

Brand Guideline

Een Brand Guideline (of merkstijlgids) is een uitgebreid handboek dat de visuele en verbale identiteit van een merk vastlegt, met regels voor het gebruik van logo's, kleuren, lettertypes, beeld, tone of voice en andere merkelementen, om zo consistentie te garanderen in alle communicatie.

AUTOLGAS.BE



Logo

Het logo is het belangrijkste herkenningselement van het merk. Om een consistente uitstraling te garanderen, is het belangrijk dat het logo op de juiste manier wordt toegepast.

Clear space: Laat altijd voldoende witruimte rond het logo. Deze ruimte voorkomt visuele ruis en zorgt dat het logo goed tot zijn recht komt. Gebruik bijvoorbeeld de hoogte van één element uit het logo (bijv. de letter X of een onderdeel van het beeldmerk) als minimale marge.

Minimale grootte: Gebruik het logo nooit kleiner dan de minimale grootte zodat leesbaarheid en herkenbaarheid behouden blijven. (Bijv. minimaal 20 mm breed in print, 80 px op scherm.)

Achtergronden: Plaats het logo bij voorkeur op rustige achtergronden. Vermijd drukke patronen of kleuren die onvoldoende contrast bieden.

Varianten: Gebruik alleen de officiële logovarianten: volledige kleur, zwart, wit of monochroom. Gebruik geen zelfgemaakte varianten.



Logo

Het logo is het belangrijkste herkenningselement van het merk. Om een consistente uitstraling te garanderen, is het belangrijk dat het logo op de juiste manier wordt toegepast.

afgeleide logo's



AUTOGLAS.BE
TRUCK CENTER



AUTOGLAS.BE
INBOUW CENTER



AUTOGLAS.BE
PARTS CENTER



AUTOGLAS.BE
CAMPER CENTER

Kleur

Het kleurenpalet zorgt voor een consistente visuele identiteit en ondersteunt het karakter van het merk.

Primaire kleuren

De hoofdkleuren die het merk representeren. Gebruik deze het vaakst in communicatie-uitingen, zoals headers, knoppen, iconen en achtergrondvlakken.

Secundaire kleur

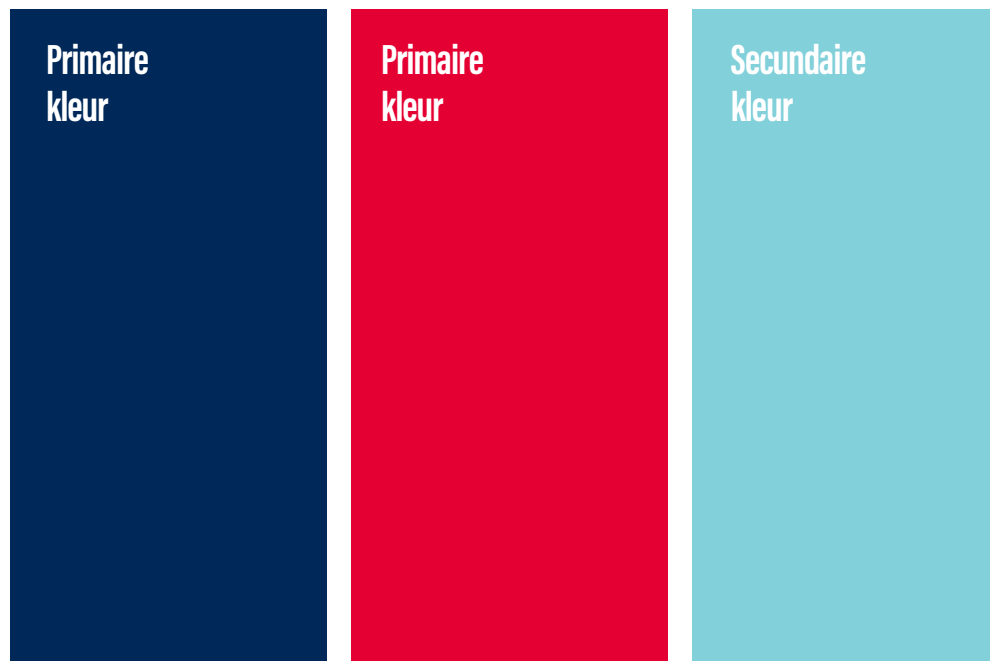
Deze kleur ondersteunt de primaire kleuren. Ze kan gebruikt voor accenten, infographics, illustraties of achtergronden, maar moeten nooit de primaire kleuren overschaduwen.

Toepassingsrichtlijnen:

Gebruik kleuren in de juiste verhoudingen (70% primair, 30% secundair).

Bewaak voldoende contrast voor leesbaarheid, vooral bij tekst op gekleurde vlakken.

Gebruik altijd de juiste kleurcodes: CMYK voor print, RGB en HEX voor digitale toepassingen.



CMYK
100/86/40/32

RGB
0/40/88

HEX
#002858

CMYK
0/100/76/0

RGB
228/0/50

HEX
#e40032

CMYK
51/0/17/0

RGB
129/208/218

HEX
#81d0da

Typografie

Typografie draagt bij aan de persoonlijkheid van het merk. Daarom is correct gebruik essentieel.

Do's

Gebruik de officiële lettertypes zoals opgenomen in de huisstijl, zowel voor titels als bodytekst.

Hanteer consistente typografische hiërarchie: vaste medewerkers voor koppen, subtitels en paragrafen.

Zorg voor voldoende witruimte rondom tekst voor optimale leesbaarheid.

Let op interlinie en letterspatiëring om de tekst visueel in balans te houden.

Don'ts

Gebruik nooit andere fonts dan de officiële huisstijlfonts.

Vermijd hoofdletters voor hele tekstblokken, dit vermindert leesbaarheid.

Geen schaduwen, outlines of andere effecten toevoegen die niet binnen de stijl passen.

Speel niet met vervorming: rek het lettertype nooit uit of pas geen onregelmatige spacing toe.

Acumin Variable Concept

INTER TIGHT BOLD 11PT VOOR SUBTITEL

Inter Tight Bold 8,6pt voor vetter bodytekst.

Inter Tight Light 8,6pt voor bodytekst.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi.