

Groene Kring



voor jonge land- en tuinbouwers

HUISSTIJLHANDBOEK

INHOUD

INLEIDING	P 4	3. TYPOGRAFIE	P 18
HUISSTIJL	P 5	▪ TYPOGRAFIE	P 19
1. LOGO	P 6	4. ICONEN	P 20
▪ BASISLOGO	P 7	▪ ICONEN	P 21
▪ LOGOFORMATEN	P 8	▪ OPLEIDING	P 22
▪ LOGOVARIATIES TOEPASSINGEN	P 9	▪ ICONEN	P 23
▪ LOGOVARIATIES KLEUR	P 10	▪ BELANGEN	P 24
▪ FOUT GEBRUIK LOGO	P 11		
▪ GRÜNER KREIS	P 12		
▪ GEWESTEN	P 13		
▪ PROVINCIES	P 14		
2. KLEURGEBRUIK	P 15		
▪ HUISSTIJLKLEUREN	P 16		
▪ CMYK VERSUS RGB	P 17		

**SAMEN VOOR HETZELFDE GAAN
VERGROOT DE KANS OP SUCCES**

Groene Kring



voor jonge land- en tuinbouwers

Voor u ligt het huisstijlhandboek van **Groene Kring**. Een dergelijk handboek bevat vormelijke richtlijnen als houvast voor de ontwikkeling van communicatiemiddelen. Voor de interne communicatie zijn de richtlijnen specifiek vastgelegd. Voor afgeleiden van de externe communicatie is een huisstijl-handboek in de praktijk nooit volledig genoeg. Afhankelijk van de omstandigheden moeten er afgeleiden ontwikkeld worden, die qua vorm of formaat bijzonder zijn. Met de uitgangspunten die in dit boek worden geformuleerd, kunt u zeker al een flink eind verder.

De huisstijl bestaat uit een logo en een vastlegging van vorm- en stijlkenmerken (lettertype en kleurgebruik). Dat geldt zowel voor de correspondentiemiddelen (zoals briefpapier, enveloppen, visitekaartjes,...) als voor wervende uitingen (advertenties, ...).

Het is heel belangrijk dat u de richtlijnen in dit huisstijlhandboek nauwgezet volgt. Een organisatie kan haar imago laten bepalen door toevalligheden (gesprekken op straat, berichten in de media,...) of zelf invloed uitoefenen door een correct gebruik van communicatie. Op deze manier wordt het gezicht van **Groene Kring** altijd op een eenduidige, voor iedereen herkenbare manier getoond.

Een degelijk uitgewerkte huisstijl dient om eenheid te verzekeren in de profilering van een organisatie. Het consequent en uniform doorvoeren van de huisstijl in interne en externe communicatie versterkt de herkenbaarheid.



HUISSTIJL

Een goede huisstijl bestaat uit verschillende elementen. We beginnen met het logo **1**. Het logo draagt het imago van Groene Kring uit en moet het beeld van herkenning worden. Om het logo te ondersteunen in alle mogelijke vormen doen we een beroep op **2** de secundaire huisstijlelementen. Ze zijn ondergeschikt aan het logo maar bieden toch ondersteuning. Zo dragen ze de zorgvuldig uitgekozen kleuren uit die voor het frisse van de tuinbouw en het doorleefde van de landbouw staan. Samen vormen het logo en de secundaire elementen de basis van de huisstijl van Groene Kring. Ze dienen altijd samengebracht te worden.

De horizontale groene lijn en het bruine accent worden best - indien mogelijk - bovenaan geplaatst. Op die manier winnen we aan herkenbaarheid. In uitzonderlijke gevallen - zoals later wordt weergegeven - kan het ook op de zijkant.

1. LOGO



LOGO

© Het logo is auteursrechtelijk beschermd en wordt gebruikt in alle uitingen van Groene Kring. Het groene blad symboliseert de jonge frisheid van de tuinbouwer. De twee dynamische aardkleurige lijnen verwijzen naar de jonge landbouwers. Door het creatieve samenspel tussen de verschillende elementen ontstaat een tijdloos logo dat de kracht van Groene Kring extra in de verf zet.

Het officiële logo van Groene Kring bestaat uit drie elementen:

- 1 **naamlogo:** Groene Kring
- 2 **beeldlogo:** de onderzijde verwijst naar landbouw en de bovenzijde met iconische blaadjes naar tuinbouw.
- 3 **onderschrift:** voor jonge land- en tuinbouwers

Het is belangrijk dat deze drie elementen altijd op dezelfde manier samen gebruikt worden, tenzij anders wordt aangegeven.



GEBRUIK LOGO

Om de waardigheid en integriteit van het logo te garanderen, is het aangewezen de nodige witruimte rondom te respecteren. Hierboven wordt geïllustreerd hoe groot die witruimte moet zijn. Voorzie telkens minimum 10 mm witruimte rondom het logo.



voor jonge land- en tuinbouwers



voor jonge land- en tuinbouwers



voor jonge land- en tuinbouwers



vanaf 20 mm gebruiken we
geen onderschrift meer

GEBRUIK LOGO (FORMAAT)

Het logo van Groene Kring kan in verschillende maten gebruikt worden. Het is echter belangrijk de volgende regel in acht te houden: wanneer het formaat van het totale logo kleiner wordt dan 20 mm valt het onderschrift (zie 3 p. X) weg! Dit om te voorkomen dat het niet meer leesbaar is bij het afdrukken en dus ook geen functie meer heeft.



HET OFFICIËLE BASISLOGO VAN GROENE KRING

Dit logo dient altijd als basislogo gebruikt te worden. Indien dit door omstandigheden niet mogelijk is, maken we een keuze uit de logo's, die hiernaast staan weergegeven.

HET OFFICIËLE BASISLOGO VAN GROENE KRING ZONDER ONDERSCHRIFT

Zoals op p. X aangegeven, gebruiken we dit logo wanneer het formaat het eerste logo met onderschrift niet toelaat.

HET OFFICIËLE BASISLOGO VAN GROENE KRING MET EXTRA VERMELDING VAN DE WEBSITE

Als extra voorzien we ook een logo met vermelding van de website. Dit logo kan men gebruiken wanneer het uitzonderlijk nodig is om de website extra in de verf te zetten. Het is niet de bedoeling dat dit logo het basislogo gaat vervangen.

HET BEELDLOGO MET ONDERSCHRIFT GK

Voor intern gebruik kan het wel eens voorkomen dat er te weinig plaats is om het basislogo te gebruiken. Het beeldlogo met onderschrift GK is dan een bruikbaar alternatief.

1 KLEUR

2 GRIJSWAARDEN

3 ZWART/WIT

4 NEGATIEF



ALGEMENE INFORMATIE

Er zijn een aantal varianten beschikbaar van het basislogo volgens hun kleurwaarden. Hier beneden kom je meer te weten over hun mogelijke toepassingen:

1 KLEUR

Het basislogo bestaat uit twee kleuren zoals later in het hoofdstuk kleurgebruik (p.X) wordt uitgelegd. Indien mogelijk altijd dit logo gebruiken

2 GRIJSWAARDEN

Als variant op het logo in kleur bestaat er een versie in grijswaarden. Indien er zich een toepassing voordoet waarin het gebruik van kleur niet mogelijk is, schakelen we over op dit logo.

3 ZWART/WIT

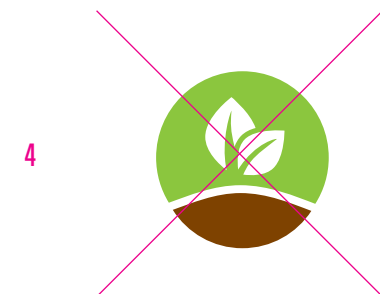
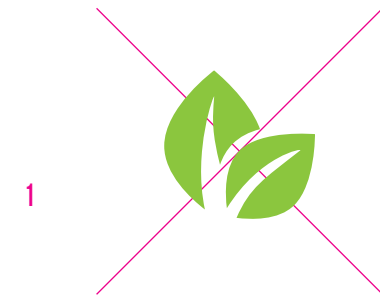
In tegenstelling tot het logo in grijswaarden is het zwart/wit-logo enkel opgebouwd uit 100% zwart en 100% wit. Ook dit logo kan gebruikt worden wanneer kleurgebruik niet mogelijk is.

4 NEGATIEF

Voor het negatieve logo geldt dezelfde uitleg als hierboven maar dan omgekeerd. Het voornamelijk 'witte' logo kan bijvoorbeeld ook gebruikt worden voor het drukken van t-shirts met donkere achtergrond of andere toepassingen.

WAT MAG EN WAT NIET?

Creativiteit kent geen grenzen, maar als we het logo toepassen in onze communicatie, gelden er toch een aantal spelregels. Zo kan je duidelijk zien op **figuur nr. 1** dat het blad nooit als afzonderlijk beeldelement mag gebruikt worden. Ook het naamlogo Groene Kring **figuur nr. 2** mag nooit afzonderlijk gebruikt worden zonder het beeldlogo (voor meer uitleg zie p. X). Op **figuur nr. 3** zien we duidelijk dat het beeldlogo en naamlogo altijd in dezelfde verhouding moeten staan, zoals hiernaast aangeven. Eigen varianten mogen absoluut niet. Op **figuur nr. 4** zien we het beeldlogo als afzonderlijk element. Dit mag niet tenzij er het onderschrift GK bijstaat (zie logovariaties toepassingen p.X)





für Junglandwirte und Jungzüchter

GRÜNER KREIS

Grüner Kreis heeft ook een basislogo. Uiteraard gelden voor dit logo ook alle voorafgaande basisregels met betrekking tot de toepassingen.



GEWESTEN

Om te waken over de gelijkheid en rechtlijnigheid van de huisstijl, is er voor ieder gewest een logo ontwikkeld. Via een basispakket dat hun wordt aangeboden kan men een keuze maken uit verschillende bestanden. Met dit pakket hebben ze een basis-toolkit waarmee ze een heel eind verder geraken.



PROVINCIES

Net zoals de gewesten krijgen de provincies ook hun eigen logo om de nieuwe lijn van de huisstijl door te trekken. Het is dus ook aangewezen om deze logo's te gebruiken indien nodig en niet zelf aan de slag te gaan met mogelijke varianten.

2. KLEURGEBRUIK



PANTONE 376 c

C 50	R 162
M 0	G 189
Y 100	B 45
K 0	



PANTONE 168 c

C 0	R 116
M 57	G 75
Y 100	B 24
K 59	

HUISSTIJLKEUREN

Groen en bruin zijn de hoofdkleuren van de nieuwe huisstijl van Groene Kring. Ze symboliseren de twee belangrijkste doelgroepen, namelijk de tuin- en landbouw. Het groen krijgt in de huisstijl van Groene Kring de bovenhand, het bruin dient eerder als accent toegepast te worden.

De geijkte kleurwaarden zijn de pantonekleur **376c** en de pantonekleur **168c**. Deze kleurwaarden kan je bij het uitvoeren van drukwerk altijd best meegeven. Indien het gebruik van pantonekleuren niet mogelijk is kan je verwijzen naar de CMYK waarden van de desbetreffende kleuren, zoals ze hiernaast vermeld staan. Indien er materialen ontwikkeld moeten worden voor de digitale wereld (van beeldschermen, tablets tot pc) geef je best de RGB waarden van de kleuren. Zij zorgen voor een correcte weergave van de basiskleuren.

Voor meer informatie omtrent RGB en CMYK kan u op de volgende pagina terecht.

CMYK KLEUREN

CMYK staat voor Cyaan (blauw), Magenta (roze/paars), Yellow (geel). De K staat voor 'Key' (sleutel) en is het zwart in de CMYK kleurmodus. Het is het meest gebruikte kleurenmodel in de **drukwereld**.

CMY hebben in tegenstelling tot RGB (Rood, Groen en Blauw) de eigenschap om een erg donkerbruin/grijs te vormen wanneer hun waarden volledig op 100% worden ingesteld. Er kan met deze kleuren alleen nooit een echt zwart verkregen worden. Daarom werd een apart kanaal toegevoegd, namelijk het K-kanaal: het is de 'key' of 'sleutel' tot het creëren van het echte zwart dat vaak nodig is bij het drukken van zwarte tekst of van de donkerste schaduwpartijen in afbeeldingen. Men koos ook de letter K en niet de letter B (van Black) om verwarring te vermijden met het Blue uit het RGB-kleurmodel.

Wanneer CMY wordt gedrukt op wit papier, dan nemen zij het licht weg dat wordt weerkaatst op het papier! Het menselijk oog neemt vervolgens enkel nog zwart waar. Vandaar dat CMY 'subtractieve kleuren' worden genoemd.



RGB KLEUREN

RGB staat voor Rood, Groen en Blauw. Het is de meest gebruikte kleurmodus en wordt voornamelijk gebruikt om kleuren weer te geven op **beeldschermen** (TV, monitoren, LCD displays en projectoren, ...)

Rood, Groen en Blauw zijn 'additieve kleuren'. Wanneer je deze 3 kleuren samenvoegt dan krijg je wit licht. Zij bouwen dus licht op!

Op onderstaande afbeelding wordt de additieve werking van RGB voorgesteld.



3. TYPOGRAFIE

TYPOGRAFIE

Voor de huisstijl is gekozen voor het lettertype Berthold Akzidenz Grotesk. Gebruik bij voorkeur de families zoals ze hiernaast worden weergegeven.

TYPOGRAFIE ALTERNATIEF CALIBRI

Indien het lettertype door omstandigheden niet beschikbaar is kiezen we voor het vaak voorkomende en op meerdere platformen beschikbare lettertype Calibri. Enkele toepassingen zijn de powerpoint template en de nieuwsbrief.

BERTHOLD AKZIDENZ GROTESK LIGHT • BROODTEKST

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

BERTHOLD AKZIDENZ GROTESK REGULAR • BROODTEKST

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

BERTHOLD AKZIDENZ GROTESK BOLD • TUSSENTITELS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

BERTHOLD AKZIDENZ GROTESK MEDIUM CONDENSED • KOPPEN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

4. ICONEN



beweging



opleiding



belangen

ICONEN

De activiteiten van Groene Kring berusten op 3 verschillende pijlers: beweging, opleiding en belangen. Indien er rond deze thema's gewerkt wordt mogen de iconen ingezet worden in de communicatie. Op de volgende pagina's volgt meer uitleg geven over de verschillende pijlers.



beweging

ploegwedstrijden • gymkana's • fuiven • eetfestijnen
trekkertrek • daguitstappen • moddervoetbal

Groene Kring is een beweging voor jongeren uit de land- en tuinbouwsector. De plaatselijke gewesten brengen jonge land- en tuinbouwers samen en organiseren tal van activiteiten zoals studievergaderingen, bedrijfsbezoeken en grotere evenementen zoals een gymkana, ploegwedstrijden of een meerdaagse reis. Ook op provinciaal niveau ontmoeten jonge land- en tuinbouwers elkaar. De provinciale kern is het bestuur dat beslist over de jaarlijkse activiteiten die in de provincie georganiseerd worden. Daarnaast neemt ze syndicale standpunten in die van belang zijn voor jonge land- en tuinbouwers.



opleiding

studievergaderingen • starterscursus • generatieoverdracht
rijbewijs G • praktijkvorming • bedrijfsbezoeken

Groene Kring hecht belang aan de opleiding die jonge land- en tuinbouwers nodig hebben om een bedrijf rendabel en toekomstgericht uit te bouwen. Op provinciaal en gewestelijk niveau worden elk jaar studievergaderingen georganiseerd, zodat jonge land- en tuinbouwers dicht bij huis kennis verwerven. Verder zijn er nationale vormingsinitiatieven waarop Groene Kringers uitgenodigd worden om bij te leren over actuele thema's. Zo belichten we de aspecten van overname in de lessenreeks Generatieoverdracht.

Jonge land- en tuinbouwers die een opleiding voor het rijbewijs G nodig hebben of een starterscursus willen volgen, kunnen daarvoor bij Groene Kring terecht.



belangen

**ludieke acties • boerderij in de stad • werkgroepen
tractorrondritten • opendeurdagen • minister op bezoek**

Groene Kring verdedigt de belangen van jonge land- en tuinbouwers. Dat gebeurt enerzijds via een sterke vertegenwoordiging in de structuren van Boerenbond en anderzijds via acties en eigen initiatieven zoals een bezoek aan een minister. Door haar aanwezigheid op de congressen van CEJA, de overkoepelende beweging voor jongeland- en tuinbouwers, brengt Groene Kring de standpunten van Vlaamse jongeren op Europees niveau.

Groene Kring werkt ook aan een positieve en correcte beeldvorming van de hele land- en tuinbouwsector. Zo organiseren de lokale gewesten tractorrondritten en opendeurdagen en vindt er jaarlijks een editie van 'Boerderij in de stad' plaats.

**VEEL PLEZIER MET HET GEBRUIKEN
VAN DE HUISSTIJL**