

# HUISSTIJLHANDLEIDING



Versie: juli 2021

Cover: 'Art Falco Peregrinus Deco' van Dzia  
(hoek Monseigneur Stillemansstraat)

## Inleiding

De basis van de huisstijl van stad Sint-Niklaas dateert van eind 2014. De huisstijl kreeg een grondige opfrissing in 2021, naar aanleiding van de merkenstrategie die werd ontwikkeld voor de stad. In deze brochure vind je alle informatie over het gebruik van onze huisstijl.

Onze huisstijl zorgt ervoor dat al onze publicaties herkenbaar zijn als 'van stad en OCMW Sint-Niklaas'. De huisstijl zorgt voor een professionele uitstraling en draagt ons imago mee uit.

Dienst communicatie waakt er strikt over dat de huisstijl, zowel voor intern als voor extern gebruik, nageleefd wordt. Enkel op die manier kunnen we een gelijkvormig en kwalitatief beeld van onze organisatie naar onze doelgroepen overdragen. Zoals je verder in deze brochure ook leest, is een huisstijl meer dan een logo. Ook kleuren, lettertype, grafische opmaak en beeldgebruik dragen bij tot een mooie, coherente visuele stijl.

Door deze richtlijnen te respecteren kunnen we een sterke herkenbare communicatiestijl vastleggen. Dit huisstijlhandboek legt uit hoe je de verschillende elementen van de huisstijl van stad Sint-Niklaas moet gebruiken.

Alle documenten (administratief en promotioneel) worden aangemaakt in de huisstijl. Met alle vragen over de huisstijl en de toepassing ervan op documenten of nieuwe dragers, kan je terecht bij de dienst communicatie ([communicatie@sint-niklaas.be](mailto:communicatie@sint-niklaas.be) of 03 778 30 80).

## Logo

De basis van onze huisstijl is het **logo**.

Het logo van de stad wordt altijd weergegeven **op een witte achtergrond - in het kenmerkend wit logovlak** of op een witte sponsorbalk.

Er zijn twee verschillende versies van het logo:

### **MET BASELINE 'OH ZO VERRASSEND'**

Te gebruiken bij informatieve/praktische communicatie en info over dienstverlening waarbij **'pure informatie'** overgebracht wordt.



### **ZONDER BASELINE 'OH ZO VERRASSEND'**

Te gebruiken bij alle andere communicatie waarbij **breder boodschappen met betekenis** overgebracht worden.



Er zijn vier verschillende kernthema's met slogans die gebruikt worden voor de vier hoofdgroepen van boodschappen die de stad naar haar inwoners en ondernemers verspreidt. Deze slogans staan in een gele balk links van het logo met baseline 'oh zo verrassend'.

> Meer over onze kernwaarden lees je in het **Merkenhandboek** van de stad.

#### WELZIJN: 'IEDEREEN MEE'



#### RUIMTE: 'SAMEN MAKEN WE DE STAD VAN MORGEN'



#### WELVAART: 'SCHAKELEN VOOR GROEI'



#### VRIJE TIJD: 'OH KOM MAAR EENS'



Op zwart-wit prints of prints die gekopieerd zullen worden, moet steeds het logo in grijswaarden gebruikt worden.



Naast het kleurlogo en het logo in grijswaarden, is er ook een eenkleurig flexo-logo. Dit logo kan enkel gebruikt worden na advies door dienst communicatie.

## Label

Twee thema's lopen als een rode draad doorheen onze communicatie, en worden vaak gecombineerd met één van de vier kernthema's. Daarom ontwikkelden we voor elk van deze thema's een label, dat je kan gebruiken op communicatie over campagnes of projecten die aan deze thema's voldoen. Het label staat telkens **op een vaste plaats en in een vaste grootte**.

**KIND- EN JEUGDVRIENDELIJKE STAD: LABEL 'JONG.WILD.GOUD.'**



**DUURZAAMHEID: LABEL IN ONTWIKKELING**



## Kleuren

In onze huisstijl gebruiken we als hoofdkleuren de twee traditionele kleuren van stad Sint-Niklaas: **blauw** en **geel**, aangevuld met **wit**. In de opmaak van een drager gebruiken we hier en daar ook **lichtgrijs** voor een kaderstukje en **zwart** voor doorlopende tekst.

**CORPORATE BLAUW**  
PMS: 639  
Q: 100/15/0/0  
RGB: 0/144/215  
HEX: #0090D7

**CORPORATE GEEL**  
PMS: 7406  
Q: 0/25/100/0  
RGB: 253/195/0  
HEX: #EEC109

## Lettertype

In onze promotionele communicatie gebruiken we het lettertype **Montserrat**.

In onze administratieve communicatie (bv. brieven, attesten, webtekst ...) gebruiken we het lettertype **PT Sans**.

Beide lettertypes zijn beschikbaar via **Google Fonts**.

**Pa's wijze lynx bezag vroom het fikse aquaduct.**  
(Montserrat)

Pa's wijze lynx bezag vroom het fikse aquaduct.  
(PT Sans)

## Beelden

De herkenbare stijl van de stad zit niet alleen in het logo, de slogans of de structuur van een affiche of flyer. Dit zit ook in de beelden die je kiest voor je campagne.

Belangrijke aandachtspunten:

- Als stad willen we **'verrassend'** zijn. Onze kernwaarden zijn daarbij **'kleurrijk'**, **'warm'**, **'dynamisch'** en **'innovatief'**. Dat willen we ook uitstralen in onze visuele stijl. We willen mensen een beetje doen 'dromen' als ze onze beelden zien.

> Meer over onze kernwaarden lees je in het **Merkenhandboek** van de stad.

- We kiezen graag voor **lokale beelden, uit onze eigen stad**. We hebben een mooie stad, waar we fier op zijn. Die tonen we graag. Vermijd zo veel mogelijk stockbeelden en artificiële studiobeelden.
- Hou er rekening mee dat je beelden in een verschillende opmaak moet kunnen gebruiken (bv. in een affiche en flyer en op een webpagina). Beelden moeten niet te 'vol' staan. **Voorzie voldoende ruimte voor een titel, logo, label ...**

Dit is dus geen eenvoudige taak. In de **Beeldbank** vind je vanaf het najaar van 2021 heel wat kwalitatieve, recente stadspromotionele beelden van verschillende thema's en locaties in onze stad, die je zonder privacy-problemen kan gebruiken.

Plan je een campagne of project, of kan je voor je werking goed beeldmateriaal gebruiken? Neem dan zeker contact op met dienst communicatie of stadspromotie. We verwijzen je door naar een goede **fotograaf** en helpen je om een briefing op te stellen.





# GEBRUIK HUISSTIJL

## Promotioneel

In de **sjabloonsoftware** vind je sjablonen voor een aantal veelgebruikte promotionele dragers (bv. affiche, flyer, beknopte brochure, uitnodiging ...). Je maakt er eenvoudig een eigen document in de huisstijl.

> Meer informatie over de sjabloonsoftware vind je in de handleiding sjabloonsoftware.

Standaard gebruiken we van alle dragers (bv. affiche, flyer, brochure ...) een **staande versie**. Enkel dragers die omwille van hun plaatsing liggend moeten zijn, krijgen een liggend ontwerp (bv. middenstraatvlag, schuifbord, e-mailbanner ...).

Hier vind je toepassingen van onze huisstijl op verschillende dragers.

## AFFICHE

- Met witte of blauwe titelmarkering, afhankelijk van de combinatie met de gebruikte afbeelding. De markering dient vooral om de leesbaarheid van de tekst te garanderen.
- Indien relevant kunnen de belangrijkste woorden uit de titel in geel gezet worden. Het geel valt meer op dan de blauwe rand, en heeft een duidelijker link met de huisstijl.
- Tekst wordt steeds links uitgelijnd.
- Logo en balk met kernthema staat steeds aflopend in de rechter benedenhoek.
- Het stadslogo beslaat in deze opmaak 10 % van de totale hoogte van de opmaak.



Affiche met witte titelmarkering.

- Indien de foto veel kleurverschil of achtergrondelementen bevat, kan je de extra tekst uitzonderlijk in een wit (geen andere kleuren!) kader zetten. De schuine rand alludeert naar het logo.



Affiche met wit tekstkader.

- Het label staat steeds op dezelfde plaats en in dezelfde grootte: in het midden aan de rechterkant.
- De grootte van het label mag niet groter zijn dan de hoogte van het vak waar het stadslogo in staat.



Affiche met label.

## Verhoudingen

- Afstand A is de helft van B.
- Hoogte C is 1/3 van hoogte D.
- Lettergrootte F is de helft van E.
- Lettergrootte G is de helft van F.
- F springt links in op dezelfde afstand als de tekst in E, niet de markering.



## Affiche voor stedelijke campagne met eigen huisstijl

- Een aantal stedelijke campagnes (bv. Stad van de Sint & Vredefeesten) zijn zo groot dat ze met een eigen huisstijl werken.
- Die huisstijl mag de hele opmaak innemen. Het logo en de balk met het kernthema komen steeds aflopend in de rechter benedenhoek.
- Zo laten we ruimte voor de eigen kenmerkende stijl van de campagne, en is het toch duidelijk dat deze campagne van stad Sint-Niklaas uitgaat.



Affiche met witte titelmarkering.

## Toepassingen van affiche



## FLYER

### Voorzijde

Opmaak zoals affiche.

### Achterzijde

Verschillende ontwerpen mogelijk:

- Tekst met afbeeldingen in asymmetrische afbeeldingskaders. Deze asymmetrische afbeeldingskaders zijn een uitvergroot deel van het grafische element van het logo.
- Tekst met afbeeldingen in rechthoekige afbeeldingskaders.
- Tekst met kleurvlak met daarin items in de kijker, bv. een kalender, programma, praktische tips ...
- Eventuele extra partner- of sponsorlogo's komen op de achterzijde, links uitgelijnd naast het stadslogo.



Voorzijde van flyer.



Verschillende ontwerpen voor achterzijde van flyer: assymetrische fotovlakken, rechthoekige fotovlakken en items in de kijker.

## BROCHURE

### Voorzijde

Opmaak zoals affiche.

### Binnenwerk

Verschillende ontwerpen voor het binnenwerk:

- Tekst met afbeeldingen in asymmetrische afbeeldingskaders. Deze asymmetrische afbeeldingskaders zijn een uitvergroot deel van het grafische element van het logo.
- Tekst met afbeeldingen in rechthoekige afbeeldingskaders.
- Tekst met kleurvlak met daarin items in de kijker, bv. een kalender, programma, praktische tips ...

### Achterzijde

Het logo van de stad staat ook op de achterzijde rechts onderaan. Eventuele extra partner- of sponsorlogo's komen op de achterzijde, links uitgelijnd naast het stadslogo.



Voorzijde brochure.



Achterzijde brochure.



Verschillende ontwerpen voor het binnenwerk van brochure: asymmetrische fotovlakken en programmaoverzicht.

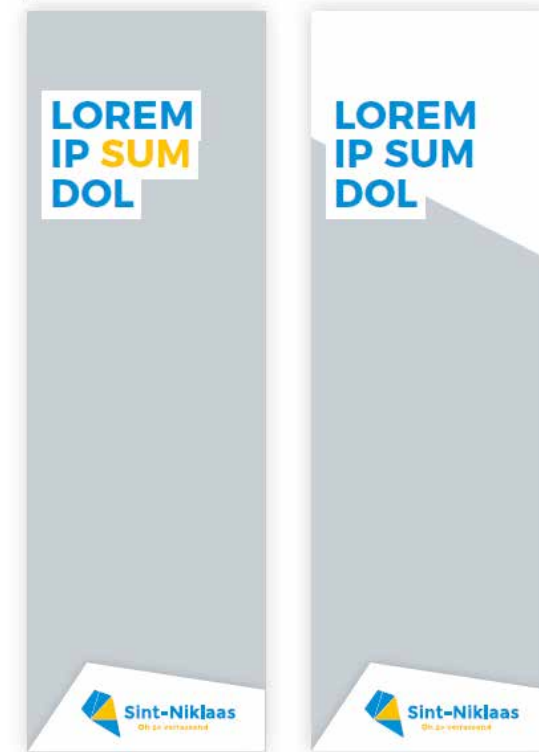
## MIDDENSTRAATVLAG

- Met witte of blauwe titelmarkering, afhankelijk van de combinatie met de gebruikte afbeelding. De markering dient vooral om de leesbaarheid van de tekst te garanderen.
- Indien relevant kunnen de belangrijkste woorden uit de titel in geel gezet worden. Het geel valt meer op dan de blauwe rand, en heeft een duidelijker link met de huisstijl.
- Tekst wordt steeds links uitgelijnd.
- Logo en balk met kernthema staat steeds aflopend in de rechter benedenhoek.
- Het label staat steeds op dezelfde plaats en in dezelfde grootte: in het midden aan de rechterkant.
- Als je iets meer tekst wil vermelden, of als de foto zich er niet toe leent, hoeft die niet de hele oppervlakte van de middenstraatvlag te vullen. De foto mag aan de linkerzijde schuin afgesneden worden naar wens. Dit houdt het dynamisch en verwijst naar de schuine hoeken van het logovlak. Het vrije vlak moet altijd wit zijn, om geen aandacht af te leiden van het beeld.



## BANIEREN

- De foto mag de hele oppervlakte van de banieren innemen. Eventueel kan je bovenaan een schuin aflopend vlak invoegen. Dit vlak moet altijd wit zijn.
- Op banieren gebruiken we altijd het algemeen logo met baseline 'oh zo verrassend' en zonder gele kernthema-balk.





## Online

### E-MAILBANNER

- Bij een kleine opmaak gelden er iets andere verhoudingen.
- In een e-mailbanner mag de tekst kleiner staan. Deze moet immers niet van op afstand leesbaar zijn, zoals bv. bij een middenstraatvlag.
- Het beeld kan de volledige e-mailbanner vullen of links schuin afgesneden worden met een wit vlak.
- Het logo van de stad gebruiken we zonder baseline in de e-mailbanner, omdat die op dit formaat niet meer leesbaar is. De kernthema-balk kan eventueel gebruikt worden, als dit past bij de inhoud.



## WEBSITE

Ook onze stedelijke websites ontwikkelen we in de huisstijl.

Op elke stedelijke website staat het logo dat meest van toepassing is in de linkerbovenhoek. Als dit niet het stadslogo is, dan staat het stadslogo links onderaan in de footer.

### Voorbeelden

[www.sint-niklaas.be](http://www.sint-niklaas.be) > linksboven logo stad zonder baseline

[www.ontdeksintniklaas.be](http://www.ontdeksintniklaas.be) > linksboven logo stad met baseline

[www.ondernemeninsintniklaas.be](http://www.ondernemeninsintniklaas.be) > linksboven logo stad met baseline

[www.museasintniklaas.be](http://www.museasintniklaas.be) > linksboven logo musea + logo stad met baseline linksonder in de footer

[podium.academiesintniklaas.be](http://podium.academiesintniklaas.be) > linksboven logo academie podium + logo stad met baseline linksonder in de footer

Het kleurenpalet voor elke website wordt bepaald bij de ontwikkeling van die website. We werken vaak met het blauw en geel uit de huisstijl, gecombineerd met een donkerdere tint blauw voor de leesbaarheid en een typische extra accentkleur.

Onze websites gebruiken ook het lettertype PT Sans voor bodytekst en Montserrat voor titels en koppen.



Startpagina van [www.sint-niklaas.be](http://www.sint-niklaas.be).

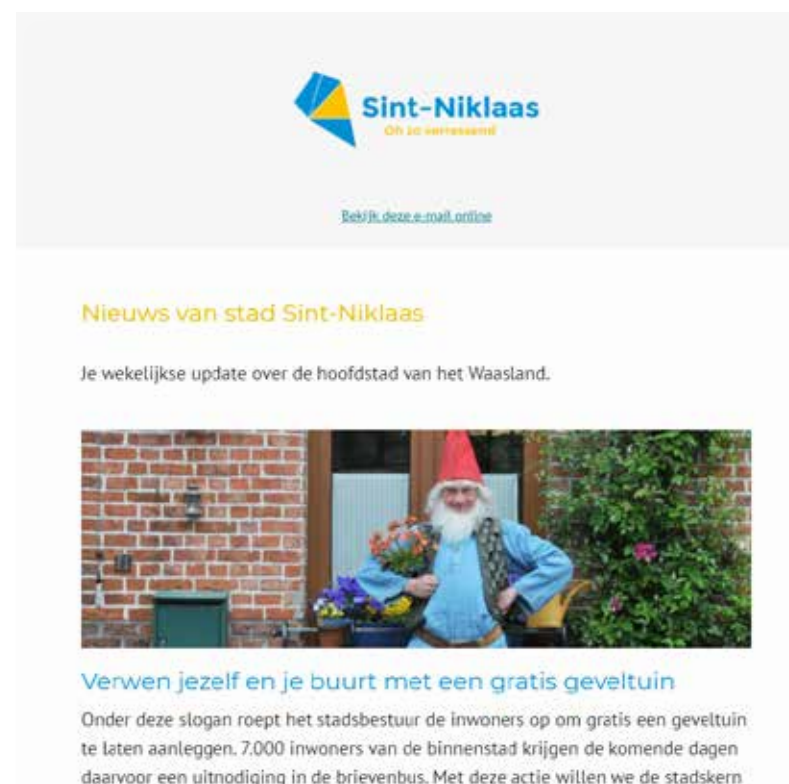
## DIGITALE NIEUWSBRIEF

We versturen onze digitale nieuwsbrieven via online marketingplatform **Mailchimp**. In Mailchimp zijn er vaste sjablonen voorzien in de huisstijl voor de verschillende nieuwsbrieven.

Voor meer informatie over digitale nieuwsbrieven in Mailchimp neem je contact op met de dienst communicatie.



Wekelijkse algemene nieuwsbrief van stad Sint-Niklaas.



Wekelijkse nieuwsbrief Ontdek Sint-Niklaas

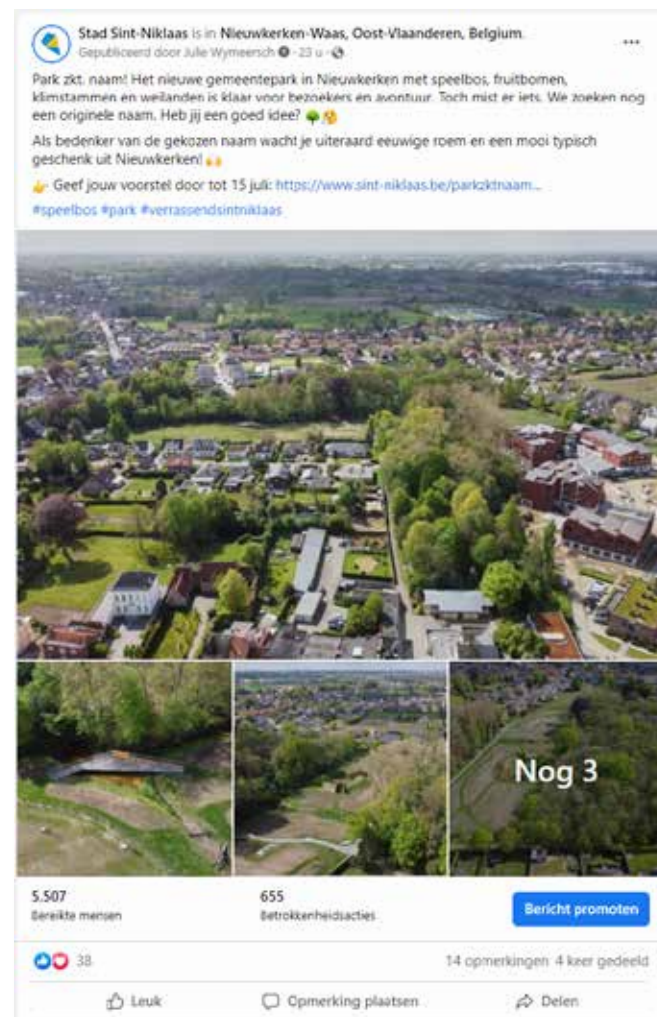
## SOCIALE MEDIA (FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, LINKEDIN)

In de afbeeldingen die we gebruiken bij onze posts op sociale media voegen we **geen huisstijlelementen** toe. We laten het beeld zelf spreken.

> Meer informatie vind je in de sociale media-policy.



Een post op de Instagrampagina van stad Sint-Niklaas.



Een post op de Facebookpagina van stad Sint-Niklaas.

## VIDEO

Elke video die gemaakt wordt in opdracht van stad Sint-Niklaas moet voldoen aan een aantal huisstijlrichtlijnen.

- Gebruikte tekst (bv. op pancartes, SVO's ...) staat in Montserrat.
- Elke video wordt ondertiteld in PT Sans, wit.
- Kleurelementen (bv. pancartes, grafische elementen zoals pijlen of lijnen) zijn blauw, geel of wit.
- Elke video heeft aan het einde een witte eindpancarte met daarop het logo van de stad.



Shot uit een video van stad Sint-Niklaas.



Eindpancarte van een video van stad Sint-Niklaas.

## Administratief

Op al onze administratieve communicatie (bv. brieven, akten, attesten, facturen, uittreksels ...) gebruiken we het **logo van de stad zonder baseline, in grijswaarden**.

We kiezen voor een logo in grijswaarden om twee redenen:

- Dit zijn documenten die vaak in grote oplage geprint of gedrukt worden. Printen in grijswaarden is voordeliger dan printen in kleur. Bovendien is de standaardinstelling van onze printers in grijswaarden.
- Dit zijn documenten die vaak gekopieerd worden. Een zwart-wit kopie van een logo in kleur geeft veel kwaliteitsverlies en leidt soms zelfs tot een onleesbaar logo.





## VRAGEN?

Neem contact op met **dienst communicatie**. Dat kan via e-mail naar [communicatie@sint-niklaas.be](mailto:communicatie@sint-niklaas.be) of telefonisch op 03 778 30 80. We geven jou advies over de toepassing van onze huisstijl.

## ONTWERPEN?

Je kan promotionele ontwerpen maken in onze stedelijke huisstijl via de **sjabloonsoftware**. Dankzij de goedkeuringsflow komen jouw ontwerpen bij dienst communicatie terecht. Wij kijken na of de huisstijl juist is toegepast.

**Externe vormgevers** sturen hun ontwerpen in onze huisstijl door via [communicatie@sint-niklaas.be](mailto:communicatie@sint-niklaas.be). Wij kijken na of de huisstijl juist is toegepast en geven indien nodig feedback.