

HUIS STIJL GIDS



VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL



INTRODUCTIE

Wat u nu in handen heeft is het werk van een proces dat begon met de introductie van het logo in Juni 2016. Een nieuwe huisstijl ontwikkelt zich gaandeweg. Maar al deze elementen vormen er alvast de basis van.

Het is niet toegestaan om elementen uit deze huisstijlgids te gebruiken zonder afstemming met de MarComdienst van de VUB.

Enkele mijlpalen dienen in acht genomen:

Introductie van koepelmerkhuistijl vanaf 15 augustus 2016. Uitrol van uitgebreid merk, co-merk en submerken nadat de universiteitsraad de definitieve VUB atlas heeft vastgelegd. Als uiterste deadline hiervoor is september 2018 vastgelegd.



INTRODUCTIE

Beste VUB'er,

Deze huisstijlgids wil jou wegwijs maken in de nieuwe VUB-huisstijl. Het is een uitdagend project waarmee we samen de waarden, belangen en verwezenlijkingen van onze instelling kunnen en zullen uitdragen.

De VUB is een groeiuniversiteit in een veranderende wereld. De identiteit, historische roots en de positionering van de VUB raakte daardoor echter wat op de achtergrond. De noodzaak om in een breed opgezet participatief traject na te gaan wat onze kernidentiteit, ons waarden- en gedragspalet is en hoe de VUB zich in de toekomst kan profileren drong zich op.

Alles werd afgetoetst bij een brede groep van studenten, professoren, onderzoekers, medewerkers, alumni en vrienden van de VUB. De resultaten werden gepresenteerd op het WeAreVUB congres van 24 mei 2016. Op basis van alle elementen werden een aantal besluiten genomen die door de Universiteitsraad op 30 juni 2016 werden gevalideerd. De boodschap over het waarom van onze universiteit, haar geschiedenis, haar levenshouding en visie heeft alle ingrediënten in zich om een substantieel grotere bekendheid te verwerven in binnen- en buitenland. Uit alles blijkt dat de VUB een toekomstgericht project is, dat een antwoord biedt op vele uitdagingen van vandaag. En omdat de VUB een vrije en humane wereld voorstaat, moeten er gewoon meer mensen mee in contact kunnen komen.

We willen bereiken dat iedereen die bij de VUB betrokken is of was, openlijk en duidelijk trots is op die universiteit. Trots op de manier waarop die telkens weer het voortouw neemt, de voortrekkersrol vervult op weg naar een samenleving op maat van de mens,

LAAT ONS SAMEN EEN BREDERE EN BETERE UITSTRALING VAN DE VUB MOGELIJK MAKEN

het verschil maakt tussen een universiteit en een diplomaleverancier. Daarom moet de VUB die unieke rol veel meer gaan uitstralen en accentueren. Naar de wereld toe, naar de samenleving toe, naar de media toe, naar de toekomstige studenten en hun ouders toe.

Dat kan niet zonder rigoureuze en consequente toepassing van de ontwikkelde huisstijl en merkenstrategie. Ons Marketing, Communicatie & Evenementen team zal deze operatie in goede banen leiden volgens de in de roadmap opgenomen uitrolfasen.

Ik reken op jullie allemaal om samen een bredere en betere uitstraling van onze VUB mogelijk te maken.

Jan Danckaert
Rector





VUB HUISSTIJL GIDS

**VUB
DAT
ZIJN
WIJ**

Wat kunnen mensen van ons verwachten?

Al meer dan 180 jaar ontwikkelen we als de VUB oplossingen voor de uitdagingen van morgen. We laten ons hiervoor leiden door onze vrijzinnig-humanistische principes van vrijheid, gelijkheid en solidariteit. Onze werking is verankerd in Brussel als Urban Engaged University en in Europa als lid van het Europees universiteitsnetwerk EUTOPIA.

We hebben excellent wetenschappelijk onderzoek, kwaliteitsvol onderwijs en een sterke maatschappelijke drive.

Tegelijk blijven we inzetten op een heel persoonlijke en democratische benadering die

alle leden van de VUB-community sterker maakt, zodat ze succesvol hun rol kunnen opnemen in de wereld van vandaag en morgen.

Deze merkbelofte is ons fundament



WAAROM
WE UNIEK ZIJN



WAT
WE DOEN



HOE
WE HET DOEN



VOOR WIE
WE HET DOEN

HET VUB LOGO & ZEGEL

HET VUB LOGO

Het **merkbeeld** "VUB" wordt in principe altijd samen gebruikt met het **woordbeeld** "VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL", en ook steeds in zijn logokleuren: "**oranje blanje bleu**".

Dat kan ofwel:

- VUB-LOGO: vrijstaand in een horizontale witte band bovenaan of onderaan, links gelijnd of rechts gelijnd op een afstand respectievelijk van de linker- of rechterrاند gelijk aan de breedte van het merkbeeld



*Denkbeeldige witruimte wordt gevisualiseerd door het blauwe vlak

HET VUB LOGO & ZEGEL

HET VUB LOGO VERTICAAL

Dat kan ofwel:

- Vrijstaand in een verticale witte band links of rechts, gelijnd op een afstand van de boven- of onderrand gelijk aan de breedte van het merkebeeld

Alle andere gevallen van gebruik zullen bepaald worden in overleg met MarCom, de communicatiedienst van de VUB.



VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL



*Denkbeeldige witruimte wordt gevisualiseerd door het blauwe vlak

HET VUB LOGO & ZEGEL

HET VUB LOGO + TAGLINE

Voor drukwerk zoals posters, advertenties en tijdschriften wordt de VUB-voettekst gebruikt voor branding.

De voettekst is een witte band met aan de linkerkant het VUB-logo en aan de rechterkant de basislijn met de VUB-driehoek. De afstand tussen het VUB-logo en de basislijn is niet vast en zal afhangen van de breedte van het gedrukte materiaal.



THE WORLD NEEDS YOU



DE WERELD HEEFT JE NODIG



THE WORLD NEEDS YOU



THE WORLD NEEDS YOU



THE WORLD NEEDS YOU



HET VUB LOGO & ZEGEL

HET SPONSOR LOGO

Dat kan ofwel:

- VUB-LOGO helemaal vrijstaand in een vlak

Deze versie wordt enkel gebruikt bij sponsoring of partnership

Alle andere gevallen van gebruik zullen bepaald worden in overleg met MarCom, de communicatiedienst van de VUB.



*Denkbeeldige witruimte wordt gevisualiseerd door het blauwe vlak

DO'S & DONT'S

In principe staat het logo altijd op witte achtergrond, bij voorkeur in een vrijstaande witte band.

Indien dit in de praktijk onmogelijk zou blijken. Plaatsen we het logo op de foto of beeld volgens het principe van de denkbeeldige witruimte zoals beschreven op pagina 12 "Logo en woordbeeld".

WAT NIET MAG:

1. De kleuren van het logo aanpassen
2. De tekst veranderen
3. De verhoudingen van de logo-elementen wijzigen
4. De logo-elementen van plaats veranderen
5. Het logo vervormen
6. Een extra kader toevoegen aan het logo, in welke kleur ook
7. Een andere hiërarchie gebruiken in combinatie met het wapenschild dan voorgeschreven
8. De leesbaarheid van het logo belemmeren door de plaatsing
9. Het logo op een foto of beeld plaatsen



LOGO MONOCHROOM

Het logo wordt altijd in oranje en blauwe kleur getoond. Het kan hoogst uitzonderlijk in monochroom worden gebruikt in gevallen waar slechts één kleurgang of –uitvoering mogelijk is, en dat liefst in een voldoende, stevige kleurstelling (zwart, blauw,...).

De monochrome versie kan ook in “negatief” geplaatst worden op de wijze zoals hieronder getoond.



HET ZEGEL

ORANJE BLANJE BLEU

Het zegel is een kwaliteitslabel en wordt **steeds gebruikt in combinatie met het logo voor officiële documenten op basis van een limitatieve lijst.**

Welke die zijn en welke uitzonderingen mogelijk zijn kan u opvragen bij de dienst MarCom. Het zegel mag enkel in de 3 originele kleuren worden gebruikt tegen een witte achtergrond tenzij in driedimensionale vormen (vb: pin).



*Denkbeeldige witruimte wordt gevisualiseerd door het blauwe vlak

VUB- HUISSTIJLKLEUREN

Primaire kleuren

Het logo wordt altijd in oranje en blauwe kleur afgebeeld. Dat zijn ook de basiskleuren van de huisstijl.

Daarnaast gebruikt de VUB-huisstijl ook wit en zwart.



PANTONE 021

C 0 - M 78 - Y 100 - K 0
R 255 - G 102 - B 0
HEX #FF6600
RAL 2008



PANTONE 286

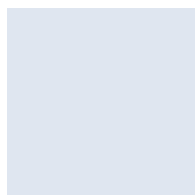
C 100 - M 80 - Y 16 - K 3
R 0 - G 51 - B 153
HEX #003399
RAL 5002



PANTONE 6

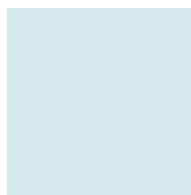
C 0 - M 0 - Y 0 - K 100
R 0 - G 0 - B 0
HEX #000000
RAL 9005

Secundaire kleuren



Gray blue

C 15 - M 7 - Y 4 - K 0
R 223 - G 230 - B 240
HEX #E8EBF1



Aqua blue

C 20 - M 1 - Y 10 - K 0
R 213 - G 234 - B 234
HEX #E8F2F2



Gray

C 42 - M 33 - Y 33 - K 12
R 151 - G 151 - B 151
HEX #979797



Yellow

C 5 - M 21 - Y 95 - K 0
R 245 - G 200 - B 0
HEX #F5C800



Dark blue*

HEX #223F7A

*alleen voor internetgebruik



Orange*

HEX #E36539

*alleen voor internetgebruik



VUB TYPOGRAFIE

ITC Avant Garde Gothic

Is een familie van lettertypes die gebaseerd is op het logo van het Amerikaans tijdschrift Avant Garde. Het concept is door Herb Lubalin, een Amerikaans designer, bedacht en verder afgeleid naar een volledige letterfamilie.

Het is intussen een design-klassieker die ook vandaag nog een moderne "Avant Garde-look and feel" uitstraalt. Passend ook bij de "minimal" uitstraling van het VUB-logo en geschikt voor de diverse publicaties van de Vrije Universiteit Brussel.

De klare lijn en contrast tussen "brede" en "smalle" letters maakt hem bij voorkeur geschikt voor slogans, titels, subtitels, korte teksten en quotes.

We gebruiken hem eerder zelden voor lopende tekst.

ITC Avant Garde Extra Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Extra Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Book
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Book
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Demi
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Demi
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Medium Condensed
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Demi
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ITC Avant Garde Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto

Is een lettertype met een duale natuur: het is makkelijk in gebruik voor zowel analoge als online omgeving.

Het harmoniseert ook vlot met de Avant Garde, maar dat vooral als bodytekst, lopende tekst in publicaties, folders, magazines e.a.

Het heeft een zeer natuurlijk vormritme en laat daardoor ook een zeer natuurlijke leeswijze toe, die eerder te vinden is bij schreefletters. Wij gebruiken het vooral dus voor lopende tekst zoals hoger beschreven.

NOTA:
Roboto is een zeer frequent en rechtenvrij lettertype dat bij de meeste providers voorhanden en bij veel gebruikers aanwezig is. Onder die voorwaarde geniet hij ook onze voorkeur (zie als alternatief Verdana op volgende pagina)

Vooraf bij interne communicatie is dat gebruik meestal probleemloos. Vermits er echter kans is dat het lettertype niet overal ter beschikking is gebruiken we Roboto enkel wanneer er zekerheid is over de overeenkomstigheid bij de ontvanger van het onlinebestand.

Roboto Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Thin Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Roboto Black Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Verdana

Verdana is in tegenstelling tot vorige lettertypes alomtegenwoordig in online communicatie. Het lettertype is ontwikkeld in de schoot van Microsoft in functie van de leesbaarheid in kleine formaten van de lage-resolutieschermen uit de beginperiode.

Het is een eerder “breed” schreefloos lettertype dat door deze aard iets minder drukgeoriënteerd is.

Het zal dus bij voorkeur gebruikt worden in lopende tekst in in digitale print toepassingen.

Zie in dat verband ook de nota over het lettertype Roboto op p.18.

Verdana Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Verdana Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Verdana Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Verdana Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 1

ITC AVANT GARDE BOLD
HOOFDLETTERS

Gebruik: interne en externe campagnes,
publieksprogrammas, drukwerk, digitaal

Toegestane uitlijning: links, rechts

Kleuren: blauw, wit, zwart



IK
DENK
DUS
IK
BEN
VUB



IK
DENK
DUS
IK
BEN
VUB

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 1 VOORBEELDEN



TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 2

ITC AVANT GARDE BOOK
HOOFDLETTERS IN HIGHLIGHTS

Gebruik: interne en externe campagnes,
drukwerk, digitaal

Toegestane uitlijning: links, rechts

Tekst kleuren: wit (op een gekleurd highlight),
blauw, zwart (op een witte highlight)

Highlight kleuren: blauw, oranje, zwart, wit

Opmerkingen: Deze typografiestijl kan op
zichzelf worden gebruikt of in combinatie
met stijl 1 als ondertitel of voor aanvullende
informatie. Wanneer u tekst in highlights
gebruikt, beperk dan het aantal regels tot
maximaal 4.

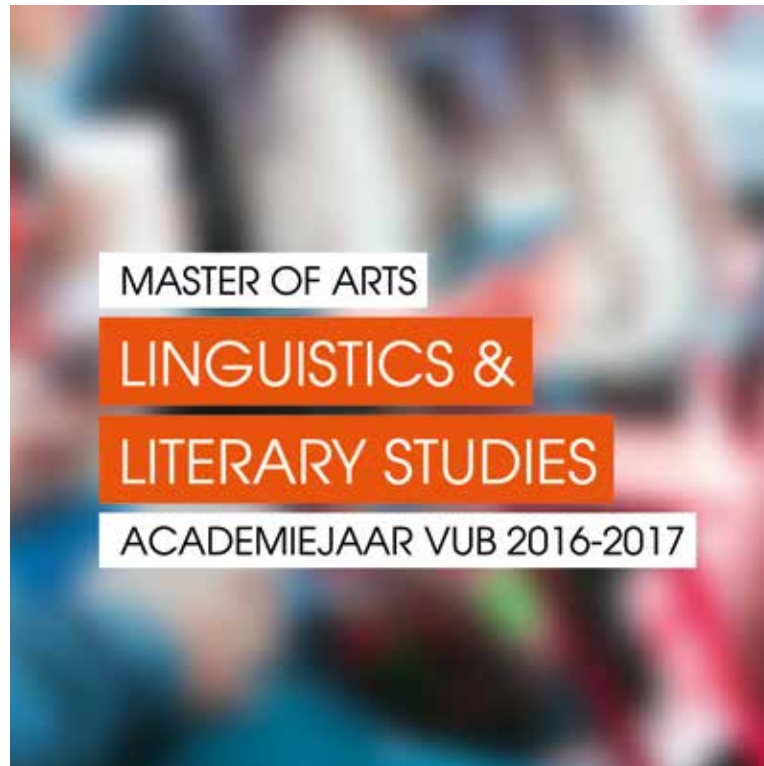


X is de helft van de hoogte van de tekst

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 2 VOORBEEDEN



TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 3

ITC AVANT GARDE BOLD
HOOFDLETTERS IN HIGHLIGHTS

Gebruik: digitaal

Toegestane uitlijning: links, rechts

Tekst kleuren: wit (op een gekleurd highlight),
blauw, zwart (op een witte highlight)

Highlight kleuren: blauw, oranje, zwart, wit

Opmerkingen: Deze typografiestijl kan op zichzelf worden gebruikt of in combinatie met stijl 1 als ondertitel of voor aanvullende informatie of om woorden te markeren. Wanneer u tekst in highlights gebruikt, beperk dan het aantal regels tot maximaal 3.



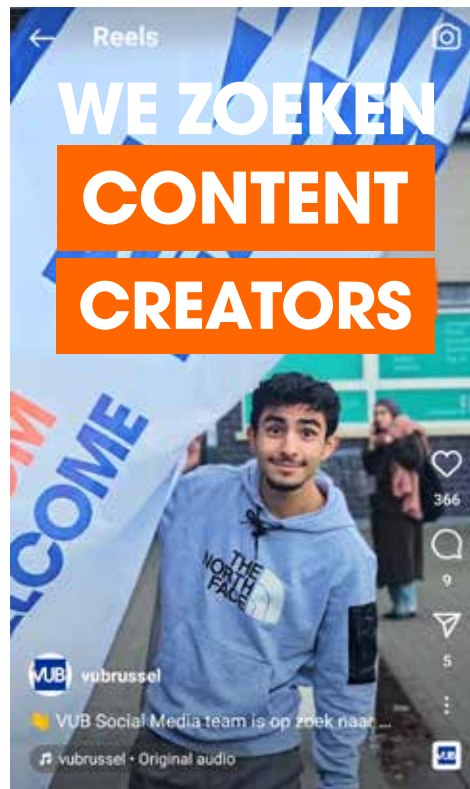
DE STRALENDE
WERELD VAN
FOTONICA

X is de helft van de hoogte van de tekst

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 3 VOORBEELDEN



TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 4

ITC AVANT GARDE BOLD
ONDERKAST IN HIGHLIGHTS

Gebruik: interne en externe campagnes,
drukwerk, digitaal

Toegestane uitlijning: links, rechts

Tekst kleuren: wit (op een gekleurd highlight),
blauw, zwart (op een witte highlight)

Highlight kleuren: blauw, oranje, zwart, wit

Opmerkingen: Wanneer u deze typografische
stijl gebruikt, wordt aanbevolen dat de
markering op de eerste regel staat en beperkt
is tot slechts 2 of 3 regels.



X is de dikte van de letters

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 4 VOORBEELDEN



TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 5

ITC AVANT GARDE BOLD
ONDERKAST

Gebruik: website

Toegestane uitlijning: links

Tekst kleuren: blauw, wit

**Wij zijn een
Urban Engaged
University**

**Studeren aan
de VUB**

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFISCHE STIJLEN VOOR TITELS

STIJL 5 VOORBEELDEN



Onze opleidingen

Als je kiest voor een opleiding aan de VUB, hou je je opties open. Hier kies je uit **een uitgebreid aanbod bachelor- en masteropleidingen**. Je vergaart de nodige academische kennis en attitudes om een expert te worden in jouw vakgebied. Heb je al een diploma hoger onderwijs op zak? Via onze **master-na-masters, postgraduaat en andere vormen** blijf je als professional relevant op de arbeidsmarkt van morgen.

Ons aanbod

Schrijf je in

Ons onderzoek

Wij hanteeren een open onderzoeksaanpak. We stimuleren basaal kwalitatief onderzoek, over de verscheidende onderzoeksdisciplines heen. En we zetten in op maatschappelijk relevante thema's.



Internationale relaties

Onze campusen bevinden zich in en rond Brussel, de hoofdstad van Europa. We bieden 3 bachelor- en 32 masteropleidingen aan in het Engels. En we bouwen op de expertise van internationale onderzoekers en partners.



Samen innoveren

Samen met bedrijven en andere externe stakeholders voeren we innovatief onderzoek uit. Ons gezamenlijk doel? Op zoek gaan naar oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen. Want innovatie betekent vooruitgang.



Titels in lopende tekst voorzien we in principe in ITC AVANT GARDE in analoge toepassingen en in sommige digitale versies waar het lettertype voorhanden is of geen probleem vormt voor de ontvanger. Ze staan altijd links gelijnd.

Ze kunnen gebruikt worden in de drie ITC AG-gewichten: BOLD, DEMI en BOOK. De interlinie is aanpasbaar aan de tekstruimte. De puntgroottes en interlinies hierna zijn ter illustratie. Ze zijn te bepalen aan de hand van het tekstvolume.

In lopende tekst gaan we uit van een kolomgrid waarin de tekst met linkse lijning en vrije regelval (of dus waarin de tekst links gelijnd en rechts afgebroken wordt).

De interlinie en puntgrootte zijn hier aangegeven in een scenario met passende tekst.

Uiteraard titels en bodytekst typografisch aanpasbaar in functie van het tekstvolume.

De kolombreedtes zijn aangegeven in de grid van de diverse brochures en folders.

Voorbeeld titel

Lorem Ipsum Di ut eum as con porum ut fuga. Qui conet ariorepti ulpa nam laut la comnihi litias ipsantur, quo ea qui unte voluptatem faccupatam apeditaque vel idelecae autem aut volupti quia ium velluptam lautemostrum reium inverio rrovita ecearum rest utemque nemoditis et modit est ese poratem eossint laut re pe

Voorbeeld titel niveau 2, twee lijnen

Lorem Ipsum enducid ut quas plis et quam fugia voluptist, cum ra nus, cores mi, sequodi aperibus dem dit optur a nonetur, quodist, sandit doloreped quam, soluptium, ipit laciiscit quas aut off.

Voorbeeld niveau drie

Millam, sa si acestrum il idebis autatur aute pra voluptatin et quia comnis duntem qui consedit reri doluptiis mincium ea sum, consequ aspidebite dolupta nos explit fugiatem volorem quid mo quibus, quosse dolore es vernati oreptatatiis qui offic tent etur, acipsam nosae doluptaqui. volorem quid mo quibus, quosse dolore es vernati oreptatatiis qui offic tent etur, acipsam nosae.

Voorbeeld titel niveau drie

renda sint excepta essimi, omnisit et, simagnatium volo optate voluptibus miliatam, omnis dolum quatur simi, non proreprovit es eum quis eost occumenit ut ulles eos vellaut reroreiur maio vent es rero tem inctem quis dem rero dolut officia taquid quo quatur? tecerci pieniet reped que nihilla quam que volorb erovid modios reptanos eserchi llesecum utes as rem ute ea ventotas eos mil il est ipid que magnam non et quas erunt. Sunt quo es

doluptature perum sum ipsa autatus, que et ad magnim dolenimost eiciunt eum reped que reia dolorec totatat iistia quaepelenit officie ndant. lbus min corepta qui ipsapist, comnimpor simusci tation rerum quam eumquae rrovitia quo mod quid quiduci psameturis ariosantur? Inveres dolori qui opta ipsam, est verro comnimit fugitatio estiur? Quiasperion nem repta pa explitam veremperibus et et vent rem rest, qui offictotati sa corest litatas.

TITEL NIVEAU 1

- Lettertype: ITC Avant Garde - Book.
- Beginkapitalen en onderkast
- Tekengrootte: 35pt.

TITEL NIVEAU 2

- Lettertype: ITC Avant Garde - Book
- Beginkapitalen en onderkast
- Tekengrootte: 24pt.

TITEL NIVEAU 3

- Lettertype: ITC Avant Garde - Book
- Beginkapitalen en onderkast
- Tekengrootte: 14pt.

BODYTEKST

- Lettertype: Roboto - Regular.
- Tekengrootte: 9pt.
- Links lijnen en rechts afbreken.

Voorbeeld titel niveau
één niveau één twee lijnen

Voorbeeld titel niveau 2

Voorbeeld titel
niveau 2, twee lijnen

Voorbeeld niveau 3

**Voorbeeld titel niveau
drie, twee lijnen**

Voorbeeld titel niveau drie,
titel niveau drie,
drie lijnen



VUB STIJLELEMENTEN

STIJLELEMENTEN

BROODTEKST

Deze broodtekst publiceren we maximaal op onze publicaties. Het is onze merkbelofte, ons fundament.

Deze tekst vertelt waarom we uniek zijn, wat we doen, hoe we het doen en voor wie we het doen.

**VUB
DAT
ZIJN
WIJ**

Wij zijn de Vrije Universiteit Brussel. Al meer dan 190 jaar zetten wij ons in om antwoorden te bieden op de uitdagingen van morgen. Hoe wij dit bereiken? Met excellent wetenschappelijk onderzoek, kwaliteitsvol onderwijs en een sterke maatschappelijke drive. Wij verankeren onze werking in Brussel als Urban Engaged University, en in Europa als lid van het Europees universiteitsnetwerk EUTOPIA. We staan open voor iedereen en laten ons leiden door onze humanistische principes van vrijheid, gelijkheid en verbondenheid. Aan de VUB ben je vrij om kritisch je eigen mening te vormen op basis van vrij onderzoek. Vrij om je engagement duurzaam in de praktijk te brengen. Vrij om van de wereld een betere plek te maken.

**HET DENKEN
ONDERWERPT
ZICH NIET**
#WeAreVUB

**DE WERELD
HEEFT JE
NODIG**

**HET DENKEN
ONDERWERPT
ZICH NIET**
#WeAreVUB

**DE WERELD
HEEFT JE
NODIG**

STIJLELEMENTEN

DE DRIEHOEK

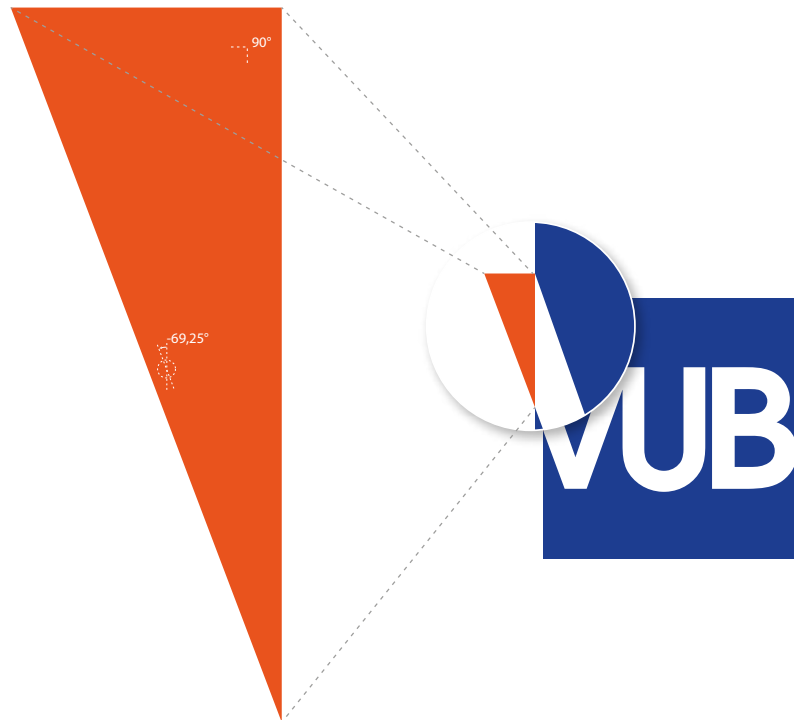
DE (ORANJE) DRIEHOEK

De driehoek is een symbolisch en grafisch element. Hij staat symbool voor de vrijzinnigheid, voor het out-of-the-box denken van de universitaire gemeenschap.

De voorkeurspositie is met de punt naar links zoals hij voorkomt in het logo.

Wanneer geplaatst op een poster of in een brochure moet er op gelet worden dat de driehoek geen 'ezelsoor' effect heeft. Dit voorkom je door de driehoek niet met de bovenkant van de pagina te laten samenvallen.

Voorbeelden van de toepassing van de driehoek zijn doorheen de ganse huisstijlgids aanwezig waarin de diverse toepassingsmogelijkheden duidelijk zijn verbeeld.



STIJLELEMENTEN

TOEPASSINGEN ORANJE DRIEHOEK

Het is belangrijk de driehoek niet bovenaan rechts van het blad aflopend te plaatsen.

Hij wordt het best gebruikt gelijnd ter hoogte van een tekst of beeld. Dat kan een headline, subline, baseline, logo of foto zijn. Voorbeelden hiervan vindt men terug in diverse toepassingen doorheen deze stijlguides.

Bij smalle banners, banden, of layout vlakken die niet bovenaan rechts gesitueerd zijn is het mogelijk de driehoek over de ganze breedte van de band te plaatsen, ofwel de keuze te maken om hem met logo of tekst te lijnen.

Alles hangt samen met het voldoende zichtbaar maken van de driehoek.

Ter hoogte van een headline, tekst of beeld kan de driehoek groter zijn. De grootte ervan wordt bepaald in harmonie met de layout en de beeldvorming en het doel van het gebruik op de respectievelijke plaats.

We gebruiken de driehoek uiteraard in gepaste dosering of regelmaat.



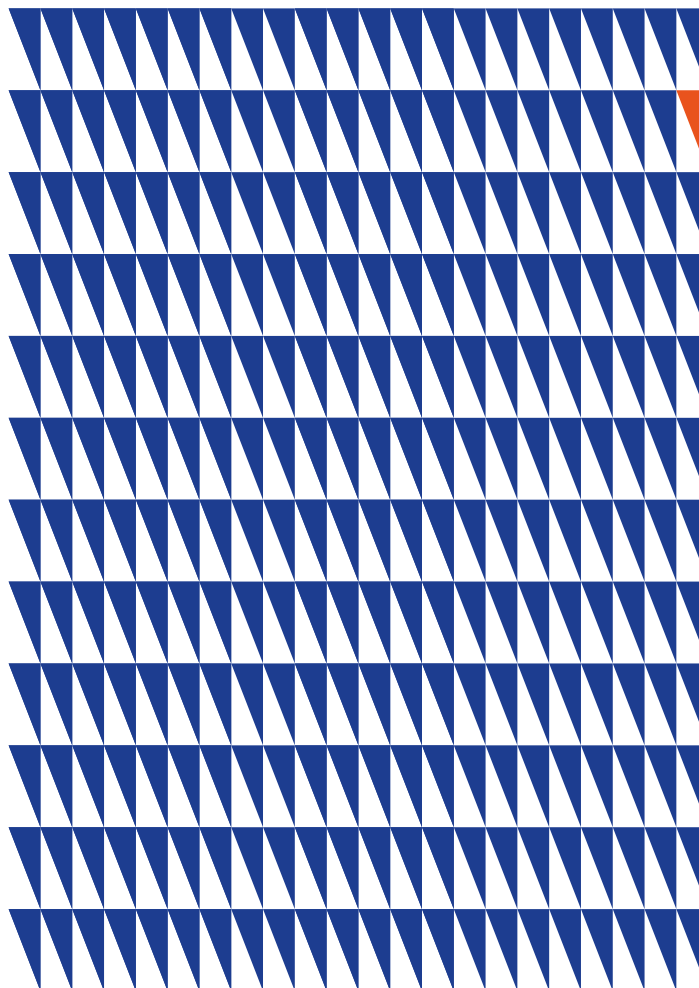
STIJLELEMENTEN

HET PATROON

Het driehoek-patroon is een specifiek en eerder decoratief element dat in het leven is geroepen om bepaalde grafische invullingen te doen waarbij de unieke driehoek minder elegant oogt. Het zal vooral gebruikt worden in bepaalde printuitingen, parafernalia en gadgets.

Voor de toepassingen hiervan wordt altijd afgestemd met de MarCom-dienst van de VUB.

Overmatig gebruik zal de huisstijl te veel verzwaren. Voorzichtigheid is dus geboden.

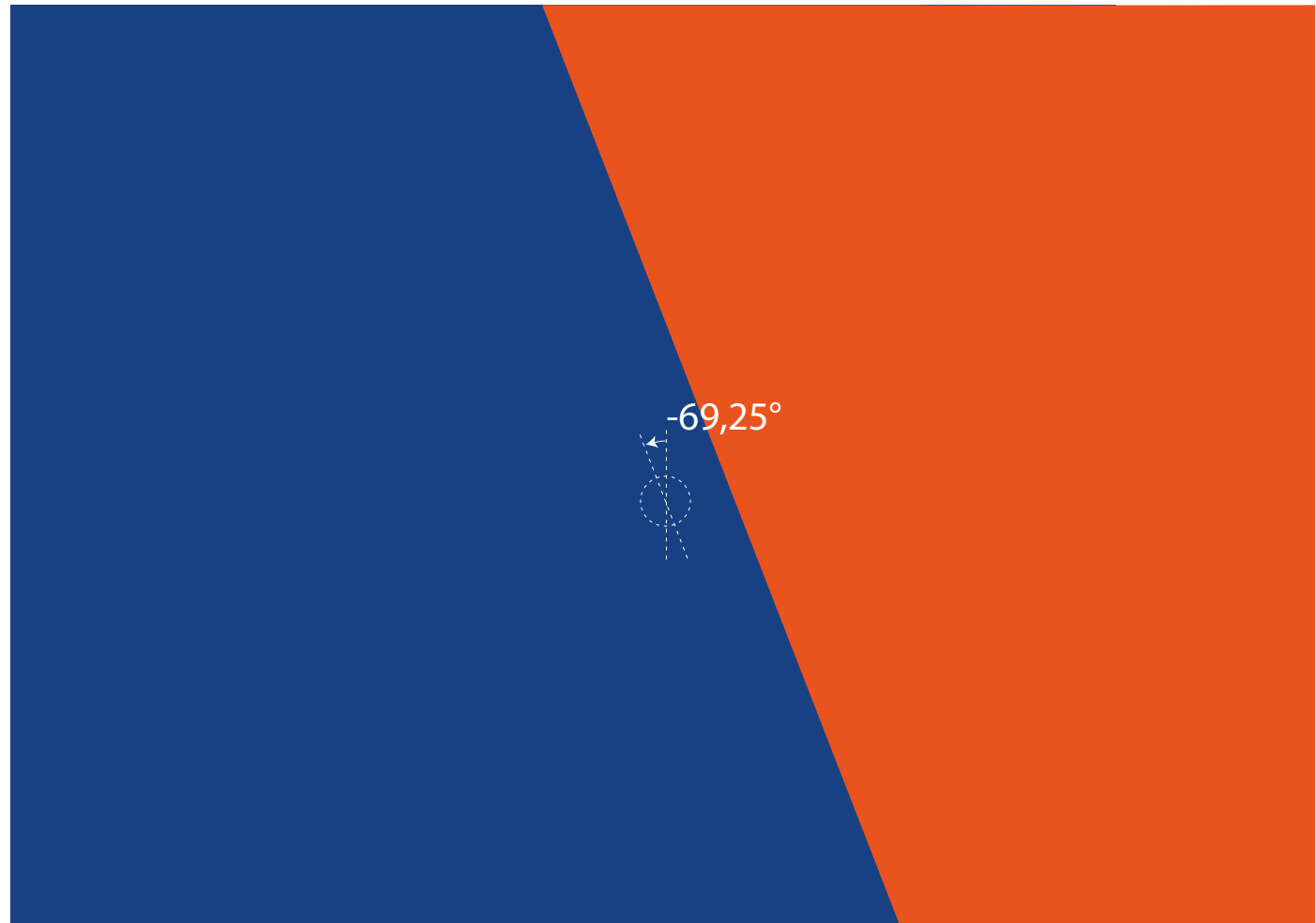


STIJLELEMENTEN

DE SCHUINE LIJN

DE SCHUINE LIJN is altijd de helling van de driehoek uit het logo. Het is een grafische extensie van de driehoek die eenzelfde bedoeling en eigenheid heeft, een grotere beeldvorming toelaat en de grafische functionaliteit uitbreidt.

De schuine lijn heeft altijd een invulling met kleurvlakken of beelden. Het is dus in geen geval een getekende lijn.

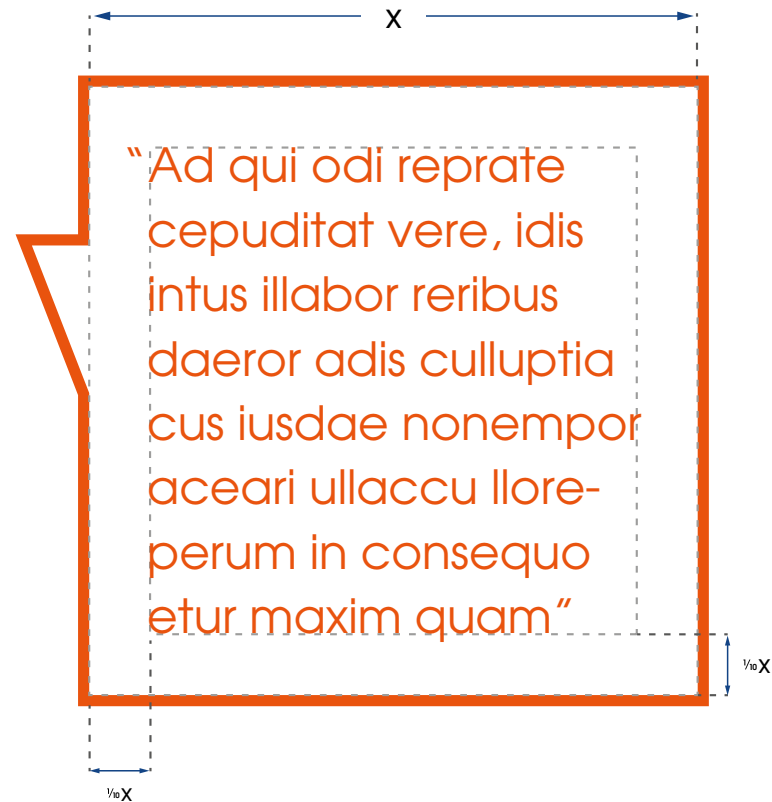


STIJLELEMENTEN

DE QUOTE

Vrijheid van meningsuiting staat hoog in het VUB-vaandel. De "quote" maakt daarom integraal deel uit van de huisstijl. De grootte en de hierin geplaatste tekst hangt af van het onderwerp en de tekst. Het zal vooral om een korte tekst, quote, of aandachtspunt gaan.

Lettertype:
ITC Avant Garde ("gewicht" naar keuze)
of bij de MS Office toepassingen Verdana.



STIJLELEMENTEN

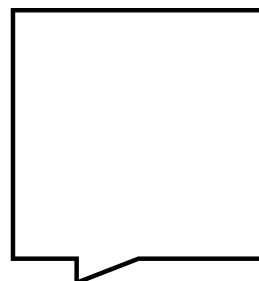
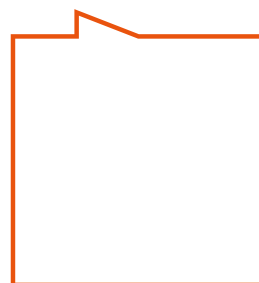
DE QUOTE

Het quotekader en de quotelijn kan in het zwart, wit, blauw of oranje gebruikt worden. Deze quote kan ook gekanteld gebruikt worden. De vorm mag evenwel niet aangepast worden.

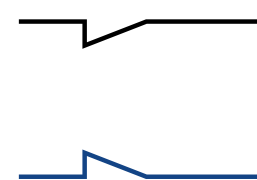
Ook de quotelijn kan apart gebruikt worden. Ook hier kan gekanteld worden.

Zowel quotekader als -lijn kunnen indien layout of onderwerp het vragen in dikkere lijnvoering of in vlak toegepast worden. Het vlak kan al dan niet gerasterd worden in de passende tint van oranje, blauw of zwart.

Quotevlak



Quotelijn

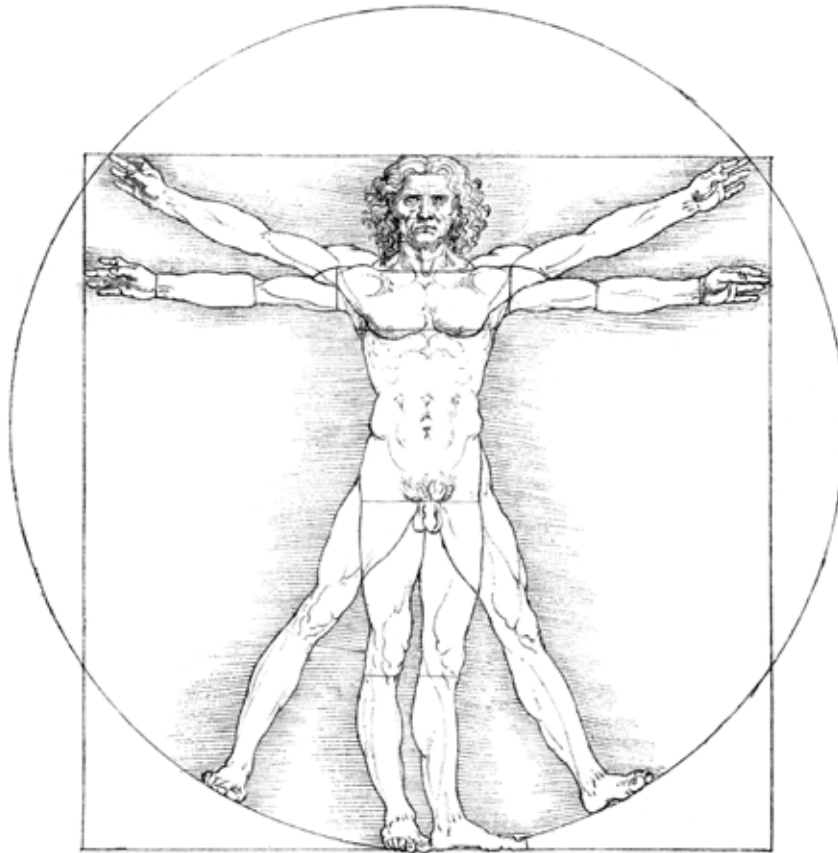


STIJLELEMENTEN

GEOMETRISCHE VORMEN

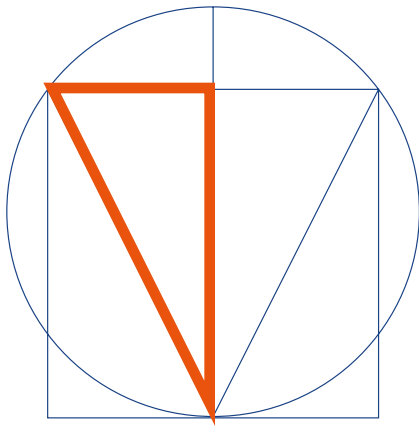
De Vitruviaanse Man van Leonardo da Vinci is een bekende voorstelling van de Renaissance. Dit beeld resoneert met de VUB die een vrijzinnig humanistische universiteit is, geleid door de waarden van de verlichting.

Deze afbeelding is de inspiratiebron voor de geometrische vormen die als grafische elementen zullen worden gebruikt.



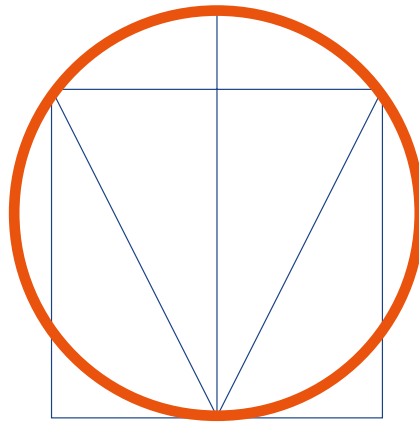
STIJLELEMENTEN

GEOMETRISCHE VORMEN



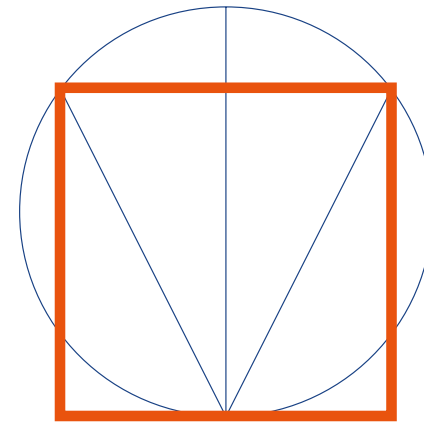
DRIEHOEK: KRITISCH DENKEN

Iedereen is vrij om op basis van onderzoek een mening te vormen en deel te nemen aan open en respectvolle debatten.



CIRKEL: MENSEN EMPOWEREN

Wij erkennen dat iedereen gelijk is en recht heeft op dezelfde kansen voor zelfgroei en ontwikkeling.



VIERKANT: MAAK IMPACT

Door kritisch denken, wetenschappelijke kennis en de verbindingen die we leggen, kan iedereen een positieve impact hebben op de wereld.

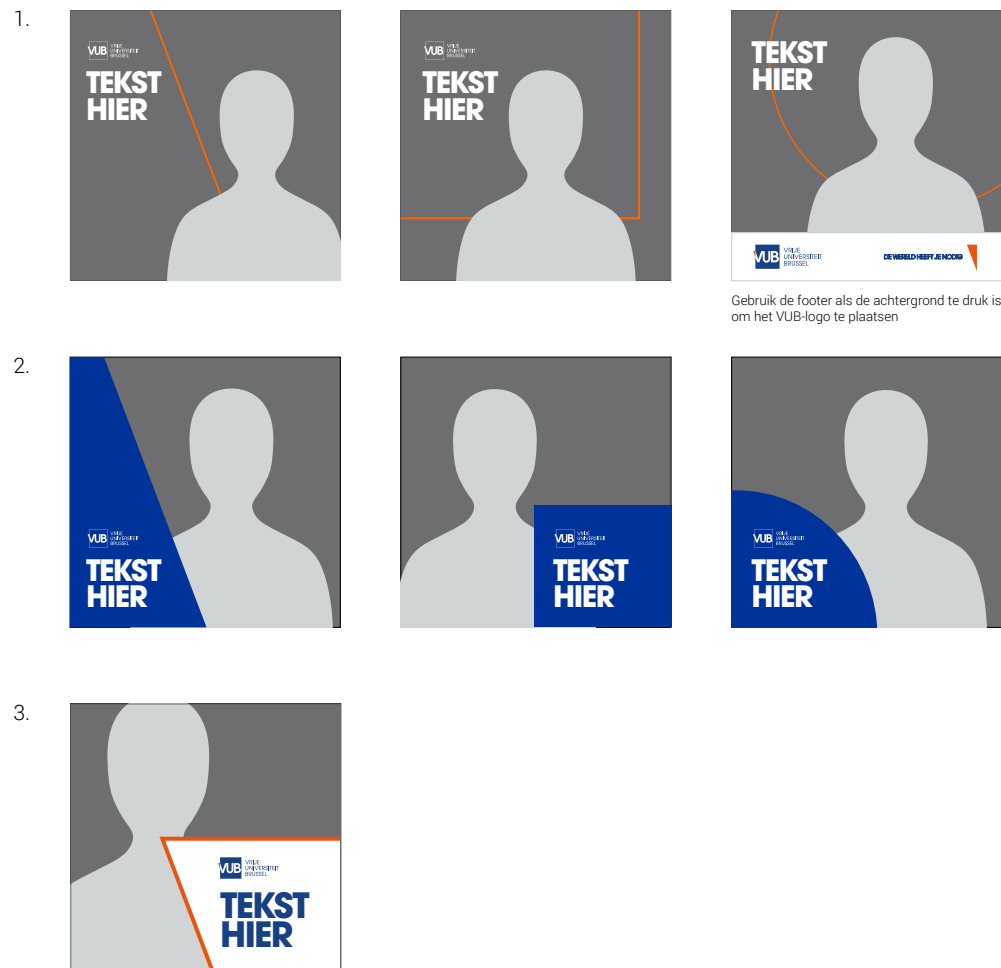
STIJLELEMENTEN

GEOMETRISCHE VORMEN

De vormen worden bij voorkeur groot en aflopend geplaatst. Deze vormen overlappen elkaar niet.

1. De vormen in lijnvorm worden, indien er een persoon of object in de afbeelding staat, achter deze persoon geplaatst.
2. De gevulde vormen staan steeds op de voorgrond in één van de hoofdkleuren, inclusief wit. De plaatsing hiervan in functie van de afbeelding en tekst.
3. Bij communicatie rond een event op social media wordt een combinatie van een gevulde driehoek en een driehoek in lijnvorm gebruikt. Hierin staat de titel van het bericht.

In de voorbeelden zie je ook hoe je het VUB-logo en de tekst kunt gebruiken. Wanneer je de geometrische vormen gebruikt in combinatie met andere stijlelementen (bv. de VUB-driehoek, tekst in highlight), zorg dan voor een goed evenwicht om de lay-out schoon en gefocust te houden.



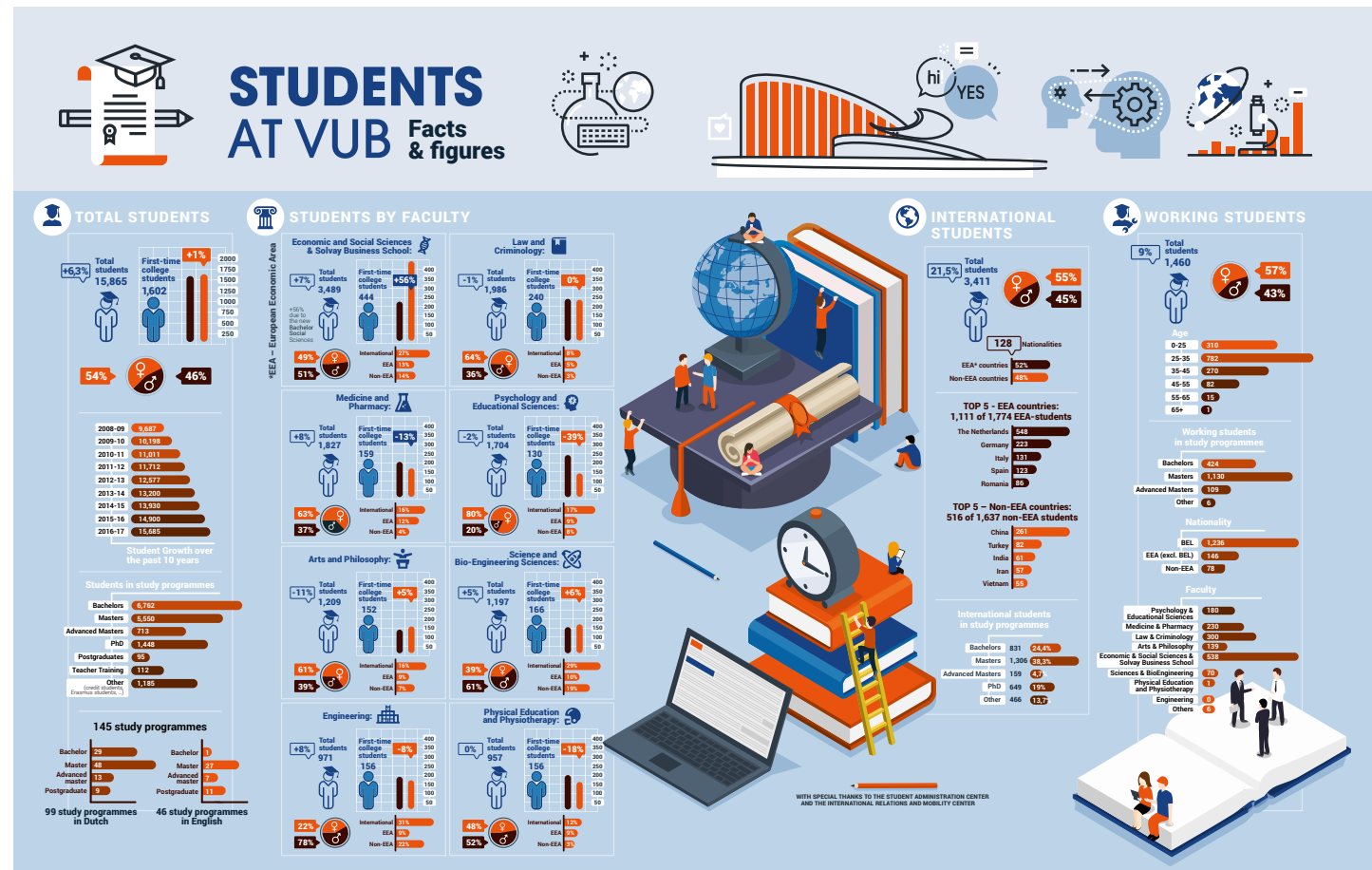
STIJLELEMENTEN

INFOGRAPHICS

Infographics zijn een favoriet middel om tekst en inhoud duidelijker en krachtiger te maken. Hierbij een voorbeeld die passend is in de VUB-huisstijl.

Uiteraard zijn de mogelijkheden afhankelijk van het onderwerp en dus per definitie eindeloos. Het is aan de vormgever om de gepaste toepassingen te creëren of te vinden.

Uiteraard kunnen de eigen kleuren van VUB hier de herkenbaarheid vergroten.



A photograph of a young woman with dark, curly hair and round glasses, smiling while looking at her smartphone. She is wearing a black leather jacket over a light-colored collared shirt. The background is a blurred city street at night, with warm orange and red bokeh lights on the left and cooler blue and white bokeh lights on the right. The overall mood is vibrant and urban.

FOTOGRAFIE & BEEELDCULTUUR

FOTOGRAFIE & BEELDCULTUUR

Wat willen we bereiken?

De VUB beeldcultuur moet een gemeenschappelijke 'WE ARE VUB-feel' of sfeer hebben. Een herkenbare fotostijl, met maximaal visuele stopkracht.

De foto's moeten de VUB en zijn universum consistent in beeld brengen, en steeds een wervende en activerende waarde hebben voor de ontvanger. Er moet spontaan een gevoel van betrokkenheid ontstaan.

Tegen wie spreken we?

Het gaat over een zeer breed publiek van de universiteit. De primaire doelgroep:

Toekomstige Bachelor, Master studenten,
Postgraduaten, topsporters.
Zowel nationale als internationale studenten
(culturele diversiteit)
Vervolgopleidingen voor volwassenen,
levenslang leren
Alumni, bedrijven, sponsors,...



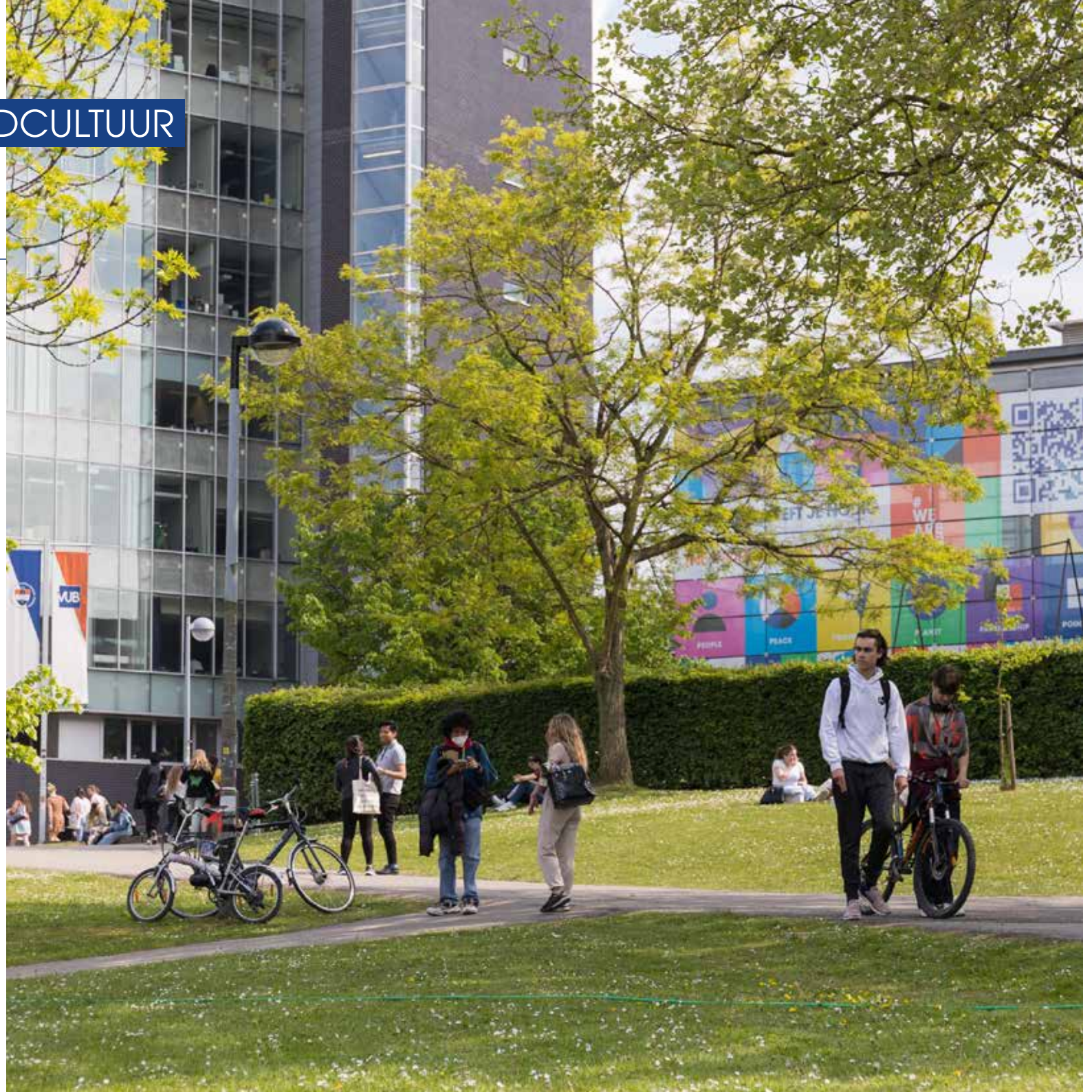
FOTOGRAFIE & BEELDCULTUUR

Partner-instituten en associaties
WAT WILLEN WE DAT MENSEN DENKEN /
VOELEN / DOEN?

De VUB is een kritische gemeenschap waar je
deel van wil uitmaken. Echte mensen,
die met een kritische ingesteldheid in het leven
staan maar die steeds de extra mijl gaan als
het erop aankomt.

De VUB is een universiteit van vandaag: een
kenniscentrum en beleavingscentrum voor
iedereen. Daarvoor beschikt de VUB anno
2024 over alle nodige troeven.

Aan de VUB bouwen mensen aan de toekomst,
voor zichzelf, voor de samenleving, voor
de wereld.



FOTOGRAFIE & BEELDCULTUUR

Visuele tone of voice

Functionele insteek

Mensen staan centraal in het verhaal. We zoeken echte studenten professoren, alumni en BVUB'ers in echte situaties. Een natuurlijke 'look'. Geen modellenwerk maar echte mensen die zelfbewust in de camera kijken. We willen de echte beleving van VUB in en rond de campussen in beeld brengen, met Brussel als decor.

Eigenzinnig

Er moet variatie zitten in expressies van mensen: de ene keer een lach, de andere keer een grotere "serieus" of zelfs frons. Wij zoeken ook naar 'eigenzinnige' uitdrukkingen. De beelden moeten modern ingevuld worden met een accent op duurzaamheid. De beelden tonen een modern beeld van het leven op de campus. Een smartphone in de hand, met de iPad op het gras, of de e-screens in de gang... De technologie hoeft niet het onderwerp te zijn, maar mag wel mee de context bepalen van het beeld.

Camerstandpunt

Redelijk eigenzinnig is een abstract begrip maar kan op vele manieren vertaald worden bvb door bepaalde visuele effecten, camerastandpunten en/of onderwerpen.



LET OP: Diepte/scherpte, flou artistiek, 50 itertijd, lichteffecten zijn een middel geen doel op zich.

**Check with Burcu's
comment on PDF**

PORTRETRECHT EN TOELATING

Wat willen we bereiken?

Het portretrecht beperkt het auteursrecht en vloeit voort uit de wet op de privacy. Het geeft geportretteerde personen onder bepaalde voorwaarden het recht zich te verzetten tegen publicatie van hun portret. De fotograaf heeft het auteursrecht op de door hem gemaakte foto van een persoon, maar mag deze foto niet in alle gevallen publiceren.

RELEVANTIE

Zomaar een blog opstarten of een wikipagina aanmaken met foto's van activiteiten die jullie georganiseerd hebben? Niet zomaar alles kan en mag wat dat betreft.

De basis van de regelgeving rond het portretrecht is te vinden in de Wet van 30 juni 1994 betreffende het auteursrecht en naburige rechten.

Bij een portret gaat het altijd om een afbeelding. Een beschrijving van iemands uiterlijk in woorden valt er niet onder. Er wordt onderscheid gemaakt tussen een portret gemaakt in opdracht van de geportretteerde en een portret niet gemaakt in opdracht van de geportretteerde.

Is er sprake van een opdracht, dan heeft de geportretteerde in ieder geval het recht zelf het portret te vereenvoudigen en mag openbaarmaking alleen plaatsvinden met toestemming van de geportretteerde. Daarom werken we aan de VUB altijd met een schriftelijke toestemming. Als het een afbeelding is met daarop meerdere personen, dan is voor openbaarmaking van die afbeelding toestemming nodig van al die personen.

Is er geen sprake van een opdracht, dan kan de geportretteerde zich alleen tegen openbaarmaking verzetten als hij daarbij een redelijk belang heeft. Bijvoorbeeld uit privacy-overwegingen of het belang om niet publiekelijk belachelijk gemaakt te worden. Als de wijze van afbeelding schadelijk kan zijn voor de geportretteerde kan hij zich eveneens tegen openbaarmaking verzetten. Hierbij wordt afgewogen welk belang zwaarder weegt: het recht op privacy of het recht op vrije meningsuiting.

Ook commerciële belangen tellen mee. Het is bijvoorbeeld niet toegestaan om het portret te gebruiken voor reclame als hiervoor geen toestemming is gegeven.



PORTRETRECHT EN TOELATING

Overzichtsfoto's die gemaakt zijn op het publieke domein of tijdens publieke manifestaties (bv. activiteiten, festivals, fuiven, ...) worden niet als een overtreding van het portretrecht beschouwd, tenzij ze duidelijk op één of enkele personen focussen. Maar zelfs dan kan iemand die zich herkent op de foto en daar niet mee akkoord is zich beroepen op zijn recht op privacy om te eisen dat de foto in kwestie niet langer gebruikt wordt en vernietigd wordt.

STAPPENPLAN

Voordat je iemand op de foto vastlegt, vraag hem of haar altijd om (schriftelijke) toestemming en leg uit waarvoor je de foto of foto's gaat gebruiken;
Gebruik geen afbeeldingen van (bekende) personen of figuren op affiches en dergelijk promotiemateriaal. Je hebt namelijk altijd toestemming van die persoon daarvoor nodig.

TIPS

Wanneer minderjarigen aanwezig zijn op activiteiten dienen hun ouders toestemming te verlenen voor het portretrecht. Om die reden is het raadzaam om op de inschrijvingsformulieren voor activiteiten

een formule te vermelden dat de ouders door hun handtekening "kennis nemen van het feit dat er tijdens de activiteiten beeldmateriaal van hun kinderen kan worden gemaakt en akkoord gaan dat dit beeldmateriaal op websites of in publicaties van de VUB wordt gebruikt binnen het kader van de doelstellingen van de VUB".

Wie het portretrecht schendt en foto's zonder toestemming publiceert waardoor de privacy van de geportretteerde geschonden wordt, of hij belachelijk wordt gemaakt of schade loopt, kan aansprakelijk gesteld worden om een schadevergoeding te betalen. Hierbij zijn de algemene principes van de burgerlijke aansprakelijkheid van toepassing (art. 1382 en 1383 van het Burgerlijk Wetboek).





PUBLICATIES

BROCHURES

Het uitgangspunt voor voor brochures met meerdere pagina's is het standaardformaat A4. Dit is ook het formaat van mogelijke folders in twee- of drieluikvorm.

De styling en grid worden in volgende pagina's beschreven en zijn uiteraard per onderwerp interpreteerbaar. Weliswaar enkel binnen de geest van de huisstijl.

Het creatief gebruik van typografie, gemengde kolonbreedtes, driehoek, huisstijlkleuren en algemene beeldvorming is de verantwoordelijkheid van de uitvoerende graficus in samenspraak met de dienst MarCom van VUB.



BROCHURES COVER

De layout en toepassingen zie bijgaande grid met uitleg. Deze zijn bij uitbreiding ook te declineren naar andere toepassingen die ook verderop in de huisstijlgids terug te vinden zijn. Oranje en blauw zijn hier ook

imperatief voor teksten en logo. Eventueel voor het afsluitend driehoekje dat onderaan rechts gevormd wordt door de horizontale balk en het driehoekrestant van de doorlopende foto.





**VRIJ STUDEREN
IN BRUSSEL**

ALLES WAT JE WILT WETEN OVER STUDEREN AAN DE VUB



VUB VRJEE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL

ACTIVITEITEN VOOR



VUB VRJEE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL

ACTIVITEITEN VOOR



BROCHURES

BINNENPAGINA'S

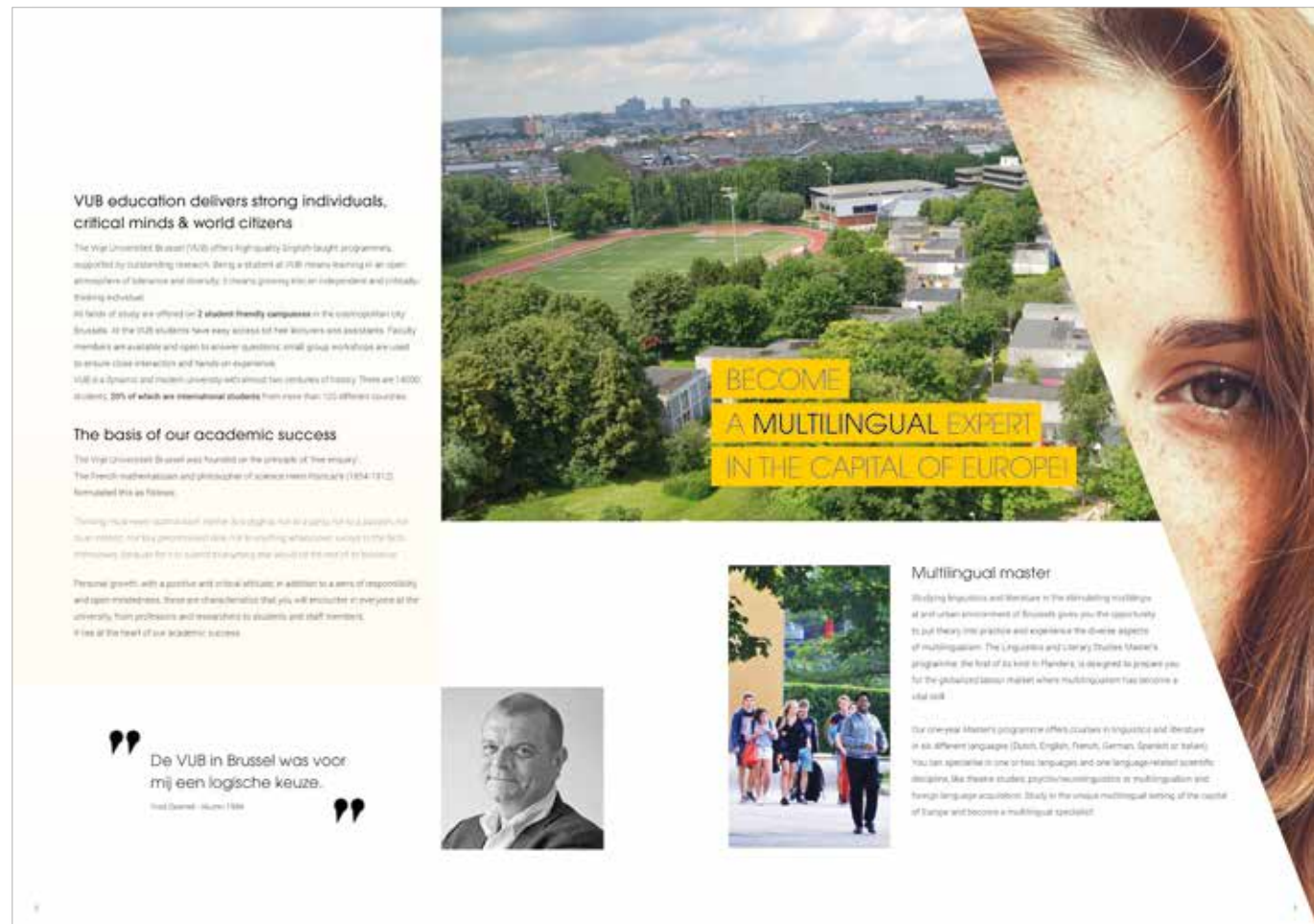
De layout voor de binnepagina's gebeurt op basis van een bepaalde grid, typografie en fotokeuze.

Deze laatste is afhankelijk van het beeldmateriaal en kan op diverse manieren toegepast worden: aflopend, binnen zetspiegel, binnen kolom, zowel in de hoogte als in de breedte.

We gebruiken steeds "sprekende" beelden met mensen die bij voorkeur in de lens kijken, contact maken. Dat kan in close-ups, medium shots, groepsfoto's,... zowel in eigen (liefst) VUB-omgeving als daarbuiten. In het laatste geval bij voorkeur in een link met Brussel. Het is ook imperatief dat in de beeldvorming Brussel in al zijn aspecten duidelijk aanwezig is.

De driehoek wordt door de graficus van dienst toegepast op basis van de briefing en fotokeuze. Dat gebeurt ook binnen de grid, in die zin dat er ergens een "raakpunt" binnen de grid wordt gezocht van waaruit de driehoek wordt toegepast.

De grid bestaat uit een gemengd 2- en 3-kolomsysteem dat afwisselend kan toegepast worden en daar door een bepaalde dynamiek teweegbrengt. De gebruikte grid en typografie is omschreven in de bijgaande pagina's.



BINNENPAGINA'S




VUB education delivers strong individuals, critical minds & world citizens

The top-ranked Vrije Universiteit Brussel (VUB) offers high-quality English-taught programmes, supported by its outstanding research. During a degree at VUB, you will develop an open, entrepreneurial attitude and develop a critical, problem-solving attitude. Independent and critically thinking individual.

THE VUB ADVANTAGE

As part of the VUB, we offer you a **strong family campus** in the cosmopolitan city of Brussels. Within this family, you will find a strong sense of community and belonging. As a VUB member, you will be able to access a wide range of facilities and services. Our facilities are world-class and our research is world-leading.

VUB is a forward-looking university with a strong commitment to innovation. There are 14,000 students, 30% of which are international students from more than 120 different countries.

The basis of our academic success

The top-ranked VUB is a university of excellence in the province of Brussels. Our world-class research and innovation in science, health, business and society.

RESEARCH & INNOVATION

Research is a core VUB activity. Research in biology, medicine, social sciences, engineering, and the arts is world-class. VUB is a member of the Vrije Universiteit Brussel Research Consortium (VUB-RC), a leading research organisation in the province of Brussels.

PERSONAL GROWTH

Personal growth with academic and social attitude is a core VUB activity. VUB is a university of excellence in the province of Brussels. Our world-class research and innovation in science, health, business and society.

THE VUB ADVANTAGE

VUB is a forward-looking university with a strong commitment to innovation. There are 14,000 students, 30% of which are international students from more than 120 different countries.



De VUB in Brussel was voor mij een logische keuze.

— Prof. Dr. ir. Peter De Maesseneer

MULTILINGUAL EXPERT IN THE CAPITAL OF EUROPE

Multilingual master

Brussels is a unique and vibrant city with a rich cultural heritage. It is also the capital of Europe, the heart of the European Union. VUB is a leading university in the city, offering a wide range of programmes in English and French. Our Multilingual Master's programme is a unique opportunity to study in two languages and to develop your multilingual skills. The programme is designed to provide you with the knowledge and skills to work in a multilingual environment. You will be able to communicate effectively in both English and French, and you will be able to understand the cultural context of the European Union. The programme is a unique opportunity to study in the heart of Europe and to develop your multilingual skills.



Our unique Master's programme offers students a unique opportunity to study in two languages and to develop their multilingual skills. The programme is designed to provide students with the knowledge and skills to work in a multilingual environment. You will be able to communicate effectively in both English and French, and you will be able to understand the cultural context of the European Union. The programme is a unique opportunity to study in the heart of Europe and to develop your multilingual skills.

POSTER

A3/A2 FORMAAT

Posters worden normaal gesproken binnen de campus gebruikt voor interne communicatie of aankondigingen. Het ontwerp en de tekst moeten opvallend zijn om het doel ervan te maximaliseren.

Hier zijn enkele voorbeeldposters met richtlijnen:



1. De oppervlakte rond het logo moet minstens de helft van de hoogte van het VUB-plein bedragen
2. De tekst wordt uitgelijnd met de rand van het blauwe vierkant van het VUB-logo
3. De bovenkant van de oranje VUB-driehoek is uitgelijnd met de bovenkant van de kop
4. Op de driehoek mogen illustraties worden geplaatst zolang de driehoek nog zichtbaar/onderscheidbaar is



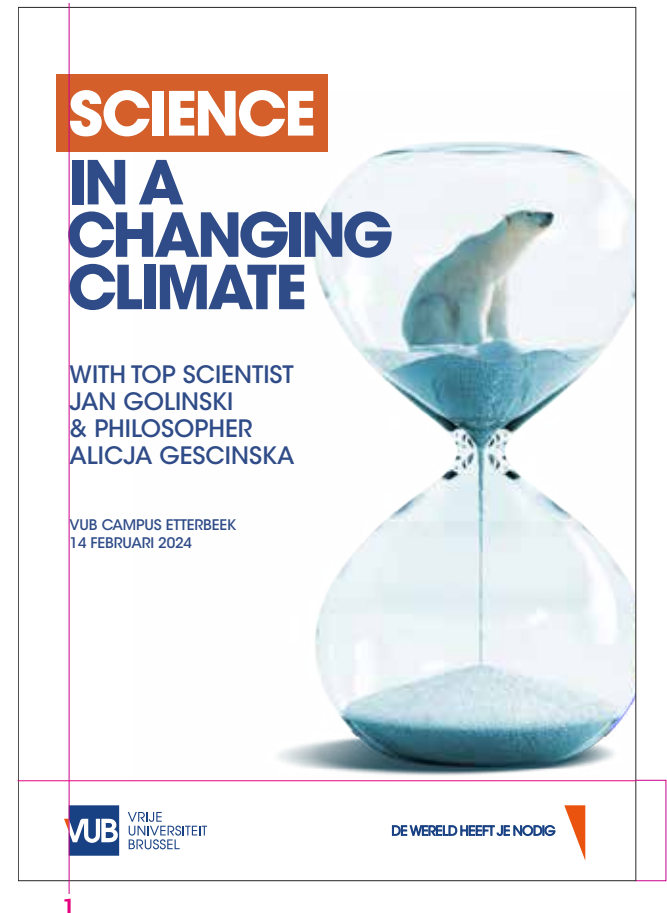
1. Wanneer u omtrekvormen gebruikt, moet deze zich achter de afbeelding van een persoon bevinden
2. De oppervlakte rond het logo moet minimaal de helft van de hoogte van het VUB-plein bedragen
3. De tekst wordt uitgelijnd met de rand van het blauwe vierkant van het VUB-logo
4. Er kan een witte rand rond de afbeelding worden gebruikt
5. De bovenkant van de oranje VUB-driehoek is uitgelijnd met de bovenkant van het VUB-logo
6. Witte band gebruikt als voettekst voor het logo/de logo's en andere tekst

POSTER

A3/A2 FORMAAT



1. De tekst wordt uitgelijnd met de rand van het blauwe vierkant van het VUB-logo
2. Bij gebruik van omtrekvormen moet deze zich achter de afbeelding van een persoon bevinden
3. VUB footer (logo + 'De wereld heeft je nodig' + driehoek)



1. De tekst wordt uitgelijnd met de rand van het blauwe vierkant van het VUB-logo
2. VUB footer (logo + 'De wereld heeft je nodig' + driehoek)

MASTERPROEF - MASTERTHESIS

Deze documenten resorteren onder het corporate niveau en zullen dus de oranje driehoek en huiskleuren dragen.

Vermits het gaat om individuele en specifieke titels en namen zal dit document opgemaakt worden in Roboto of Verdana naargelang de beschikbaarheid in de bestanden van de auteur. De universitaire titels en huisstijlelementen zijn als sjabloon beschikbaar en kunnen aldus in hun originele vorm gebruikt worden.

- TITELS GROOT
Verdana Regular,
Tekstgrootte: 24pt., interlinie: 26pt.
- TITELS KLEIN:
Verdana Regular,
Tekstgrootte: 14pt., interlinie: 20pt.
- ANDERE GEGEVENS:
Verdana Regular,
Tekstgrootte: 9pt. interlinie: 15pt.



SCHAAL: 40%

PUBLICATIE 21X21 - JAARVERSLAG

De diverse dragers onder het niveau “corporate communicatie” hebben een specifieke stijl die uiteraard in harmonie is met de “campagne”-communicatie. Het formaat ervan kan variëren in functie van onderwerp en compositie.

De grid binnenin is ook gebaseerd op het gecombineerd kolomgebruik.

MarCom zal hierbij ook advies verstrekken bij vragen.





PUBLIEKS- PROGRAMMA

AFBEELDINGEN

De belangrijkste visuals van het evenement weerspiegelen het thema van het evenement en moeten opvallend en impactvol zijn. Dit kunnen afbeeldingen in kleur zijn of afbeeldingen op een witte achtergrond voor een strakke uitstraling.



'Science in a Changing Climate' key visual: FULL COLOR



'Science in a Changing Climate' key visual: IMAGE ON WHITE

AFBEELDINGEN

De VUB-vormcontouren in oranje (driehoek/vierkant/cirkel) kunnen ook gebruikt worden bij de belangrijkste visuals voor extra branding. Er kan slechts één vorm per afbeelding worden gebruikt en deze moet achter de hoofdafbeelding worden geplaatst en niet erbovenop.



Shape outline behind the main image



Shape outline on top of the main image

TYPOGRAFIE

ITC Avant Garde is het lettertype dat wordt gebruikt voor evenementenmateriaal in verschillende gewichten, altijd in hoofdletters.

De tekst mag links of rechts uitgelijnd worden, afhankelijk van wat het beste bij de opmaak past, zolang het VUB-logo in de voettekst staat. Als het VUB-logo boven de kop staat (niet in de voettekst), wordt de tekst altijd links uitgelijnd om ook uit te lijnen met het logo.

Een highlight kan ook worden gebruikt om bepaalde woorden in de kop of call-to-action te benadrukken, en kan worden gebruikt in combinatie met vormcontouren.

Als de tekst en het VUB-logo op een witte vorm met een oranje omtrek staan, kan de tekstaccentuering niet worden gebruikt.

Indien de VUB-driehoek gebruikt wordt in combinatie met de tekst, dan dient deze steeds links uitgelijnd te worden, zonder highlights.

Titels van koppen/evenementen zijn in ITC Avant Garde Bold, terwijl de aanvullende informatie hieronder in ITC Avant Garde Medium of Book staat. Voor de tekst kunnen blauw en wit worden gebruikt.



1 Tekst gebruikt bij de VUB-driehoek (links uitgelijnd)

2 Tekst op een witte vorm als achtergrond

3 Tekst met highlight in combinatie met een vormoverzicht

EVENEMENTADVERTENTIES

Evenementadvertenties zijn gesponsorde Facebook- of Instagram-berichten. Hier gebruiken we de VUB-voettekst voor branding: het VUB-logo aan de linkerkant en de partnerlogo(s) aan de rechterkant. Indien er geen partnerlogo voor het evenement aanwezig is, kan dit vervangen worden door de DWHJN baseline + VUB driehoek.

Tekst en logo's bevinden zich binnen een bepaalde ruimte, maar de vormomtrek (indien gebruikt) kan buiten dit gebied vallen.

De tekst kan links of rechts worden uitgelijnd, afhankelijk van wat het beste bij de lay-out of de afbeelding past.

Evenementadvertenties zijn normaal gesproken 1080 x 1080 pixels groot.

X

ONTDEK
DE STRALENDE
WERELD VAN
FOTONICA

FTI BRUSSEL
VUB CAMPUS GOOIK
16 - 17 MAART

SCHRIJF JE NU IN
FITBRUSSEL.BE

VUB VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL

FTI Brussel

Evenement titel

Evenementdetails

Call-to-action

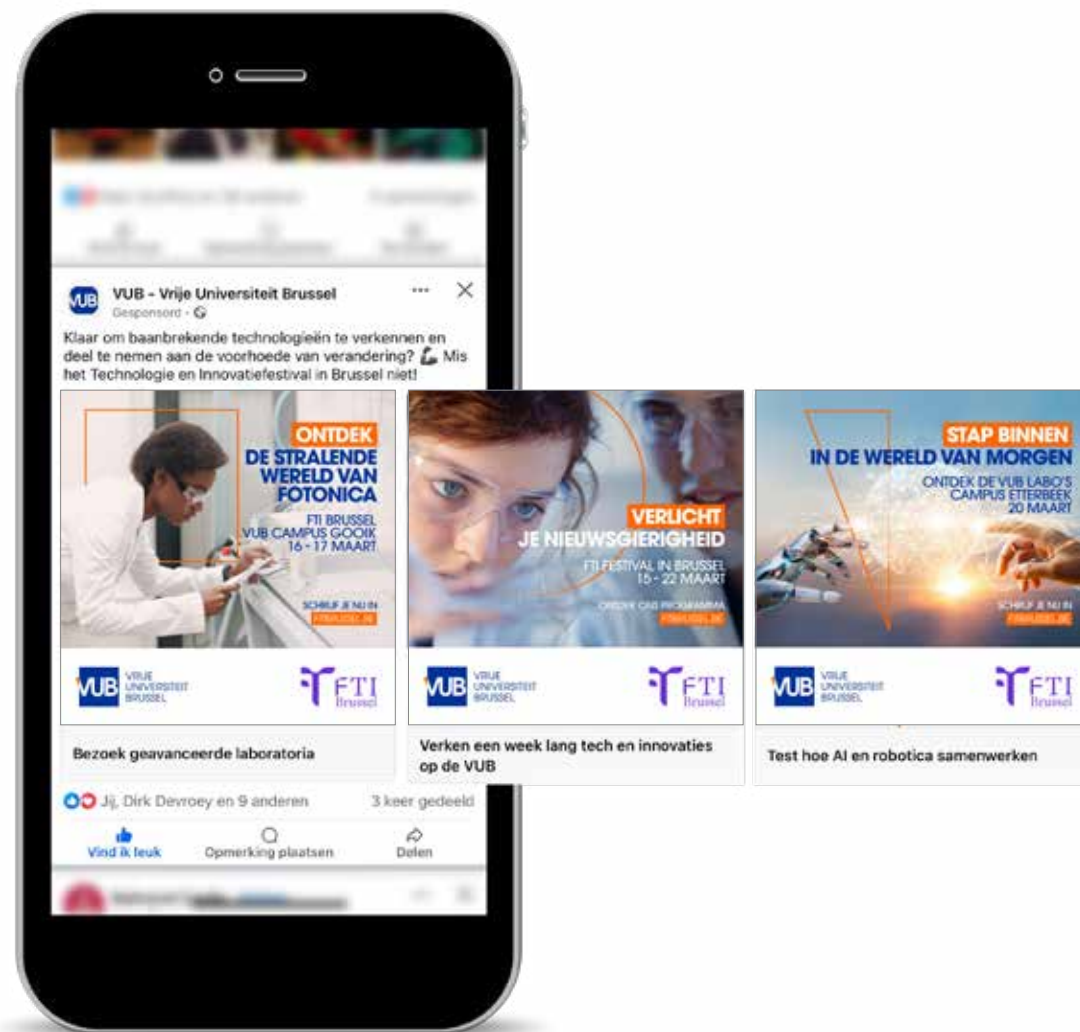
Footer

Partner logo

X X = de helft van de hoogte van het vierkant van het VUB-logo

EVENEMENTADVERTENTIES

Voorbeeld Facebook-advertenties



EVENEMENT INSTAGRAM STORY

Evenementadvertenties kunnen ook de vorm hebben van gesponsorde Instagram Stories. Hiervoor kunnen we de lay-out van de vierkante evenementenadvertenties aanpassen naar een verticale lay-out. Bij het maken van ontwerpen voor Instagram Stories moeten we rekening houden met de veilige ruimte om ervoor te zorgen dat er geen tekst of afbeelding wordt bedekt door de Instagram-interface.

Hier gebruiken we de VUB-voettekst voor branding – het VUB-logo aan de linkerkant en de partnerlogo(s) aan de rechterkant – maar we verlengen de witte band tot onderaan de pagina.

Tekst en logo's bevinden zich binnen een bepaalde ruimte, maar de vormonttrek (indien gebruikt) kan buiten dit gebied vallen.

De tekst kan links of rechts worden uitgelijnd, afhankelijk van wat het beste bij de lay-out of de afbeelding past.

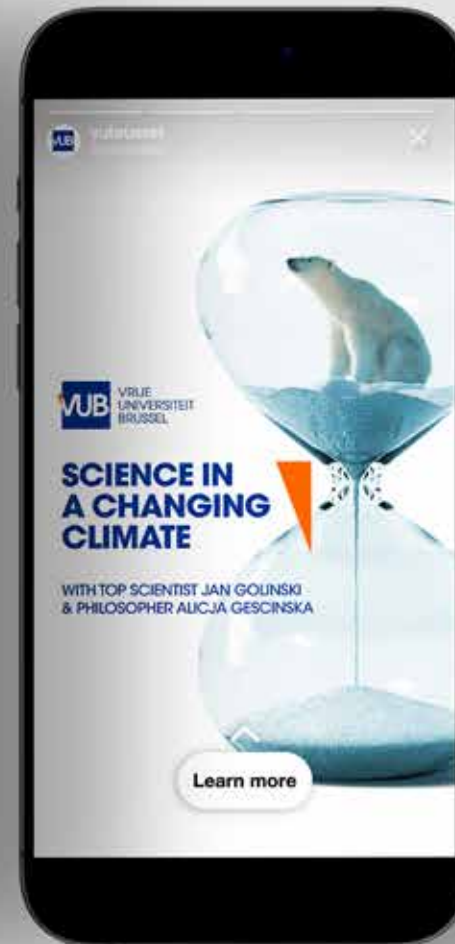


EVENEMENT INSTAGRAM STORY

Je kunt Instagram Stories ook zonder voettekst ontwerpen.

Als dit het geval is, is het raadzaam een afbeelding met een witte achtergrond te gebruiken, zodat het VUB-logo zichtbaar is.

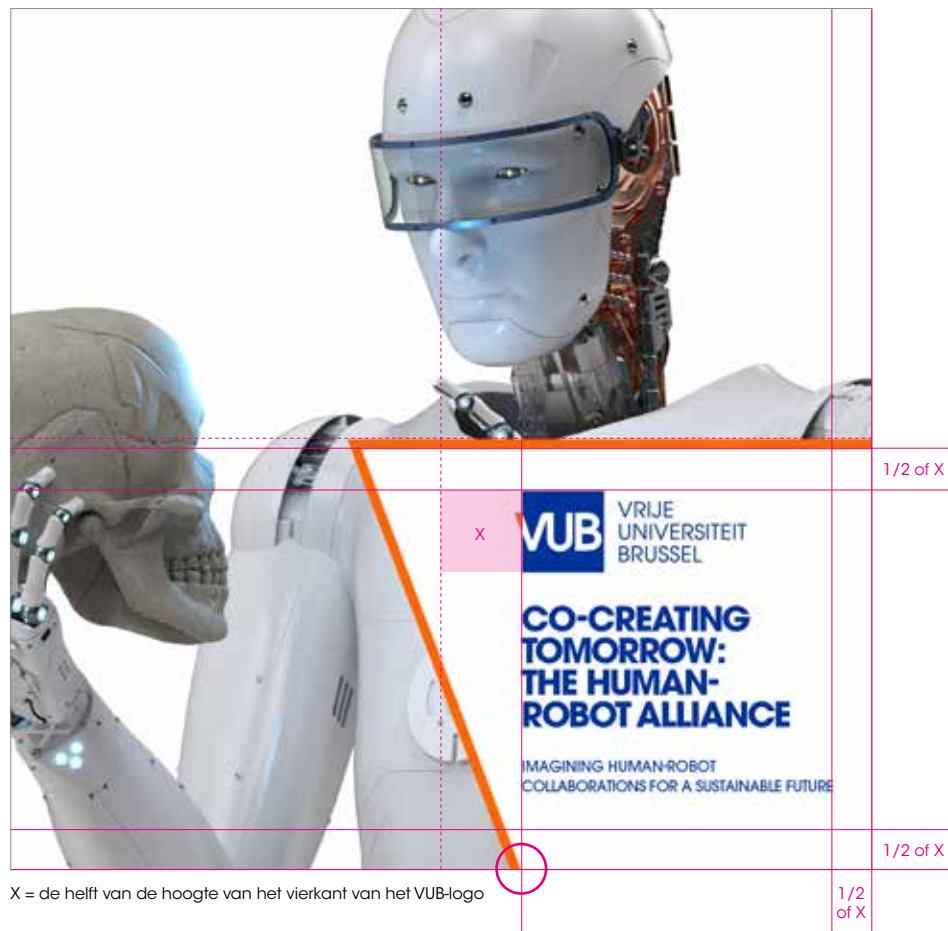




EVENEMENT INSTAGRAM POSTS

Voor reguliere Facebook- of Instagram-evenementposts (onbetaalde posts) waarvoor geen partnerlogo's nodig zijn, kan een ander sjabloon worden gevolgd.

Hier kun je kiezen tussen de driehoekige of vierkante vorm als achtergrond voor de tekst en het VUB-logo. De vorm is wit met een oranje omtrek.



EVENEMENT INSTAGRAM POSTS

Voor reguliere Facebook- of Instagram-evenementposts (onbetaalde posts) waarvoor geen partnerlogo's nodig zijn, kan een ander sjabloon worden gevolgd.

Hier kun je kiezen tussen de driehoekige of vierkante vorm als achtergrond voor de tekst en het VUB-logo. De vorm is wit met een oranje omtrek.



FACEBOOK COVER PHOTO

De Facebook cover photo is het eerste dat u ziet wanneer u een Facebook-pagina laadt. Het is een goede ruimte om bijvoorbeeld thematische berichten, aankondigingen of evenementen onder de aandacht te brengen.

Om uw cover photo voor zowel desktop als mobiel te maximaliseren, moet u de belangrijke elementen binnen de veilige ruimte houden.

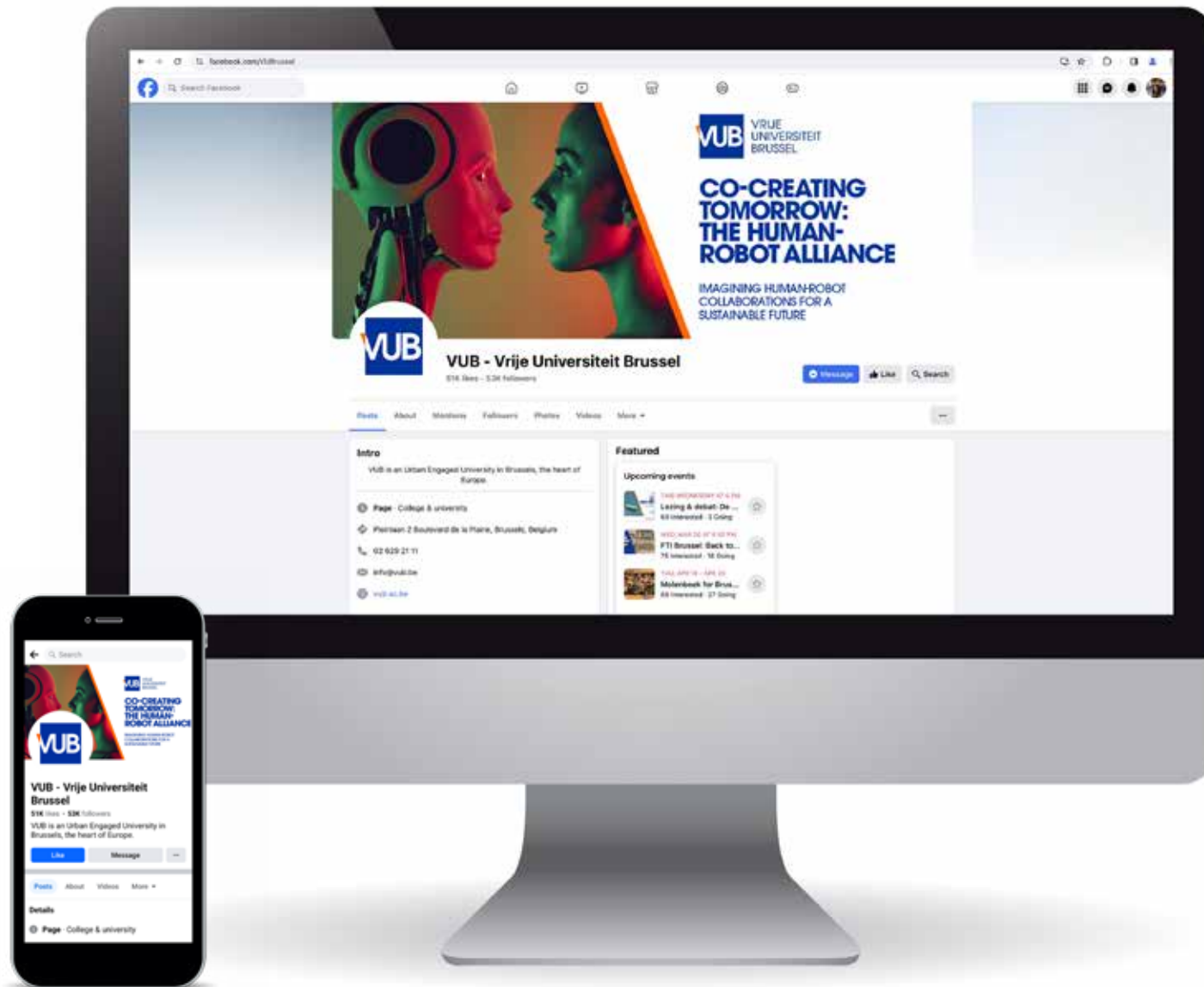
Indien gebruikt voor een evenement, moet de header de belangrijke informatie bevatten zoals de titel en details van het evenement, een opvallende visual gebruiken en van branding voorzien zijn omdat deze ook buiten de VUB Facebook-pagina gedeeld mag worden.

De visuele gebeurtenissleutel bevindt zich aan de linkerkant van de koptekst en de tekst en het VUB-logo (links uitgelijnd) bevinden zich aan de rechterkant in een bijgesneden witte vorm met een oranje omtrek. Je kunt kiezen tussen de driehoek, cirkel of vierkant.

Het aanbevolen formaat voor Facebook cover photos is 820px x 360px.



Facebook cover photo safe space
voor desktop en mobile



EVENEMENT WEBSITE HEADER

Evenementen worden op de VUB-website weergegeven en hiervoor hebben we een header nodig met de grootte van 1000px x 500px.

De event header moet de belangrijke informatie over het evenement bevatten, zoals de titel en details van het evenement, gebruik maken van een opvallende visual en moet branded zijn omdat deze ook buiten de VUB-website gedeeld mag worden.

De visuele gebeurtenissleutel bevindt zich aan de linkerkant van de koptekst en de tekst en het VUB-logo (links uitgelijnd) bevinden zich aan de rechterkant in een witte vorm met een oranje omtrek. Je kunt kiezen tussen de driehoek, cirkel of vierkant.

De tekst en het logo mogen niet buiten de vastgestelde ruimte komen.



EVENEMENT WEBSITE HEADER

Evenementen worden op de VUB-website weergegeven en hiervoor hebben we een header nodig met de grootte van 1000px x 500px.

De event header moet de belangrijke informatie over het evenement bevatten, zoals de titel en details van het evenement, gebruik maken van een opvallende visual en moet branded zijn omdat deze ook buiten de VUB-website gedeeld mag worden.

De visuele gebeurtenissleutel bevindt zich aan de linkerkant van de koptekst en de tekst en het VUB-logo (links uitgelijnd) bevinden zich aan de rechterkant in een witte vorm met een oranje omtrek. Je kunt kiezen tussen de driehoek, cirkel of vierkant.

De tekst en het logo mogen niet buiten de vastgestelde ruimte komen.



EVENEMENT WEBSITE HEADER

Evenementen worden op de VUB-website weergegeven en hiervoor hebben we een header nodig met de grootte van 1000px x 500px.

De event header moet de belangrijke informatie over het evenement bevatten, zoals de titel en details van het evenement, gebruik maken van een opvallende visual en moet branded zijn omdat deze ook buiten de VUB-website gedeeld mag worden.

De visuele gebeurtenissleutel bevindt zich aan de linkerkant van de koptekst en de tekst en het VUB-logo (links uitgelijnd) bevinden zich aan de rechterkant in een witte vorm met een oranje omtrek. Je kunt kiezen tussen de driehoek, cirkel of vierkant.

De tekst en het logo mogen niet buiten de vastgestelde ruimte komen.

Website Header: Square shape



Exhibits 03 March 2014

Co-creating Tomorrow: The Human-robot Alliance



VUB VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL

CO-CREATING TOMORROW: THE HUMAN- ROBOT ALLIANCE

IMAGINING HUMAN-ROBOT COLLABORATIONS
FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Co-creating tomorrow: the human-robot alliance

A conversation with international robotic specialists and artists about imagining human-robot collaborations for a sustainable future

Free entrance

From the file: Public appearances, Artificial intelligence

EVENEMENT NEWSLETTER HEADER

Evenementen kunnen ook in nieuwsbrieven worden vermeld. De header is 600px x 300px en volgt dezelfde richtlijnen als de header van de websitegebeurtenis in de vorige sectie.

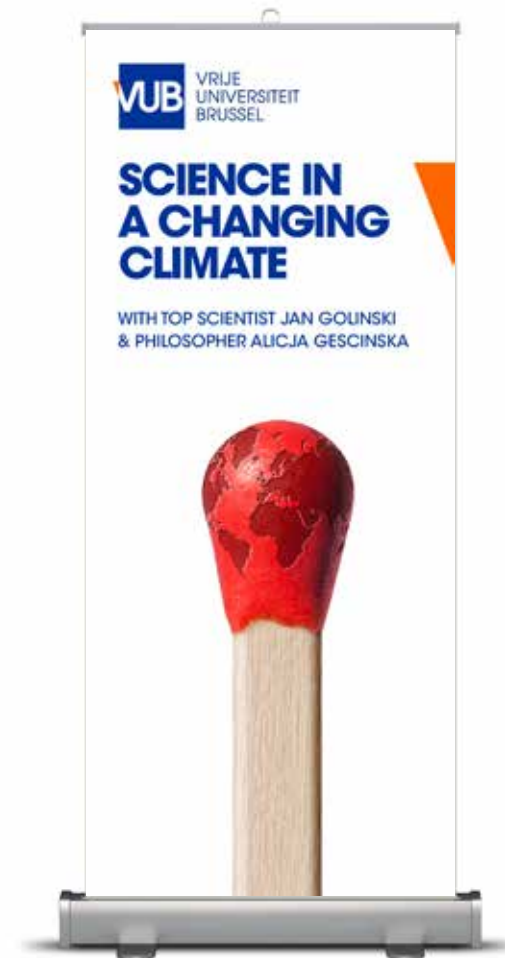
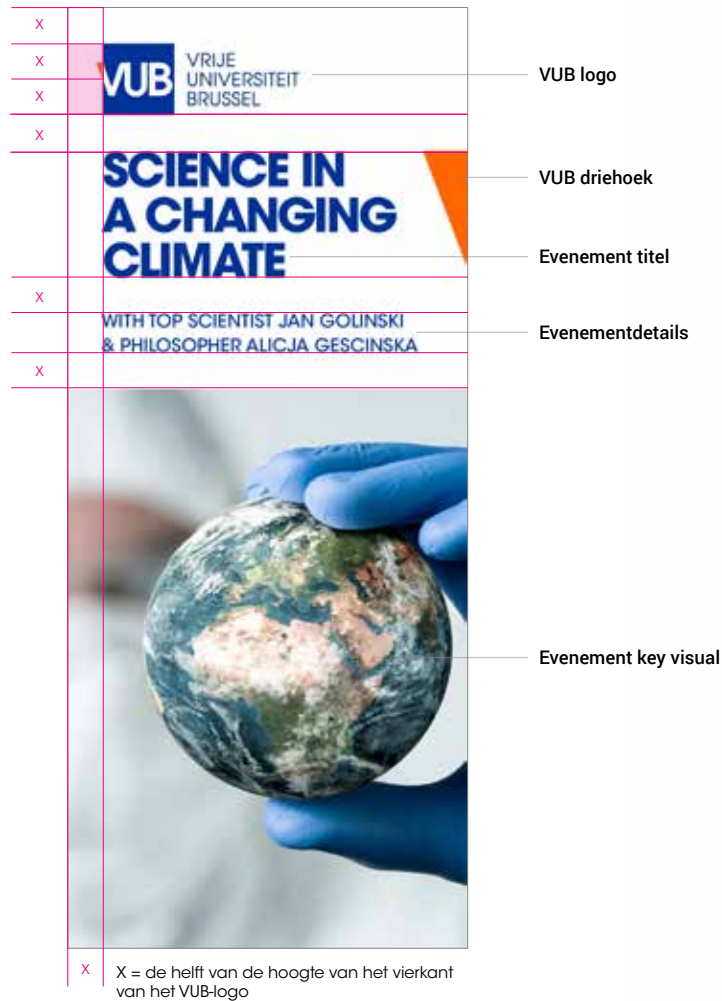
Het VUB-logo is niet vereist op de headerafbeelding omdat de nieuwsbrief al is gebrandmerkt.



EVENEMENT ROLL-UP BANNERS

Roll-up banners voor evenementen moeten de evenementdetails en de VUB-branding benadrukken. Daarom is het belangrijk om deze elementen op het bovenste gedeelte van de banner te houden, op een witte achtergrond, voor maximale zichtbaarheid.

De volgorde van de elementen moet zijn: 1) VUB-logo, 2) gebeurtenisheline/titel, 3) gebeurtenisdetails, en 4) visuele gebeurtenissleutel.



EVENEMENT POSTERS

Voor evenementenposters maken we gebruik van de VUB-voettekst voor branding: het VUB-logo aan de linkerkant en de basislijn + VUB-driehoek aan de rechterkant.

De tekst bevindt zich binnen een bepaalde ruimte, maar de vormomtrek (indien gebruikt) kan buiten dit gebied vallen.

De tekst kan links of rechts worden uitgelijnd, afhankelijk van wat het beste bij de lay-out of de afbeelding past.



X = de helft van de hoogte van het vierkant van het VUB-logo

EVENEMENT POSTERS

For event posters that require multiple photos (ex. photos of speakers), a white band above the footer can be added where the photos of the speakers can be placed in a photo grid.

The event details can be placed on the extra white space on the band.



X = de helft van de hoogte van het vierkant van het VUB-logo



SCIENCE IN A CHANGING CLIMATE

WITH TOP SCIENTIST JAN GOLINSKI
& PHILOSOPHER ALICJA GESCINSKA

VUB CAMPUS ETTERBEEK | 14 FEBRUARI 2024

VUB
VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL

DE WERELD HEEFT JE NODIG

WRITING STYLE



Inspireren, prikkelen & uitdagen	Nieuwsgierigheid opwekken rond opleidingen en projecten Kritisch denken stimuleren
Engagement uitstralen & engageren	Passie uitstralen in alles wat we doen Een uitnodigende indruk maken Publiek meetrokken in maatschappelijk engagement
Efficiënt wegwijz maken & ontzorgen	Niet overweldigen met aanbod maar snel helpen Efficiënt in contact brengen met de juiste mensen Corporate thema's glashelder uitleggen
Vertrouwen opbouwen & overtuigen	De kwaliteit van de opleidingen en projecten benadrukken Vernieuwend karakter in de verf zetten Corporate thema's glashelder uitleggen
Inclusiviteit uitstralen	Zorgen dat iedereen zich welkom voelt De VUB positioneren als vrijdenkend en divers

WRITING STYLE

Sympathetic!

- **We always address our readers as individuals.**
 - We always refer to ourselves in the first person plural. Wherever possible, we don't talk about 'VUB'; instead we say 'we'.
 - Wherever possible, we refer in the text not to 'services' but to people (e.g. 'you can contact our study counsellors' rather than 'the study guidance service'). We don't refer to services in the logos. This has been determined in the house style.
 - Academics are always referred to once in full, with their title, first and family names (e.g. Prof. Dr. Jan Janssens). Later in the text we drop the 'Prof. Dr.' and just use the full first name (e.g. Jan).
 - We write the way we speak: naturally, authentically and informally.
 - We use recognisable examples from our public's world in text and images.
 - We focus on personal stories and photography depicting people, rather than high-level stories or abstract visuals.
 - We create a connection by addressing the reader directly and asking questions.
 - We use inviting language: come and join us, take a seat, explore with us, and so on.
 - Where possible we make our communications personal: if we can, we address the reader by their first name and sign off with '<first name> of VUB'. We also sign social media reactions with our first names.
 - We are not afraid of a touch of humour, but use it sparingly and only when it can't be taken the wrong way.

Energetic!

- **We use the active voice. Passive constructions and 'noun style' are inadmissible.**
 - We lend colour to our language with synonyms and sensory words (e.g. deafening, warm colours).
 - We write the way we speak: naturally, authentically and informally.
 - We give rhythm to our texts by alternating long and short sentences. We also occasionally use ellipses.
 - Our communication always has a clear objective: we start from a clear question, and formulate a clear answer which is useful to the reader.
 - That answer comes at the start of the message: first the key info, then the explanation.
 - Emojis support our energetic communication on the student portal and on social media. We stick to safe, standard emojis (like hearts, smileys and thumbs-up signs) and we use them sparingly.
 - We limit the use of exclamation marks, and never use them in successive sentences.

Innovative!

- **We use positive, can-do language; we invariably link difficulties and problems to the solutions and opportunities.**
 - We think and speak in a forward-looking way. We value our past, but always link tradition with a look towards the future.
 - We sound confident and present ourselves as a professional, high-quality university, constantly committed to improving our courses and research.
 - We are proud of what we do, but never arrogant. We don't feel superior, but always remain self-aware and self-critical.
 - We always start from the facts, but neither are we afraid to share our opinions and views as well-established values.
 - We offer insights into innovative processes and scientific projects (e.g. in-house experiments, special collaborations).
 - We are not afraid to deviate from grids and templates and come up with unexpected content (e.g. surprising content types, angles or themes).
 - Visually, we come up with creative compositions or unexpected perspectives, without becoming abstract: recognisable, human situations take centre stage.

Inclusive!

- **We use inclusive language: no purely masculine pronouns and expressions (e.g. manpower, manfully), avoid racial stereotypes, etc.**
 - Nor do we make any assumptions about our audience in terms of content: everyone should recognise themselves in our communication (e.g. making no assumptions about 'the typical student').
 - Our images and emojis strive for a healthy balance of gender and ethnicity.
 - We avoid figurative language which is strongly culturally specific (e.g. cycling imagery - race, pack, breakaway).
 - We write accessibly: no vague wording or jargon. Our sentences are short and easy to read, without lengthy subordinate clauses or complex grammatical constructions.
 - At the same time, we don't oversimplify: we can use limited academic terminology, but only when it's necessary and does not undermine the clarity of the message.
 - We avoid unfamiliar abbreviations (e.g. the ICT department rather than DICT – or even better: our IT people).
 - We respond to both formal enquiries and mentions on social media. If there is adverse feedback on social media, we move the conversation to a one-to-one basis as quickly as possible. We sign social media reactions with our first names.
 - We always clearly display how our audience can reach us, in every setting (e.g. on the website, on social media, at trade fairs).
 - We use inviting language: come and join us, take a seat, explore with us, and so on.

LANGUAGE USE

VUB

When writing about our university, we never use the definite article: **'the'** VUB.

- At **VUB** you can choose between 31 bachelor's and 78 master's programmes.
- At **Vrije Universiteit Brussel** we aim to tailor education to each student.

Het woord 'universiteit' is vrouwelijk, dus gebruiken we **vrouwelijke verwijzwoorden**.

- De VUB maakt extra middelen vrij voor onderzoek. Daarmee wil **ze** denegatieve effecten van de coronamaatregelen compenseren.
- De VUB belt al **haar** studenten op om hun welzijn te monitoren.

'The' versus 'our'

When we want to emphasise our accessibility, we use **us** and **our**.

- Put your questions to **our** professors and assistants.
- Register for **our** info day.

For factual information and in press releases and crisis communications, we write 'the'.

- VUB is calling for work on a charter to combat discrimination in the rental market.
- The student concerned will be temporarily denied physical access to the VUB's buildings.

Faculties and campuses

We write 'faculty' **without capitalisation**. Disciplines are capitalised.

- The **faculty of Physical Education and Physiotherapy** has the most students (not 'Faculty of Physical Education and Physiotherapy' or 'faculty of physical education and physiotherapy').

We use the same designation for our campuses everywhere. The names of **our university's campuses** are preceded by 'VUB'.

- **VUB Main Campus** - not the 'Brussels Humanities, Sciences and Engineering campus'
- **VUB Health Campus** - not 'Brussels Health Campus'
- **VUB Photonics Campus** - not 'Brussels Photonics Campus'
- **VUB Kunstwet Campus** - not 'Jozef II'
- **VUB Usquare Campus** - not 'Usquare'.
- **VUB Konekt Campus** - not 'Brussels City Campus' - with the following locations:
 - in KVS
 - in Flagney
 - at Bozar
 - at the Flemish Parliament
 - at the KMKG
 - in Square

- The VUB Main Campus has the most sports facilities.
- The VUB Kunstwet Campus is a 13-minute cycle ride from the VUB Usquare Campus.
- VUB Health Campus
Laarbeeklaan 103
1090 Jette

If appropriate you can follow the name of the campus **with the location**.

- The VUB Health Campus in Jette lies close to several nature reserves.
- The VUB Konekt Campus in Flagey is in a former national radio and TV building.

In the case of the **external campuses for adult education** we omit 'VUB'.

- The **Campus De Oranjerie Diest** - not 'CVO Campus de Oranjerie Diest'
- The **Campus Volt Heverlee** - not 'CVO Campus De Oranjerie Leuven'
- The **Campus Coovi Anderlecht** - not 'Coovi Campus Anderlecht'

On the Campus Coovi Anderlecht you can take a shortened education master's.

Student housing

We call the building where students stay a 'VUB Residence Hall', followed by the specification.

- VUB Residence Hall XY
- VUB Residence Hall Nieuwelaan
- VUB Residence Hall Schoofslaan
- etc.

We refer to student accommodation as 'rooms' If the room is in a VUB Resident Hall, 'VUB room' or 'VUB dorm' are both correct.

The Universitair ziekenhuis UZ Brussel

When we mention the hospital by name, we always say it is the VUB university hospital:

- The VUB Universitair ziekenhuis UZ Brussel
- UZ Brussel, the VUB university hospital...
- Our university hospital UZ Brussel...

Names of services

When possible, we refer to **people** rather than services.

- Our **study counsellors** can help you to achieve success.
- For computer problems, you can contact our **ICT team**.
- Questions about sports facilities at VUB? **Our staff at Exercise and Sports** are there to help.

We also use **abbreviations as little as possible**, both internally and externally. If there is no alternative, we choose **an abbreviation that everyone** understands.

- **'Study guidance'** rather than 'the SBC service'
- **'ICT'** rather than DICT service.

Summary of central services

- People and Organisation
- ICT
- Finance
- Marketing, Communication & Engagement
- Infrastructure
- Legal Service
- Prevention & Environment
- Information Management and Archives
- Strategy and Policy
- Rectorate

Summary of central services and vice-rectorates

- Research & Data Management
 - Researcher Training & Development Office
 - Science Outreach & Office
 - Research Grant Office
 - European Liaison Office
 - Legal & Ethics Office
- Education and Student affairs
 - Student Information
 - Housing
 - Study Guidance
 - Housing
 - Education and Student Administration
 - Student status & Study finance
 - Standard Student Shop
- International Relations
- TechTransfer
 - Foundation
 - Crosstalks

Summary of services for all

- Childcare
- Library
- Student Restaurant
- Exercise & Sports
- Pilar, the House for Arts & Sciences

Job titles

Who has what job title?

A **doctor (Dr)** has written a doctoral thesis, successfully defended it at the university and been awarded a doctorate. An **honorary**

doctor is an exception. This title is given to someone who has received an honorary doctorate for an exceptional contribution to scholarship or society.

A **professor (Prof.)** is a professor who teaches at VUB. The university appoints professors.

If a professor has taken retirement, we write **emeritus professor (Em. Prof.)**

A **lecturer** is someone teaching at the university who is not a professor.

A **doctoral student** is a student working for a doctorate.

An **assistant** is a doctoral student who assists a professor with teaching duties.

A **vice-rector** chairs advisory boards and committees, in consultation with the rector.

Anyone who practices a science professionally at the university, but does not belong to this list, is a '**researcher**' or a '**scientist**'. Both are correct.

Stating and writing job titles correctly

Academics are **always referred to once in full**, using their **abbreviated title, first and family names**. The order is **(Em.) Prof. Dr** and correct English usage requires them to be **capitalised**. Later in the text we drop the 'Prof. Dr' and just use the **full first name**.

- Prof. Dr Jan Janssens has been teaching anatomy since 2001. Jan is still doing so with great dedication.

When referring to a **vice-rector** we capitalise the **first word** of the suffix.

- vice-rector Education and Student Policy
- vice-rector Research Policy
- vice-rector Internationalisation Policy
- vice-rector Innovation and Valorisation Policy

Students and staff

Students

Work students = students who combine their course with a job.

Student workers = students who do a job on behalf of the university.

Prospective students = people searching for a course (so not '**course searchers**').

Alumni = graduates of VUB (not: '**old students**' or '**graduates**')

alumnus = masculine singular

alumna = feminine singular

alumni = masculine or mixed plural

alumna = feminine plural

Staff

We consistently use **staff** - not '**employees**', '**personnel**' or '**personnel members**'. In combinatie met 'VUB' gebruiken we een liggend streepje.

- VUB has more than 4,000 **staff**.
- Some 47% of **VUB staff** are women.

Masculine or feminine?

VUB uses the most inclusive language possible. We therefore avoid masculine pronouns and expressions.

- The vice-rector opens **the** doors for students - not '**his**' doors.

- We strive **all-out** for a sustainable campus - not '**manfully**'.

Verwijzen we naar een functietitel, dan gebruiken we standaard de mannelijke vorm van het woord om de vlotheid van de tekst niet onderuit te halen.

- Professor
- Onderzoeker
- Rector
- Vicerector
- Student
- ...

Figures, digits, percentages and fractions

In running text, **we spell out the numbers one to nine** and use digits thereafter. Starting from the thousands, we use **a comma** to separate groups of 3 digits. For **percentages** we use the symbol '%'. For fractions we use '**in**' to describe relationships.

- In the last academic year the Linguistics and Philosophy faculty **had 2,382** students (not '**2382**' students)
- About **3%** of VUB students have French nationality (not '**three percent**')
• **One in five students** never take resits (not '**a fifth**' of the students).

Time

Times of day are written in English without 'h' or 'hrs'. Avoid leading zeros (e.g. 9.00, not 09.00).

- The tour takes place from 13.00 to 16.00.
- The meeting begins at **16.30**

Telephone numbers

Use a point after 'tel.'

Telephone numbers start with a country code, putting a '+' in front. Then comes the area code (example 2) This is followed by the subscriber number in groups of two, separated by a space. If the phone number has an uneven number of digits, we group the first 3 digits of the subscriber number together.

- tel. +32 2 33 45 67
- tel. +32 2 345 67 89
- mobile +32 477 12 23 34

BEHAVIOURAL STYLE

VUB embraces diversity and rejects inequality. VUB strives for the equality of every student and employee; an equality that it understands as an equivalence that does not erase differences. VUB campuses are welcoming places where discrimination, disadvantage and transgressive behaviour are not tolerated. VUB aspires to be an agent of change, giving opportunities, correcting inequalities, and steering new generations towards greater equality and appreciation of diversity.

Our behaviour

- Diversity is a fact, here at our university too. Like Brussels, the city that surrounds them, the VUB campuses are home to a population that is extremely diverse. These differences are seen as an added value.
- Staff and students at VUB treat each other with respect.
 - They do not do or say anything that could be seen by another person as offensive and a violation of dignity.
- Staff and students refer to each other by their chosen pronouns (she/he/they).
- No form of transgressive behaviour - bullying, verbal and physical violence and sexual transgressive behaviour - or discrimination or disadvantage on the basis of socio-economic position, class, outlook, religion, nationality, skin colour, ethnicity and migration background, or in terms of age, sexual orientation, gender identity and expression, physical and mental capacities and limitations will be tolerated. This applies to direct verbal communication and to images, actions, behaviours, and online communication.
- Students, staff or lecturers who witness discrimination, disadvantage or transgressive behaviour do not look away, but try to stop it. They stand up for the victim. If they cannot stop this objectionable behaviour, they take the responsibility to report it, possibly as an (anonymous) witness.
- Managers and lecturers are aware that they are role models in word and deed. They take every report or incident seriously and follow it up. They also address covert or unintentional racism, sexism and homophobia when they encounter it, seeing it as a collective learning moment.

Our commitment

- VUB pursues a diversity and equality policy that includes students and staff, as well as governance, culture and institutional practices.
- Every report of discrimination, disadvantage and transgressive behaviour is investigated and handled thoroughly and confidentially, always ensuring the privacy of those involved.
- Every report is seized on as a learning moment, and a solution is sought together.
- If communications contain words, texts or images that incite segregation, hatred, discrimination or violence, VUB will be open to criminal proceedings. If this occurs, further action will be taken.

THE VUB-ULB HOUSE STYLE

We give you an overview of the main house-style elements.
Want to know more? Send an e-mail to huisstijlproducten@vub.be

WHAT DOES IT COVER?

House style for all joint VUB/ULB products and initiatives. It consists of the logo, colours, fonts, house-style elements and predetermined compositions.

Externally

Professional graphic designers can request a zipped folder containing the house-style elements by sending an e-mail to huisstijlproducten@vub.be



For VUB staff members

All house-style elements can be found on the Do-It-Yourself platform

LOGO



RIGHT

We always use the combined ULB-VUB logo on these materials.



WRONG

On joint VUB and ULB communications, we do not use the individual logos separately.



COLOURS

The VUB-ULB house style has its own set of colours. From the moment a joint activity is set up, this blue colour replaces the original VUB blue.



C 100 M 78 Y 9 K 10
R 0 G 63 B 150
html #003f96



C 100 M 89 Y 35 K 31
R 25 G 45 B 90
html #192d5a



C 5 M 28 Y 0 K 0
R 245 G 201 B 236
html #f5c9ec



C 44 M 90 Y 4 K 0
R 159 G 55 B 135
html #9f3787



C 81 M 29 Y 52 K 14
R 36 G 125 B 119
html #247d77



C 0 M 0 Y 0 K 100
R 0 G 0 B 0
html #000000



C 0 M 0 Y 0 K 0
R 255 G 255 B 255
html #ffffff



WRONG

For the joint VUB-ULB house style, we only use the shade of blue provided for that purpose. We do NOT use the ULB blue and the VUB blue in a VUB-ULB layout.



C100 M78 Y9
K10
R0 G63 B150

VUB-ULB



C100 M80 Y16
K3
R0 G51 B153

VUB



C100 M80 Y16
K3
R0 G51 B153

ULB

FONT

Freight Sans Pro

Freight Sans Pro Book
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Freight Sans Pro Book Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Freight Sans Pro Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Freight Sans Medium Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Freight Sans Pro Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Freight Sans Pro Bold Italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Freight Sans Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

HOUSE-STYLE ELEMENTS

- We use the dotted line on all BUA materials.
- The dotted line is in white for preference. If the background colour is too light, the line may also be in black or in BUA light blue.
- The dotted line should not be too thin - it must remain recognisably a dotted line.
- Image and/or text shifts are optional.



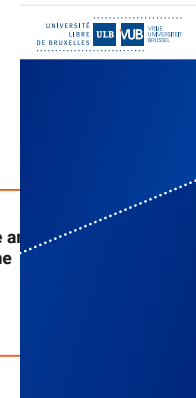
RIGHT

The oblique line always runs to the bottom right.



WRONG

Although the correct angle and thickness of the dotted line is not specified, it may not be tilted.



COMPOSITION





WEGWIJS IN SIGNALISATIE

GEZAMENLIJKE VUB-ULB SITES

Alle tools voor een overzichtelijke site

Editie juli 2024

INHOUD

De site Usquare	4
Buitensignalisatie	6
buitenzijde van de site	6
plattegrond site-gebouwen	7
aanduiden van gebouwen	8
aanduiden van gebouwingangen	9
aanduiden van looproutes	10
Binnensignalisatie	11
plattegrond gebouw-lokalen	11
aanduiden van lokalen & sanitair en looproutes	12
aanduiden van verdiepingen/niveaus	16
aanvullende tijdelijke signalisatie (voor vergadering, bezoek van externen, persmoment, Signalisatie Persoonlijkheden zoals DHC...)	17
Dit mag niet	18
Iconenset	21
Woordenset	21
Veiligheidssignalisatie	22
Kleurcodes	23
Plaatsing	24
Materialen	

Dit boekje is een gezamenlijk initiatief van de diensten Infrastructuur & MarCom van de VUB en de ULB. Met deze signalisatiegids wil men de signalisatie op gezamenlijke sites duidelijker en toegankelijker maken voor iedereen.

WOORDJE UITLEG

Ben je een projectleider verantwoordelijk voor de verhuizing of verbouwing op een gezamenlijke site zoals Usquare of LIC? Dan is dit boekje een houvast voor jou om de juiste signalisatie in de correcte huisstijl aan te vragen. Alle signalisatie is goedgekeurd door de diensten Infrastructuur van zowel de VUB als de ULB. Let wel op: voor de signalisatie op Usquare worden de gangbare materialen van de ULB gebruikt. Voor de signalisatie op LIC worden de gangbare materialen van de VUB gebruikt. Belangrijk is echter de opmaak van alle signalisatie in de gezamenlijke VUB-ULB huisstijl.

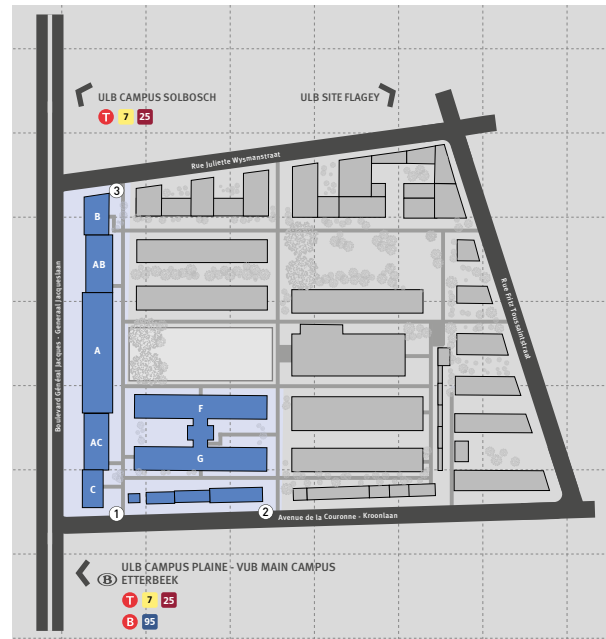
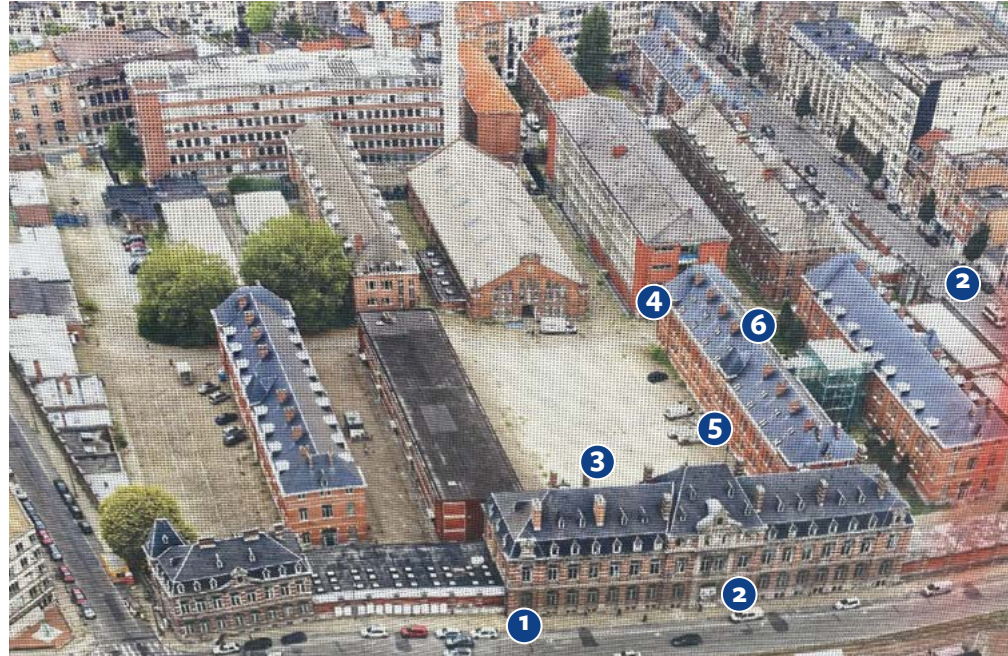
Contactpersoon VUB Infra: dries.peeters@vub.be

Contactpersoon VUB MarCom (opmaak): huisstijlproducten@vub.be.

Contactpersoon ULB Infra: caroline.jean@ulb.be

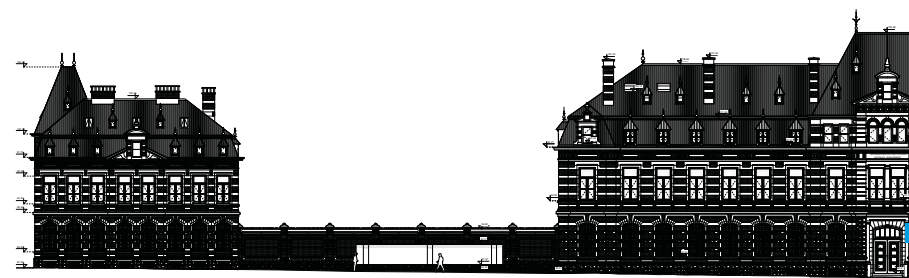
Contactpersoon ULB MarCom (opmaak): ophelie.boffa@ulb.be.

DE SITE USQUARE



Deze gebouwen nemen VUB en ULB in beslag: de volledige zijgevel langs de Generaal Jacqueslaan, een stuk van de gebouwen langs de Kroonlaan en gebouwen F en G op het binnenterrein.

Dit zijn de toekomstige zijgevels van VUB en
ULB langs de Generaal Jacqueslaan.



Tôle émaillée
0,4m*0,4m



Tôle émaillée
1m*1m



Tôle émaillée
0,4m*0,4m

Vinyle sur
vitrage,
dimensions

Balise situationnelle
sur pied, incluant des
techniques

Vinyle
0,4m*0,4m

Tôle émaillée
0,4m*0,4m



Vinyle
0,4m*0,4m

Vinyle
0,4m*0,4m

Tôle émaillée
0,4m*0,4m

BUITENSIGNALISATIE



VLAGGEN AAN BUITENZIJDEN SITE LANGS DE GENERAAL JACQUESLAAN.



Er komen geen vlaggen boven de huidige site-inkom aan de Kronenlaan omdat dit de daar aanwezige verkeerssignalisatie hindert.



Enkel vlag VUB en vlag ULB boven inkom aan de Generaal Jacqueslaan

Opmaak vlag.
Formaat 2000 mm x 3000 mm.

ULB UNIVERSITÉ
LIBRE
DE BRUXELLES

VUB VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL

Is de vlag kapot of wil je er een bijbestellen en heb je het ontwerp niet? Stuur een e-mail naar huisstijlproducten@vub.be en we bezorgen je de drukklare file.

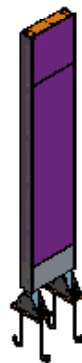


PLATTEGROND SITE-GEBOUWEN

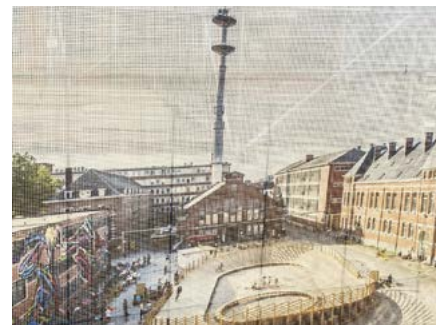
Gezien de complexiteit van de site zijn er totems met een massa-plan nodig. Het massaplan vermeldt wie in welk gebouw zit, maar gaat in functie van tijdloosheid niet verder in detail.



Opmaak totem.
Formaat 1020 mm x 3020 mm.



De ULB heeft smallere totems: 474mm x 2386mm. Om de eenheid te bewaren en voldoende opdrukruimte te hebben voor het massaplan, verkiezen we het VUB- formaat 1020 mm x 3020 mm.



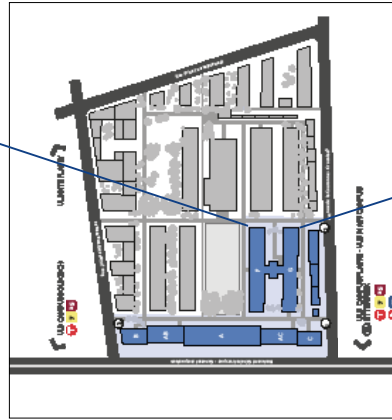
Bij plaatsing massaplan-totems moeten binnenplein (voor events), rij-routes, laden-lossen leveranciers ... vlot bereikbaar blijven.



AANDUIDEN VAN GEBOUWEN

Met dibondpaneel, grootte 1m x 1m of 40cm x 40cm.

Typografie: FreightSans Pro, Semi Bold 700pt

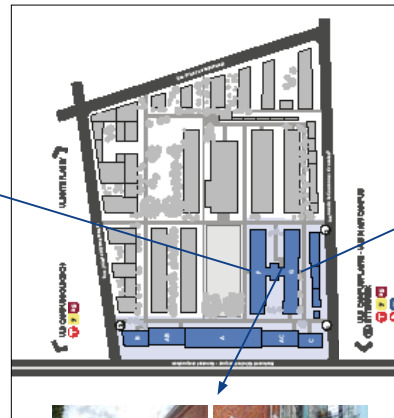




AANDUIDEN VAN GEBOUWINGANGEN

Met een dibondpaneel - rechthoek,
grootte 474 mm x 2000 mm

LET OP: Dit soort paneel is enkel beschikbaar via de signalatiedienst van de VUB. De ULB voorziet dit niet.





AANDUIDEN VAN LOOPROUTES

Hiervoor gebruiken we palen in de grond en waar nodig recto/verso bedrukt. Grootte van de borden 125 cm breed en 15cm hoog, op 2 palen van 2 meter lang (halve meter in de grond) in roestvrije aluminium.

LET OP: Deze signalisatie is enkel te bestellen via de VUB.
De ULB voorziet dit materiaal niet.



BINNENSIGNALISATIE

CLICK-KADERS VOOR PLATTEGRONDEN EN REGLEMENTEN

Formaat A3



**vectorbestand nog te ont-
vangen en omzetten naar
VUB-ULB-huisstijl**

**Voor de ULB moet de opmaak voor
reglementen en andere wettelijke
veiligheidsvoorschriften gecontroleerd
worden door Dominique Delplace.
Contact opnemen kan via
dominique.delplace@ulb.be of
02/650.20.32.**

**Voor de VUB is uw contactpersoon
voor inhoudelijke vragen Dries Peeters.
Contact opnemen kan via
dries.peeters@vub.be. Vragen m.b.t. de
opmaak kunnen gemaild worden naar
huisstijlproducten@vub.be.**

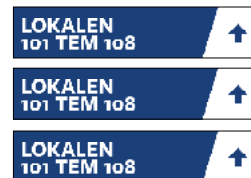
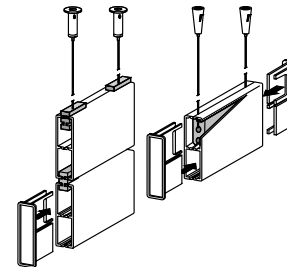
AANDUIDEN VAN LOKALEN & SANITAIR & LOOPROUTES

Met aluminiumbordjes hangend aan het plafond

Grootte: 60 cm breed x 12,5 cm hoog, staaldraad standaard 1,5 m lang
Recto of recto/verso bedrukken, full color bedrukt (geen plakletters)

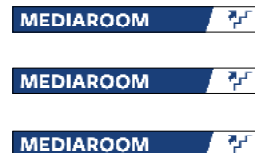
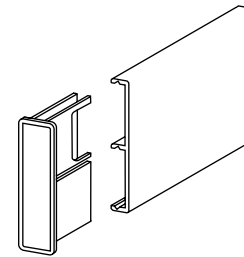


Heb je opmaak voor een plafondbordje nodig? Wil je een offerte voor aluminium-plafondbordjes? Werk je voor de VUB? Stuur een e-mail naar huisstijlproducten@vub.be
Werk je voor de ULB? Stuur een e-mail naar caroline.jean@ulb.be



Met borden aan de muur

Grootte: 60 cm breed x 6,2 cm hoog, voorzien van zwarte clicksysteem
Recto, full color bedrukt (geen plakletters)



Met deurruiters

grootte: A4 formaat

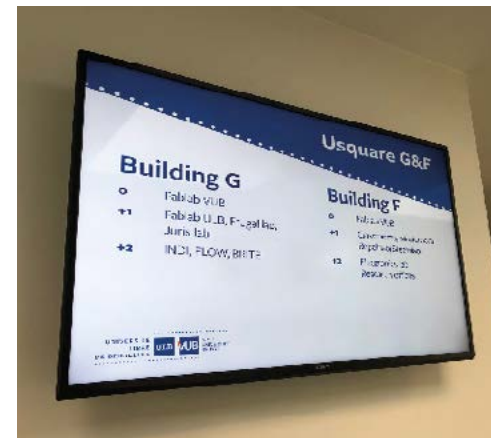
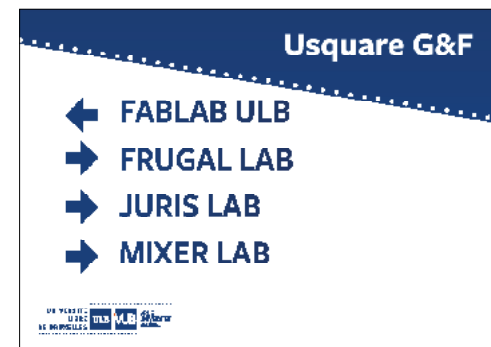
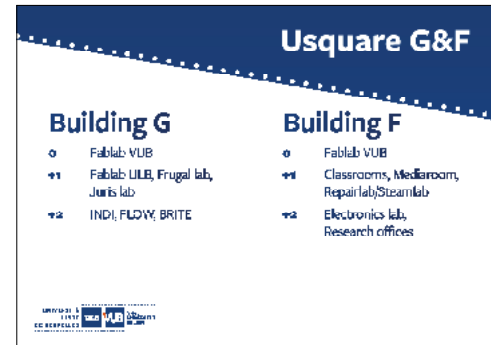


Let op: De grootte van de deurruiters is bij de VUB een verticaal A4-formaat. De grootte van de deurruiters bij de ULB is een horizontaal A4-formaat. Belangrijk is echter het design wel in de gezamenlijke huisstijl moet opgemaakt worden.

let op:

Deurruiters plaatsen we aan de zijde van de deurklink, op 150 cm hoogte.

Met beeldschermen
1920x1080px – 72dpi.



AANDUIDEN VAN VERDIEPINGEN/NIVEAUS

Sticker om een verdieping aan te duiden

Grootte: A5 formaat

**LET OP: Deze kunnen enkel aangevraagd worden bij de diensten van de VUB.
De ULB voorziet dit niet.**



AANVULLENDE TIJDELIJKE SIGNALISATIE (VOOR VERGADERING, BEZOEK VAN EXTERNEN, PERSMOMENT, ...)

Voor aanvullende tijdelijke signalisatie (enkel voor de duur van het bezoek/event) gebruiken we verplaatsbare aluminium staanders met click-kader binnen en tentborden buiten.

LET OP: Deze kunnen enkel aangevraagd worden bij de diensten van de VUB.
De ULB voorziet dit niet.



Grootte: verplaatsbare wegwijzer met click-kader A4 formaat



Grootte: verplaatsbaar tentbord met click-kader A2 formaat





**Géén houten wegwijzers.
Géén wegwijzers bevestigen op de muren.**



**Géén afwijkende opmaak en
géén afwijkende materialen.**



**Géén belemmering vormen voor de aanwezige
verkeerssignalisatie.**



**Géén signalisatie op de buitengevel van de site:
niet van tijdelijke bewoners én ook niet van
permanente bewoners.**

Géén signalisatie op de vloer



Géén andere kleuren dan de VUB-ULB-huisstijlkleuren



Géén signalisatie geschreven op muren of deuren



Géén beachvlaggen binnen



Géén afwijkende opmaak en materialen.

Géén lokaalnummers boven de lokaaldeur
Géén signalisatie op de deuren



Géén reglementen op de deuren. Een reglement of veiligheidsvoorschriften in desbetreffende ruimte komt in een click-kader.



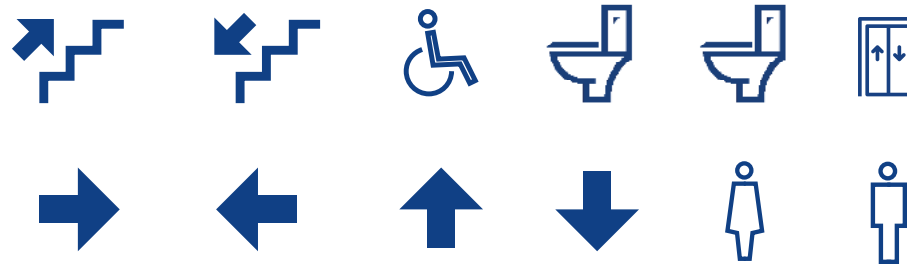
Géén roll-up-banners in de gangpaden



Géén papieren A4-tjes kleven op de muren

ICONENSET

Welke iconen weerhouden we?



WOORDENSET

We kiezen voor Engelstalige woorden.

Desk	Shower
Meeting Room	Sanitary Genderneutral
Open Huddle	Sanitary Women
Silent Study Desk	Sanitary Men
Collaboration Room	Sanitary Accessible
Office	EHBO FirstAid
Front Row Meeting Room	Security
Immersive Room	Cloak Room
Promotion Room	Stairs
Board Room	WaterPoint
Auditorium	Collective Study
Relaxation Area	Entrance Hall
Active Teams Classroom	Huddle Room
Archive	Kitchen
Copy Room	
Lockers	
Reception	
Café	
Learning Café	
Bar	
Elevator	
Book Return	



Let op

Bestelling en plaatsing van veiligheidssignalisatie valt onder het projectbudget.

Voor VUB:

breng PRMI wel altijd op de hoogte van jouw project, door een mail te sturen naar preventie@vub.be.

Voor ULB:

Dit moet aangevraagd en opgemaakt worden door SIPP ULB. Neem tijdig contact op met Dominique Delplace via dominique.delplace@ulb.be of 02 650 20 32.

VEILIGHEIDSPICTO'S

EVACUATIE EN BRAND

Formaat: volgens wettelijke voorschriften

Bedrukking: volgens wettelijke voorschriften

Bestellen van een veiligheidsstudie voor in gebouwen van de VUB:

Voor het aanvragen van een studie veiligheid-signalisatie en het plaatsen van evacuatieplannen neem je contact op met Willy de Buyzer, info@somatifie.be, tel. +32 (0)53 85 22 22, www.somatifie.be

Bestellen van pictogrammen voor in de gebouwen van de VUB:

Voor de aankoop en plaatsing van pictogrammen neem je contact op met Wim Van den Eede, info@goossaert.be, tel. +32 (0)9 228 21 01, www.goossaert.be

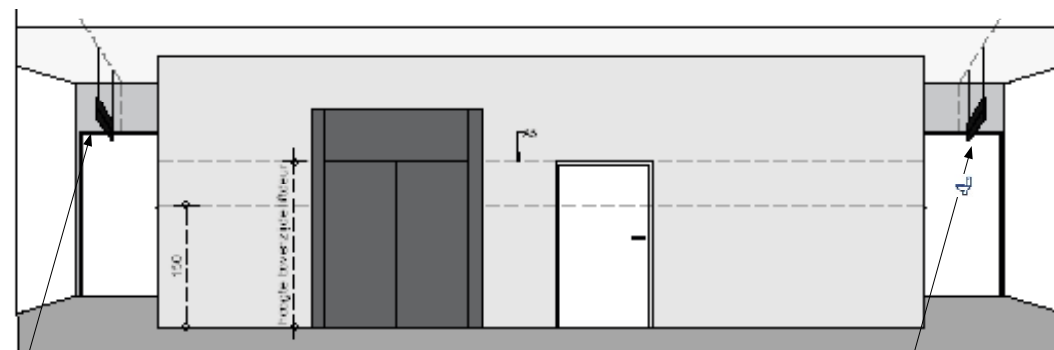
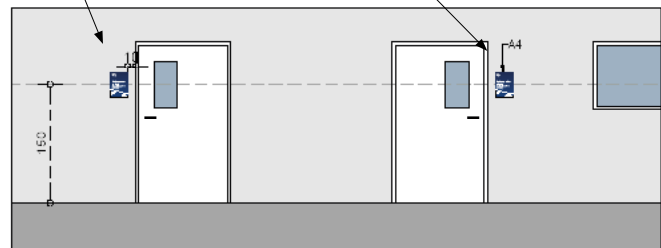
Gebruiken we geen verloop, dan moet de lichtste tint blauw worden gebruikt.





Deurruiter hangt op 150 cm en altijd aan de zijde van de deurklink.

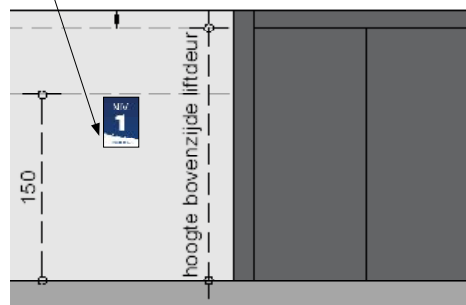
Er staat altijd, naast naam en functie, een nummer van het lokaal op de deurruiter.



Bij bordjes hangend aan het plafond hangt het onderste bordje idealiter op 2,20 meter van de grond.

Per verdieping dient er, dicht in de buurt van de lift of rotule, een A5 sticker te worden voorzien met vermelding van het niveau waarop men zich bevindt.

De toiletten worden aangeduid met een sticker op de deur én met een bordje hangend aan het plafond.



Extra pagina toevoegen voor signalisatie in de stijl van de DHC. ULB is momenteel aan het werken aan een voorstel.

NOTA'S