

MANIFEST

FRIESLAND STYLE 

INHOUD

1 / MERKINNERLIJK

2 / POSITIONERING

3 / MERKUITERLIJK

4 / GRAFISCHE TAAL

5 / BEELDTAAL

6 / TONE OF VOICE

Uren rondhangen in een museum is leeftijdsloos genieten. Of je nu van hypermodern of historisch houdt. Alma Tadema, Escher, Jan Mankes en ook een eigenzinnig en filosofisch man als Jopie Huisman. Friesland heeft haar eigen Avant Garde, de vooruitstrevende voorhoede van trendsetters die anderen doet volgen.

AVANT GARDE

FRIESLAND STYLE 

1 / MERKINNERLIJK

MERKDOEL

Friesland is een prachtige provincie. Dat laten we graag zien, én willen we zo houden. Wij bewaken daarom, in alles wat wij doen, de balans tussen economische, natuurlijke en sociale belangen, zodat zowel bezoekers als bewoners nog lang kunnen genieten van dat wat Friesland uniek maakt.

MERKVISIE

“In Friesland ben je gelukkig.
Nu en in de toekomst.”

Dat gelukkig zijn, geldt voor onze bezoekers én onze bewoners. Het ‘echte’ Friesland laten we graag zien en zijn we zuinig op. We zetten ons in voor een duurzame toekomst door een balans te vinden tussen de toeristische ervaringen die we aanbieden en het behoud van een prettige leefomgeving. Voor ons is toerisme daarom geen doel op zich, maar een middel om zowel onze bewoners als onze bezoekers nog lang van het echte Friesland te laten genieten.

MERKMISSIE

We streven onze visie na door in samenwerking met partners te zorgen voor de juiste bezoeker, op het juiste moment, op de juiste plek, bij het juiste aanbod.

1 / JUISTE BEZOEKER

Een persoon die zijn vrije tijd in Friesland besteedt en die onze provincie waardeert om wat haar uniek maakt.

Dit zijn zowel onze eigen inwoners als bezoekers van buiten de provincie die het echte, pure Friesland willen ervaren. En die begrijpen dat we dit voor toekomstige generaties willen behouden. In het kort noemen wij dit de 'bewuste bezoeker'.

2 / JUISTE MOMENT

Een moment waarop dit ecologisch verantwoord en economisch interessant is. We streven naar jaarrond toerisme om de druk op faciliteiten en natuur te spreiden, en om economisch het hele jaar te profiteren van de voordelen van toerisme.

3 / JUISTE PLEK

Op plekken die toerisme kunnen gebruiken, om in balans(!) economisch, ecologisch en sociaal te groeien. We noemen dit ook wel spreiding over de provincie.

4 / JUISTE AANBOD

Aanbod dat bijdraagt aan deze missie, is duurzaam, is Friesland eigen, is inclusief en toegankelijk, vindt plaats in periodes en op locaties waar het kan.

2 / POSITIONERING

ONDSCHSIDND VORMOGEN

KARAKTER

De Friezen leven al eeuwen met land en water. Dat vormde niet alleen onze landschappen, maar ook ons karakter, onze mentaliteit. Het heeft ons aanpakkers en doorpakkers gemaakt. Vrijgevochten. Eigenzinnig. Onze eigen taal en manier van doen verbindt ons tot een hechte gemeenschap. Mienskip noemen we dat.

Die vrijheid om het op onze manier te doen, is waar we soms letterlijk een moord voor pleegden (sorry Bonifatius).

We wachten niet tot anderen met een oplossing komen, maar gaan zelf aan de slag. Autonoom, ondernemend of gewoon positief dwars. En zeker als we er collectief baat bij hebben zetten wij Friezen de schouders eronder. Zonder opsmuk en met beide voeten op de grond.

Als bezoeker ervaar je dit karakter tijdens een gesprek met een local, je voelt het in onze steden en natuur, en je proeft het in onze producten.

ONDERSCHEIDEND VERMOGEN

AANBOD

/ CULTUUR

Geen provincie met een eigen taal, 3 Werelderfgoederen, Culturele Hoofdstad, Unesco City of Literature, 11fountains, hoogste museum dichtheid per inwoner, cultuurhistorie, rijke geschiedenis.

/ WATER

Geen provincie met zoveel meren, kanalen, bruggen en andere watersport-infrastructuur. Door het enorme wateroppervlakte kun je zowel de gezellige drukte opzoeken, als de rustige natuur.

/ ELF STEDEN

Geen provincie met zoveel steden (11!), met elkaar verbonden door de Elfstedentocht. De ene stad bruist van de energie en heeft altijd wat te beleven, in de andere waan je je in vervlogen tijden van rust en eenvoud.

/ LANDSCHAP

Geen provincie met zoveel verschillende landschappen op zo'n kleine oppervlakte (bossen, weilanden, heide, duinen, zee/wadden, meren, eilanden). 4 Nationale parken, 2 Nationale landschappen, Unesco Werelderfgoed Waddenzee.

/ WADDEN

Geen provincie met zoveel Waddeneilanden en oppervlakte Waddenzee.

POSITIONING STATEMENT

Visit Friesland biedt bewuste bezoekers een karaktervolle, duurzame vrijetijdsbeleving door haar unieke cultuur, diversiteit aan landschappen, elf steden, watersportinfrastructuur en waddengebied.

3 / MERKUITERLIJK

MERKWAARDEN

Karakter - Inspiratie - Vrijheid

Friezen doen alles net even anders. Nét wat authentieker. Net wat stoerder, wat gastvrijer, wat rustiger misschien, maar ook wat meer ontspannen... We doen zo'n beetje alles bijna hetzelfde als in de rest van Nederland, maar al die kleine 'netandersen' bij elkaar opgeteld geven Friesland een geheel eigen karakter. Met dat karakter beschermen we onze vrijheid. Met hand en tand. Ook daarom is ons karakter zo onvangbaar voor veel Nederlanders. Maar geef ons even en ontdek hoe inspirerend het is om te leven als een Fries.

NET-EVEN-ANDERS

OP Z'N FRIES

Hoe we de dingen hier net-even-anders doen, op z'n Fries zeg maar, zie je terug in onze beelden. Soms net even stoerder, soms net even nuchterder. Uitsloverij of hip gedoe daar moet je bij ons niet mee aankomen. Daar worden we dwars van. Karakter hè.

INFLUENCERS

FRIESLAND STYLE 



De Hindelooper kledingdracht maakt nog steeds indruk. Wat goed is, blijft het ook. Zo ook deze Kassekijntjes voor over je jurk. Aan de (hoofd)kappen kun je zien of een dame wel of niet getrouwd is. Een typisch staaltje Friese non-verbale communicatie dus.



De Friese meren, skutsjesilen, de waterlinie. In Friesland zijn net zoveel waterwegen als gewone wegen. Friezen hebben water in hun bloed en we verplaatsen we ons met poststokken, sloepen, supplanken, jetski's en kajaks. Of we naar ons werk of gezellig naar de winkelstraat, het water brengt ons door de hele provincie.

CITYHOPPEN

FRIESLAND **STYLE** 

DAGJE WELLNESS

FRIESLAND STYLE 

Modder is de motor van het leven in de Waddenzee. Maar spa's werken hier toch iets anders. We doen niet aan lockertjes, kamerjassen en een whirlpool in de andere ruimte. Scrubben doen we gewoon 'op het wad'. Als een vrij mens.

UITWAAIEN

FRIESLAND STYLE 

Zeilen is veel meer dan alleen maar zeilen. Vraag dat maar aan iedereen onder de 30 die wel eens op het IJsselmeer, de Friese Meren of de Waddenzee is geweest. Onder invloed van de zeewind en het woelige open water, worden vriendschappen voor het leven, een week en soms nóg korter gesloten.



Verblijf in één van de vele karakteristieke gebouwen die Friesland rijk is. Van een pittoreske visserswoning tot een gotische kerk. Dankzij het doorzettingsvermogen van de Friese bevolking zijn er tal van bijzondere gebouwen bewaard gebleven om in te verblijven. Overnachten met karakter is snel gevonden in het Friese landschap.

AIRBNB'EN

FRIESLAND STYLE 

RELATIVERING

In sommige Hollandse streken denken de mensen dat ze heel wat zijn omdat ze overal casual afkortingen voor gebruiken, ze apps op hun telefoon hebben die nog niet eens in vlogs zijn besproken, of ze heel gelukkige sokken met bijpassende vlinderstrik dragen.

In Friesland is al die opsmuk niet nodig. Hier hoef je niet stoerder, belangrijker of mooier te zijn. Alleen jezelf. Daarom vinden wij het leuk om dit te relativeren, door je te laten zien hoe de Friese variant ervan eruit ziet.

DENK HIERBIJ AAN:

- **Modewoorden uit de hedendaagse urban jungle**

Zoals 'floaten', 'escapen' of 'digital detox'. Dat kan hier allemaal ook, maar we maken er niet zo'n punt van.

- **Belachelijke namen**

(van merken of fenomenen) of woorden die in één klap een heel 'gebied' beschrijven, zoals 'uggs', 'forecasting' of 'mont ventoux', gebruiken we zonder er over na te denken.

- **Engels** dat zonder aanwijsbare reden ineens Nederlands blijkt geworden. 'hot spotten', 'appetizers', of 'city hoppen' bijvoorbeeld. Hoe irritanter, hoe beter.

ZELFSPOT

En we nemen heus niet alleen anderen op de hak. Omgekeerd geldt namelijk ook dat we heus wel weten dat het niet per se normaal is om koeien te knuffelen, met de boot naar de slager te gaan, of om in elk restaurant nagelkaas op de kaart aan te treffen.

Wij zijn dan ook niet te beroerd om nuchtere zelfspot toe te passen in de vorm van respectievelijk 'kalverliefde Friesland style', 'hop on, hop off Friesland style' en 'kaasplankje Friesland style'.

KORT EN GOED

We gebruiken nooit meer woorden dan nodig. We zeggen geen '12-koppig blazersensemble Friesland style', maar 'blazersensemble Friesland style', of nog liever 'ensemble Friesland style'. 'Pompen Friesland style' en 'Pret Friesland style' zijn gewoon kort en goed. Daar valt niks op af te dingen.

FRIESE TAAL

We gebruiken géén Fries in onze Friesland Styles. Dat lijkt misschien onlogisch als je het over Friesland hebt, maar het is vooral belangrijk dat iedereen de uitingen in één keer begrijpt.

En die Friese taal? Die komt in de rest van onze teksten natuurlijk wel terug.

HET SLAAT WAAR HET OP SLAAT

Als we producten (merchandise, promotionele artikelen, stationary, etc.) Friesland style maken, gaan de uitingen erop ook over die artikelen. Een mok is een gelegenheid om te zeggen Champagne - Friesland style. Want het betekent dan ineens zoiets als: 'wij trekken niet bij elke geboortekaart die op de mat valt een fles champagne open, we nemen gewoon nog een koffietje.'

TOERISME, DAAR GAAT HET OM!

Omdat we steeds vergelijken en ons hoofd-onderwerp toerisme (en vrijetijdsbesteding) is, komen (typische vormen van) toerisme en vrijetijdsbesteding van de rest van Nederland en de wereld ook regelmatig aan de beurt. Denk daarbij aan de uitingen 'Taj mahal', 'ballenbak', 'dagje wellness', 'hop on, hop off', etc. die je ook in deze handleiding kan terugvinden.

HOT SPOTTEN

FRIESLAND STYLE

thema en payoff

Factor 50 Friesland style, Bugaboo Friesland style, honderdduizendklapper Friesland style, parachute springen Friesland style... je kan het zo gek niet bedenken of je kunt er een Friese toerisme-uiting van maken. Althans zo simpel lijkt het. Maar helaas. Het zit wat ingewikkelder in elkaar en bovendien willen we het idee 'Friesland style' niet uitwringen.

Hoe gaan we er dan wél mee om?

'[...] Friesland style' is een dynamische pay-off, die telkens anders ingevuld kan worden, maar die geen ongelimiteerd aantal functies vervult.

De lock-up is een handig middel om verschillende doelgroepen op verschillende manieren aan te spreken. Zo kunnen randstedelijke tweeverdieners vanzelfsprekend gemakkelijker uit de voeten met 'the internet of things - Friesland style' dan senioren. Maar we kunnen ook uitingen maken die expliciet voor Friezen zijn bedoeld, voor Duitse kampeerders, of juist (heel algemeen) voor 'iedereen'.

Ten slotte is het copy construct '[...] Friesland style' dé plek om de eigenzinnige mentaliteit van de friezen letterlijk te laten horen. Dat doen we met een tone of voice die de unieke kijk van de Friezen op van alles en nog wat in één, twee of drie woorden duidelijk maakt.

ESCAPEN

FRIESLAND STYLE 

FRIESLAND **STYLE**



OVER NACHTEN

FRIESLAND STYLE

spatiering & interlinie:
de spatiering mag -5 pt. krupper
(of reeksspatiering -20) en de interlinie
-25 pt. We houden van compact.

Dit noemen we de heading. In wit of zwart.
We centreren die altijd. En de ruimte
tussen de regels (de interlinie) is krap.

Dit is de pay-off. In blauw/rood.
Hij staat in combinatie met
de heading. Altijd aan de onderkant.

Plaatsing van
het thema ten opzichte
van de heading:
optie 1. gecentreerd

OVER
NACHTEN

FRIESLAND STYLE

Optie 1:
Friesland style lockup

Plaatsing van
het thema ten opzichte
van de heading:
optie 2. rechtslijnend

OVER
NACHTEN
FRIESLAND STYLE

Optie 2:
Friesland style lockup

Plaatsing van
het thema ten opzichte
van de heading:
optie 3. linkslijnend



Optie 3:
Friesland style lockup

Plaatsing van
het thema ten opzichte
van de heading:
optie 4. rechts van de heading

MARKETING

FRIESLAND STYLE 

De hoofdteksten zijn altijd precies twee keer
zo groot als het logo 'Friesland Style'.

OVER NACHTEN

1/1

1/2

FRIESLAND STYLE 

Extra optie met bovenregel:

GA 'ÚT FAN HÛS':

OVER
NACHTEN

FRIESLAND STYLE

FRIESLAND STYLE  GA 'ÚT FAN HÛS':

Voor de bovenregel gebruiken we hetzelfde lettertype als in de heading:
Function Condensed. De letterhoogte van de bovenregel is dezelfde
als het woord 'STYLE' in de pay-off.

4 / GRAFISCHE TAAL

Kleur

Ons palet is ultra-minimalistisch. We gebruiken 4 kleuren en daar moet je het mee doen. Eerlijk, helder, fris en Fries.

Want wat we hebben gedaan is overduidelijk; het zijn 'gewoon' de kleuren uit de Friese Vlag.

Daarnaast hebben we de kleur zwart toegevoegd. Voor de heftige koppen, tussenkopjes en kadertekstjes, die-met name op een witte achtergrond indruk maken.

Alleen bij langere content (zoals magazines of de website) gebruiken we tint 10% van blauw en tint 40% van zwart als secundair palet – en alleen als het echt niet anders kan.

C=0 M=100 Y=100 K=0
R=227 G=6 B=19
Pantone 485
web #ed1c24

C=0 M=0 Y=0 K=0
R=255 G=255 B=255

C=100 M=50 Y=0 K=0
R=0 G=105 B=180
Pantone 2935
web #0072bc

C=60 M=40 Y=40 K= 100
R=0 G=0 B=0
Pantone Black
web #000005

Gebruik veel wit. Daar komen het blauw,
zwart en rood goed op uit. Friesland is
fris, helder en vrij. Niet donker en grijs.

ZWART IS STANDAARD. WIJ NIET.

Waar de rest kiest voor zwart, gaan wij voor blauw. Teksten, koppen, tussenkopjes – blauw voert de boventoon.

Zwart? Dat gebruiken we spaarzaam. Alleen als iets écht moet opvallen. Bijvoorbeeld een titel of een zinnetje dat even extra aandacht vraagt.

Dit zijn de stijlen die we graag gebruiken voor tussenkopjes:

/ TUSSENKOPJE

**1 / OPSOMMING
TUSSENKOPJE**

1. TUSSENKOPJE

Tussenkopje

ROOD

We gebruiken **rood** alleen voor details.
Om de aandacht van de kijker te sturen.

DE LEUKSTE ROUTES door de provincie fryslân



Rondje Woudsend, Lemmer en Balk
🚲 📏 (50 km)
📍 Indijk



Hegebeintum - Blije - Terp fan de Takomst | Rondjes om de kerken
🚶 📏 (12,8 km)
📍 Hegebeintum



Ontdek het mooie van Heerenveen en Wolvega
🚲 📏 (45,3 km)
📍 Heerenveen



Pontjes-Fietsrondje Langwarder Wielen
🚲 📏 (12 km)
📍 Langweer

[Bekijk alle routes](#)



Arcadia 2025
t/m 24 augustus
📍 Friesland



World Press Photo Exhibition 2025
t/m 30 mei
📍 Dokkum



Fries StraatFestival 2025
23 en 24 mei
📍 Leeuwarden



Orkater & De Lawei | De revolutie van de Rinsema's
29 mei t/m 6 juli
📍 Nij Beets



DE VIJF VAN FRIESLAND

FRIESLAND.NL

Friesland staat van oudsher bekend om de eindeloze ruimte en rust. En we doen een moord voor onze vrijheid (soms erg letterlijk, sorry Bonifatius). Maar geef ons even en je hebt snel door hoe leuk en inspirerend het is om te leven als een Fries. Want hoewel iedereen ons kent van de koeien, het zeilen, fierljeppen, wandelen, fietsen en schaatsen, is het Friesland van nu ook cultureel en open, gastvrij en uniek. Leer ons kennen en je hebt een vriend voor het leven.

Wie het over de Friese cultuur heeft, noemt ook de Elfstedentocht. De monsterlijke schaatstocht die alleen in de strengste winters wordt gehouden. Zeg je water, dan denk je aan zeilen op de Friese Meren of wadlopen over de bodem van de zee naar een van de eilanden. En wie het over de Friese wouden heeft krabt zich achter het oor. Hebben ze die ook? Ja. Het eigenzinnige karakter van de Friezen vind je in de grote vijf: cultuur, elf steden, water, wadden en wouden.

1/De Waddenkust bij Peazens-Moddergat 2/De Bosbergtoren in Appelskea 3/Onsterfelijke Bloemen - Rikka in Drylts, onderdeel van de 11fountains 4/Historische Elfstedenstad Stavoren 5/De Tsjûkmar in het Friese Merengebied

KADERTEKSTJES

Beperk het gebruik van vlakken en houd het helder, fris en Fries.

BELIBJE BELEVEN

1/ FLINKE STREEKMARKT

Ottatumqu iatuscia ium accae conse conet, cum audae nobis doluptam, sita voloreno volorunti omnihillab inum vallori busdae similig enisn rerum nobis mos pratatemMiliquiat pos nonseidi onecae ea volorer citoquu ndestes eostia cori is nem eoque cupitoti sstistatus volia aliqui coreiciti qui corehende aut milit harum, et vera doluptat ipient quia nas

WWW.FLINKEBOSKJE.NL



2/ HEGEMERMAR FERTELT

Ottatumqu iatuscia ium accae conse conet, cum audae nobis doluptam, sita voloreno volorunti omnihillab inum vallori busdae similig enisn rerum nobis mos pratatemMiliquiat pos nonseidi onecae ea volorer citoquu ndestes eostia cori is nem eoque cupitoti sstistatus volia aliqui coreiciti qui corehende aut milit harum, et vera doluptat ipient quia nas

WWW.PALINGAAKOOSTZEE.NL



3/ LEMMER AHOY

Ottatumqu iatuscia ium accae conse conet, cum audae nobis doluptam, sita voloreno volorunti omnihillab inum vallori busdae similig enisn rerum nobis mos pratatemMiliquiat pos nonseidi onecae ea volorer citoquu ndestes eostia cori is nem eoque cupitoti sstistatus volia aliqui coreiciti qui corehende aut milit harum, et vera doluptat ipient quia nas

WWW.ZEVENWOLDEN.NL



KEUNSTICH KUNSTIG

1/ KUNSTROUTE WORKUM

Ottatumqu iatuscia ium accae conse conet, cum audae nobis doluptam, sita voloreno volorunti omnihillab inum vallori busdae similig enisn rerum nobis mos pratatemMiliquiat pos nonseidi onecae ea volorer citoquu ndestes eostia cori is nem eoque cupitoti sstistatus

WWW.BEELDENSTADWORKUM.NL

2/ KUNST KUIER PINGJUM

Ottatumqu iatuscia ium accae conse conet, cum audae nobis doluptam, sita voloreno volorunti omnihillab inum vallori busdae similig enisn rerum nobis mos pratatemMiliquiat pos nonseidi onecae ea volorer citoquu ndestes eostia cori is nem eoque cupitoti sstistatus

WWW.KUNSTACHTERDUKEN.NL

Ottatumqu iatuscia ium accae conse conet, cum audae nobis doluptam, sita voloreno volorunti omnihillab inum vallori busdae similig enisn rerum nobis mos pratatemMiliquiat pos nonseidi onecae ea volorer citoquu ndestes eostia cori is nem eoque cupitoti sstistatus

WWW.WATERLANDVANFRIESLAND.NL/UITAGENDA

OKT UITAGENDA

5 EN 6 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

5 EN 6 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

5 EN 6 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl

6 EN 15 OKTOBER

Five great guitars

o Balk
Groot feest in het centrum, met markt, ringrijderij en kermis.
www.bolsward.nl



Fietselfstedentocht

maandag 9 juni

📍 Friesland

Voor langere content als magazine's, websites of brochures mag de kadertekst ook op een blauw (tint 10%) vlak geplaatst worden.

We gebruiken voor korte kadertekstjes zwart als tekstkleur. Daarmee onderscheiden we het van de blauwe broodtekst.

Voor contentblokken gebruiken we een wit vlak met een dunne grijze (tint 40% zwart) lijn of slagschaduw.

BLAUW ZEGT: HIER BEGINT IETS ANDERS

Op de website markeert het blauwe vlak onderaan elke pagina de grens. Daar stopt de inhoud, en begint de weg naar contact. Duidelijk.

Ook in drukwerk gebruiken we blauw als visuele scheidslijn. Denk aan een colofon in de omslag, een korte intro, of een illustratie die even op adem wil komen. Het blauwe vlak schept orde.

The logo for Visit Friesland. The word 'VISIT' is in a bold, black, sans-serif font. The letter 'V' is a large, blue, stylized shape that resembles a shield or a stylized 'V'. Below 'VISIT' is the word 'FRIESLAND' in a bold, black, sans-serif font.

VISIT FRIESLAND

De boodschap is belangrijker dan de afzender. De [...] Friesland Style dus meer dan Visit Friesland. Maar maak je gebruik van het logo, doe het dan zoals voorgeschreven op de komende pagina's.



VISIT
FRIESLAND



VISIT
FRIESLAND



VISIT
FRIESLAND

*Op blauw of afbeelding



VISIT
FRIESLAND

PLAATSING

Zet het Visit Friesland-logo in een hoek of strak in het midden. Niet te groot, niet te klein: ongeveer 1/7 van de paginabreedte is precies goed. Laat rondom het logo nog één logobreedte aan ruimte vrij — zo blijft het ademen. Kies je voor het midden? Dan mag je zelf spelen met het formaat, zolang het beeld maar in balans blijft.

1/7 pagina



5 / BEEELDTAAL

KARAKTER IN BEELD

Friezen doen alles net even anders. Nét wat authentieker. Net wat stoerder, wat gastvrijer, wat rustiger misschien, maar ook wat meer ontspannen. Dat laten we zien in onze beelden. We houden balans tussen actie en landschappen, tradities en vernieuwing. Laat zien hoe het is om te leven als een Fries.

ECHE KLEUREN, HELDER & VRIJ

Fryslân is fris, helder en vrij,
dat zie je terug in kleur en licht.
Filters en opsmuk daar doen we
niet aan. Kleuren zijn echt. Net
als Fryslân. Gewoon zoals het is.

Lukt het om een rood of blauw
accent in beeld te hebben?
Super! Maar ga dit niet
gekunsteld doen.



GEEN LEEGTE WEL ACTIVITEIT

Rust & Ruimte staat hier niet voor leegte, maar voor een ontspannen omgeving. Geen R&R dus, maar O&O... We laten in het landschap en de weidsheid van Friesland, activiteit en actie zien. Niet in grote massa's. Maar ontspannen, met genoeg vrijheid.



ECHE MENSEN ECHE MOMENTEN

Zetten we mensen op de foto dan zijn de situatie en de emotie écht. Zonder poespas of acteren. Natgeregend, lachend, bezig met wat hen blij maakt. Geen geposeer, maar een blik vol concentratie, een oogopslag waarin teleurstelling valt af te lezen, of een bulderlach om een grappige situatie.

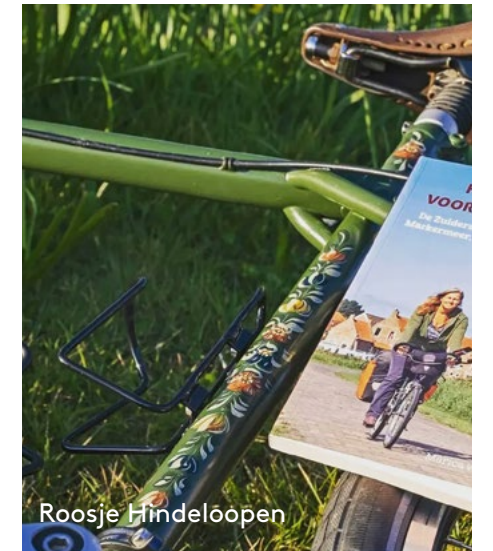
Portretteren we mensen, dan doen we dat in hun eigen, Friese omgeving.



EIGENTIJDS

Onze tradities maken ons uniek en daar zijn we trots op. Maar Fryslân is zoveel meer dan haar verleden. Daarom laten we voornamelijk het eigentijdse Friesland zien. Eigentijdse mensen, eigentijdse activiteiten en eigentijdse locaties.

Negeren we dan het verleden en de tradities? Nee, zeker niet! Maar we kijken wel hoe we ze ook naar het nu kunnen trekken.



BEELD SERIES



Strak landschap

Laat de kijker zien waar je bent. **Wide shots**, met mensen in beeld, geven lucht en vrijheid. Geen hoofdpersoon op een voetstuk, maar de mens die opgaat in het landschap. Want hier ben je nooit alleen — je bent altijd onderdeel van iets groters.



In beweging

Gebruik **medium shots** om actie en emotie te vangen: een blik, een gebaar, een samenspel. Is er geen actie, dan mag de achtergrond wat vervagen, zolang je blijft voelen dat je in Fryslân bent. Een Friese vlag aan een gevel, water in de verte, of een kop-hals-rompboerderij als decor.



Dichtbij

Om het onderwerp letterlijk dicht bij de kijker te brengen, gaan we voor de **close-up**. Een hand aan het werk, een gezicht vol focus of verwondering. Emotie zit in de details. Laat het beeld spreken zonder opsmuk.



X Leeg



V Actie



X Massa



V Vrijheid



X Geposeerd, voelt niet echt/oprecht



V Echte lach, echte situatie



X Geposeerd

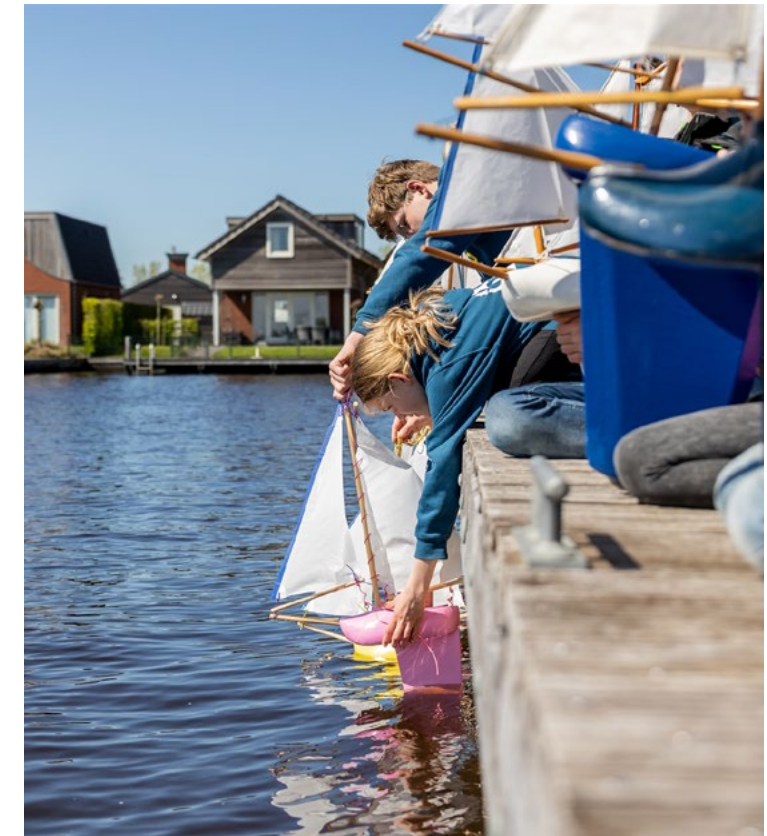


V Echte situatie

X Geposeerd



V Echte situatie





X Oudere modellen



V Eigentijdse modellen



X Traditie en oudere modellen



V Traditie en jonge modellen

6 / TONE OF VOICE

BROODTEKST

FRIESLAND STYLE

Zo klinkt Visit Friesland

Friesland is eigenzinnig. Geen vlakke verkooppraatjes, maar teksten met karakter. We zeggen wat we denken en doen niet moeilijk. Onze stijl is helder, direct en met een flinke scheut lef. Alsof je buurvrouw je even tipt waar je écht moet zijn. We houden het simpel. Geen ingewikkeld taalgebruik. Wel ritme, vaart en beelden die blijven hangen. Je voelt de wind in je haren, het grind onder je voeten, het geroezemoes van een dorpsplein vol verhalen. We kiezen onze woorden scherp. Laat de lezer zelf maar besluiten of iets bijzonder is – wij zorgen wel dat ze het zien.

Ruimte is hier geen ander woord voor leegte. Friesland leeft. Het borrelt en *brûst*. Van het Wad tot de *Wâlden*. Hier kun je verdwalen in het groen én dansen op een weilandfestival. Die spanning – tussen rust en reuring – maakt onze verhalen krachtig. We praten niet óver maar mét mensen. Duidelijk en uitnodigend. Geen jargon, geen ingewikkeld gedoe. En af en toe gooien we er een *Frysk* woord in – net genoeg om je te laten weten waar je bent.

Schrijf zoals we zijn: recht door zee, met plezier en een tikje dwars. Laat zien wat er te doen is.
Kies positie. Zet aan tot actie. Want hier wacht niemand af. Hier gá je gewoon.



OVER NACHTEN

Nationaal park De Alde Feanen gaat vooral over kijken en niet teveel zeggen. Overdag langs de waterkant glijden met de picknickmand aan boord en 's nachts, als de Feanen in de donkerste plek van Nederland veranderen, zie je meer sterren dan waar dan ook. En dan zeggen ze dat Friezen niet romantisch zijn...

FRIESLAND STYLE 

VAKANTIE LIEFDE

FRIESLAND STYLE 

Nationaal park De Alde Feanen gaat vooral over kijken en niet teveel zeggen. Overdag langs de waterkant glijden met de picknickmand aan boord en 's nachts, als de Feanen in de donkerste plek van Nederland veranderen, zie je meer sterren dan waar dan ook. En dan zeggen ze dat Friezen niet romantisch zijn...

AFTITELING

FRIESLAND STYLE

COLOFON

De oorspronkelijke brandguide Friesland Style is in 2017 ontwikkeld door KesselsKramer in opdracht van Merk Fryslân.
Deze herziene versie (2025) bevat aanvullingen en aanscherpingen door het team van Visit Friesland.

Heb je vragen over de huisstijl en hoe je deze toepast?
Neem dan contact op met Bouke Kors, Manager van Visit Friesland: bouke@merkfrylan.nl // 06-20499088