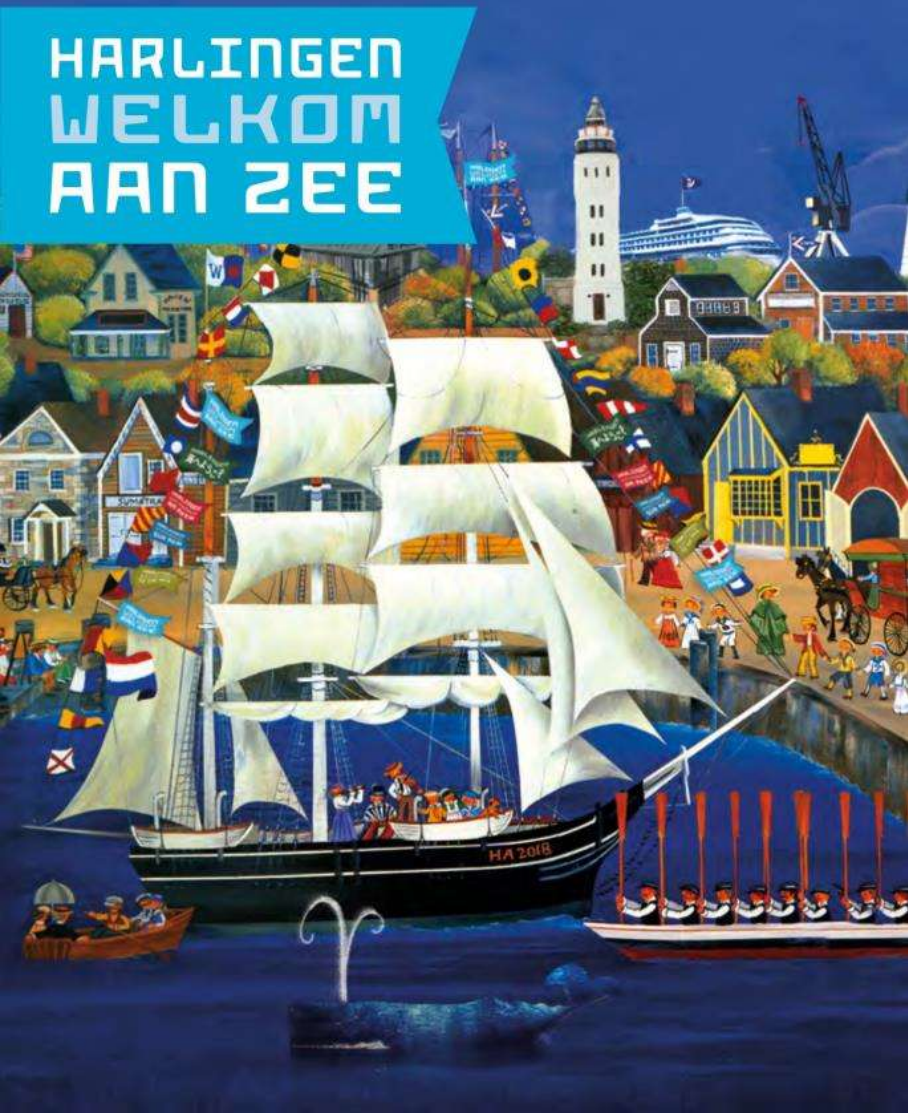


Het merk Harlingen

Huisstijlgids

HARLINGEN WELKOM AAN ZEE



Het merk Harlingen

Huisstijlgids

HET MERK HARLINGEN

- 6 Harlingen als merk
- 9 Een uniek verhaal
- 19 Typisch Harlingen
- 20 Het verlangen naar de Harlinger lifestyle
- 22 Onze merkdroom
- 24 Hedendaags Harlingen
- 33 Harlingen is... de zee
- 34 Harlingen Welkom aan Zee
- 37 Strategie
- 37 Criteria
- 39 Het label: Zo laten we zien wie we zijn
- 40 Doe je mee?

STIJLGIDS

- 57 De bouwstenen
- 59 Internationaal
- 61 Kleurenpalet
- 62 Plaatsing label
- 64 Afmeting label offline
- 66 Label in combinatie met andere logo's
- 68 Online
- 69 Afmeting label online
- 70 Typografie
- 72 Beeldbank
- 74 Schrijfwijzer
- 77 De vlag kan uit

- 78 Colofon



HARLINGEN WELKOM AAN ZEE

Harlingen. Da's gewoon... Harlingen.
Of toch niet?

Als Harlingers zijn we niet van zo van
de borstklopperij. Dat past niet bij ons.
Natuurlijk zijn we trots op onze stad.
Maar dat schreeuwen we niet van de
daken. Liever waaien we gewoon lekker
uit aan zee. Dat dat kan vinden we
volkomen normaal. Maar is het dat
eigenlijk wel?

Samen met een grote groep Harlingers,
inwoners en ondernemers, zijn we daarover
gaan praten. En we kwamen tot de conclusie
dat ons zeestadje eigenlijk helemaal niet zo
gewoon is. Dat Harlingen voor bewoners,
bezoekers en bedrijven een aantrekkelijke
en unieke stad is. En dat we met veel
enthousiaste mensen enorm veel initiatieven
ontplooien om de wereld te laten zien hoe
bijzonder, mooi en eigenzinnig Harlingen is.

HARLINGEN
ALS MERK.
LEG DAT MAAR
EENS UIT

Maar, en nu komt het: we ontdekten óók dat we dat allemaal op een andere manier laten zien. En dát levert een versnipperd beeld op. Terwijl we Harlingen graag spathelder willen positioneren, presenteren en promoten. Zodat onze stad in één oogopslag herkenbaar is en opgeMERKT wordt.

HOE WE DAT AANPAKKEN?

Op z'n Harlings natuurlijk. We schrijven je de wet niet voor, maar willen je wél inspireren. Met verhalen, met beelden, met ideeën en dromen. Zodat iedereen (inwoners én ondernemers) straks op eigen wijze het verhaal van Harlingen kan vertellen. Onder één duidelijke vlag: **Harlingen Welkom aan Zee!**

EEN UNIEK VERHAAL

Een opmerkelijk beeldmerk komt nooit zomaar uit de lucht vallen. Daar zit een verhaal aan vast. Een verhaal over dát wat je uniek maakt. Anders dan anderen. En dus bijzonder. Zo'n verhaal begint bij je wortels. Waar kom je eigenlijk vandaan? Duik je mee in de geschiedenis van ons maritieme erfgoed?

MARINEBOLWERK

Harlingen heeft een rijke geschiedenis met ups en downs. Het eerste hoogtepunt zien we omstreeks 1500, op het eind van de woelige strijd tussen Schieringers en Vetkopers. De veiligheid die de beschermde stad met zijn blokhuis bood, zorgde toen voor de eerste groeistuij. Na de Opstand tegen de Spanjaarden (1648) begon een tweede periode van bloei door het opleven van de handel in de Noordelijke Nederlanden. In deze periode is de stad zetel van de Friese Admiraliteit en krijgt de Zuiderhaven het karakter van mariehaven. De vermaarde Tjerk Hiddes de Vries wordt er later luitenant-admiraal.



WALVISVAART

Harlingen heeft een belangrijke rol gespeeld in de walvisvaart. Al in 1663 hadden de Harlingeners een eigen nederzetting op Deneneylandt, bij Spitsbergen. Toch duurde het nog tot na 1815 voordat de echte bloeitijd van de walvisvangst begon. Uiteindelijk verwierf de Harlinger haven een marktaandeel van 60 procent. Dit deel van ons verleden heeft model gestaan voor de Walvisfontein in de Willems haven. Het gebouw De Groenlandsvaarder (aan de Voorstraat) herinnert ook nog aan die tijd. Hier was de *Groenlandsch- en Straat Daëvids-visscherij* gevestigd.





RISICO

Naast voordelen brengt de ligging aan zee ook risico's met zich mee. In 1825 voltrok zich een grote watersnoodramp in Nederland die ook Harlingen in het hart trof. Op 4 en 5 februari van dat jaar zorgden een Noordwesterstorm, springtij, hoog binnenwater en verzwakte dijken voor de grootse natuurramp van de 19^e eeuw. Omdat het water, dat Friesland voor bijna tweederde deel bedekte, zouter was dan elders in het land, werd onze landbouwprovincie dubbel getroffen.



VISSERIJ EN NAUTISCHE INDUSTRIE

Harlingen, de enige zeehaven van Friesland, heeft een visserijhaven, handels- en industriehaven, cruisehaven, veer- én recreatiehaven. In de 19^e eeuw onderhielden talrijke schippers beurtvaarten naar alle hoeken van de provincie en naar de Zuiderzeehavens, waarvan Amsterdam de belangrijkste was. De stad kende veel nijverheid: scheepswerven, bierbrouwerijen, zout- en zeepziederijen, steen- en pottenbakkerijen, kalkovens, graan- en zaagmolens. Harlingen wordt in de volgende eeuwen voorbijgestreefd door Amsterdam en Rotterdam. Toch blijft Harlingen als kustvaart- en vissershaven met het in 1950 gegraven Van Harinxmakanaal van groot economisch belang voor Friesland.



TYPISCH HARLINGEN

Dat we een opMERKelijk verleden hebben is bijzonder. Maar waar staan we NU eigenlijk om bekend? Wat typeert Harlingen? Geeft een Amsterdammer een heel ander antwoord op die vraag dan een Groninger? Denkt een Fransman daar anders over dan een Chinees? En zegt een 15-jarige inwoner iets wat een 40-jarige horeca-ondernemer nooit zou zeggen? Zoveel mensen, zoveel inzichten. Of toch niet?!

HET VERLANGEN NAAR DE HARLINGER LIFESTYLE

DE KRACHT VAN EEN STERK MERK

Een sterk merk neerzetten als stad (*'citybranding' met een mooi Engels woord*) gaat over het creëren van een beleving. Een sterk merk zorgt voor (onbewuste) aantrekkingskracht. En - als het merk krachtig wordt neergezet - voor herkenbaarheid. Herkenbaarheid schept vertrouwen en een goed gevoel.

POSITIEVE EN INTENSE EMOTIES

Bij het promoten van een stad is het daarom belangrijk te focussen op de meest positieve en intense emotie die een plek oproept. Emoties leggen namelijk behoeften én wensen bloot. In ons geval is dat het verlangen naar de Harlinger lifestyle.

De emotionele betrokkenheid en verbondenheid van onze inwoners én bezoekers is erg groot. Al het enthousiasme en alle geweldige initiatieven samen geven echter een versnipperd beeld. Dáár willen we iets verbeteren. Citybranding geeft ons de kans om te verbinden en samen een sterk merk te maken waar iedereen van kan profiteren.

Citybranding is iets wat we met zijn allen kunnen dragen. We zijn immers onze eigen ambassadeurs! We hebben hart voor onze stad, zijn betrokken en kennen ons 'stadsje' op ons duimpje.



ONZE MERKDROOM

Het merk Harlingen verwoordt het gevoel dat wordt oproepen bij iedereen die met het merk in aanraking komt. Het merk fungeert als een kompas voor alles wat we zijn en doen.

Dankzij de ligging van Harlingen beïnvloedt de zee bewoners, bezoekers en bedrijven tot een eigenzinnige en tegelijkertijd onbevangen lifestyle. Het merk Harlingen is samengevat in een merkhuis. Dit merkhuis bevat 3 elementen: **een droom** (in het wolkje), **een belofte** (in de toren) en **5 kenmerken**.

1
Eigenzinnige
bewoners met een
open houding

2
Zeehavens met
de Bruine Vloot en
(nautische) industrie

3
Evenementen
en
levendigheid

Een maritieme magneet
voor liefhebbers van
de zee

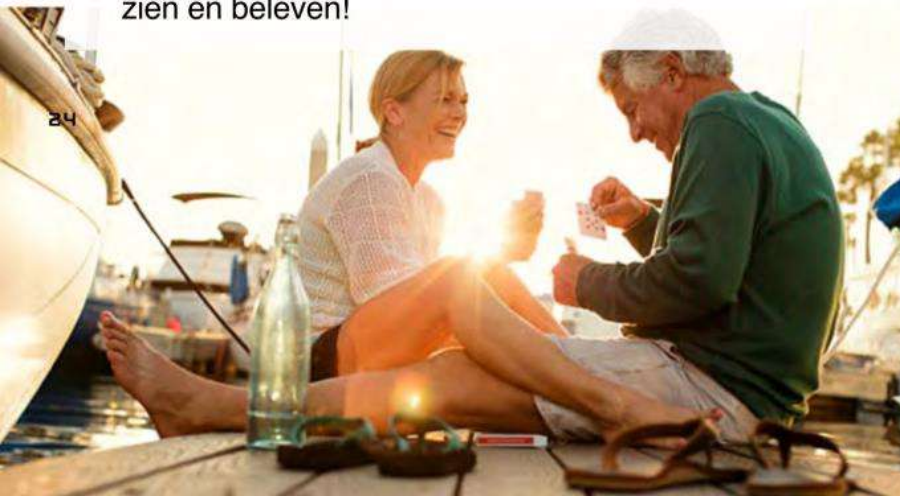
4
Hoge mate van
gastvrijheid in
horeca en
winkelaanbod.

5
Cultureel en
natuurlijk (UNESCO)
erfgoed

De zee van
Harlingen
maakt al
eeuwenlang
indruk en zal
altijd blijven
imponeren.
Iedere dag
opnieuw.
Ongeacht
het seizoen.
Ongeacht het
weer.

HARLINGEN IS HEDENDAAGS MET HISTORISCHE CHARME

Nergens in Europa vind je een plek waar op een vergelijkbaar aantal vierkante meters zoveel met zorg gerestaureerde monumenten herinneren aan een levendig handelsverleden. Parmantige pakhuizen, prachtige patriciërswohnungen, levendige binnenhavens, grachten en bruggetjes kleuren de binnenstad. Voeg daar een bruisend winkelaanbod, een museum en een keur aan café's, restaurants en fijne terrasjes aan toe en je hebt alle redenen om Harlingen graag te willen zien en beleven!



HARLINGEN BRUIST EN BOEIT

Grootse evenementen, jaarlijkse happenings, intieme feestjes: Harlingen heeft ze allemaal. In ons zeestadje schuif je even gemakkelijk aan bij een picknick in het park als dat je je onderdompelt in een zomers festival. Kan je bijzondere avontuurlijke vaartochten maken én de start van het zeilseizoen meevieren. Of laaf je aan moderne kunst in één van de originele galeries.

GALERIES



CRUISE PORT HARLINGEN



BIJZONDERE FEESTJES

GROOTSE HAPPENINGS



HARLINGEN IS WIND EN WATER

De zomer met z'n vurige zonsondergangen, de herfst met z'n stevige stormen, de winter waarin je na een ijzige wandeling neerstrijkt voor een welverdiende kop warme chocolademelk of het voorjaar waarin de echte diehards hun kites weer tevoorschijn toveren, zeebonken de zeilen hijsen en dagjesmensen heerlijk komen uitwaaien... Harlingen is een magneet voor wie houdt van wind en water, van de natuur en van het spelen met de elementen. Het hele jaar rond.



HARLINGEN IS UNIEK EN EIGENZINNIG



...DE DROMERS

Grenzend aan werelderfgoed de Waddenzee is Harlingen de enige Friese stad aan zee. Watersport, visserij, cruisehaven, een bruine vloot van maar liefst 70 traditionele zeilschepen en een rechtstreekse verbinding met de waddeneilanden. Schepen in de prachtige binnenhavens deinen mee op eb en vloed. Maar ook: kunnen overnachten in een heuse vuurtoren. Of in een kraan op de waddenkade. En getuige zijn van de bijzondere stilte en duisternis van het nachtelijke wad. Harlingen... gewoon Harlingen? Vergeet het maar.



...DE VRIJDENKERS

30



...DE DOENERS...

31

HARLINGEN IS... DE ZEE!

Harlingen heeft enorm veel te bieden. Zoveel is duidelijk. Maar hoe we het ook wenden of keren, één kenmerk steekt er met kop en schouders boven uit. Komt altijd weer boven drijven. Wie je ook vraagt. Om onszelf op de kaart te zetten hoeven we daarom geen kunstgrepen uit te halen. We hoeven geen sprookjes te vertellen. En al helemaal geen reclamepraatjes te houden. Ons verhaal is no nonsens: Harlingen. Welkom aan Zee!

HARLINGEN WELKOM AAN ZEE

Dit is het motto om Harlingen te promoten. Het is gebaseerd op de kernwaarden van Harlingen, dát wat Harlingen uniek maakt. We profileren ons met dit motto als gastvrije, maritieme magneet voor liefhebbers van de zee. Als aantrekkelijke reisbestemming welkom geheten door open minded inwoners.

Harlingen. Welkom aan Zee stelt ons in staat om onze trots en ons vertrouwen tot uiting te brengen. En dat gevoel te delen met bezoekers. Het motto is flexibel inzetbaar, maar belangrijk is dat het gevoel dat het oproept van binnenuit komt. Vanuit onszelf. Daarin schuilt de werkelijke kracht van onze stad en van het motto.



STRATEGIE

Een verwelkomend motto zorgt ervoor dat we in onze promotie nadrukkelijk 'gidsen'. We leggen niets op, maar wijzen de weg. Dat doen we op de volgende manier:

- 1** We stimuleren Harlingers hun stad steeds opnieuw te waarderen en te delen
- 2** We dragen bij aan het bijzondere gevoel van een stad aan zee
- 3** We gidsen bewoners en (internationale) bezoekers door het aanbod en unieke evenementen
- 4** We kiezen voor kwaliteit
- 5** We vestigen de aandacht op bekende en onbekende initiatieven in de stad in online en offline media
- 6** We beïnvloeden actief de reputatie door het bewerken van media die over Harlingen schrijven, reisorganisaties en bedrijven die met Harlingen te maken hebben
- 7** De kennis die we verzamelen over city-marketing voor onze stad delen we met onze netwerken
- 8** Harlingen Welkom aan Zee blijft ons motto. Een ieder die dit omarmt werkt mee aan onze onderscheidende positie

CRITERIA

Voor het gebruik van het motto **Harlingen. Welkom aan Zee** zijn er criteria opgesteld. Deze zijn vooral in het begin belangrijk, als een merk nog kwetsbaar is.

- >> Activiteiten moeten een promotionele uitstraling hebben
- >> Activiteiten moeten overeenstemmen met of bijdragen leveren aan de kernwaarden: *gastvrijheid, nautisch of maritiem karakter, eigenzinnigheid*
- >> Activiteiten moeten bijdragen aan de versterking van Harlingen
- >> Het merk wordt toegepast volgens de richtlijnen uit deze huisstijlgids



TOEKOMSTPLAATJE?



TOBBEDANSERS



ZO LATEN WE ZIEN WIE WE ZIJN

De huisstijl biedt de visuele elementen om ons merk zichtbaar en concreet te maken. Het zorgt ervoor dat mensen het merk herkennen en zich er mee willen associëren. De huisstijl creëert daardoor op een subtiele manier verbinding. Het logo heeft een krachtig houvast in elke omgeving. Het is een opvallende, herkenbare verbinding tussen de parels van Harlingen.

Het logo van ons nieuwe merk is gebaseerd op onze relatie met de zee. Het illustreert een straffe wind. Liever spreken we trouwens van een 'label'.

Harlingen. Welkom aan Zee is als label eenvoudig, flexibel en dynamisch toe te passen op verschillende momenten.

**HARLINGEN
WELKOM
AAN ZEE**

HET NIEUWE LABEL

DOE JE MEE?

Hoe meer mensen het verhaal van Harlingen vertellen, hoe beter natuurlijk. Samen zijn we de stad. De verhalen die Harlingen uniek maken vangen we in video's, foto's en tekst, Door het beste van Harlingen publiek te maken en te delen bewaken we en sturen we de reputatie van de stad. We kiezen scherp op kwaliteit, onderscheid en eigenheid. We profileren ons met zee, gastvrijheid, vrijheid, eigenzinnigheid, geschiedenis, open mind, natuurlijk en cultureel erfgoed.

Een paar voorbeelden ter inspiratie willen we vast met je delen maar doe het vooral op j ouw manier. Het gaat om het gevoel van de zee! Fantaseer, ontwikkel en cre er. Er valt nog z oveel te bedenken!

HARLINGEN
WELKOM
AAN ZEE

HARLINGEN
WELKOM
AAN ZEE





HARLINGEN
WELKOM
AAN ZEE

HARLINGEN
WILKOMMEN
AM MEER

HARLINGEN
BIENVENUE
SUR MER

HARLINGEN
WELCOME
TO THE SEA

HARLINGEN
海へようこそ

EEN WARM WELKOM AAN DE VARENDE GAST



EEN VERFRISSEND WELKOM OVER LAND
MET GREEN GRAFFITI



EEN NIEUW PRODUCT IS ONTWIKKELD: **TEGELS EN TAPAS.**
EEN SAMENWERKING VAN HORECA EN DE HARLINGER
AARDEWERK EN TEGELFABRIEK



IEDEREEN KAN MEEDOEN.
SCHOLEN, BUURTEN ...

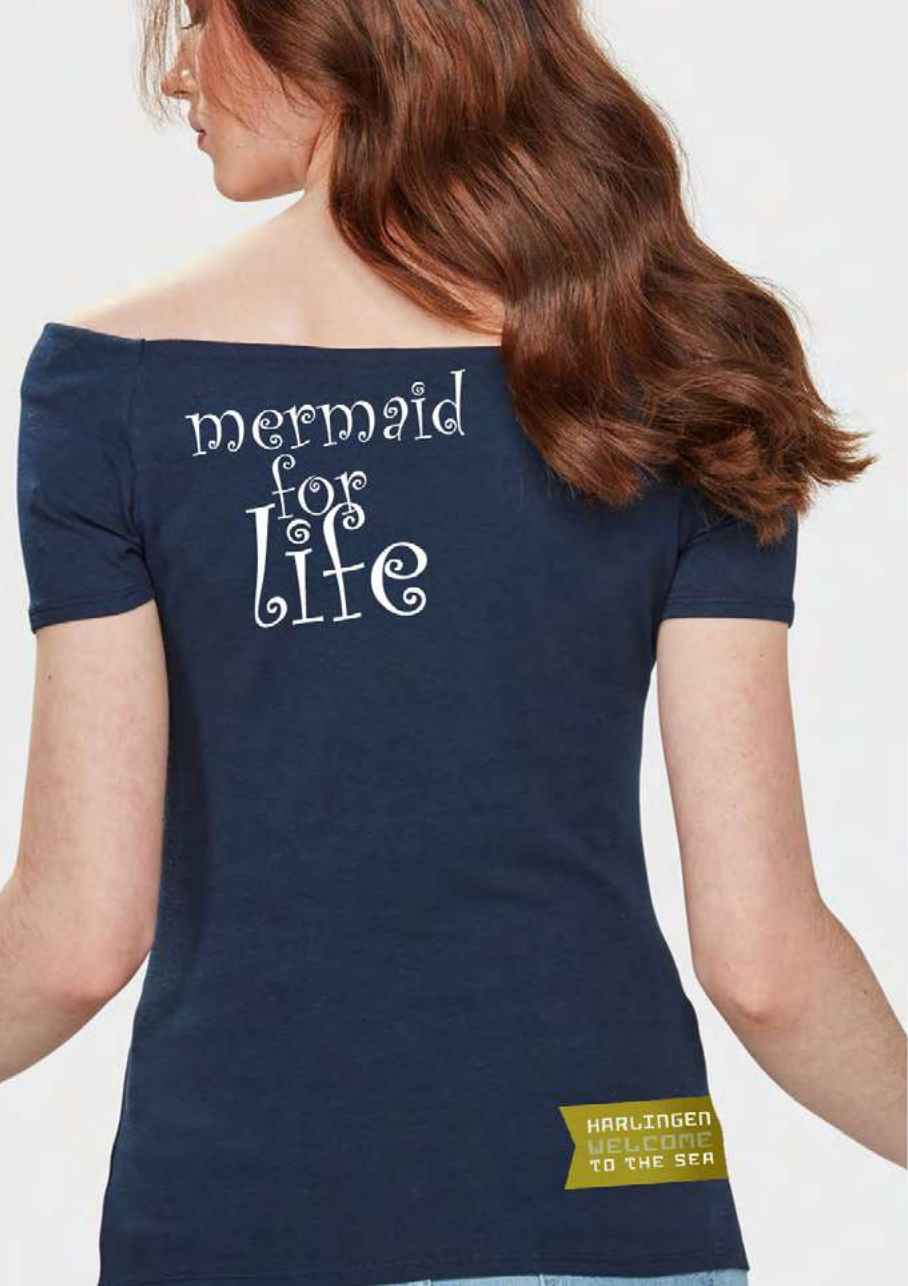


BENUT ONVERWACHTE MOMENTEN



MAAK EYECATCHERS
DIE HET DELEN WAARD ZIJN





RICHT ALLE
MERCHANDISE
OP DE ZEE





SAMEN STERK
MET ANDERE
STERKE MERKEN



HUISSTIJLGIDS DE BOUWSTENEN

Een sterke huisstijl is breed toepasbaar en zorgt voor een eenduidig, krachtig, herkenbaar en consistent merk. Deze huisstijlgids geeft je hiervoor de richtlijnen. Het bevat alle bouwstenen om zelf ontwerpen te maken en biedt heldere richtlijnen voor vormgeving, logogebruik en beeldtaal.

Heb je hulp nodig bij het maken van een communicatie-uiting of heb je vragen over het toepassen van de huisstijl? Neem dan contact op met info@harlingseboys.nl



INTERNATIONAAL

Om onze internationale geschiedenis te laten spreken en onze gastvrijheid te benadrukken is het label in diverse talen beschikbaar. Wil je het label in het Turks, Fries, Hindi of Swahili? Alles kan!

HARLINGEN
WELKOM
AAN ZEE

HARLINGEN
WILKOMMEM
AM MEER

HARLINGEN
BIENVENUE
SUR MER

HARLINGEN
海へようこそ

HARLINGEN
WELCOME
TO THE SEA

KLEURENPALET

De oorsprong van het kleurenpalet ligt in de directe omgeving van onze stad: Hemelsblauw, Viskotterrood, Petrol, Alg en Zeewier. Je ruikt bijna de zee. De label-sets zijn verkrijgbaar in eps, jpg en png en te downloaden op www.ondernemendharlingen.nl. Hieronder ook een aanvullende kleurenkaart .



HEMELSBLAUW
PMS 638
RGB: 0 - 172 - 216
CMYK: 81 - 2 - 11 - 0
00acd8

81	32
2	0
11	4
0	0
82	32
20	0



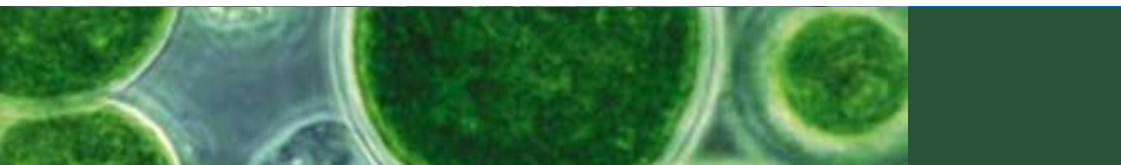
VISKOTTERROOD
PMS 200
RGB: 194 - 21 - 50
CMYK: 16 - 100 - 77 - 7
c21532

16	0
100	56
77	100
7	10
23	
87	
83	
61	



PETROL
PMS 7705
RGB: 0 - 110 - 151
CMYK: 98 - 39 - 24 - 9
006e97

98	73
39	0
24	16
9	0
91	
53	
31	
17	



ALG
PMS 350
RGB: 41 - 82 - 54
CMYK: 82 - 42 - 81 - 44
295236

82	38
42	3
81	57
44	45
62	
3	
66	
86	



ZEEWIER
PMS 582
RGB: 173 - 160 - 30
CMYK: 40 - 30 - 100 - 1
ada01e

40	18
30	0
100	100
0	0
16	
13	
100	
62	

PLAATSIING LABEL

De spelregels zijn eenvoudig:

- ✓ Het label is flexibel in te zetten op twee verschillende posities; links of rechts. Het label wordt **altijd** aflopend gebruikt. Daarvoor dient de ontwerper bij drukwerk handmatig 3 mm afloop buiten het snijvlak aan te maken. Boven of onder het label minimaal 50% labelhoogte vrij houden van tekst of afloop van het beeld.
- ✗ Het label wordt nooit verticaal gebruikt, scheef, pal in een hoek of midden in het beeld geplaatst.



AFMETING LABEL OFFLINE

De grootte van het label wordt bepaald door de afmeting van de korte zijde van een X-formaat. Het label is altijd 1/3 van deze afmeting.

Voorbeeld liggend formaat:

is een advertentie aan de korte zijde 15 cm hoog, dan is het label 5 cm breed.

Voorbeeld staand formaat:

is een advertentie aan de korte zijde 21 cm breed, dan is het label 7 cm breed.

64



100%



65

LABEL IN COMBINATIE MET ANDERE (SPONSOR)LOGO'S

- ✓ Boven of onder het label minimaal 50% labelhoogte vrij houden van tekst, afloop beeld of logobalk.



66



- ✗ Het label wordt nooit onder aan de pagina gebruikt tussen of naast (sponsor)logo's. Het label mag geen visueel geheel vormen met de (sponsor)logo's van derden.

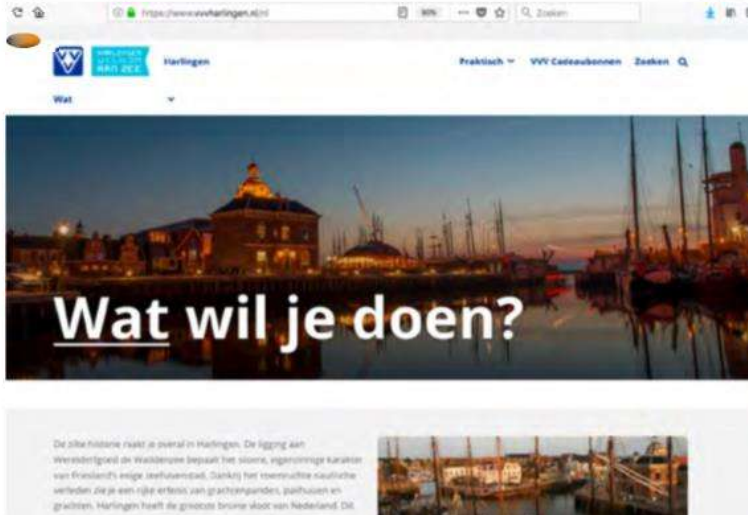


62



ONLINE

Het label wordt altijd links of rechts in de header geplaatst. Afhankelijk van links of rechts kies je het links- of rechtslijnende label.



68



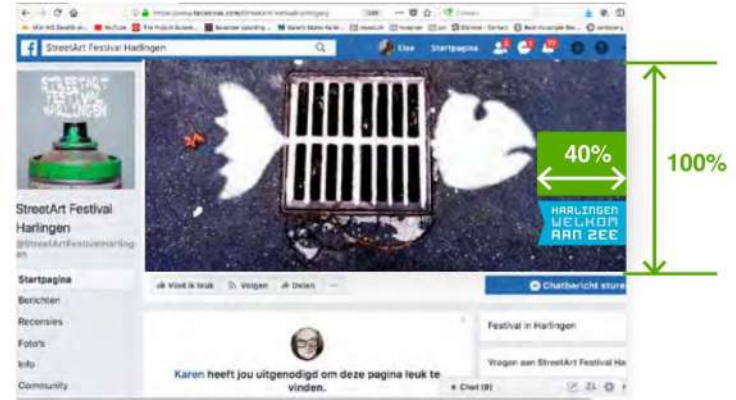
Label linkslijnend



Label rechtslijnend

AFMETING LABEL ONLINE

De grootte van het label wordt bepaald door de afmeting van de korte zijde van een header. Het label is altijd 40% van deze afmeting.



69

TYPOGRAFIE

Het font in het label is ontworpen door letterontwerper René Knip. Het font heet *22 Concrete*.

Zoals de naam al impliceert is het font speciaal ontworpen om in beton gegoten te kunnen worden. De hoeken van alle letters hebben zachte rondingen, er zijn geen scherpe hoeken. Sommige lijnen lopen niet parallel met de contour, de letter is gekozen omdat deze doet denken aan de basaltkeien op de zeedijk

Het font heeft alleen kapitalen, geen onderkast en geen bijzondere leestekens. Helder en duidelijk.

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ Ø
123456789

HARLINGEN
WELKOM
AAN ZEE



BEELDBANK

Om het merk Harlingen Welkom aan Zee lading te geven is het belangrijk een beeldtaal te gebruiken die past bij onze kernwaarden: nautisch, maritiem, gastvrij en vooral eigenzinnig. De beeldbank is te vinden op: www.ondernemendharlingen.nl/beeldbank

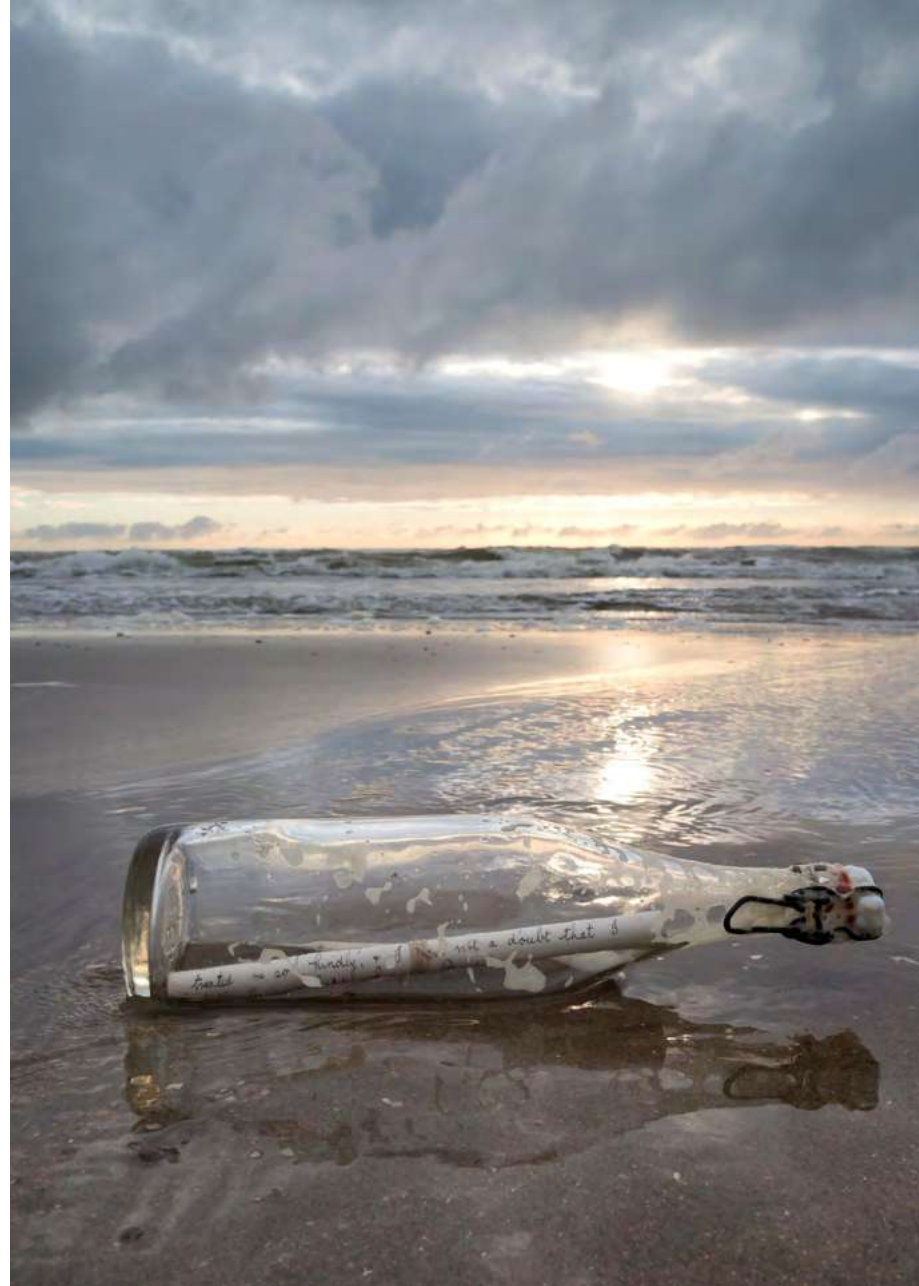


SCHRIJFWIJZER

Harlingers spreken en schrijven duidelijke taal.
Dat betekent:

- Recht voor zijn raap, recht door zee en helder
- Van mens tot mens, dus begrijpelijk
- Direct, functioneel en eenduidig
- Met respect, laagdrempelig en inhoudelijk correct

Harlingen Welkom aan Zee is een merknaam en wordt daarom altijd met beginkapitalen geschreven behalve het woordje 'aan'.
Voor een uitgebreide schrijfwijzer kun je contact opnemen met de Gemeente Harlingen.





DE VLAG KAN UIT!

Een makkelijke manier om je enthousiasme te delen is de vlag uithangen. Bij Ondernemend Harlingen kun je terecht voor vlaggen in 3 formaten. Bestel ze op www.ondernemendharlingen.nl en vlaggen maar!



1. Bootvlag 60 x 30 cm



2. Vlag 150 x 75 cm

3. Vlaggenlijn in 5 talen
60 x 30 cm, per 10 meter

Concept en ontwerp Harlingseboys i.s.m. Ondernemend Harlingen,
Douwe Gerlof Heeringa en de Gemeente Harlingen
Tekstbijdrage CopyCabin | Caroline Kant
Illustratie voorpagina Carol Dyer en Harlingseboys
Foto achterpagina Jurjen Backer Dirks

Afbeeldingen

- 4 Westerzeedijk / Anna Zuidema
- 6 Harlingen Welkom aan Zee / Harlingseboys
- 10 Abraham Storck / schilderij met voorstelling van het lineschip Groot Frisia, het vlaggenschip van Tjerk Hiddesz de Vries
- 12 Cornelis de Man, 1639 / Traankokerijen bij het dorp Smerenburg, collectie Rijksmuseum
- 14 Overstroming Zoutsloot, 1825 / collectie Fries Museum
- 16 Vissers in de Zuiderhaven / fotograaf onbekend
- 17 Havenmond Harlingen / Aerophoto Schiphol
- 20 Nieuwjaarsduik 2017 / fotograaf onbekend
- 22 Vuurtoren Harlingen / fotograaf onbekend
- 24 Getty Images
- 25 Alamy, Annet van Kruiningen,
- 26 Parkontbijt 2014 / Jacob Roorda
- 27 Klaas Gubbels / Galerie de Vis,
Cruise Port Harlingen / Omrop Fryslân, Hayo Bootsma
Tall Ships Races 2014 / fotograaf onbekend
- 28 Phil Nijhuis-ANP, Anna Zuidema
- 29 Schipperscoöperatie Historische Zeilvaart Harlingen / fotograaf onbekend
- 30 Walvisfontein (Allora & Calzadilla) / Bart Lindenhovius
Schipperscoöperatie Historische Zeilvaart Harlingen / fotograaf onbekend
- 31 Roeisloep Okke Hel / Jurjen Backer Dirks
- 34 Harlingen / Joachim de Ruijter
- 36 Willem Barendtsz / Harlinger Courant, Tobbedansen 2018 / Hendrika Tichelaar
- 37 Joris en de Looktube (Janco Hiemstra) / Harlingseboys
- 38 Harlingen / Harlingseboys
- 41 Alamy / Beeldbewerking Harlingseboys
- 42 undernysky.com
- 44 Pier Harlingen / R. van der Meer
- 45 Storm Westerzeedijk / Hans Frederiks
- 46 Tegels en Tapas

- 47 Ondernemend Harlingen / Harlingseboys
- 48 Kerkstraat Harlingen / fotograaf onbekend, beeldbewerking Harlingseboys
- 50 Wait and sea / Harlingseboys
- 51 Octopus, Filthy Lucker / beeldbewerking Harlingseboys
- 52 T-Shirt (origineel zonder tekst) / wefashion.nl
- 53 T-Shirt (origineel zonder tekst) / desigual.com
- 54 Polo / laboutique-beneteau.com
- 55 T-shirt (origineel zonder nacht en ontij) / plusman.nl
- 58 Crew Morgenster / beeldbewerking Harlingseboys
- 62 Getty Images, wallpapersafari.com
- 63 Alle foto's Getty Images
- 64 Hond / wallpapersafari.com
- 66 Josh Pyke
- 67 Harlingen Kust / Getty Images
- 72 Annet van Kruiningen, Allora & Calzadilla, Captain Elvy, Sidney Portier
- 73 Joachim de Ruyter, Arthur Smeets - Het BrouwDok, onbekende hond, Alamy
- 75 Alamy
- 76 Janco Hiemstra

Wij hebben onze uiterste best gedaan de makers en rechthebbenden van het getoonde beeldmateriaal te achterhalen. Hoewel wij daarbij zeer zorgvuldig te werk zijn gegaan kan het toch zijn dat een auteur, gebruiker of rechthebbende meent dat publicatie in strijd is met zijn of haar rechten, zoals portretrecht(en) en of auteursrechten. Indien een dergelijk situatie het geval lijkt verzoeken we u contact op te nemen met Ondernemend Harlingen.

HARLINGEN WELKOM AAN ZEE

