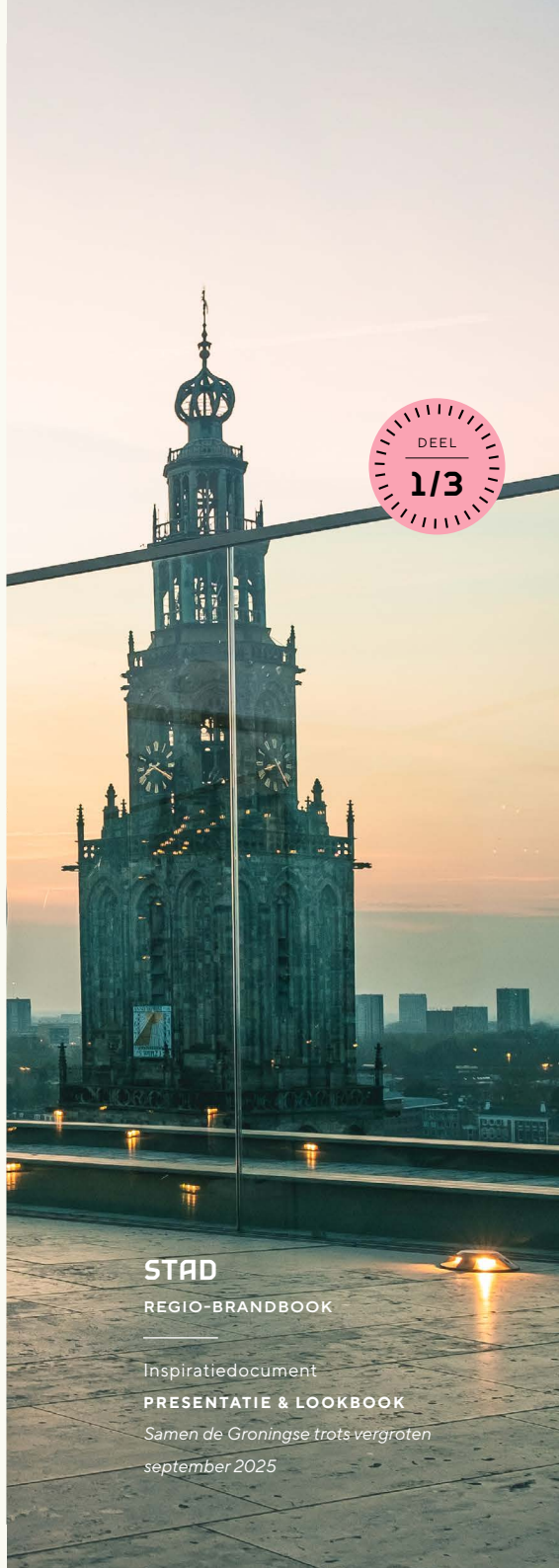




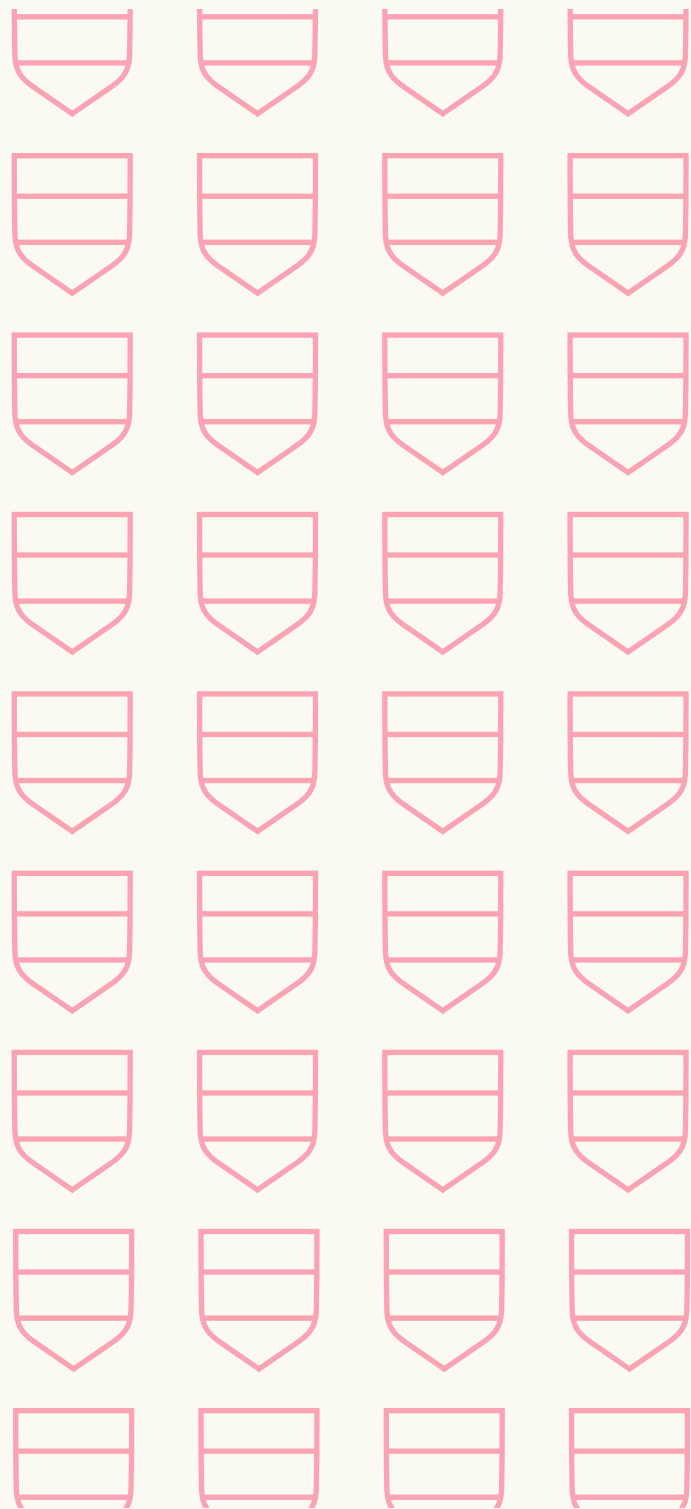
## STAD

REGIO-BRANDBOOK

Inspiratiedocument

**PRESENTATIE & LOOKBOOK**

Samen de Groningse trots vergroten  
september 2025



**STAD**  
REGIO-BRANDBOOK

Inspiratiedocument  
**PRESENTATIE & LOOKBOOK**  
Samen de Groningse trots vergroten  
2025

## BRANDBOOK STAD

---

Samen de Groningse trots vergroten,  
dat is het hoofddoel van Merk Groningen  
en de huisstijl van de Groningse regio's.

### Dit brandbook bestaat uit 3 delen

1. Een inspiratiedocument waarin we in het kort de visie van Merk Groningen uitleggen, de huisstijl van Stad presenteren en laten zien wat je er zoal mee kan
2. Een huisstijlhandboek waarin we de gebruiksregels van de basisingrediënten behandelen
3. Een draaiboek waarin we de strategie en werkwijze uitleggen

---

### Je bevindt je nu in deel 1

Maar bekijk ook de andere delen  
voor meer informatie en inspiratie.

---

# WEL KOM BIJ

---

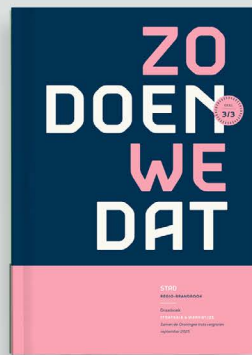
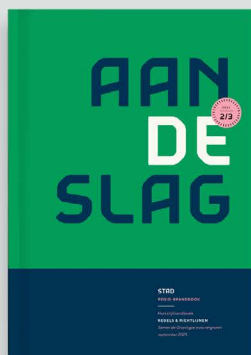
## BRANDBOOK STAD

---

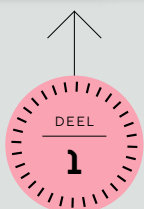
---

### DEEL 1

Kiek eens eem  
Presentatie & Lookbook  
2025



Je bevindt  
je nu hier



## DE KRACHT VAN SAMEN EEN VERHAAL



## 1 DEEL

### INSPIRATIEDOCUMENT KIEK EENS EEM

#### PRESENTATIE & LOOKBOOK

| strategie Merk Groningen |  
| dit zijn de onderdelen van de huisstijl  
en hier komt dat vandaan |  
| dit kan je er zoal mee |

## 2 DEEL

### HUISSTIJLHANDBOEK AAN DE SLAG

#### REGELS & RICHTLIJNEN

| do's en don'ts |  
| richtlijnen en tips |  
| copyright |

## 3 DEEL

### DRAAIBOEK ZO DOEN WE DAT

#### STRATEGIE & WERKWIJZE

| jouw rol als merkregisseur |  
| merktoets | merkfilter |  
| marketinginzet | werkwijze |



# Merk Groningen 1

## ALGEMEEN

ONS DNA P.5

321 GRO, Het kompas van Groningen P.5

3 kernwaarden P.7

2 ambities P.9

1 kern P.11

# Regiomerk Stad 2

## MISSIE

TUJDLIJN P.16

SAMEN MAAR TOCH EIGEN P.19

## IDENTITEIT

EEN EIGEN VERHAAL P.20

1. profielschets P.23

2. doelgroepschets P.23

3. vaste kernzin P.25

4. flexibele pay-off P.25

5. wordcloud P.25

## HUISSTIJL

EEN EIGEN SMOEL P.27

1. kleurensset P.29

2. logo P.33

3. logo stad P.37

4. beeldmerk P.49

5. typografie P.55

6. patroon P.57

7. blokkenpatroon P.61

# Lookbook 3

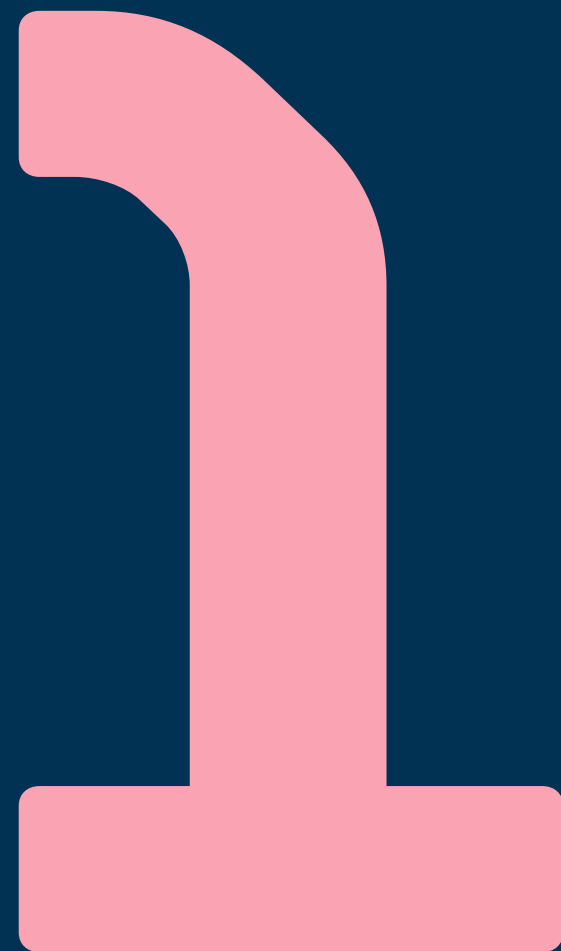
## TOEPASSINGEN

HET MERK IN ACTIE P.71

# Fairplay 4

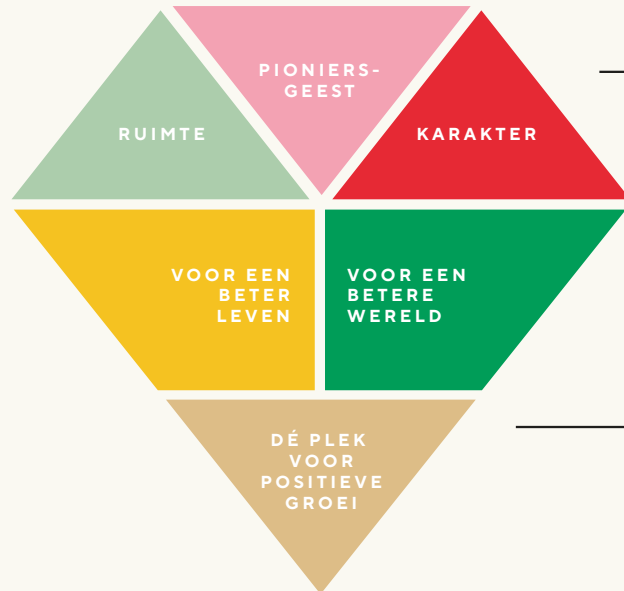
## COPYRIGHT

DE KLEINE LETTERTJES P.109



MERK  
GRONINGEN

ALGEMEEN



**3** KERNWAARDEN

**2** AMBITIES

**1** KERN

**GRO**

# 321 GRO ONS DNA

HET KOMPAS VAN GRONINGEN

Groningen mag gezien worden: een stad en een provincie waar je alle vrijheid hebt. Waar het barst van de mogelijkheden. En waar we de dingen doen met die typisch Groningse ommekracht en lef. Altijd onvervalst en eigenzinnig. Samen maken en vertellen we het verhaal van Groningen.

Als je zeker weet wie je bent en waar je vandaan komt, dan kun je ook overtuigend vertellen waar je naartoe gaat. Met een kompas in de hand is het goed sturen. Voor Groningen heet dat kompas 321GRO. Onze merkstrategie. Met drie kernwaarden, twee ambities en één kern. Samen onze kracht en onze potentie. Dit DNA maakt dat we zijn wie we zijn en dat we doen wat we doen.

**ER GAAT  
NIETS BOVEN  
GRONINGEN**

# RUIMTE HIER KAN HET PIONIERS GEEST WE DOEN HET KARAKTER OP ONZE EIGEN MANIER

## 3

### GRONINGSE KERNWAARDEN

De Groningse kernwaarden kun je alle drie letterlijk én figuurlijk opvatten: ruimte, pioniersgeest en karakter. Die drie woorden gaan we natuurlijk niet aldoor hardop uitspreken, daar zijn ze niet voor bedoeld. Het gaat erom dat we ons bewust zijn van onze ankerpunten. Onze noord, oost, zuid, west.

#### RUIMTE

DAT GAAT OVER VRIJHEID EN MOGELIJKHEDEN

Groningen biedt licht en lucht. Op alle vlakken. Ruimte in je hoofd en de vrijheid om jezelf te zijn. Zo ontstaan er mogelijkheden. Zo kun je zelf invulling geven aan de toekomst. Groningen is een open uitnodiging om te komen experimenteren en ondernemen. Kom hier en grijp je kansen. Ze liggen gewoon voor het oprapen.

**HIER KAN HET.**

#### PIONIERSGEEST

DAT GAAT OVER LEF EN AANPAKKERSMENTALITEIT

Groningers zijn onverschrokken genoeg om nieuwe dingen te doen en volhardend genoeg om door te zetten. Praktische pioniers in hart en nieren. Al eeuwenlang. De ommekracht zit diep in de Groningse natuur. Graag een voorbeeld stellen, zonder erover op te scheppen. Liever beginnen we gewoon. Zo kan het ook.

**WE DOEN HET.**

#### KARAKTER

DAT GAAT OVER EIGENHEID EN EIGENZINNIGHEID

In Groningen koesteren we trots alle zaken die Groningen tot Groningen maken. Nergens doorsnee of dertien in een dozijn, overal authentiek en onvervalst. Af en toe koppig en soms ook ongezoeten. Maar altijd gouddeerlijk. We bewaken onze ziel en staan voor onze zaak. Typisch Gronings.

**OP ONZE EIGEN MANIER.**



# GRO QUALITY EEN BETER LEVEN GRO GREEN EEN BETERE WERELD

## 2 GRONINGSE AMBITIES

Met onze drie kernwaarden stevig in de benen, zetten wij doelbewust in op twee ambities: een beter leven en een betere wereld.

We staan wereldwijd aan de vooravond van een nieuw tijdperk. De maatschappij zal er in de komende jaren compleet anders uit gaan zien: duurzamer, gezonder en toekomstbestendiger. En dat is nou precies de stip aan de horizon waar wij in Groningen vol overtuiging naartoe werken. Zo bouwen wij aan een toekomst met een gouden rand. **DAT IS DE GRONINGSE KIJK OP GROEI.**

### GRO QUALITY

#### EEN BETER LEVEN

Welvaart betekent voor ons nooit ongebreidelde groei, maar kwalitatieve groei. Een betaalbare, gelukkige woonomgeving, goed onderwijs voor alle kinderen, een bloeiende recreatieve sector, lichamelijke gezondheid en volop cultuur. Welzijn en welbevinden voor iedereen.

**LEVENSQUALITEIT, WAARBIJ DE MENS CENTRAAL STAAT.**

### GRO GREEN

#### EEN BETERE WERELD

Ook wat betreft de economie hebben wij een heel specifieke opvatting over welvaart. Wij praten pas over groei als die groei duurzaam is. Op dit moment zijn in Groningen al tienduizenden knappe koppen volop bezig met de uitdagingen van de 21e eeuw. Samen maken ze Groningen tot een proeftuin voor de wereld van morgen. Met wereldwijde impact.

**WERELDWIJDE VRAAGSTUKKEN, GRONINGSE ANTWOORDEN.**

# GRONINGEN IS DE PLEK VOOR POSITIEVE GROEI

## 1

### GRONINGSE KERN

#### GRO

##### POSITIEVE GROEI

Ons DNA en onze ambities leiden samen tot één

conclusie: Groningen is dé plek voor positieve groei.

Dé plek voor transitie naar de maatschappij van morgen.

Dé plek voor een bloeiende betekenseconomie.

Waar het heerlijk is om te wonen, te werken en te verblijven.

Hier kun je als ondernemer volop pionieren met de transitievraagstukken van deze tijd. Hier kun je als vaktalent, student of wetenschapper de wereld veranderen. Hier kun je jezelf als bewoner en bezoeker opladen en ontladen. Dankzij de unieke combinatiekracht van Stad en Ommeland die je nergens anders in Nederland vindt.

Hier kan het. We doen het. Op onze eigen manier.

**IN GRONINGEN IS DE TOEKOMST AL BEGONNEN**



— — — — — IN GRONINGEN IS DE TOEKOMST AL BEGONNEN





# 2

## REGIOMERK STAD

MISSIE | IDENTITEIT | HUISSTIJL

## TUJDLIN GRONINGEN STADS- PROFILERING

**1251  
-  
1500**

**Stad wordt baas  
in eigen huis**  
De Utrechtse bis-  
schop wordt de  
stad uitgewerkt  
Groningen laat  
zien dat ze het  
prima zelf kan.

**1482**

**Stapelrecht  
van de stad**  
Als handelsstad  
en regionaal  
centrum is er geen  
concurrentie. De  
stad dwingt zelf af  
dat alle handel in de  
Ommelanden via de  
stad moet lopen.

**1614**

**Oprichting  
universiteit**  
De oprichting  
van De Academia  
Groningana vormt  
een mijlpaal in  
de culturele en  
wetenschappelijke  
ontwikkeling de stad

**1040**

**Oorsprong en  
'stadse vrijheid'**  
Keizer Hendrik  
III bevestigt de  
rechten van  
Groningen.

**1150  
-  
1200**

**Benoeming stad  
Groningen**  
Vroeger was je pas  
stad als je stads-  
rechten kreeg.  
Groningen benoemt  
zichzelf tot stad.

**1430**

**Bouw huidige  
Martinitoren**  
De Martinitoren  
brandde af en  
stortte bijna in. De  
toren hield stand  
en is nog steeds het  
hoogste gebouw  
van de stad.

**1594**

**De reductie  
van Groningen**  
In 1594 veroveren  
Maurits en Willem  
Lodewijk de stad  
Groningen, die  
daarna samen met  
de Ommelanden  
een nieuw gewest  
vormt binnen de  
Republiek.

**1672**

**Groningens Ontzet**  
Tijdens het beleg  
door Bommen  
Berend, bleven de  
Groningers stug  
vechten, tegen een  
overmacht in. De  
stad hield stand.

**1880  
-  
1885**

**Van Stadswal naar  
Noorderplantsoen**  
De stadswallen gaan  
weg, het Noorder-  
plantsoen komt  
ervoor in de plaats:  
Groningen gaat van  
verdedigingsstad  
naar een leefbare  
stad.

**1920  
-  
1930**

**Amsterdamse  
School in Stad**  
Bouwstijl met  
expressieve vormen  
en baksteen-  
decoratie verschijnt  
in de stad.

**1969**

**Studentenopstand  
Universiteit**  
Studenten bezetten  
de universiteit en  
eisen meer inspraak  
en democratisering.

**1871**

**Eerste vrouwelijke  
student**  
Aletta Jacobs  
schrijft zich in aan  
de Groninger Uni-  
versiteit en wordt  
arts en vrouwen-  
rechtenactivist.

**1896**

**Opening Station**  
Indrukwekkend  
gebouw ontworpen  
door Isaac Gos-  
schalk dat zorgt  
voor verbinding,  
bereikbaarheid  
en groei.

**1913**

**Oprichting  
De Ploeg**  
Jonge kunstenaars  
doorbreken tradities  
met expressionisme.

**1945  
-  
NÜ**

**Studentenstad**  
De stad kent een  
grote toestroom van  
studenten en expats  
na WOII. Groningen  
groeit uit tot een  
internationale,  
bruisende,  
jonge stad.

**1970  
-  
NÜ**

**Zernike als  
innovatiehub**  
Zernike Campus  
vormt het kloppend  
hart van innovatie  
in Groningen.

**1987**

**Geen  
sluitingstijden**  
Groningen wordt de  
eerste stad zonder  
vaste sluitingstijden  
voor de horeca.  
Het nachtleven  
bloeit op.

**1992**

**Opening Groninger  
Museum**  
Kunsttempel in  
post-moderne stijl.  
Controversieel bij  
opening, nu een  
icoon.

**2000  
-  
2014**

**Groninger Forum**  
Moderne architec-  
tuur en cultureel  
hart van de stad.  
Na jaren debat  
toch gerealiseerd.  
Nu bekroond en  
drukbezocht.

MISSIE

**1986**

**Start Eurosonic  
- Noorderslag**  
Het belangrijkste  
muziekfestival  
van Europa voor  
opkomend talent.

**1991**

**Start Noorderzon  
Festival**  
Kunst, muziek  
en theater in het  
Noorderplantsoen.  
Vrijzinnigheid  
in het groen.

**2000  
-  
NÜ**

**Fietsstad  
Groningen**  
Meer dan 60% van  
het verkeer gaat  
per fiets. Compact,  
duurzaam en  
leefbaar.

**2010  
-  
NÜ**

**Stad van de  
Toekomst**  
Een hotspot voor  
internetstreams en  
de Mediacentrale,  
de tweede internet-  
stad van Nederland,  
koploper in water-  
stof, circulaire eco-  
nomie en slimme  
mobiliteit.

**2024**

**Oplevering  
Ring Zuid**  
De ombouw van  
de zuidelijke  
ringweg verbetert  
de bereikbaarheid,  
de doorstroming,  
de leefbaarheid  
en de veiligheid.

**2014**

**Ontwikkeling  
Suikerterein**  
Ooit een suiker-  
fabriek, nu een plek  
waar theatermakers,  
foodtrucks, kunste-  
naars, en festivals  
samenkomen.

**2019**

**Lancering  
Merk Groningen**  
Groningen krijgt  
een integrale  
merkstrategie,  
met een duidelijke  
merk identiteit en  
een eenduidige  
visuele uitstraling.



# SAMENMAAR TOCHEIGEN

Natuurlijk, de provincie Groningen wordt in de volle breedte gekenmerkt door veel overeenkomsten, het Groningse DNA dat we met Merk Groningen gevangen hebben. Daarom is het ook belangrijk om een bepaalde eenheid uit te stralen. Maar als je verder inzoomt zie je juist ook wezenlijke verschillen: in landschap, in aanbod, in mentaliteit. Iets wat niet alleen inwoners, maar ook bezoekers ervaren. Een uitgesproken 'eigen' gevoel.

Dit vraagt – terecht – om een spotlight, want juist die mooie verschillen, die uitgesproken trots en best bewaarde geheimen zijn zó de moeite waard om te vertellen. Het maakt de provincie Groningen tot wat ze is, het maakt gezamenlijk het onderscheidend vermogen van de provincie en het zijn belangrijke redenen waarom er nog altijd niets boven Groningen gaat.

Er is, naast het algemene Merk Groningen, ook voor elke regio een eigen sub-huisstijl ontwikkeld. We hebben inhoudelijk de verschillende regio's beschreven en voorzien van een eigen smoel. Alles zorgvuldig op elkaar afgestemd zodat ze samen één geheel vormen, maar tegelijkertijd niet overlappen. Zo vertellen ze samen verschillende

verhalen over de provincie en accentueren we wat er zo eigen is aan de regio.

## HET MERK VAN ELKE REGIO BEVAT:

### Een eigen verhaal (identiteit)

5 tekstuele ingrediënten die de regio typeren:

1. een profielschets
2. een doelgroepschets
3. een vaste kernzin
4. een flexibele pay-off
5. een wordcloud

### Een eigen smoel (de huisstijl)

6 visuele ingrediënten die de regio haar gezicht geven:

1. een kleurensset
2. een logo
3. een beeldmerk
4. typografie
5. een patroon
6. een blokkenpatroon



# EENEIGEN VERHAAL

VIJF TEKSTUELE INGREDIËNTEN  
VAN HET REGIO MERK

**Groningen. Een stad vol energie en karakter. Dat voel je direct wanneer je vanaf de Martinitorren over de daken uitkijkt of door de eeuwenoude straten loopt. Met levendige studentenspots en gezellige marktplaatsen. Een bruisende stad waar kleurrijke straten, musea en festivals samengaan met de rust van verborgen hofjes en tuinen.**

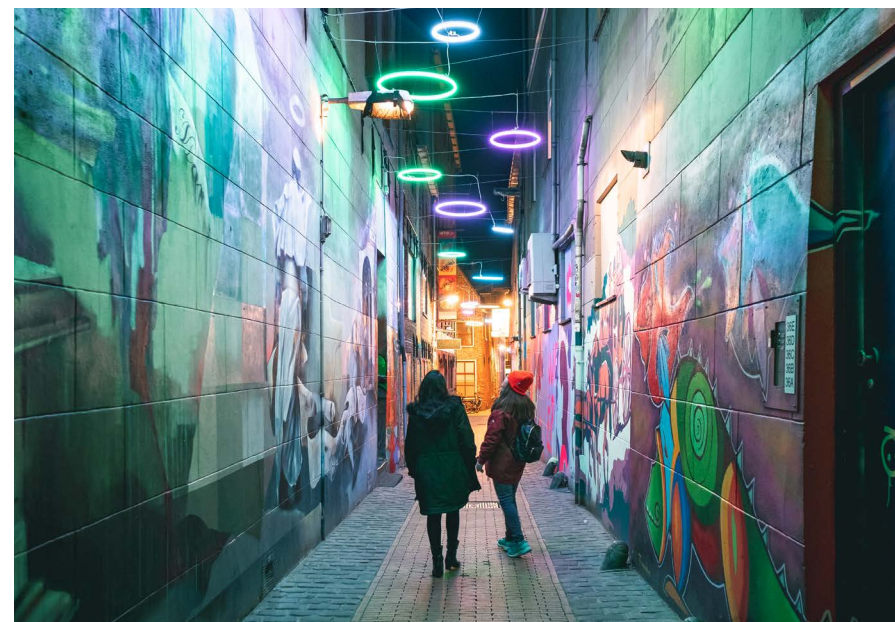
Groningen is compact, maar groots in beleving. Levendig en intiem tegelijk. Met indrukwekkende iconen zoals de Martinitorren en de stationshal en ontelbaar veel onontdekte parels om trots op te zijn: verborgen kunst op straat, knusse boetieks en kleinschalige kwaliteitsrestaurants. Als grootste stad van Noord-Nederland is Groningen het kloppend hart van de regio. Een stad met een rijke historie en

tegelijkertijd vooruitstrevend en met lef. De stad laat zich dan ook niet graag vertellen wat wel en niet kan. Vroeger was je pas een stad als je stadsrechten kreeg van het gezag. Maar Groningen ging daar niet op wachten en benoemde zichzelf tot stad. En toen Bommen Berend honderden jaren later met zijn troepen voor de poorten stond, bleven de Groningers stug vechten. De stad hield stand, tegen een overmacht in. Die eigenzinnigheid en onafhankelijke geest zijn er nog altijd. In spraakmakende architectuur bijvoorbeeld, zoals het Groninger Museum en het Forum. De markante gebouwen zijn niet naar iedereen's smaak; te opvallend, te eigenwijs, te anders. Maar beide iconen zijn inmiddels niet meer weg te denken uit de stad. In Groningen bruist het van jonge mensen, frisse ideeën en vernieuwende initiatieven. Overal vind je talent uit binnen- en

buitenland, wat zorgt voor een open en werelds karakter. Overdag leeft de stad in de straten, collegezalen, musea en boetiekjes en 's nachts komt ze tot leven in haar beroemde nachtleven. Van intieme jazzkelders en alternatieve podia tot gezellige cafés en bruisende clubs waar je tot in de vroege uurtjes danst. Hier mag je zijn wie je bent.

Of je nu geboren Stadjer bent of pas net je plek gevonden hebt, jong of oud, lokaal of internationaal: in Groningen vind je de ruimte om jezelf te zijn. Die diversiteit is overal zichtbaar. Ook op cultureel vlak is Groningen ongekend veelzijdig. Festivals, theater, muziek en kunst vullen de agenda het hele jaar door. Cultuur is hier geen bijzaak, maar een vanzelfsprekend onderdeel van het dagelijks leven. Kunst duikt overal op, vaak precies daar waar je het niet verwacht.

In Groningen is alles dichtbij. Of je nu op zoek bent naar rust of naar reuring. Naar dansen tot de zon opkomt of naar relaxen op een bankje in het groen. Naar kruispunten waar fietsers allemaal tegelijk oversteken of naar het uren lang bewonderen van je favoriete schilderij. Binnen enkele minuten fiets je van het bruisende centrum naar een park, het water of de rand van de stad, waar het uitgestrekte Groninger ommeland op je wacht. In Groningen hoef je nooit te kiezen tussen levendigheid en rust: de stad biedt het allebei - en dat op steenworp afstand van elkaar. Kortom, een stad die vooruitkijkt zonder haar verleden te vergeten. Eigenzinnig, bruisend en gastvrij. Groningen: net even anders, helemaal zichzelf.





## 1. Profielschets

*Hoe kun je de stad Groningen onderscheidend positioneren?*

De stad Groningen is onderscheidend in positionering dankzij haar unieke combinatie van eigenzinnigheid, energie, diversiteit en verbondenheid. Groningen heeft een uitgesproken onafhankelijke geest, geworteld in haar geschiedenis en zichtbaar in haar uitstraling. Deze stad durft anders te zijn. Groningen is groots in beleving, maar ook compact: levendig en intiem tegelijk. De stad bruist van de energie. De vele studenten, verrassende ondernemers en het internationale talent zorgen voor een levendige, jonge en diverse sfeer. Dit wordt gevoed door een rijk aanbod aan festivals, muziek, kunst en horeca. Die dynamiek gaat samen met een open en wereldse mindset. Als grootste stad van Noord-Nederland is Groningen bovendien het kloppend hart van de regio, met een sterke verbinding tussen Stad en Ommeland. Door deze kwaliteiten consequent uit te dragen, kan Groningen zich positioneren als een eigenzinnige, energieke en veelzijdige stad die dicht bij zichzelf blijft en tegelijk de wereld verwelkomt.

## 2. Doelgroepschets

*Op welke doelgroep kan de stad Groningen zich het beste richten?*

Groningen verrast. De stad combineert internationale allure met een intieme, levendige sfeer. Precies dat maakt haar aantrekkelijk voor bezoekers die energie halen uit nieuwe ervaringen en ontmoetingen. Mensen die zich laten leiden door nieuwsgierigheid: ze willen ontdekken, beleven en verwonderd worden. Festivals, kunstprojecten, markten, muziek en onverwachte plekken in de stad geven hen telkens weer een reden om te komen.

Tegelijkertijd trekt Groningen bezoekers die waarde hechten aan sfeer, kwaliteit en stijl. Ze zoeken plekken met karakter, bijzondere horeca, design, architectuur en authenticiteit. Voor hen is de stad een bron van inspiratie en creativiteit, waar vernieuwende ideeën en lokale tradities samenkomen.

Juist in deze groepen liggen kansen: ontdekkers en genietters die een stad willen ervaren én voelen. Groningen is verrassend veelzijdig: een stad waar rust en reuring elkaar versterken, en waar inspiratie altijd dichtbij is. Voor wie vooruit wil, energie zoekt en zich tegelijkertijd thuis wil voelen, is Groningen dé plek.



JONG  
INTERNATIONAAL  
COMPACT STUDENTEN  
BRUISEND  
CULTUREEL GEZELLIG  
DIVERSITEIT  
NACHTLEVEN  
GASTVRIJERFGOED  
NUCHTER  
EIGENZINNIG  
FIETSMUZIEK

### 3. Vaste kernzin die het karakter van de regio typeert

#### GRONINGEN - STAD MET KARAKTER

### 4. Flexibele pay-off die de kernzin aanvult en steeds opnieuw uitlegt waarom er niets boven Stad gaat

Naast de vaste kernzin die de regio typeert, beschrijven we in een flexibele pay-off wat er zo mooi is aan de regio, wat je er kunt beleven, zien, doen en proeven. Er kunnen steeds nieuwe zinnen aan deze copy-kit worden toegevoegd. Heb je een suggestie? Overleg 'm met Marketing Groningen en dan kijken we samen naar de mogelijkheden. Zo houden we dit living brand ook echt levend en kunnen we steeds andere onderdelen van de regio uitlichten.

We trappen af met de eerste:

#### NET EVEN ANDERS HELEMAAL ZICHZELF

### 5. Wordcloud

Het unieke DNA van elke regio hebben we gevangen in een korte wordcloud. Door in je communicatie steeds één of meerdere van deze kenmerkende eigenschappen te benadrukken, zet je je regio krachtig en herkenbaar neer. De wordcloud is uitdrukkelijk niet bedoeld om te beperken, maar juist als inspiratie.

←



ER GAAT NIETS BOVEN

GRONINGEN

S T  
A D

HUISSTIJL STAD

# EENEIGEN SMOEL

ZEVEN VISUELE INGREDIËNTEN  
VAN HET REGIO MERK

De huisstijl voor Stad is gemaakt door Groningers, voor Groningers en voor de rest van de wereld. Het is gebaseerd op wie we zijn en waar we naartoe willen. Om het wat eenvoudiger te zeggen: ons uiterlijk komt voort uit ons innerlijk.

De huisstijl van Merk Groningen biedt ruimte voor Groningse creativiteit en alle mogelijkheden om onze pronkjuwelen te laten stralen. Onze pioniersgeest uit zich in lef: door dingen opnieuw te bekijken, door het net even anders te doen, met de durf om grenzen te verleggen. Zodat we op een konminder-manier echt Gronings herkenbaar zijn. Bescheiden maar toch apetrots. Eigenzinnig en onvervalst. Zonder te schreeuwen en steeds met een steengoed verhaal.

Voor regio Stad is een daarbij passend op maat gesneden vormtaal ontwikkeld die gestalte geeft aan onze aard en ambities.

## Zeven ingrediënten

1. Kleurensset
2. Logo EGNBG
3. Logo Stad
4. Beeldmerk
5. Typografie
6. Patroon
7. Blokkenpatroon

## REGIO KLEUREN OVERZICHT

OLDAMBT



WESTERWOLDE



MIDDEN-GRONINGEN



EEMSDDELTA



VEENKOLONIËN



WADDENLAND



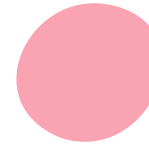
STAD



WESTERKWARTIER

**Ploeg**

Regiokleur 1  
(hoofdkleur)

**Kiem**

Regiokleur 2

**Nachthemel**

Regiokleur 3

**Bakstain**

Regiokleur 4

**1. DE KLEURENSET**

Het kleurenpalet van Merk Groningen bevat 10 kleuren. De kleurenset van elke regio bevat 3 kleuren uit dat palet. De hoofdkleur, aangevuld met nog 2 kleuren. Stad krijgt 4 kleuren.

Dat is op zo'n manier gekozen dat kleuren mooi passen bij de sfeer en het gevoel van de regio. Alle hoofdkleuren verschillen en ook bij de andere regiokleuren is er zo min mogelijk overlap. Zo heeft elke set kleuren een andere uitstraling.

De hoofdkleur van regio Stad is Ploeg, met daarbij nog 3 regio-kleuren: Kiem, Nachthemel en Bakstain.

Daarnaast kan er ook gebruik gemaakt worden van zwart en wit, maar ook afgeleiden daarvan uit het Groninger kleurenpalet: Borg en Groninger paard.



ER GAAT NIETS BOVEN

**GRONINGEN**

ER GAAT NIETS BOVEN

**OLDAMBT**

ER GAAT NIETS BOVEN

**WESTERWOLDE**

ER GAAT NIETS BOVEN

**WADDENLAND**

ER GAAT NIETS BOVEN

**EEMSDelta**

ER GAAT NIETS BOVEN

**WESTERKWARTIER**

ER GAAT NIETS BOVEN

**VEENKOLONIËN**

ER GAAT NIETS BOVEN

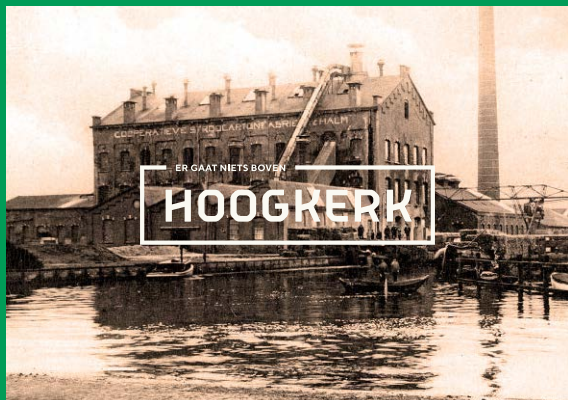
**MIDDEN-GRONINGEN**

ER GAAT NIETS BOVEN

**GRONINGEN****2. HET LOGO**

Het 'Er gaat niets boven groningen'-logo is speciaal ontwikkeld om de verschillende verhalen van Groningen centraal te stellen. Afgeleid van het volkslied *Ain Pronkjewail in golden raand*. De slogan is inmiddels zo bekend, dat op de plek van Groningen ook ander Gronings Goud kan stralen. Zoals de andere regio's.

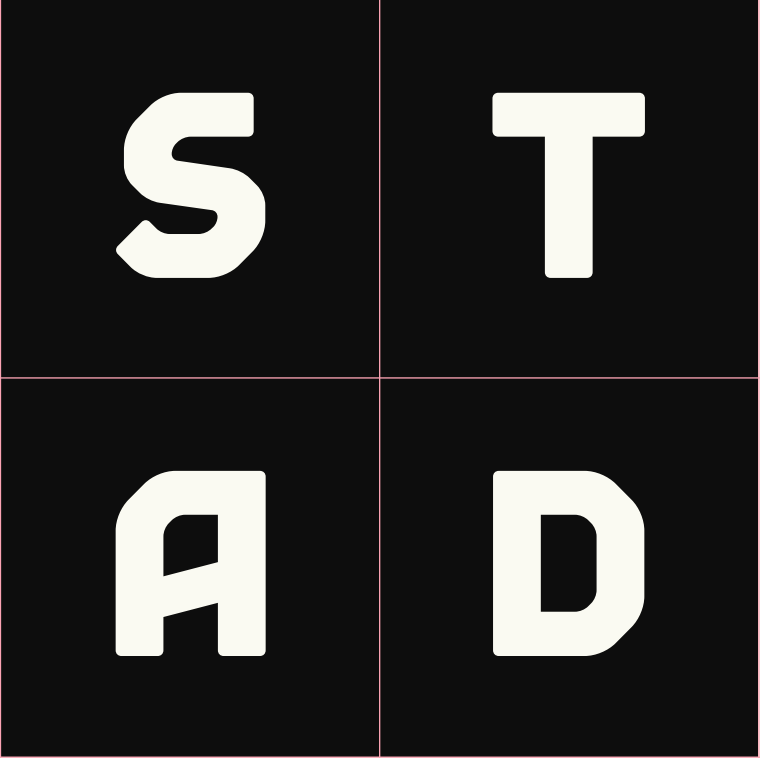




### Varianten van het logo

Binnen het '*Er gaat niets boven*'-kader kan naast elke regio, ook elke Groningse stad of dorp staan. Er gaat immers ook niets boven Haren, Ten Boer en Hoogkerk.

Deze zijn op te vragen bij Marketing Groningen.



S T  
A D

### 3. LOGO STAD

De stad Groningen wordt door Groningers simpelweg Stad genoemd. Iedereen weet dan direct over welke stad het gaat.

Inwoners van de stad Groningen worden daarom ook aangeduid als Stadjers.

Bij het maken van de stadsprofilering konden we dus niet om deze naam heen. Stad.

Het logo voor Stad is net zo recht voor z'n raap als de naam. Een blok opgebouwd uit 4 blokken met daarin 4 letters in de dikste Gronika die we tot onze beschikking hebben. Trots en stevig.



HUISSTUL STAD

Logo Stad

S T  
A D





**S T**  
**A D**



**S T**  
**A D**





HUISSTUL STAD

**Logo Stad**

Naast het vierkante blok, is er ook een  
liggende en staande variant. Handig,  
als de ruimte daar om vraagt.



FIETS **STAD**

STUDENTEN **STAD**

GASTVRIJE **STAD**

MUZIEK **STAD**

SPORT **STAD**

CULTUUR **STAD**

KENNIS **STAD**

INNOVATIEVE **STAD**

Groningen is een stad met vele gezichten.  
Door het woord stad te claimen kunnen  
we die vele gezichten makkelijk toepassen.  
Dan zetten we er gewoon een woord voor.

FIETS **STAD**  
STUDENTEN **STAD**  
GASTVRIJE **STAD**  
MUZIEK **STAD**  
KENNIS **STAD**  
PIONIERS **STAD**  
INNOVATIEVE **STAD**  
SPORT **STAD**  
GEZONDE **STAD**  
CULTUUR **STAD**

Noem maar op.



## REGIO BEELDMERK OVERZICHT

**4. HET BEELDMERK**

Voor Merk Groningen is een tekstueel beeldmerk ontwikkeld. De G van Groningen, met daaromheen zinnen die vertellen waarom er niets boven Groningen gaat. Voor de regio's is er een speciale, eigen variant ontwikkeld; een illustratief beeldmerk. Een ronde 'sticker' met een eigen icoon.

De provincie Groningen heeft genoeg verhalen te vertellen. De beeldmerken zijn daarom zo op elkaar afgestemd, dat ze samen veel moois van de provincie belichten. Ook hier weer zonder veel overlap, maar juist zo dat ze elkaar aanvullen.

Zo zijn er niet twee beeldmerken met kerken op een wierde bijvoorbeeld. Maar worden erfgoed, flora, fauna, en landschappen afgewisseld.

Ze gaan over die dingen die het gebied echt uniek maken. Wat je niet zomaar vindt in een streek in Duitsland of Zuid-Amerika. En het beeldmerk staat symbool voor nog veel meer. Allen uitgevoerd in dezelfde illustratiestijl.

Het beeldmerk van de stad is gebaseerd op het icoon van Groningen: de Martinitorren en staat symbool voor het gevoel van thuis, erfgoed van Groningen en het eigenzinnige karakter van de regio.



# MARTINI TOREN

Wanneer je Groningen nadert, zie je hem al van ver: de Martinitoren. Met zijn 97 meter torent hij hoog boven de stad uit. Voor bezoekers het eerste herkenningspunt, voor bewoners het teken dat ze weer thuis zijn. Het is dan ook geen wonder dat in odes, enquêtes en gesprekken met bewoners, ondernemers en bezoekers steeds weer hetzelfde beeld naar voren komt: de Martinitoren is het icoon van Groningen.

De Martinitoren, of zoals Groningers liefkozend zeggen: d'Olle Grieze, staat al eeuwenlang symbool voor de stad. In de afgelopen 500 jaar brandde de Martinitoren af, werd getroffen door bliksem en stortte hij bijna in. Op de stoep werden oorlogen gewonnen en verloren. De toren hield stand en is nog steeds het hoogste gebouw van de stad. Dat maakt hem niet alleen een baken, maar ook de trots van Groningen. En het benadrukt het karakter van de stad: nuchter, krachtig en eigenzinnig.

Wanneer je de treden van de toren beklimt, ervaar je een stukje tastbare geschiedenis en een fantastisch uitzicht. Vanaf de toren kijk je uit over een stad vol energie en karakter. In de verte zie je de ommelanden liggen. Zo tussen de wijzerplaten van het uurwerk hoor je de mensen beneden op de markt. Je ervaart Groningen, een stad van historie en vooruitgang, van energie en ruimte.

Daarom gebruiken we de Martinitoren binnen de stadsprofilering als het visuele icoon van de stad. Want of je nu komt of blijft, dankzij de toren weet je altijd: je bent in stad. En hier ben je altijd welkom. Hier kom je altijd thuis.

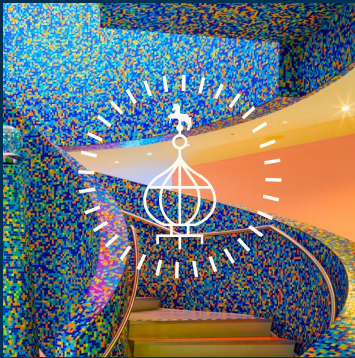
A



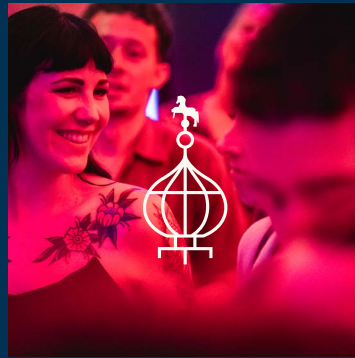
B



C



D



### Varianten van het beeldmerk

Elke regio krijgt drie varianten van het beeldmerk:

- Beeldmerk A, heeft de naam van de regio bovenin en de vaste kernzin onderin.
- Beeldmerk B, heeft een flexibele pay-off eromheen.
- Beeldmerk C is een variant zonder tekst maar met stralen om het icoon.
- Beeldmerk D is een variant die alleen uit het losse icoon bestaat (zonder achtergrond, tekst of stralen).

Varianten A, B en C zijn er zowel met of zonder achtergrondkleur, beeldmerk D alleen zonder.

*Natuurlijk kun je niet een hele regio vatten in 1 illustratie, daarom zijn er binnen het Merk genoeg mogelijkheden om ook andere kanten van de regio uit te lichten.*



# GRONIKA

A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R  
S T U V W X Y Z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
! # \$ % & @ ( ? ) +

STEVIG MET DE  
VOETEN IN DE  
GRONINGSE KLEI

## 5. TYPOGRAFIE

### Gronika

Voor Groningen is een speciaal lettertype gecreëerd: Gronika. Handgemaakt en gebaseerd op typisch Groningse inspiratiebronnen: van het oeuvre van gelauwerd ontwerper Wim Crouwel tot traditionele gevelbelettering uit stad en provincie. Het resultaat is een karakteristieke letter. Een font dat stevig met haar voeten in de klei staat en tegelijkertijd ook vriendelijk is. Nuchter, maar ook een tikje eigenzinnig. Op en top Gronings dus.

Gronika is ontworpen voor titels, kopjes en quotes. Zinnen die extra aandacht vragen. De belangrijkste zinnen van een document bijvoorbeeld. Bij voorkeur zinnen die iets zeggen over stad en provincie en haar karakter.

### TT Norms Pro

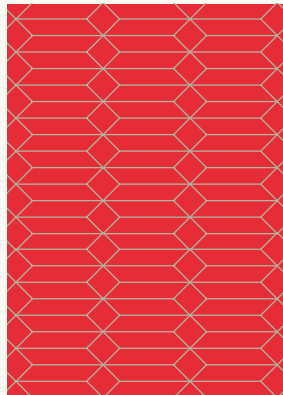
Voor lange teksten is het lettertype TT Norms Pro gekozen. Dit is een rustige neutrale letter, die Gronika extra laat stralen. TT Norms hoeft niet zo nodig de aandacht. Kon Minder.

TT Norms wordt ingezet voor de bodyteksten van de huisstijl, voor onderkopjes, en voor praktische informatie.

## REGIO PATRONEN OVERZICHT

**EEMSDDELTA**

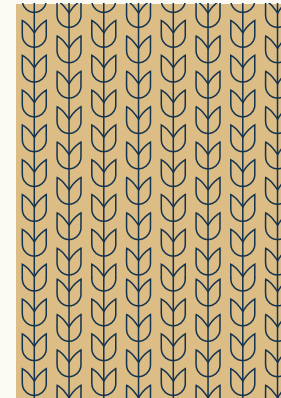
Het patroon van Eemsdelta is gebaseerd op wind en water.

**DE VEENKOLONIËN**

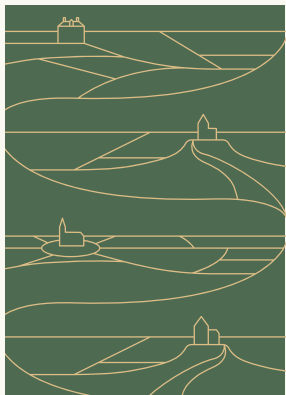
Het patroon van de Veenkoloniën is gebaseerd op baksteen van het (industriële) erfgoed.

**WESTERWOLDE**

Het patroon van Westerwolde is gebaseerd op bladeren van de steenbraam.

**OLDAMBT**

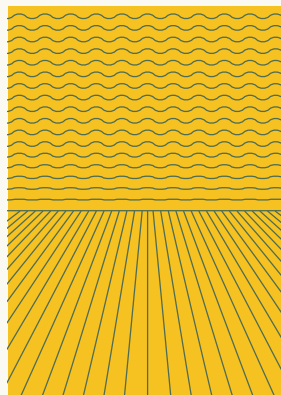
Het patroon van Oldambt is gebaseerd op graan.

**WESTERKWARTIER**

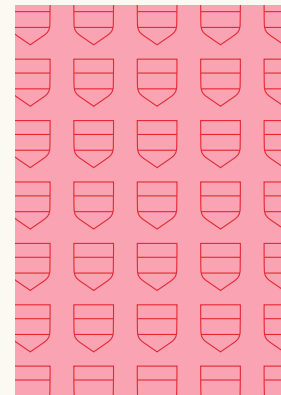
Het patroon van Westerkwartier is gebaseerd op het cultuurlandschap en 'dwalen door verhalen'.

**MIDDEN-GRONINGEN**

Het patroon van Midden-Groningen is gebaseerd op vrijheid en buiten spelen.

**WADDENLAND**

Het patroon van Waddenland is gebaseerd op de wadden en haar vruchtbare grond.

**STAD**

Het patroon van Stad is gebaseerd op het eeuwenoude stadswapen.

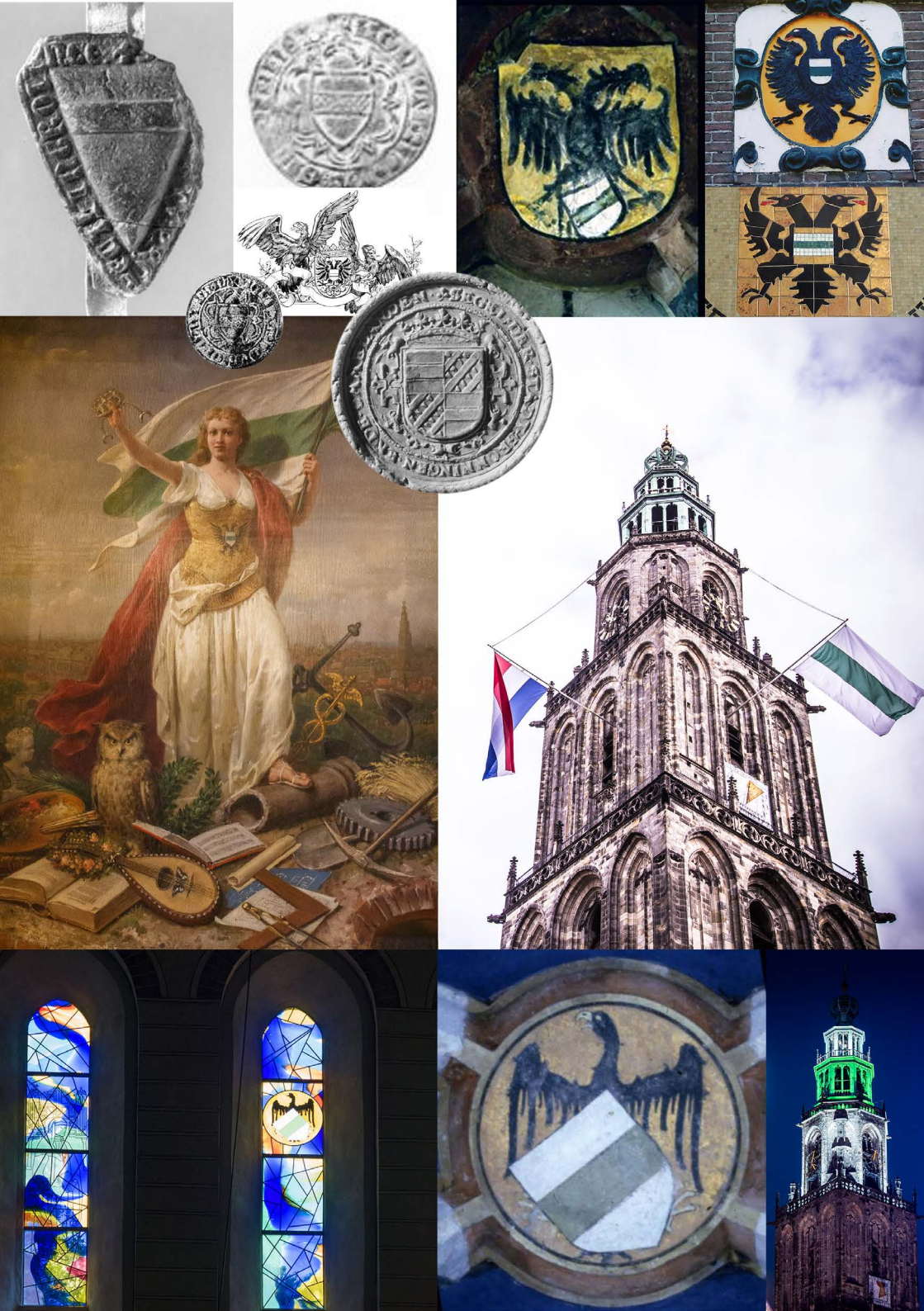
**6. HET PATROON**

Naast de kleuren, het logo, het beeldmerk en de lettertypes is er ook een patroon ontwikkeld voor elke regio. Het ondersteunt de kernzin en de pay-off en vergroot de herkenbaarheid van de regio.

Ook hier is weer gezocht naar een lijn waardoor alle patronen samen een eenheid vormen, maar elk patroon toch het eigen karakter van de regio benadrukt.

De patronen bestaan uit dunne strakke vectorlijnen, passend bij de lijnen van het beeldmerk. Ze vullen het beeldmerk ook inhoudelijk aan.

Het patroon van Stad is gebaseerd op het eeuwenoude stadswapen.



Het patroon van de stad is gebaseerd op het schild uit het oude stadswapen.

In de 15e eeuw kwam er naast de zegel met de Martinikerk nog een ander zegel in gebruik, met daarop een schild met een dwarsbalk. Voor het eerst te zien op een Wapenzegel van Burggraaf Egbert aan een oorkonde uit 1263. Het komt later ook voor op munten. In de loop van de 15e eeuw wordt het voor een adelaar geplaatst. En later voor een tweekoppige adelaar. Zo ontstond het wapen voor de stad, dat stond voor de gebieden waar de stad heer en meester was. Het stadswapen maakte vervolgens weer deel uit van het provinciewapen.

Bij reconstructies in de Martinikerk is een schildering uit de 15e eeuw gevonden: de oudste kleurenaafbeelding van het schild met eenkoppige adelaar. De dwarsbalk is hier groen. De groene dwarsbalk is nog herkenbaar in de vlag van de stad Groningen.

Voor het patroon van de stad zijn we teruggegaan naar enkel het schild. Terug naar hoe het ooit begon. De vorm is precies overgenomen van de schildering in de Martinikerk, passend bij het beeldmerk van de kroon van de Martinitoren. Het schild wordt rustig herhaald, geen poespas. Op de kop lijkt het wel een rij huisjes.

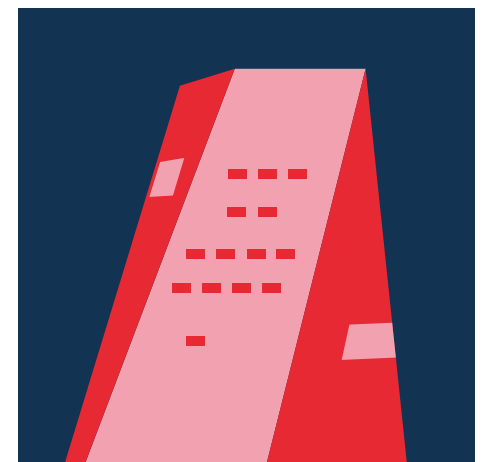




## 7. BLOKKENPATROON

Het modulair blokkenpatroon is een patroon dat bestaat uit illustratieve en tekstuele blokken die steeds weer op een andere manier kunnen worden samengesteld. De blokken gaan over alles dat de regio kenmerkt. Iconische kerken, typische uitspraken, belangrijke bezienswaardigheden, etc.

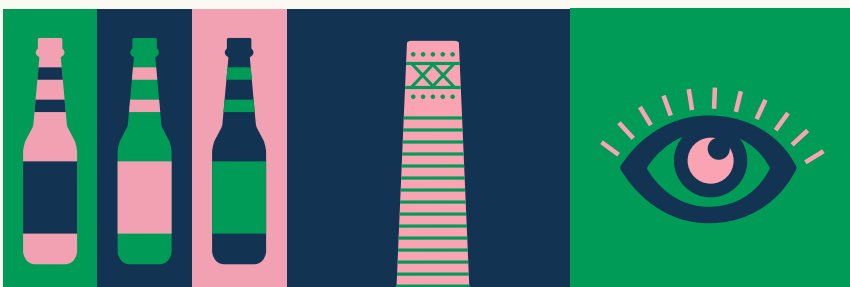
Er zullen ook steeds nieuwe blokken aan het patroon worden toegevoegd.



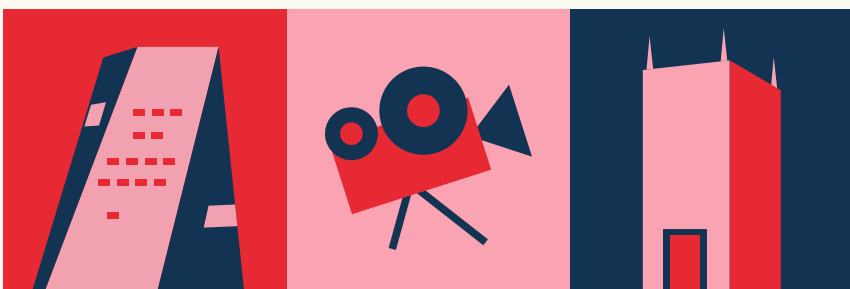
## MIDDELEEUWSE STAD



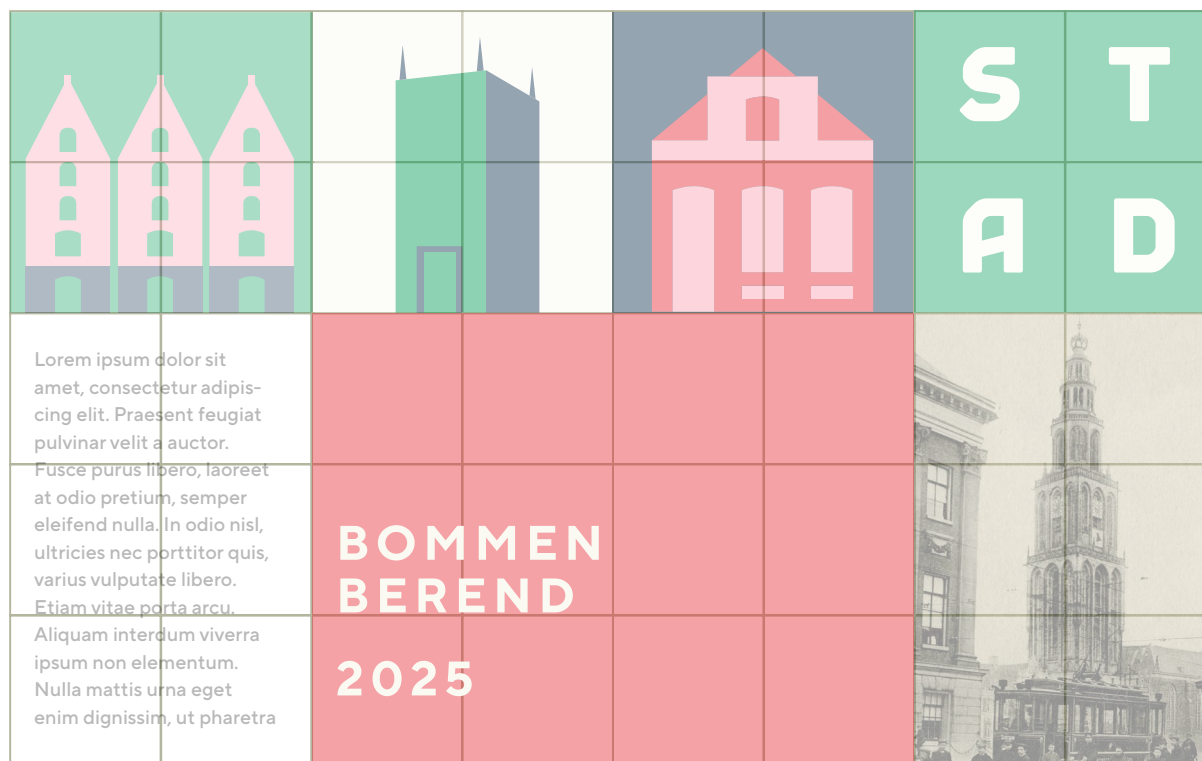
## BRUISENDE STAD



## CULTUURSTAD



Er kan steeds weer een andere uitsnede of samenstelling gebruikt worden. Zo kunnen er meer of minder blokken worden samengevoegd, of de blokken per onderwerp bij elkaar gezet of juist gemixt worden.



### BLOKKEN GRID

De blokken worden toegepast op een grid met vierkanten. Het logo van Stad past hier ook perfect in.

Één of meerdere vierkanten kunnen worden ingevuld met:

- logoblok Stad
- illustratie uit het blokkenpatroon
- foto
- tekst
- kleurvlak





Een simpel grid als raamwerk voor  
flexibiliteit.



LOOKBOOK

TOEPASSINGEN

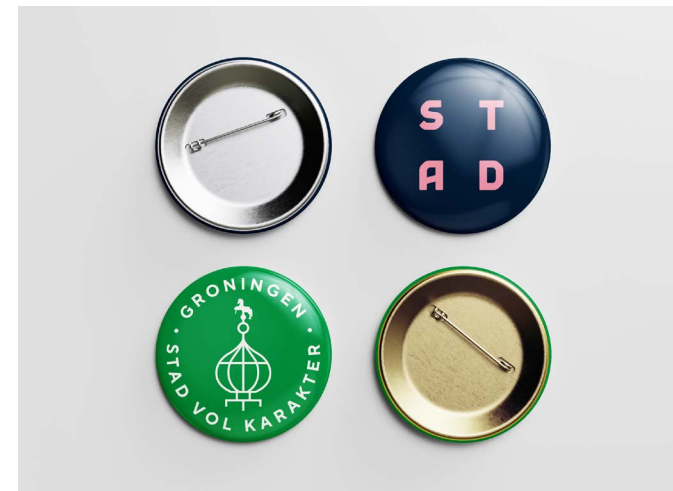
# HET MERK IN ACTIE

INSPIRATIEBEELDEN VAN HET MERK,  
TOEGPAST IN VERSCHILLENDE UITINGEN

In dit deel laten we zien hoe de stadsprofilering tot leven kan komen. Hoe werken alle elementen samen, wat kan je er zoal mee doen en waar kan je ze voor inzetten?

Je vindt hier schetsen en voorbeelden ter inspiratie. Van eenvoudige mokken met het beeldmerk tot citydressing mogelijkheden met het blokkenpatroon. Van merchandise voor bewoners tot tools voor ondernemers.





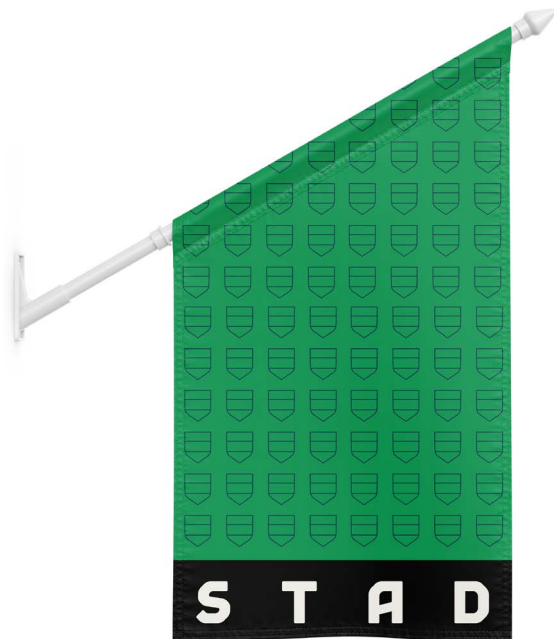
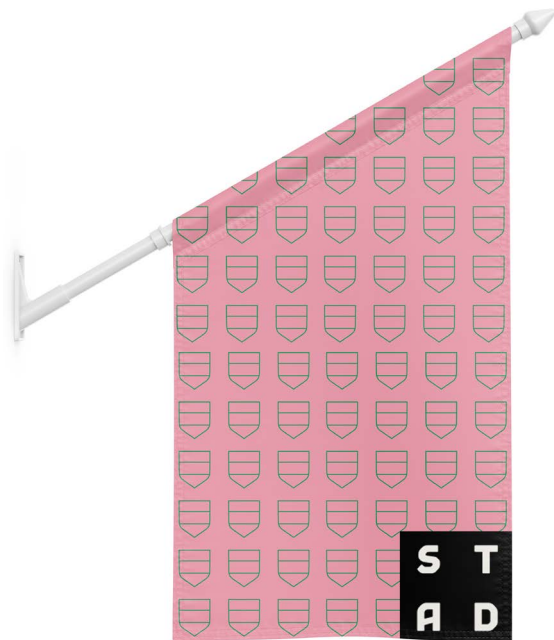








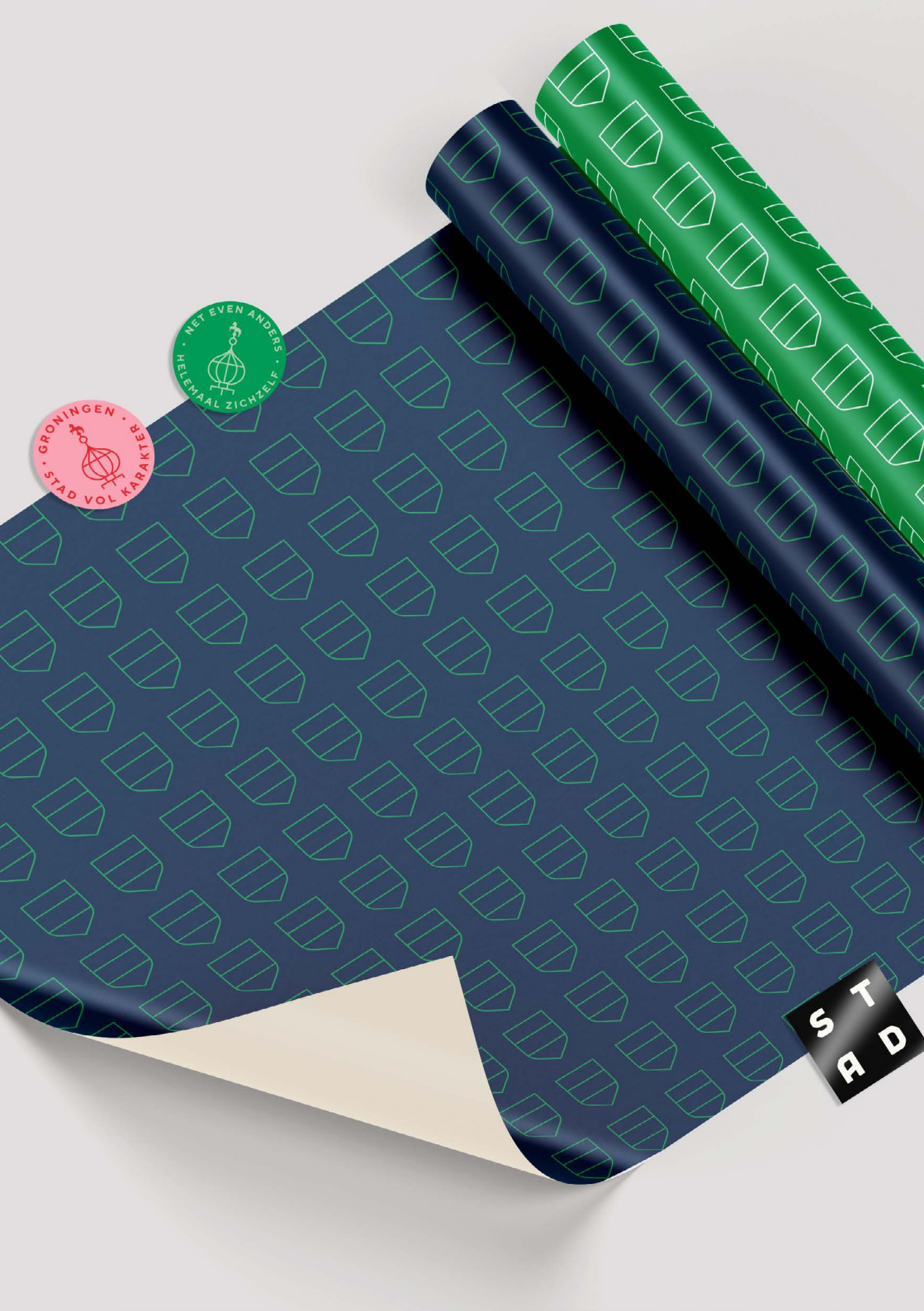




LOOKBOOK  
Toepassingen

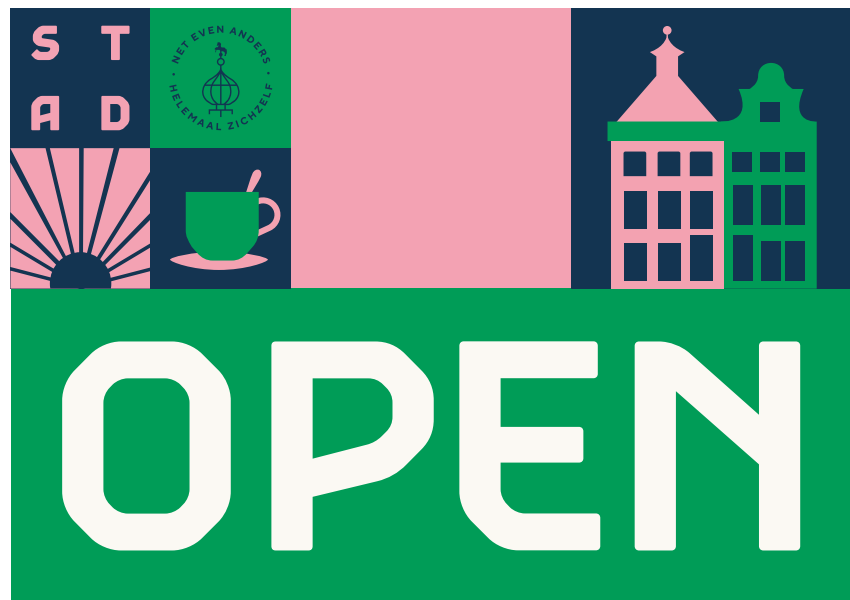












MOI



STAD

STAD

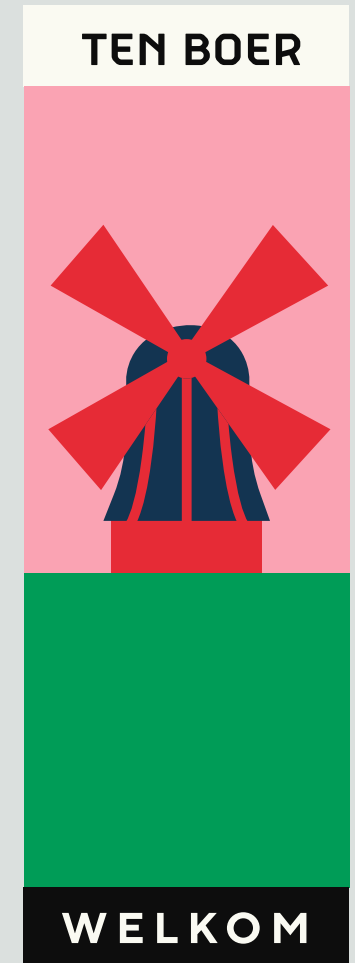
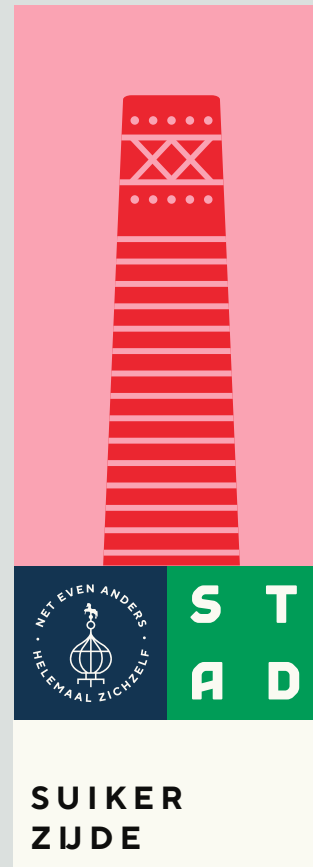
STAD

STUDENTEN  
STAD

CULTUUR  
STAD

FIETS STAD

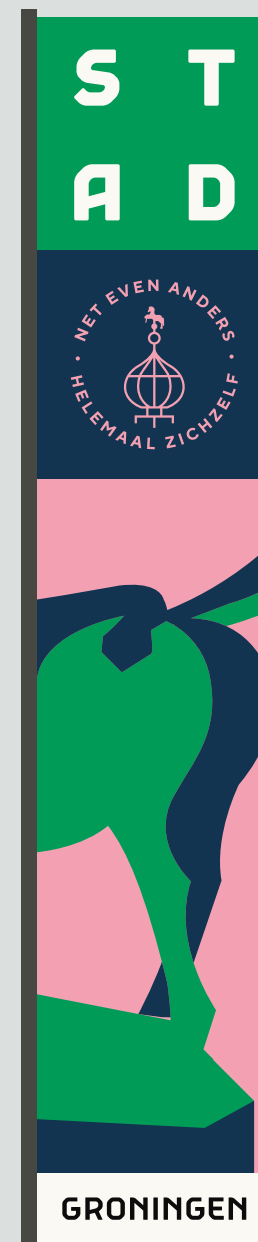
MUZIEK STAD





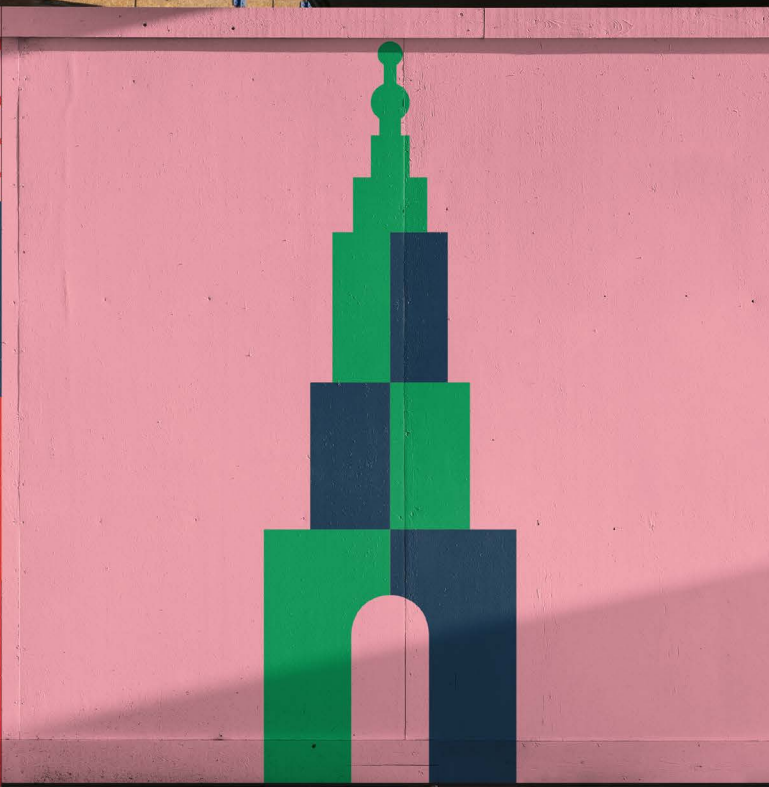


LOOKBOOK  
Toepassingen



# BOMMEN BEREND

28 AUGUSTUS 2025



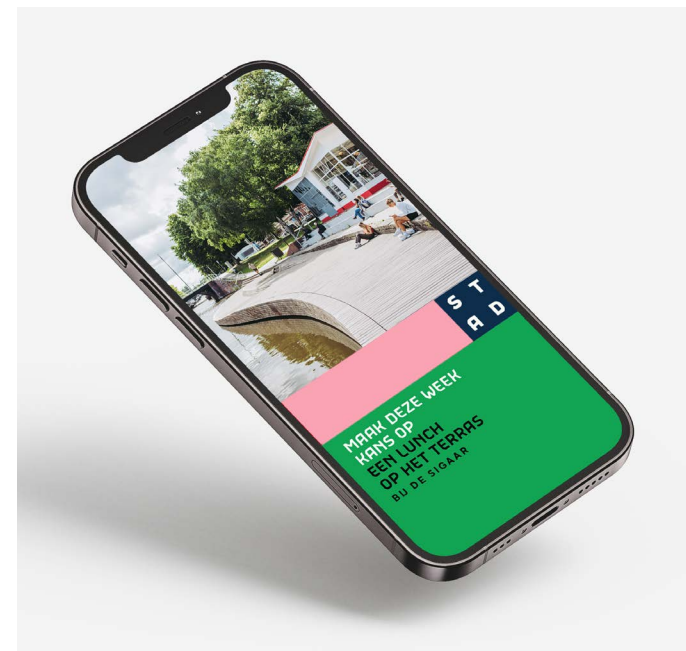








## LOOKBOOK Toepassingen





## TROTSE ONDERNEMER VAN



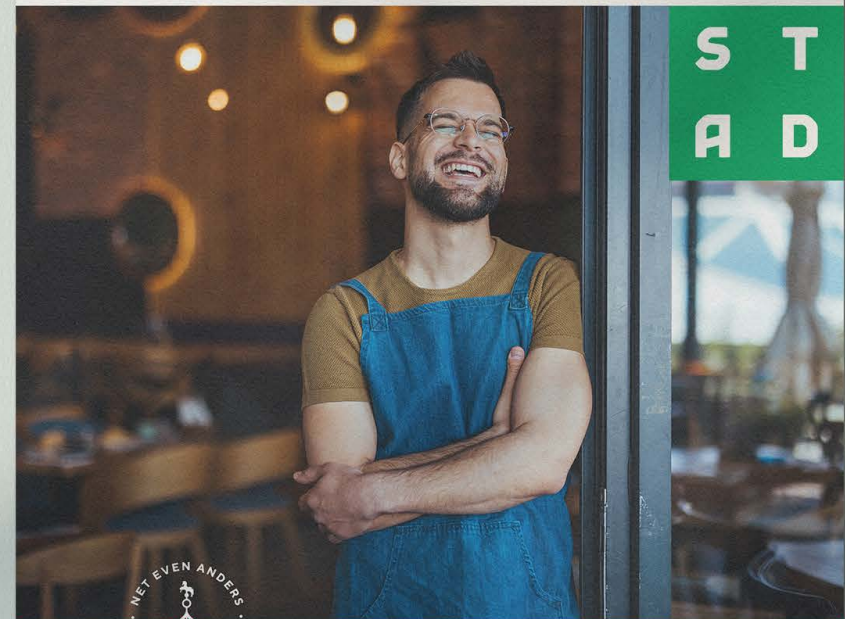
STAD



**Janine**  
**The Florist**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam efficitur laoreet nisl, sit amet facilisis massa ultricies et. Morbi augue tellus, efficitur eget nisl vitae, facilisis rutrum ipsum. Nullam interdum, ipsum ut maximus hendrerit, orci enim mollis odio, a ultricies diam mi eu mauris. Fusce a erat sed erat vestibulum ultricies.

## TROTSE ONDERNEMER VAN



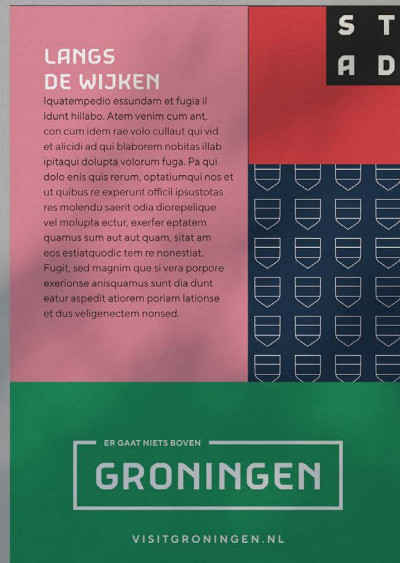
STAD



**Frits-Jan**  
**Koffie Kan**

Morbi augue tellus, efficitur eget nisl vitae, facilisis rutrum ipsum. Nullam interdum, ipsum ut maximus hendrerit, orci enim mollis odio, a ultricies diam mi eu mauris. Fusce a erat sed erat vestibulum ultricies.

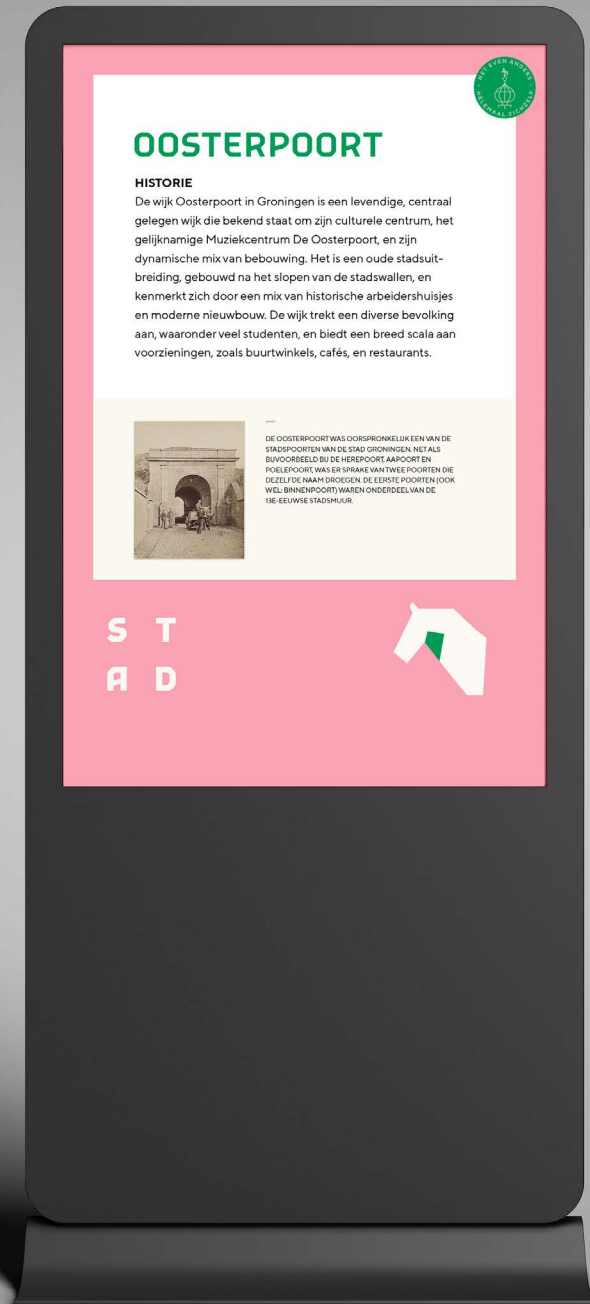




LOOKBOOK  
Toepassingen













**FAIR PLAY**

COPYRIGHT





COPYRIGHT

# DE KLEINE LETTERTJES

## FAIR PLAY

De huisstijl van Merk Groningen is met zorg en veel liefde ontwikkeld.  
Vol trots delen we de zeven visuele huisstijlingrediënten met jullie.  
Als ze volgens de gebruiksregels worden toegepast  
versterken we samen het verhaal van Groningen.

De kleine lettertjes zorgen er voor dat  
de ingrediënten op de juiste manier  
worden ingezet. Zodat afbreuk aan de  
huisstijl wordt voorkomen, en we samen  
optimaal merkversterkend werken.  
Om eenheid te bewaken en versnippering  
te voorkomen, zijn er regels opgesteld.

Die regels vind je in deel 2.





### TOT SLOT

Groningen mag gezien worden.

Een stad en een provincie  
waar je alle vrijheid hebt.

Waar het barst van de mogelijkheden.  
En waar we de dingen doen met die  
typisch Groningse ommekracht en lef.

Altijd onvervalst en eigenzinnig.  
Samen maken en vertellen we  
het verhaal van Groningen.

Mocht je ergens tegenaan  
lopen, vragen hebben, iets nodig  
hebben wat niet beschreven  
staat in dit regio-brandbook,  
twijfel niet, neem gewoon contact op.

Samen maken we er wat moois van!  
**Team Merk Groningen**

[INFO@MERKGRONINGEN.NL](mailto:INFO@MERKGRONINGEN.NL)

DEKRACHT  
VANSAMEN  
EENECHT  
GRONINGS  
VERHAAL  
INEENECHT  
GRONINGS  
JASJE

COLOFON

---





ER GAAT NIETS BOVEN

**GRONINGEN**

