



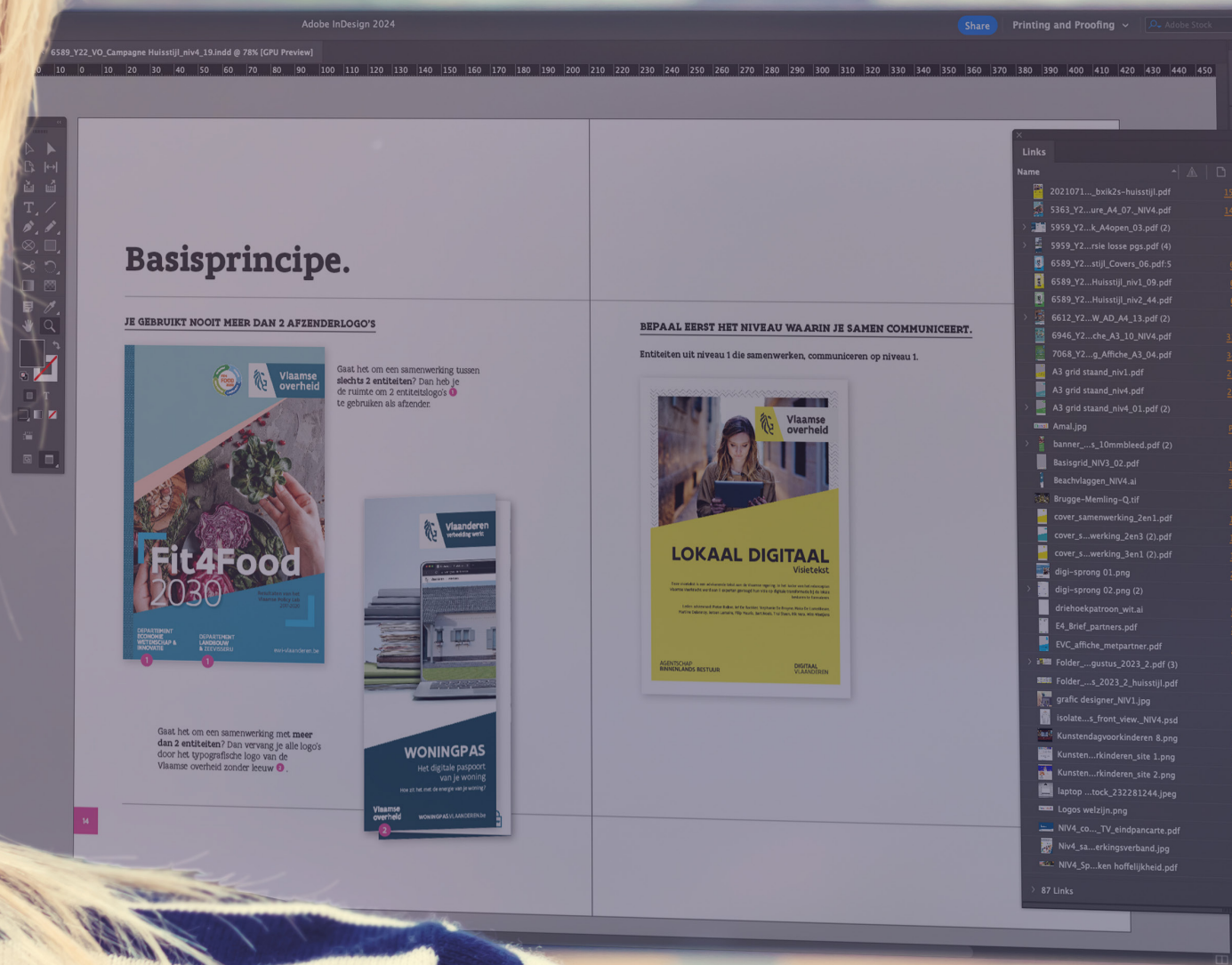
Vlaamse
overheid

H UIS STIJL GIDS

NIVEAU 4

VERSIE 3.1 - MEI 2025

overheid.vlaanderen.be/huisstijl



Welkom.

Uit onderzoek blijkt dat burgers na het zien van een boodschap in de huisstijl meer vertrouwen hebben in de Vlaamse overheid. Ze voelen zich serieuzer genomen en beoordelen de communicatie als kwaliteitsvoller. Het correct en consequent toepassen van de huisstijl zorgt dus voor een positieve impact op de beeldvorming van de organisatie. Met de huisstijl maken we zichtbaar wat de entiteiten van de Vlaamse overheid doen om van Vlaanderen een plek te maken waar het goed is om te leven, wonen, werken, studeren...

Deze gids bevat de huisstijlrichtlijnen die van toepassing zijn op alle communicatie (intern, extern, digitaal, niet-digitaal, formeel, informeel...) van de entiteiten van de Vlaamse overheid en hun partners. De huisstijlsite overheid.vlaanderen.be/huisstijl is het verlengstuk van deze gids. In de gids is aangegeven welke bouwstenen je via de site kunt downloaden.

Heb je vragen of verbetervoorstellen, of wil je tips of goeie voorbeelden delen, dan kun je altijd terecht bij het projectteam Merkbeleid via merkbeleid@vlaanderen.be.

Het **bestuursdecreet** bepaalt dat de Vlaamse Regering en alle entiteiten van de Vlaamse overheid de huisstijl moeten toepassen. De Vlaamse Regering bevestigde de afspraken over de huisstijl en het merkbeleid 'Vlaanderen' via een **mededeling** en een **omzendbrief**. Hiermee bekrachtigt de Vlaamse Regering het belang van de huisstijl en het merkbeleid en de noodzaak om het coherent en collegiaal toe te passen in alle communicatie.

COLOFON

Dit is een uitgave van de Vlaamse overheid. meest recente versie van deze gids en de richtlijnen voor de communicatie vind je ook digitaal op overheid.vlaanderen.be/huisstijl.

Deze gids is niet allesomvattend en is aan veranderingen onderhevig. Controleer regelmatig online of je over de meest actuele versie beschikt. Deze publicatie is opgemaakt in A4-formaat.

Samenstelling: Leontien Demeyere en Ingrid Van Rintel

Verantwoordelijke uitgever: Departement Kanselarij & Buitenlandse Zaken, Havenlaan 88 bus 100, 1000 Brussel

Lay-out: The Oval Office

Versienummer: 3.1

Datum: Mei 2025

Depotnummer: D/2023/3241/361

Het colofon wordt gezet in Flanders Art Sans Regular en Medium, corps 10 pt., interlinie 13 pt.

Kolombreedte mag zelf bepaald worden.

INHOUDSTABEL

Welkom.	3
Welke communicatie valt onder niveau 4	6
1. Ons merk	7
Vlaanderen	8
Onze kenmerken	10
2. Samenwerkingen intern tussen entiteiten van de Vlaamse Overheid	13
Basisprincipe	14
3. Externe partnerschappen van korte termijn	21
Basisprincipe	22
Toepassingen	24
4. Externe partnerschappen van lange termijn	31
Basisprincipe	32
Toepassingen	34
5. Cobranding	47
Basisprincipe	48

LEGENDE

-  Mail naar e-mailadres.
-  Download link.
-  Bezoek de website.

Welke communicatie valt onder niveau 4?

Onder communicatie van niveau 4 verstaan we alle communicatie naar zowel een breed als specifiek publiek die kadert in **samenwerkingsverbanden** tussen entiteiten van de Vlaamse overheid onderling (intern) en tussen entiteiten en organisaties die niet tot de Vlaamse overheid behoren (externen). Als een entiteit van de Vlaamse overheid samenwerkt met externe partners, zijn drie verhoudingen mogelijk: **hoofdpartnerschap**, **cobranding**, en **occasionele subsidiëring** en **sponsoring**.

Deze richtlijnen zijn van toepassing op interne en externe, digitale en niet-digitale en formele en informele communicatie van alle entiteiten.

Twijfel je onder welk niveau je moet communiceren?

Gebruik dan de handige **beslissingsboom** die je op de huisstijlsite kunt vinden.

Communiceer je naar een internationaal publiek?

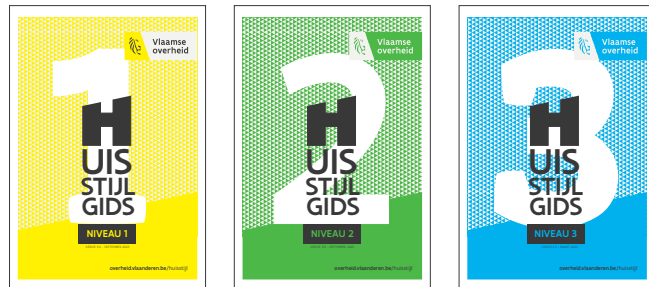
Raadpleeg dan de **internationale huisstijlgids**.

Communiceer je in Brussel naar een Nederlandstalig publiek?

Voeg dan het N-logo toe aan je communicatie. Alle info over het N-logo vind je op de **huisstijlsite**.

DE HUISSTIJL VAN DE VLAAMSE OVERHEID IS OPGEDEELD IN VERSCHILLENDE NIVEAUS.

De huisstijltoepassing verschilt per niveau. Dit hoofdstuk geeft een antwoord op de vraag welk niveau wordt toegepast als entiteiten samenwerken. Meer uitleg over de niveaus zelf vind je in de huisstijlgidsen niveau 1, 2 en 3.



Alle richtlijnen zijn verzameld op onderstaande url.
overheid.vlaanderen.be/communicatie/huisstijl-merkbeleid

Ons merk.



Vlaanderen

is het verhaal van
mensen als makers,
gedreven door kennis en kunde.



Het is het verhaal van baanbrekend vakmanschap.
Gisteren, vandaag en morgen.
Dat maakt Vlaanderen spraakmakend in de wereld.

Baanbrekend vakmanschap

Dit merkverhaal komt tot uiting in alles wat we doen
in Vlaanderen voor iedereen die er woont, werkt, leeft,
studeert,... En in alles wat we vertellen over Vlaanderen
in binnen- en buitenland.

Onze kenmerken

HANDS-ON.

We zijn doeners. We steken onze handen uit de mouwen.

EIGENZINNIG.

Een tikkeltje koppigheid en eigenzinnigheid zijn ons eigen. Die eigenschappen zorgen voor verandering en vernieuwing.

BEHULPZAAM.

We helpen anderen met plezier. Dienstverlening zit in onze natuur.

VAKKUNDIG.

In ons streven naar kwaliteit laten we ons permanent leiden door onze vakkunde, ons oog voor detail en afwerking.

DUURZAAM.

In alles wat we doen en maken, streven we continuïteit na.



Een leeuwenkop: recht in de ogen kijkend, met open blik.



Vlaanderen
verbeelding werkt

Schuine lijn:
maar met de voetjes
op de grond,
er is een hoek af.

Baseline: toont
trots onze ambitie.



**Samenwerkingen
intern tussen
entiteiten van de
Vlaamse overheid.**

2

Basisprincipe.

JE GEBRUIKT NOOIT MEER DAN 2 AFZENDERLOGO'S



Gaat het om een samenwerking tussen **slechts 2 entiteiten**? Dan heb je de ruimte om 2 entiteitslogo's ¹ te gebruiken als afzender.

Gaat het om een samenwerking met **meer dan 2 entiteiten**? Dan vervang je alle logo's door het typografische logo van de Vlaamse overheid zonder leeuw ².



BEPAAAL EERST HET NIVEAU WAARIN JE SAMEN COMMUNICEERT.

Entiteiten uit niveau 1 die samenwerken, communiceren op niveau 1.



Entiteiten van niveau 2 die samenwerken kunnen kiezen.

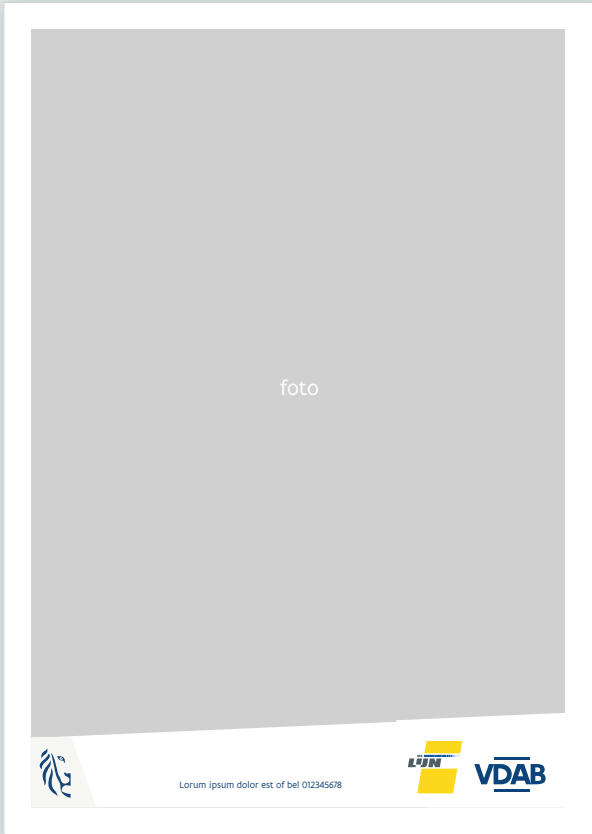
Is het **logischer** om in de **corporate huisstijl** te communiceren of is het moeilijk om een gemeenschappelijk thema te vinden? Communiceer dan op **niveau 1**.



Is er een **duidelijk overkoepelend thema** en/of themakleur? Communiceer dan op **niveau 2**.

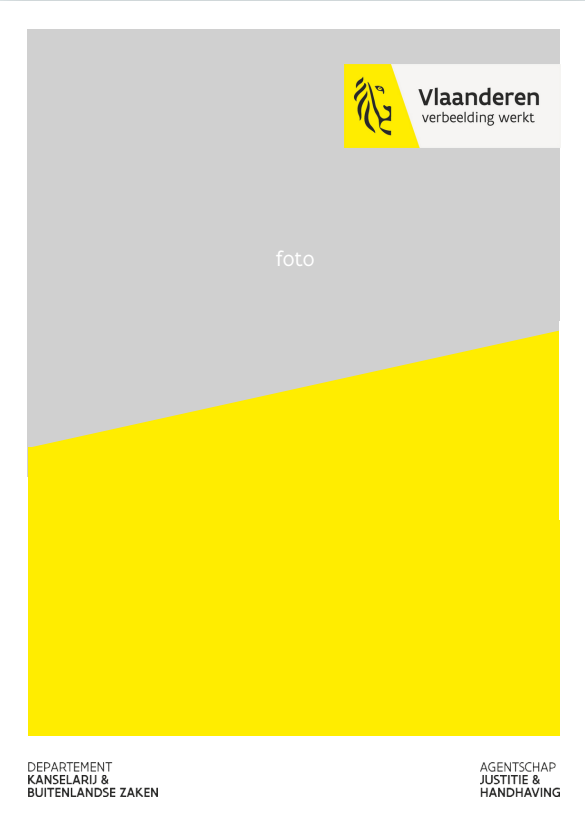


Entiteiten uit niveau 3 die samenwerken communiceren op niveau 3.

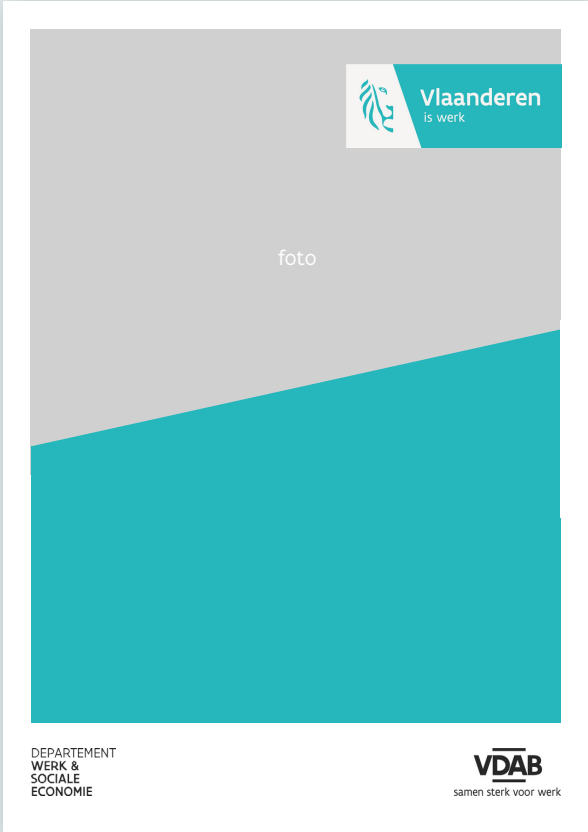


Werk je samen met een entiteit van een ander niveau, dan gebruik je de **stijl van het hoogste niveau**:

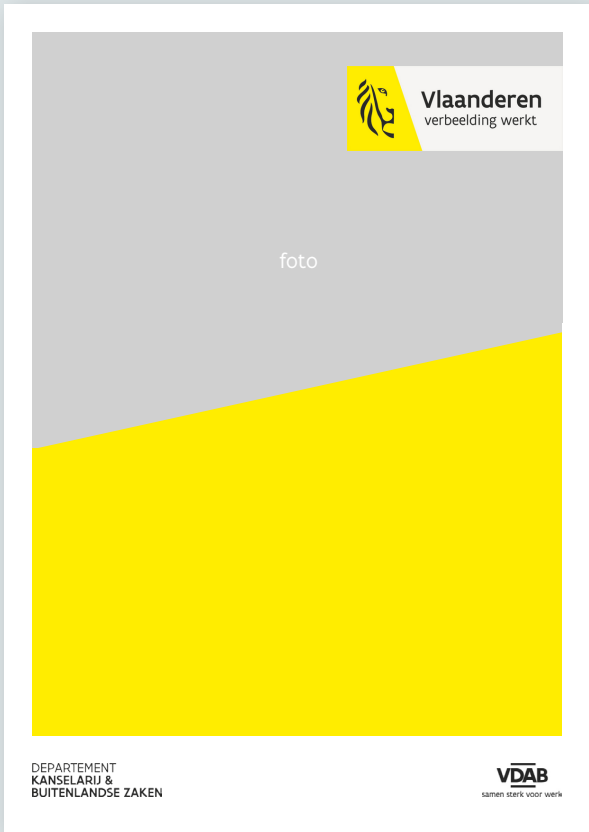
Niveau 1 + niveau 2 = niveau 1



Niveau 2 + niveau 3 = niveau 2



Niveau 3 + niveau 1 = niveau 1





Externe partnerschappen van korte termijn (zonder labels)

3

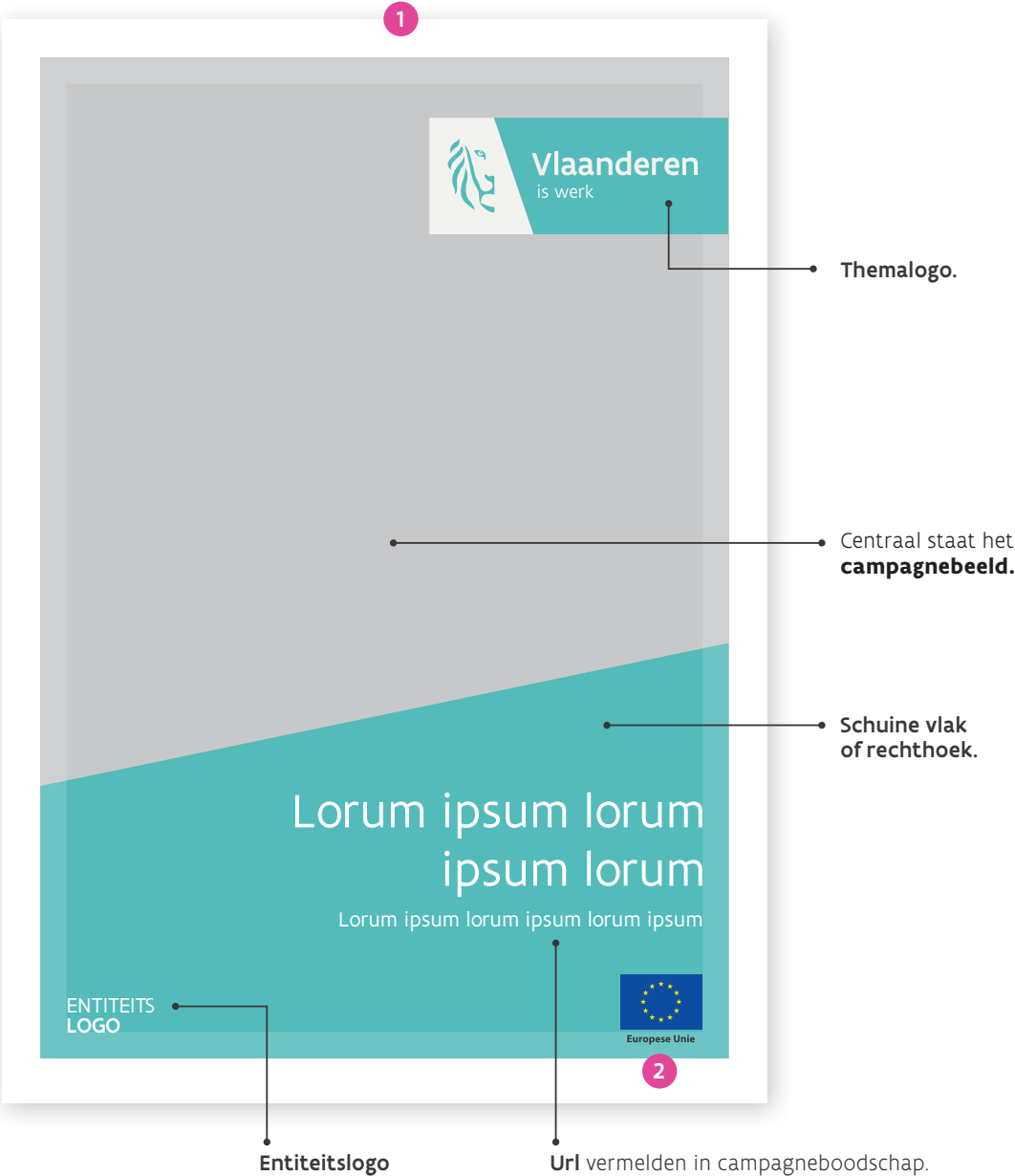
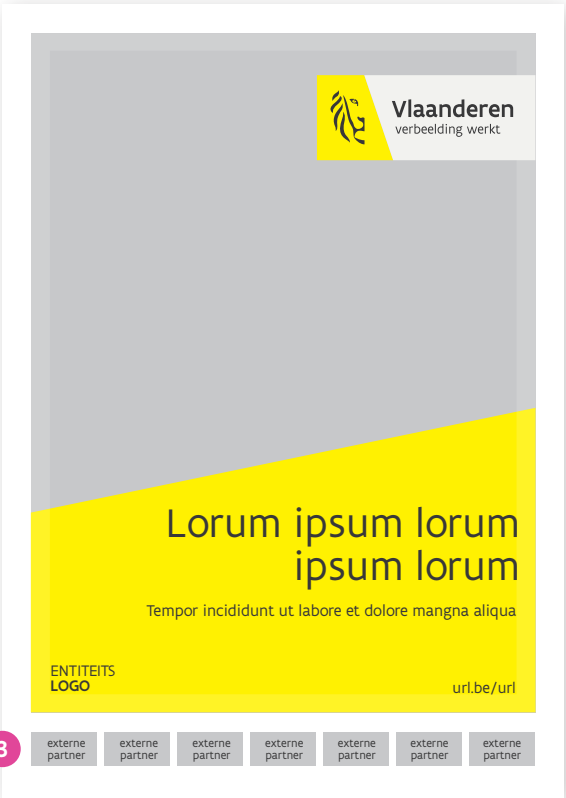
Basisprincipe.

Als je entiteit initiatiefnemer, organisator of belangrijkste financiële drager is van het partnerschap en de samenwerking is van **korte duur** (minder dan 2 jaar), dan gebruik je:

- 1 De basisgrids van niveau 1, 2 en 3.
- 2 Voeg je het logo van de partner(s) toe op de plaats van de URL rechts onderaan. De URL communiceer je in de campagneboodschap.
- 3 Bij verschillende externe partners plaats je de partnerslogo's in een balk onder het entiteitslogo en de URL.

Ook bij projecten die **samen met Europa** worden georganiseerd, waarbij Europa vraagt het **EU-subsidielogo** te gebruiken, zijn die regels van toepassing.

Ben je samen met verschillende entiteiten van de Vlaamse overheid initiatiefnemer, organisator of belangrijkste financiële drager of is een van de partners ook een entiteit van de Vlaamse overheid? Dan bepaal je eerst het niveau waarop je communiceert op basis van de richtlijnen op pagina 18-19.



Toepassingen.

PRINT

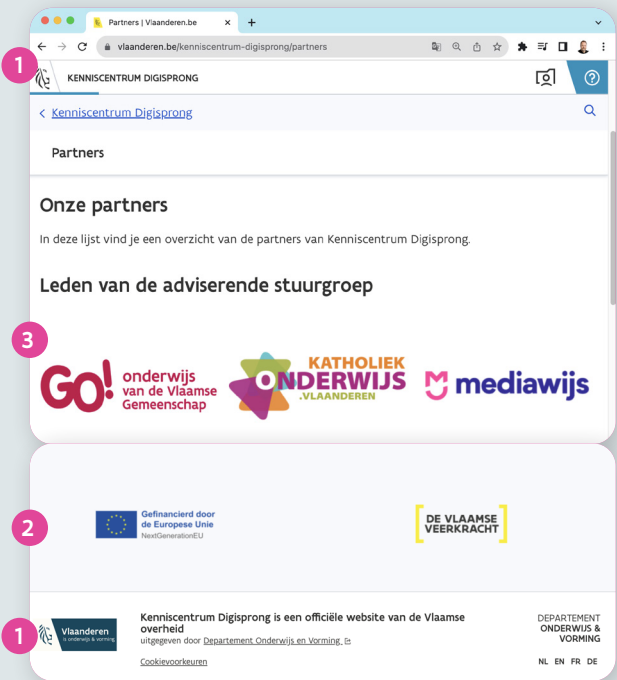


ONLINE / AUDIOVISUEEL

Websites en nieuwsbrieven.

Omdat de Vlaamse overheid trekker is van het project, gebruik je:

- 1 het basisgrid voor websites met als belangrijkste herkenbare elementen de global header en footer van vlaanderen.be.
- 2 Het logo van de partner(s) plaats je in de secundaire footer
- 3 of een overzichtspagina met alle partners.



ONLINE/AUDIOVISUEEL

Online advertenties en social media posts.

Op social media advertenties of social media posts is er vaak onvoldoende plaats om afzenderlogo's te plaatsen van je eigen entiteit, laat staan die van partners. Je gebruikt daarom, net als je eigen posts, alleen het volle themalogo, corporate logo of het trapeziumlogo.

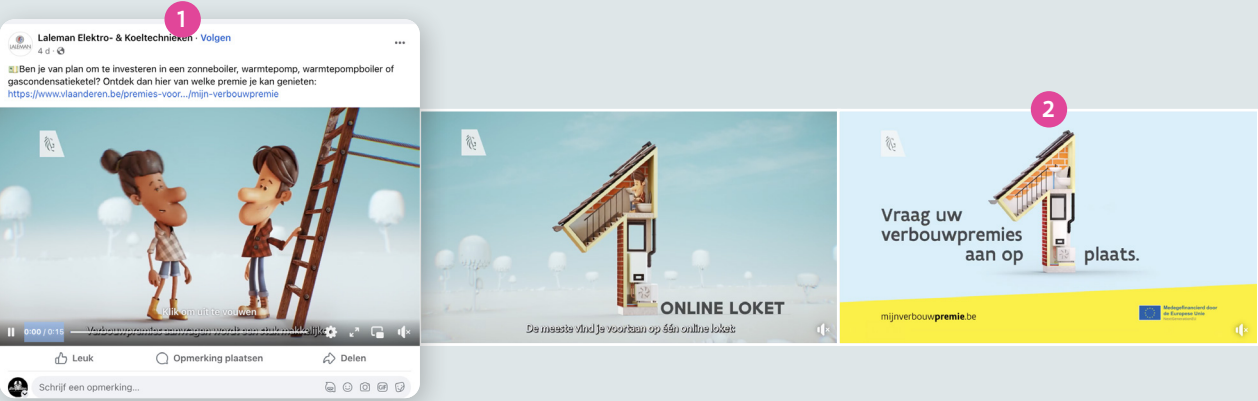
- Wil je toch zichtbaarheid creëren voor je entiteit of partners, dan kun je
- die vermelden en taggen in de tekst of afbeelding.
 - verwijzen naar een site waar er meer ruimte is om de logo's te plaatsen.
 - een carrousel maken en op de eindpancarte de logo's plaatsen.

! Let op: als het gaat om een project dat wordt gefinancierd door de EU, ben je verplicht om op elke post het logo van de EU te vermelden.



Video

- 1 In online en offline video is het niet de bedoeling om logo's van partner(s) bij de start of tijdens de duur van het filmpje te tonen.
- 2 Alleen op de eindpancarte vermeld je het logo van de partner(s) rechts onderaan in de plaats van de URL. De URL communiceer je in het kleurvlak.



Audio

Een radiospot die langer dan 10 seconden duurt, eindigt met een vaste boodschap, gevolgd door het audiologo. Je kunt kiezen uit de volgende tekstjes:

- 'Dit is een initiatief van Vlaanderen in samenwerking met [partner].'
- 'Dit is een initiatief van de Vlaamse overheid in samenwerking met [partner].'



EVENTS

Op roll-upbanners respecteer je zo veel mogelijk het standaardgrid met het themalogo rechts bovenaan en het entiteitslogo links onderaan. De partnerlogo(s) plaats je rechts onderaan op de plaats van de URL. Let er echter op dat het entiteitslogo en de partnerlogo's niet te laag staan wanneer de roll-upbanners worden gebruikt als achtergrond voor foto's of beursstanden. Dan moet je er namelijk rekening mee houden dat mensen, materiaal of tafels voor de logo's staan en ze dus niet zichtbaar zijn.

Op T-shirts plaats je het logo van de partner op de rechterborst. Op de linkerborst staat het entiteitslogo, op de mouw het themalogo. Zijn er verschillende partners, dan kun je die bundelen op de rug.



Entiteitslogo en URL:
corps 120 pt.,interlinie 110 pt.

STATIONARY

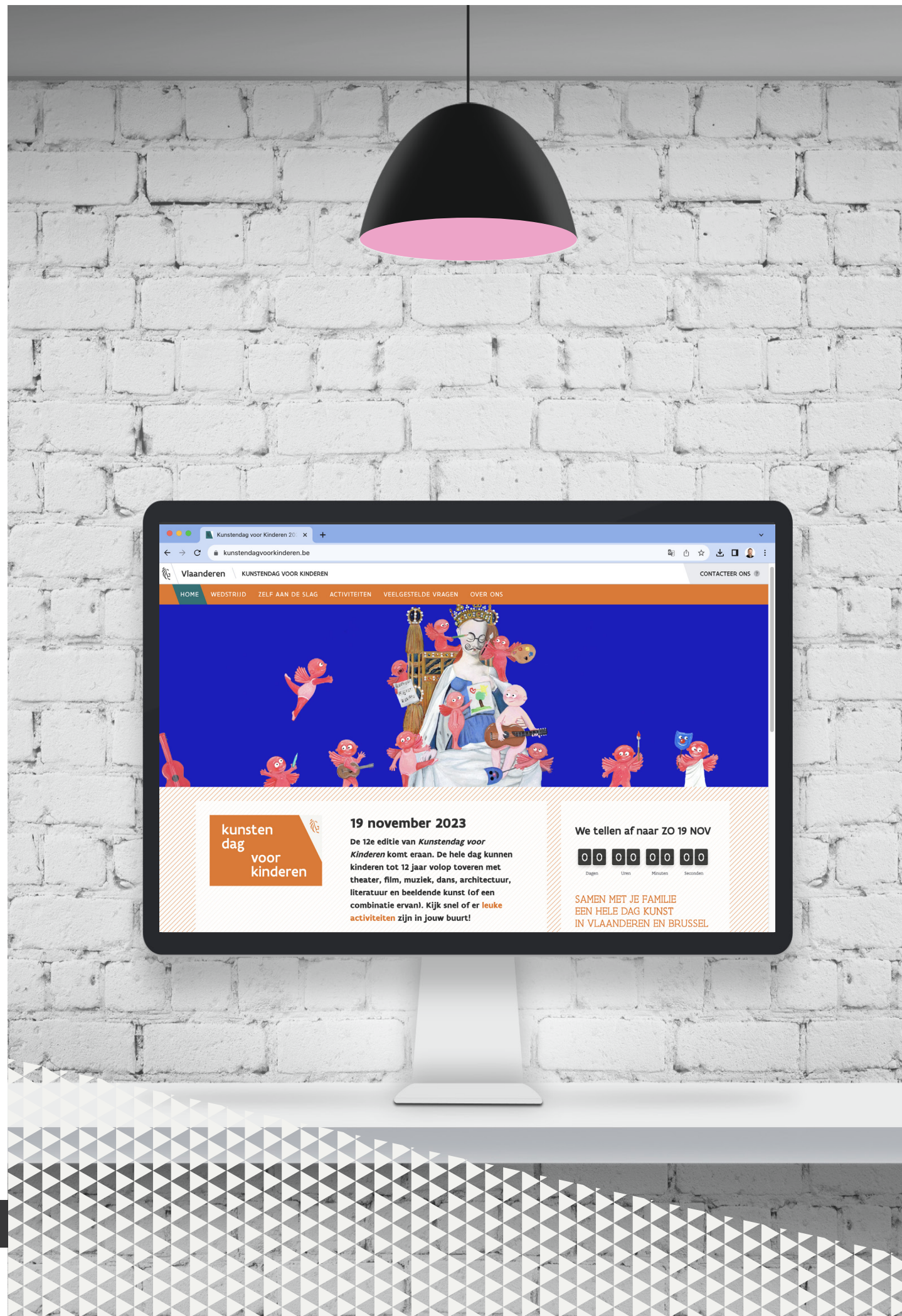
In brieven, nota's, verslagen en agenda's plaats je partnerlogo's rechts onderaan op de plaats van de URL. De URL communiceer je links bovenaan onder de contactgegevens.



POWERPOINT

In een PowerPoint is het belangrijk dat de partnerlogo's niet plakken aan het themalogo. Je plaatst ze even groot als het themalogo rechts onderaan of links bovenaan.





Externe partnerschappen van lange termijn (met labels)

4

Basisprincipe.

Als je entiteit **initiatiefnemer, organisator of belangrijkste financiële drager** is van het partnerschap en de samenwerking van **lange duur** (meer dan 2 jaar) is, dan gebruik je:

- 1 de basisgrids van niveau 1, 2 en 3
- 2 een label in de plaats van een themalogo en
- 3 voeg je het logo van de partner(s) toe op de plaats van de URL rechts onderaan. De URL communiceer je in de campagneboodschap.
- 4 Bij verschillende externe partners plaats je de partnerslogo's in een balk onder het entiteitslogo en de URL.

! **Let op:** het projectteam Merkbeleid maakt alle labels. Vraag je label aan via merkbeleid@vlaanderen.be



Ben je samen met verschillende entiteiten van de Vlaamse overheid initiatiefnemer, organisator of belangrijkste financiële drager bent of is een van de partners ook een entiteit van de Vlaamse overheid? Dan bepaal je eerst het niveau waarop je communiceert op basis van de richtlijnen op pagina 18-19.



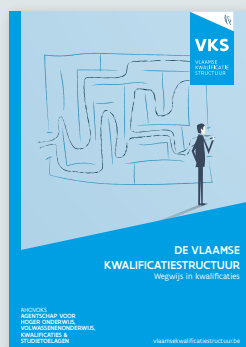
Het projectteam Merkbeleid maakt alle labels. Vraag je label aan via merkbeleid@vlaanderen.be

Toepassingen.

PRINT



Voorbeeld van een toepassing van het label in communicatie van externe partners.

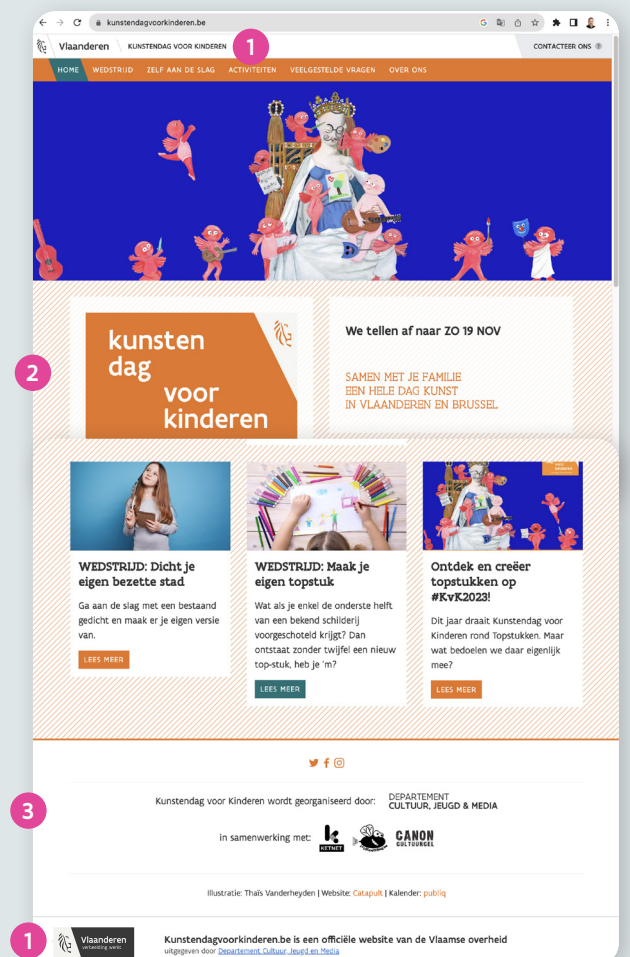


ONLINE / AUDIOVISUEEL

Websites en nieuwsbrieven.

Omdat de Vlaamse overheid trekker is van het project, gebruik je:

- 1 het basisgrid voor websites met als belangrijkste herkenbare elementen de global header en footer van vlaanderen.be.
- 2 Je plaats het label in zijn geheel of als tekst in de titel van de site.
- 3 Het logo van de partner(s) plaats je in de secundaire footer of een overzichtspagina met alle partners.



Het projectteam Merkbeleid maakt alle labels.
Vraag je label aan via merkbeleid@vlaanderen.be

Online advertenties en socialmediaposts

Op socialmedia-advertenties of socialmediaposts is er vaak onvoldoende plaats om logo's te plaatsen, laat staan die van partners. Je gebruikt daarom, net als in je eigen posts, alleen de leeuwenkop in het trapezium of het label. Wil je toch zichtbaarheid creëren voor je entiteit of partners, dan kun je

- die vermelden en taggen in de tekst of afbeelding
- verwijzen naar een site waar er meer ruimte is om de logo's te plaatsen
- een carrousel maken en op de eindpancarte de logo's plaatsen.

! Let op: als het gaat om een project dat wordt gefinancierd door de EU, ben je verplicht om op elke post het logo van de EU te vermelden.



Video

- 1 In online en offline video is het niet de bedoeling om het label of de logo's van partner(s) bij de start of tijdens de duur van het filmpje te tonen.
- 2 Alleen op de eindpancarte vervang je de tekst 'Vlaanderen is' door de naam van je label of plaats je het label in zijn geheel rechts bovenaan. Vermeld het logo van de partner(s) rechts onderaan in de plaats van de URL. De URL communiceer je in het kleurvlak.



Audio

Een radiospot die langer dan 10 seconden duurt, eindigt met een vaste boodschap, gevolgd door het audiologo. Je kunt kiezen uit de volgende tekstjes:

- 'Dit is een initiatief van Vlaanderen in samenwerking met [partner].'
- 'Dit is een initiatief van de Vlaamse overheid in samenwerking met [partner].'



Richtlijnen en het audiologo zijn beschikbaar via overheid.vlaanderen.be/huisstijl-en-merkbeleid/niveau-4/tv-radiospot-en-audiologo-niveau-4



Het projectteam Merkbeleid maakt alle labels. Vraag je label aan via merkbeleid@vlaanderen.be

EVENT

Op roll-upbanners vervang je het themalogo rechts bovenaan door het label. De partnerlogo(s) plaats je rechts onderaan op de plaats van de URL. Let er echter op dat het entiteitslogo en de partnerlogo's niet te laag staan als de roll-upbanners worden gebruikt als achtergrond voor foto's of beursstanden. Dan moet je er namelijk rekening mee houden dat mensen, materiaal of tafels voor de logo's staan en ze dus niet zichtbaar zijn.

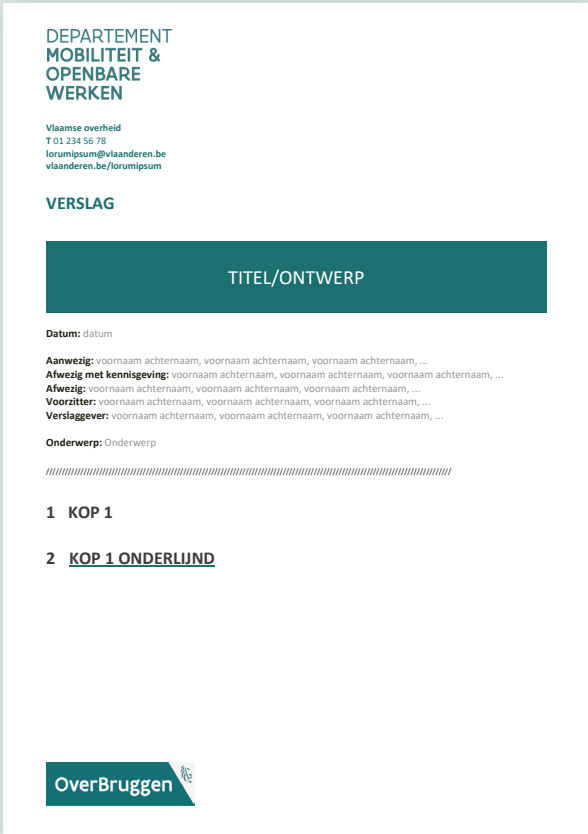
Op T-shirts plaats je het logo van de partner op de rechterborst. Op de linkerborst staat het entiteitslogo, op de mouw het label. Zijn er verschillende partners, dan kun je die bundelen op de rug.

In een PowerPoint vervang je het themalogo door het label. Het is belangrijk dat de partnerlogo's niet plakken aan het label. Je plaatst ze even groot als het label rechts onderaan of links bovenaan.



STATIONARY

In brieven, nota's, verslagen en agenda's vervang je het themalogo door het label. Onderaan rechts plaats je partnerlogo's op de plaats van de URL. De URL communiceer je links bovenaan onder de contactgegevens.





Cobranding.

5

Basisprincipe.

Als de **entiteit** van de Vlaamse overheid en de **externe partner(s)** **gelijkwaardig** zijn en evenveel zeggenschap hebben op organisatorisch en financieel vlak, dan spreken we van een **cobranding relatie**. In dat geval bepaal je in onderling overleg met de partner(s) in welke mate je huisstijlelementen overneemt of niet. Vaak zullen beide merken evenveel zichtbaarheid willen.

In dat geval gebruik je het themalogo of sponsorlogo even groot als de partnerlogo's onderaan de drager. De logo's zijn minstens 1,5 cm hoog.

Ben je samen met verschillende entiteiten van de Vlaamse overheid initiatiefnemer, organisator of belangrijkste financiële drager of is een van de partners ook een entiteit van de Vlaamse overheid? Dan neem je in geval van cobranding alle themalogo's en/of sponsorlogo's van de betrokken entiteiten op.

! **Let op:** het projectteam Merkbeleid maakt alle sponsorlogo's.



Toepassingen.

PRINT

Je plaatst het themalogo of sponsorlogo onderaan naast de partnerlogo's. Alle volle logo's zijn even groot.



Het projectteam Merkbeleid maakt alle logo's. Vraag je logo aan via merkbeleid@vlaanderen.be

ONLINE / AUDIOVISUEEL

Websites en nieuwsbrieven

Je mag in onderling overleg met de andere partners het basisgrid voor websites van de Vlaamse overheid gebruiken, maar dat moet niet.

Alle logo's van alle partners staan even groot op een overzichtspagina of in een secundaire footer.

Online advertenties en socialmediaposts

Op socialmedia-advertenties of socialmediaposts is er vaak onvoldoende plaats om logo's te plaatsen. Wil je toch zichtbaarheid creëren voor je entiteit of partners, dan kun je:

- die vermelden en taggen in de tekst of afbeelding
- verwijzen naar een site waar er meer ruimte is om de logo's te plaatsen
- een carrousel maken en op de eindpancarte de logo's plaatsen.

! Let op: als het gaat om een project dat wordt gefinancierd door de EU, ben je verplicht om op elke post het logo van de EU te vermelden.

Video

In online en offline video is het niet de bedoeling om het sponsorlogo of themalogo en de logo's van partner(s) bij de start of tijdens de duur van het filmpje te tonen. Alleen op de eindpancarte gebruik je het themalogo of sponsorlogo en het logo van de partner(s) allemaal even groot.



Audio

Een radiospot die langer dan 10 seconden duurt, eindigt met een vaste boodschap 'dit is een samenwerking tussen'. Het audiologo gebruik je alleen als alle partners het daarover eens zijn.

 Het projectteam Merkbeleid maakt alle logo's. Vraag je logo aan via merkbeleid@vlaanderen.be

EVENT

Op roll-upbanners plaats je het themalogo of sponsorlogo en de partnerlogo(s) allemaal even groot onderaan. Let er echter op dat de logo's niet te laag staan als de roll-upbanners worden gebruikt als achtergrond voor foto's of beursstanden. Dan moet je er namelijk rekening mee houden dat mensen, materiaal of tafels voor de logo's staan en ze dus niet zichtbaar zijn.





Sponsoring.

6

Basisprincipe.

Als de entiteit van de Vlaamse overheid **occasionele subsidieverstrekker en sponsor** van een project is dat betaald en **geleid wordt door een externe partner** (die dus geen deel uitmaakt van de Vlaamse overheid), gebruik je het **volle gele overkoepelende subsidie logo** 'Vlaanderen verbeelding werkt'. Omwille van de leesbaarheid moet het logo minstens 15 mm hoog geplaatst worden op drukwerk en 160 px hoog in een digitale omgeving.



Gaat het om communicatie naar een **buitenlands publiek**, dan gebruik je het **volle gele internationale logo** met de baseline Flanders State of the Art.



❗ **Let op:** het team merkbeleid maakt alle themalogo's of sponsorlogo's. Neemt contact op met hen via merkbeleid@vlaanderen.be als je het sponsorlogo van jouw entiteit wilt krijgen.

Als dat relevant is, kun je ervoor kiezen om in de plaats van het logo 'Vlaanderen Verbeelding werkt', je volle themalogo te gebruiken of je volle sponsorlogo.



Ben je samen met verschillende entiteiten van de Vlaamse overheid initiatiefnemer, organisator of belangrijkste financiële drager of is een van de partners ook een entiteit van de Vlaamse overheid? Dan gebruik je de **verschillende themalogo's of sponsorlogo's naast elkaar**.

Organisaties die over Nederlandstalige dienstverlening in **Brussel** communiceren en die 50% of minder werkingssubsidies of die een projectsubsidie van de Vlaamse overheid krijgen, voegen het volle antracieten logo 'Vlaanderen, verbeelding werkt' en het **N-logo** in 92% zwart links onderaan toe.



DEPARTEMENT
**KANSELARIJ &
BUITENLANDSE ZAKEN**

Herman Teirlinckgebouw
Havenlaan 88 bus 100
1000 Brussel

**Samen bouwen
we aan een
sterk merk!**

