horvath

Campagne

[Aanmelden](#) →

Plog de dag

Waarom?

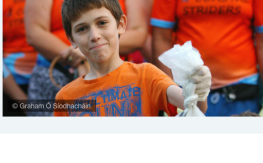
Als organisatie hebben we gemerkt dat er afgelopen zomer veel afval blijft liggen in de parken en straten van Rotterdam. Dit is niet alleen veel werk voor de schoonmakers, ook is het niet gezond voor de stad. We willen graag met z'n allen in een groene en fijne omgeving leven en dit kan alleen als we de stad schoon houden. Daarom willen we iedereen die een bijdrage wil leveren aan een beter milieu vragen zichzelf in te zetten voor het volgende evenement.



© Graham Ó Siochacháin

Wat?

Plog de dag is een initiatief vanuit de Gemeente Rotterdam. Met dit evenement willen we de stad schoonmaken zodat er minder zwerfafval in de parken en straten terug te vinden is. We willen de inwoners van onze stad vragen om samen het zwerfafval van de straat te halen. Iedereen mag hieraan meedoen, maar de focus ligt op de mensen die van hardlopen houden. Het mag natuurlijk ook tijdens een wandeling of fietstocht.



© Graham Ó Siochacháin



“Met minder zwerfafval, zal de stad rijker kleuren!”

- Arjan van Gils, Wethouder

Hoe?

We willen iedereen vragen om tijdens je dagelijkse/ wekelijkse hardloopprondje of wandeling al het zwerfafval wat je tegenkomt mee te nemen in een tas en dit thuis weg te gooien. Je kunt hiervoor je handen gebruiken (met handschoenen aan) of met een prikker. Het is een simpel principe, maar wel effectief en gezond voor de stad. Je kunt een foto plaatsen op de website om aan te geven dat je meedoet aan de actie. Hiermee maak je kans op een mooie prijs. Hierover later meer, dus hou de website goed in de gaten.



© Getty Images/Stockphoto

Waar?

De actie vindt plaats in de stad en haar omgeving. Je kunt dit op eigen initiatief doen en zo met elkaar de stad schoner maken en houden.

“Dit is niet alleen goed voor de stad, maar ook voor je eigen gezondheid”

- Annemiek Bergsma, bewoner



© Open Rotterdam

Volg ons



[Privacy & Cookies](#) [Over deze site](#) [Contact](#)



Gemeente Rotterdam



© Jozsef Horvath

Campagne

[Aanmelden](#) →

Plog de dag

Waarom?

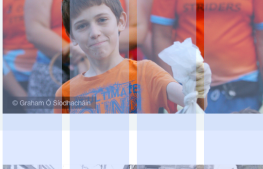
Als organisatie hebben we gemerkt dat er afgelopen zomer veel afval blijft liggen in de parken en straten van Rotterdam. Dit is niet alleen veel werk voor de schoonmakers, ook is het niet gezond voor de stad. We willen graag met z'n allen in een groene en fijne omgeving leven en dit kan alleen als we de stad schoon houden. Daarom willen we iedereen die een bijdrage wil leveren aan een beter milieu vragen zichzelf in te zetten voor het volgende evenement.



© Graham Ó Síocháin

Wat?

Plog de dag is een initiatief vanuit de Gemeente Rotterdam. Met dit evenement willen we de stad schoonmaken zodat er minder zwerfafval in de parken en straten terug te vinden is. We willen de inwoners van onze stad vragen om samen het zwerfafval van de straat te halen. Iedereen mag hieraan meedoen, maar de focus ligt op de mensen die van hardlopen houden. Het mag natuurlijk ook tijdens een wandeling of fietstocht.



© Graham Ó Síocháin



“Met minder zwerfafval, zal de stad rijker kleuren!”

- Arjan van Gils, Wethouder

Hoe?

We willen iedereen vragen om tijdens je dagelijkse/ wekelijkse hardloopronde of wandeling al het zwerfafval wat je tegenkomt mee te nemen in een tas en dit thuis weg te gooien. Je kunt hiervoor je handen gebruiken (met handschoenen aan) of met een prikker. Het is een simpel principe, maar wel effectief en gezond voor de stad. Je kunt een foto plaatsen op de website om aan te geven dat je meedoet aan de actie. Hiermee maak je kans op een mooie prijs. Hierover later meer, dus hou de website goed in de gaten.



© Getty Images/Stockphoto

Waar?

De actie vindt plaats in de stad en haar omgeving. Je kunt dit op eigen initiatief doen en zo met elkaar de stad schoner maken en houden.

“Dit is niet alleen goed voor de stad, maar ook voor je eigen gezondheid”

- Annemiek Bergsma, bewoner



© Open Rotterdam

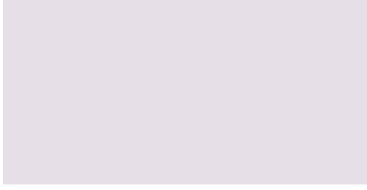
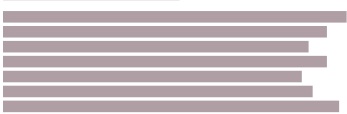
Volg ons

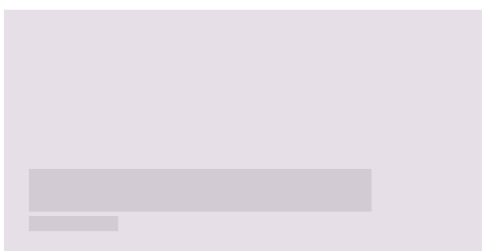


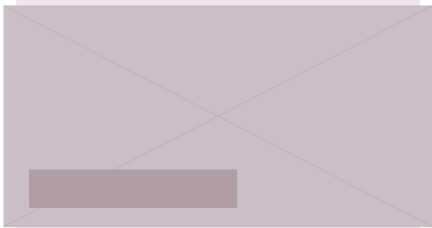
[Privacy & Cookies](#) [Over deze site](#) [Contact](#)



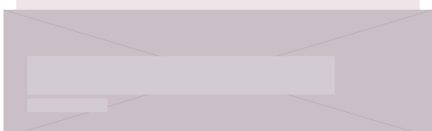
Gemeente Rotterdam







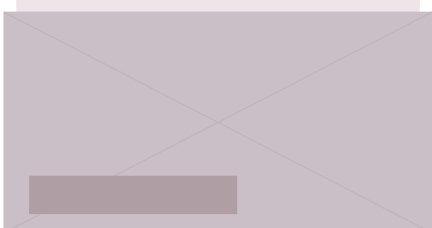
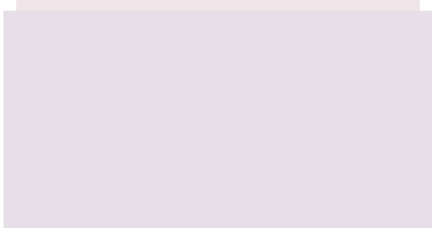
Several lines of dark grey horizontal bars of varying lengths, representing redacted text.



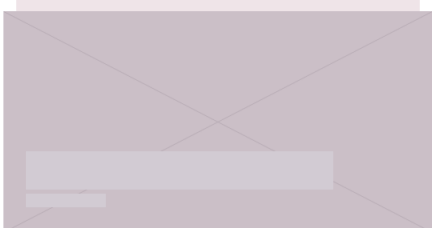
A single line of dark grey horizontal bar, representing a redacted line of text.



Several lines of dark grey horizontal bars of varying lengths, representing redacted text.



Several lines of dark grey horizontal bars of varying lengths, representing redacted text.



Several lines of dark grey horizontal bars of varying lengths, representing redacted text.

A single line of dark grey horizontal bar, representing a redacted line of text.



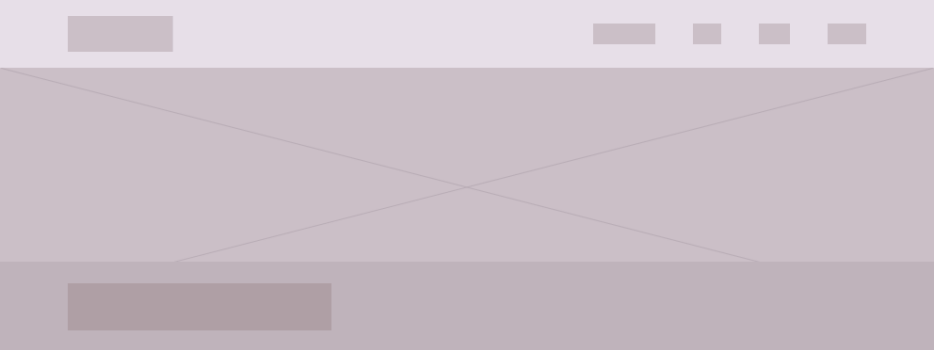
2de feedback sessie

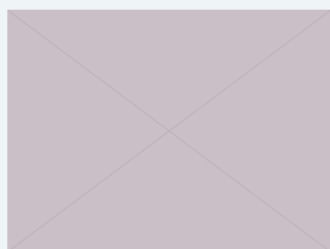
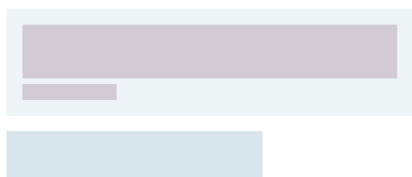
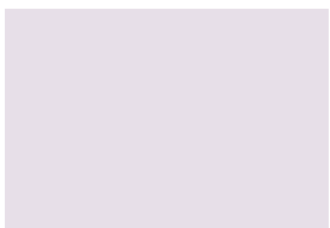
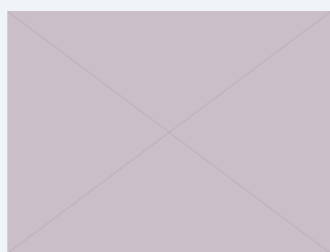
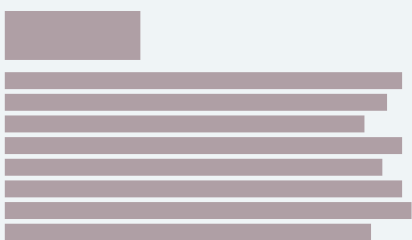
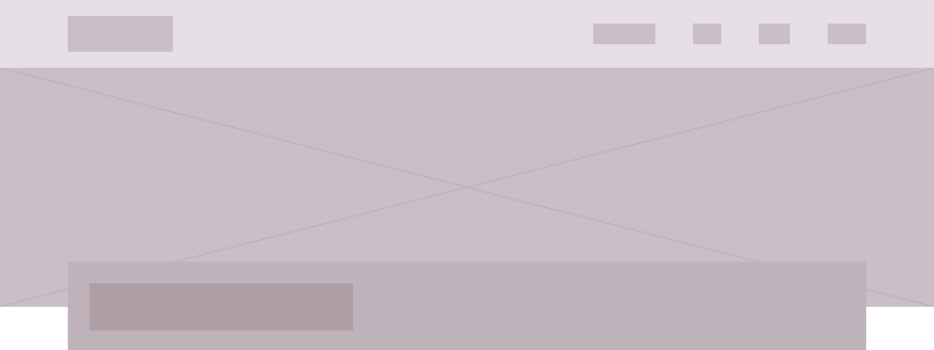
Ik heb hieronder de feedback van de 2de feedback sessie uitgewerkt. Ik heb de zinnen met feedback uitgeschreven en daaronder de actie aangegeven, die ik daarop heb genomen. Als feedback tot aanpassingen heeft geleid, is dit in het groen gemarkeerd en als dit niet het geval is, in rood. Duplicaten zijn eruit gelaten.

- Er kunnen nog iconen toegevoegd worden voor visuele componenten.
Ik heb dit aangepast en een inschrijf icoon toegevoegd aan de primaire call-to-action knop.
- Ik zou de aanmeldknop boven in de viewport plaatsen.
Ik heb dit aangepast en de primaire call-to-action knop verplaatst naar de header.
- De state uitwerking is niet erg duidelijk, je default state en hover state zijn hetzelfde?
Ik had een fout gemaakt in mijn state uitwerking, waardoor het niet klopte en lastig te lezen was. Ik heb dit opgelost.
- De video zou misschien zijn eigen ruimte kunnen krijgen.
Ik heb dit aangepast. Ik heb meer ruimte rondom de video geplaatst en deze meer gecentreerd om het opvallender te maken.
- Het is niet duidelijk dat deze pagina een campagne is.
Ik heb dit aangepast en een kleine secundaire header toegevoegd aan de pagina om dit duidelijker te maken.
- Er kan nog meer geëxperimenteerd worden met andere vormen om de campagne een eigen stijl te geven.
Ik heb geëxperimenteerd met andere vormen en flows, maar vond dit lastig professioneel te maken. Ik heb ook niet enorm veel tijd om dit toe te passen, maar dit is zeker iets waar ik nog aan kan werken als designer.

Midden schermen

Hieronder zijn de wireframes voor de middengrote schermen uitgewerkt. Dit zijn de definitieve uitwerkingen na het verwerken van de feedback.





Grote schermen

Hieronder zijn de designs en wireframes voor de grote schermen uitgewerkt.
Dit zijn de definitieve uitwerkingen na het toepassen van de feedback.

Campagne

© Jozsef Hoede

Aanmelden →

Plog de dag



© Graham © Siodhachán

Waarom

Als organisatie hebben we gemerkt dat er afgelopen zomer veel afval blijft liggen in de parken en straten van Rotterdam. Dit is niet alleen veel werk voor de schoonmakers, ook is het niet gezond voor de stad. We willen graag met z'n allen in een groene en fijne omgeving leven en dit kan alleen als we de stad schoon houden. Daarom willen we iedereen die een bijdrage wil leveren aan een beter milieu vragen zichzelf in te zetten voor het volgende evenement.

Minimaal breedte 18em / Maximale breedte 34em

Margin links 177em / rest opvullen met afbeelding

Wat?

Plog de dag is een initiatief vanuit de Gemeente Rotterdam. Met dit evenement willen we de stad schoonmaken zodat er minder zwerfafval in de parken en straten terug te vinden is. We willen de inwoners van onze stad vragen om samen het zwerfafval van de straat te halen. Iedereen mag hieraan meedoen, maar de focus ligt op de mensen die van hardlopen houden. Het mag natuurlijk ook tijdens een wandeling of fietstocht.

Minimaal breedte 18em / Maximale breedte 34em

Margin rechts 177em / rest opvullen met afbeelding



© Graham © Siodhachán



“Met minder zwerfafval, zal de stad rijker kleuren!”

- Arjan van Gils, Wethouder

Hoe?

We willen iedereen vragen om tijdens je dagelijkse/ wekelijkse hardloprondje of wandeling al het zwerfafval wat je tegenkomt mee te nemen in een tas en dit thuis weg te gooien. Je kunt hiervoor je handen gebruiken (met handschoenen aan) of met een prikker. Het is een simpel principe, maar wel effectief en gezond voor de stad. Je kunt een foto plaatsen op de website om aan te geven dat je meedoet aan de actie. Hiermee maak je kans op een mooie prijs. Hierover later meer, dus hou de website goed in de gaten.

Minimaal breedte 18em / Maximale breedte 34em

Margin rechts 177em / rest opvullen met afbeelding



© Getty Images/Stockphoto



© Open Rotterdam

Waar?

De actie vindt plaats in de stad en haar omgeving. Je kunt dit op eigen initiatief doen en zo met elkaar de stad schoner maken en houden.

“Dit is niet alleen goed voor de stad, maar ook voor je eigen gezondheid”

- Annemiek Bergsma, bewoner

Minimaal breedte 18em / Maximale breedte 34em

Margin links 177em / rest opvullen met afbeelding

Volg ons





Campagne

© Jozsef Hoeda

Aanmelden →

Plog de dag



© Graham O Siodhacháin

Waarom

Als organisatie hebben we gemerkt dat er afgelopen zomer veel afval blijft liggen in de parken en straten van Rotterdam. Dit is niet alleen veel werk voor de schoonmakers, ook is het niet gezond voor de stad. We willen graag met z'n allen in een groene en fijne omgeving leven en dit kan alleen als we de stad schoon houden. Daarom willen we iedereen die een bijdrage wil leveren aan een beter milieu vragen zichzelf in te zetten voor het volgende evenement.

Wat?

Plog de dag is een initiatief vanuit de Gemeente Rotterdam. Met dit evenement willen we de stad schoonmaken zodat er minder zwerfafval in de parken en straten terug te vinden is. We willen de inwoners van onze stad vragen om samen het zwerfafval van de straat te halen. Iedereen mag hieraan meedoen, maar de focus ligt op de mensen die van hardlopen houden. Het mag natuurlijk ook tijdens een wandeling of fietstocht.



© Graham O Siodhacháin



“Met minder zwerfafval, zal de stad rijker kleuren!”
- Arjan van Gils, Wethouder

Hoe?

We willen iedereen vragen om tijdens je dagelijkse/ wekelijkse hardloprondje of wandeling al het zwerfafval wat je tegenkomt mee te nemen in een tas en dit thuis weg te gooien. Je kunt hiervoor je handen gebruiken (met handschoenen aan) of met een prikker. Het is een simpel principe, maar wel effectief en gezond voor de stad. Je kunt een foto plaatsen op de website om aan te geven dat je meedoet aan de actie. Hiermee maak je kans op een mooie prijs. Hierover later meer, dus hou de website goed in de gaten.



© Getty Images/Stockphoto



© Open Rotterdam

Waar?

De actie vindt plaats in de stad en haar omgeving. Je kunt dit op eigen initiatief doen en zo met elkaar de stad schoner maken en houden.

“Dit is niet alleen goed voor de stad, maar ook voor je eigen gezondheid”
- Annemiek Bergsma, bewoner

Volg ons



[Redacted]

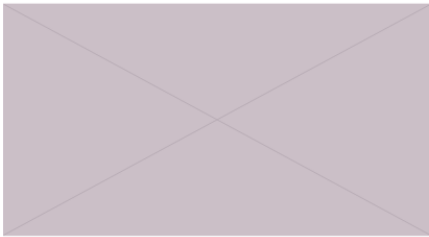
[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]



[Redacted]

[Redacted]

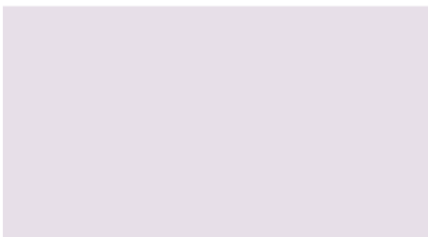
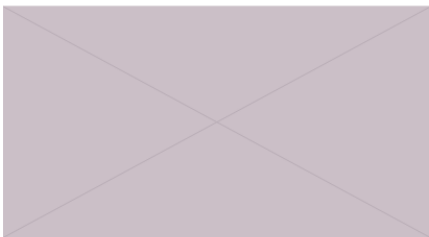
[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]



[Redacted]

[Redacted]

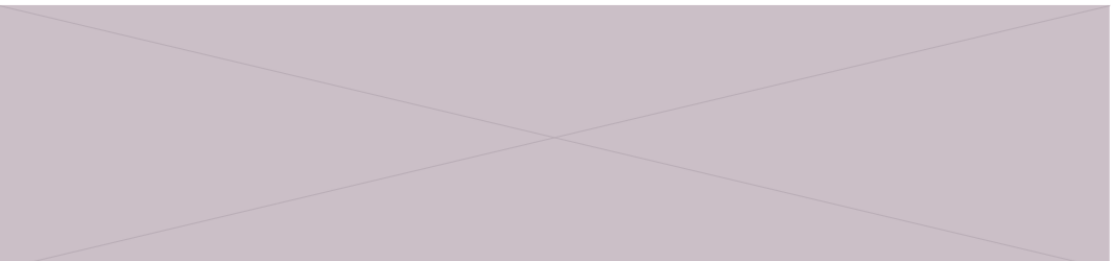
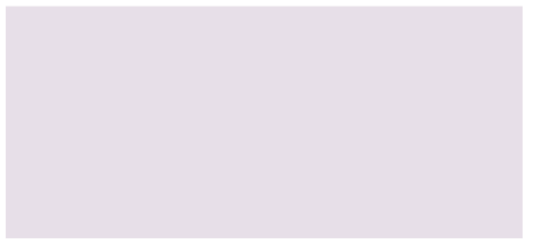
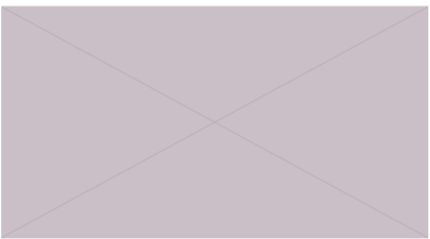
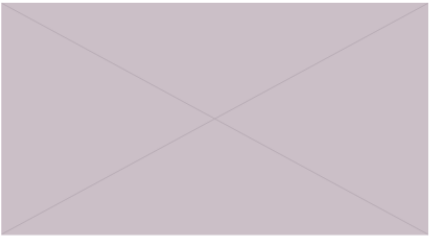
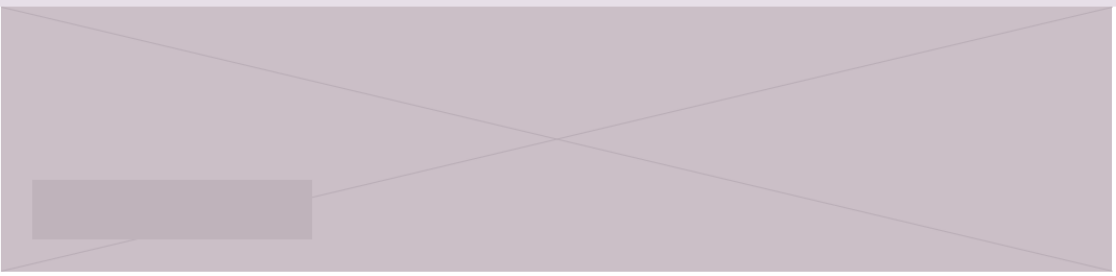


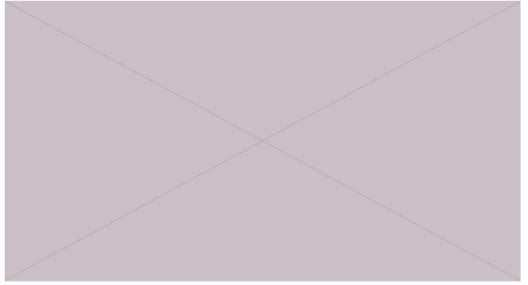
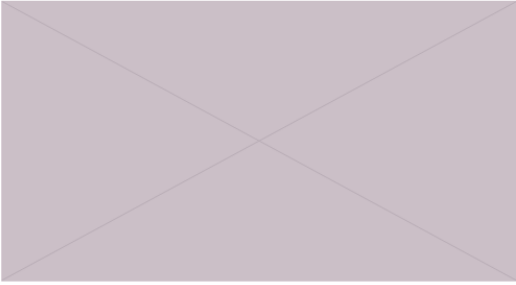
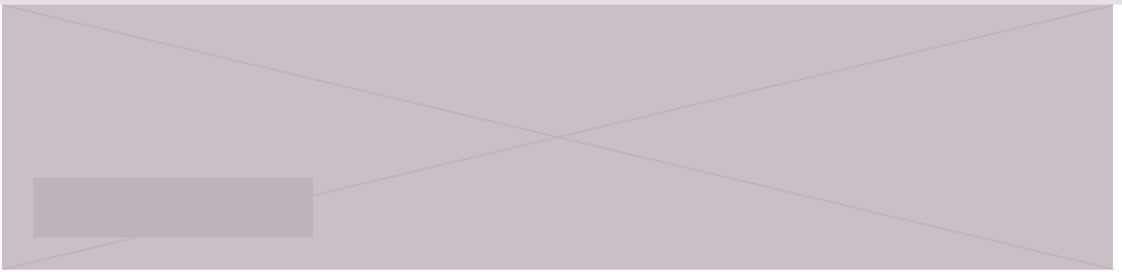
[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

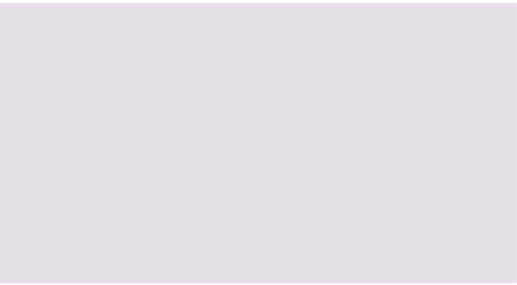




Four horizontal bars of varying lengths, stacked vertically. The top bar is the longest, followed by three shorter bars.

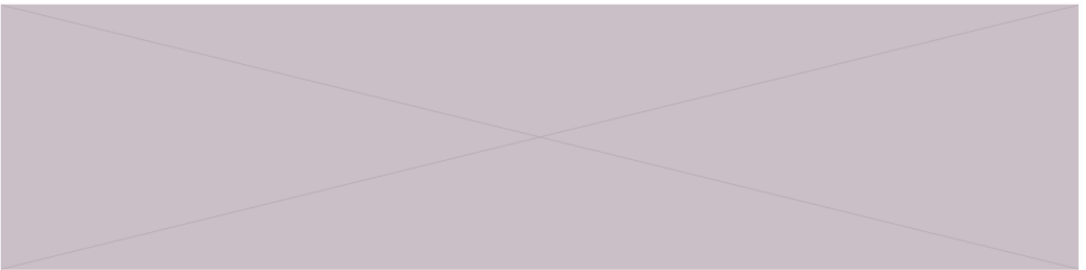
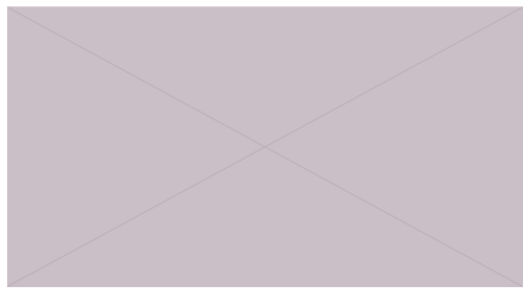
A single horizontal bar with a light purple background and a thin grey border.

Four horizontal bars of varying lengths, stacked vertically. The top bar is the longest, followed by three shorter bars.



Five horizontal bars of varying lengths, stacked vertically. The top bar is the longest, followed by four shorter bars.

Eight horizontal bars of varying lengths, stacked vertically. The top bar is the longest, followed by seven shorter bars.



States

Hieronder zijn de default, active, hover, focused en disabled states van de navigatie knoppen uitgewerkt.

De states zijn geanimeerd te zien op <https://youtu.be/kEwWT1yq8DE>

Default state

Waarom Wat Hoe Waar

Active state

Waarom Wat Hoe Waar

Hover state

Waarom Wat Hoe Waar

Focused state

Waarom Wat Hoe Waar

Disabled state

Waarom Wat Hoe Waar