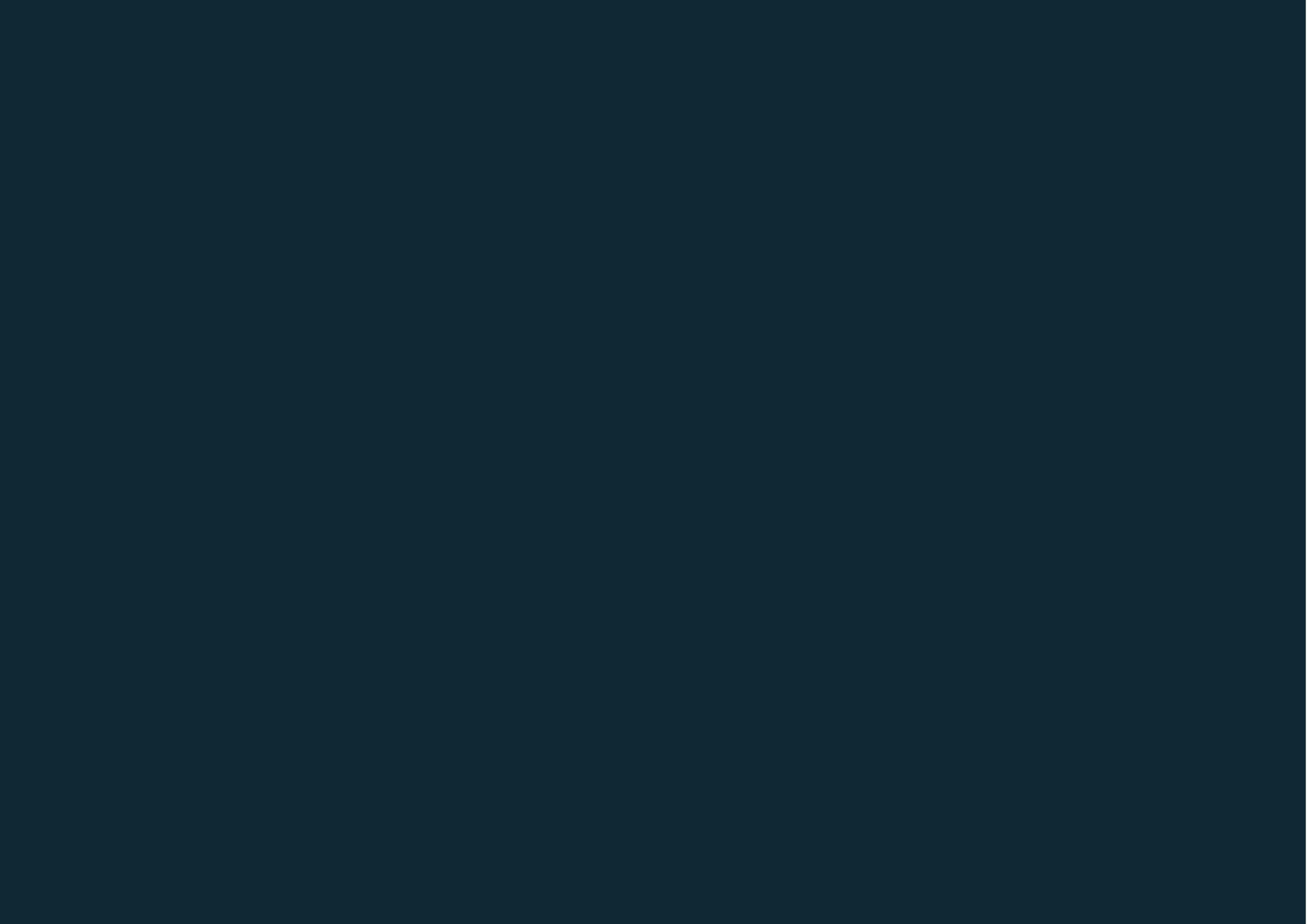


# EEN MERK MET LEEF.

BRANDBOOK 2026

WESTFRIESLAND



## INLEIDING

Dit is geen boek vol regels om je strak aan te houden, maar een gids die laat zien wie we zijn en vooral: waarom we dat zo doen.

**Westfriesland is een merk met lef. Recht uit de klei, gevormd door dijk, water en een flinke dosis koppigheid. We maken niets mooier dan het is. We zeggen het zoals we het bedoelen. En juist daardoor voelt dit merk echt, eigen en onverwoestbaar.**

In dit brandbook vind je de bouwstenen van onze identiteit: het woordmerk met een hint van vroeger, de kleuren van water en land, de beelden die niet gepolijst hoeven te worden om mooi te zijn, en de toon die past bij een regio die liever dóet dan praat.

Dit boek helpt ons één ding te doen: met één gezicht, één geluid en één verhaal laten zien wat Westfriesland zo bijzonder maakt.

Eerlijk. Stoer. Eigenzinnig.  
Net als de mensen die hier wonen en de bezoekers die we willen raken.



RECHT UIT  
DE KLEI.  
RECHT UIT  
HET HART.

- Eerlijk & **ongepolijst**
- **Eigenzinnig** & rebels
- Land & water als **fundament**
- **Verleden** als inspiratie, niet als museumstuk

**WESTFRIESLAND**

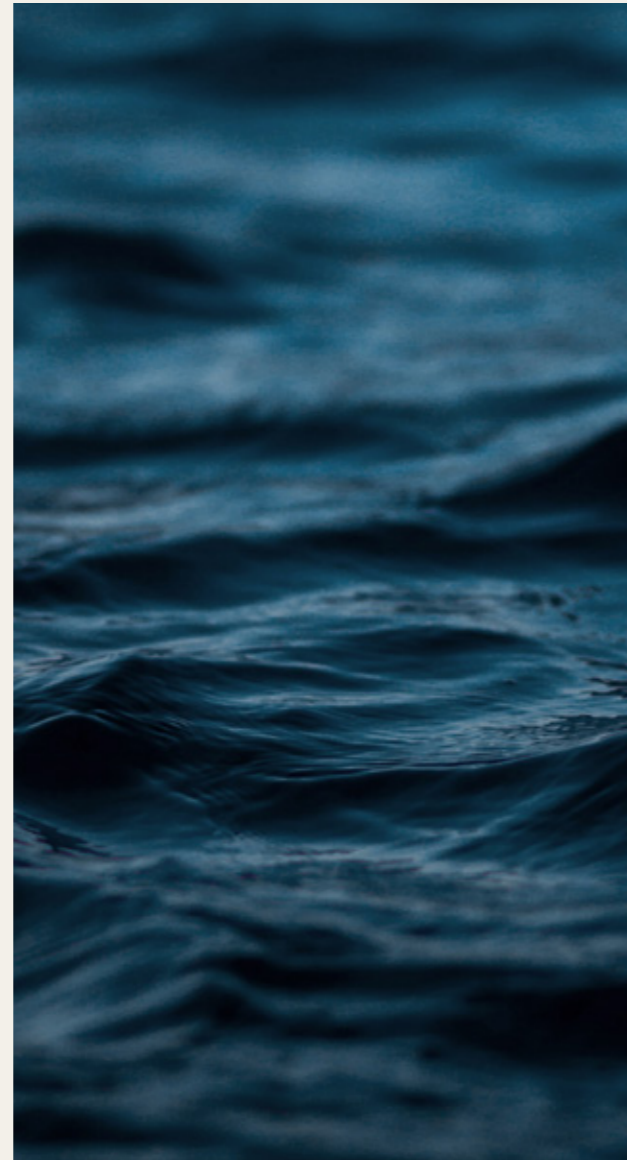
# KLEUREN MET EEN VERHAAL

Gemaakt van land, water en wilskracht

Onze kleuren zijn niet bedacht aan een bureau.

Ze komen uit het landschap zelf: uit het diepe water, de stevige kleigrond en het frisse groen dat altijd weer door de aarde breekt.

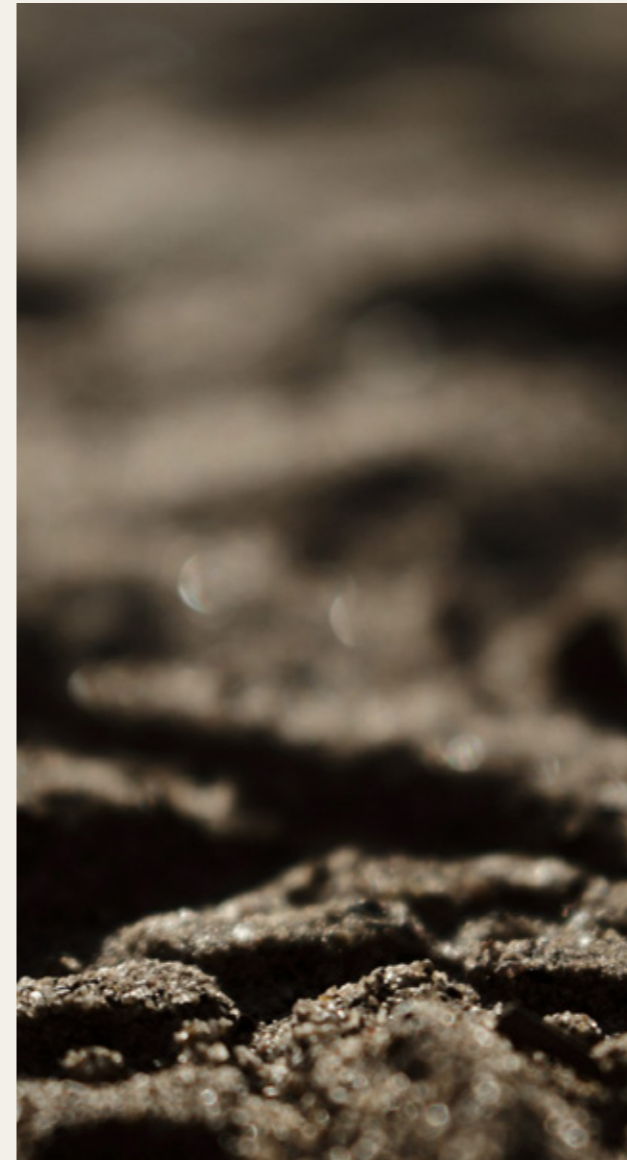
Geen kunstmatige tinten, geen zachte marketingkleurtjes, maar kleuren die je hier elke dag ziet.



## **Stormblauw**

Het water dat je niet temt maar trotseert.

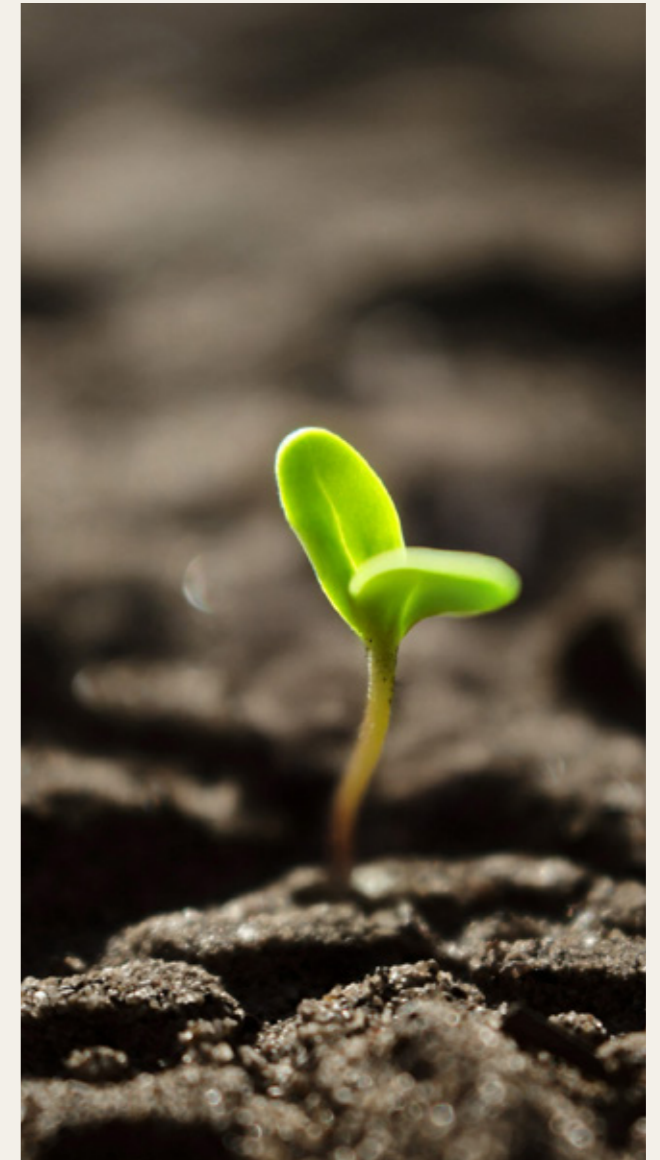
- Rauw
- Stoer
- Onverzettelijk



## **Kleigrond**

De tint van nat land, oude schuren en werk waar je handen vies van worden.

- Eerlijk
- Aards
- No-nonsense



## **Eigenwijs Groen**

Een niet-zo-subtiële verwijzing naar het ontstaan van Nederland. Dit is geen accentkleur. Dit is een statement.

- Eigenwijs
- Rebels
- Lef

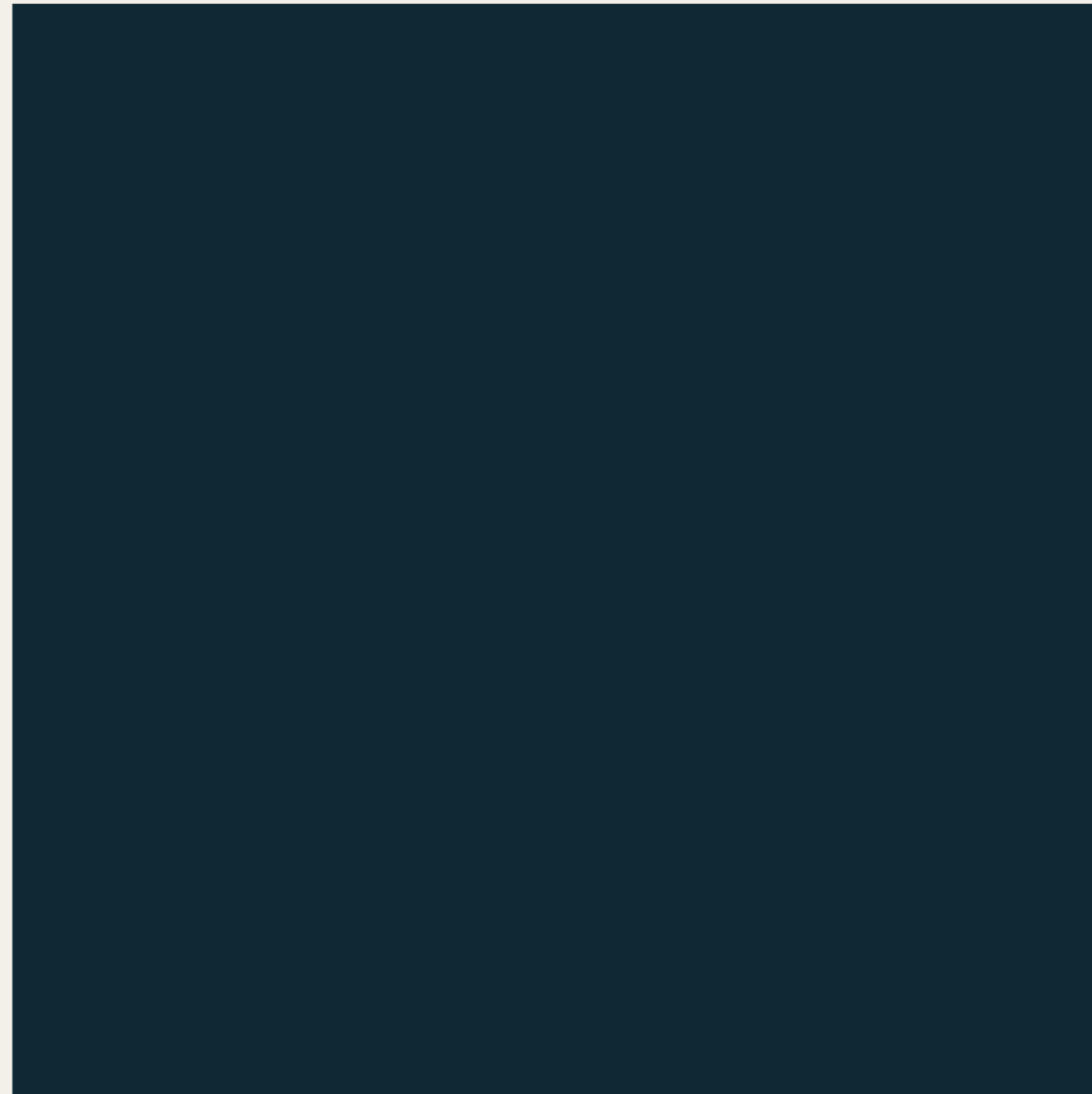
# KLEUREN DIE KLOPPEN

In onze huisstijl voert Stormblauw de boventoon. Het is de kleur die het merk draagt: sterk, herkenbaar en overal inzetbaar.

Kleigrond ondersteunt waar nodig. Aards, rustig en stevig. Eigenwijs Groen zetten we spaarzaam in. Het is een accent, geen basiskleur: bedoeld om iets net even te laten opvallen, niet om te overheersen.

Als steunkleur gebruiken we Net-niet-wit: zacht, licht en nuchter. Een rustige achtergrond die ruimte geeft aan het blauw en de beelden.

De balans is simpel: blauw leidt, groen prikt, kleigrond draagt en net-niet-wit houdt het helder.



## Stormblauw

RGB: 15.40.51  
CMYK: 90.69.56.62  
HEX: 0f2833



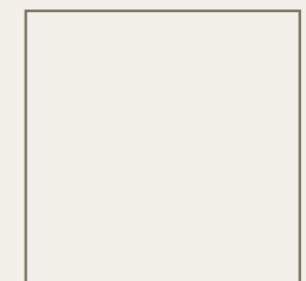
## Kleigrond

RGB: 125.118.99  
CMYK: 50.45.60.15  
HEX: 7d7663



## Eigenwijs Groen

RGB: 142.191.40  
CMYK: 50.4.100.0  
HEX: 8ebf28



## Net Niet Wit

RGB: 243.240.233  
CMYK: 3.3.7.0  
HEX: f3f0e9

# TOEGANKELIJK KLEURENPALET

Digitale toegankelijkheid is geen bijzaak. Daarom hebben we ons kleurenpalet zorgvuldig getest op contrast en leesbaarheid: welke combinaties voldoen aan de WCAG-richtlijnen en welke niet. Zo weten we precies wanneer een kleur werkt voor tekst, knoppen en achtergronden. En wanneer ook niet.

Op die manier blijft ons merk niet alleen herkenbaar, maar ook toegankelijk en prettig te gebruiken voor iedereen.

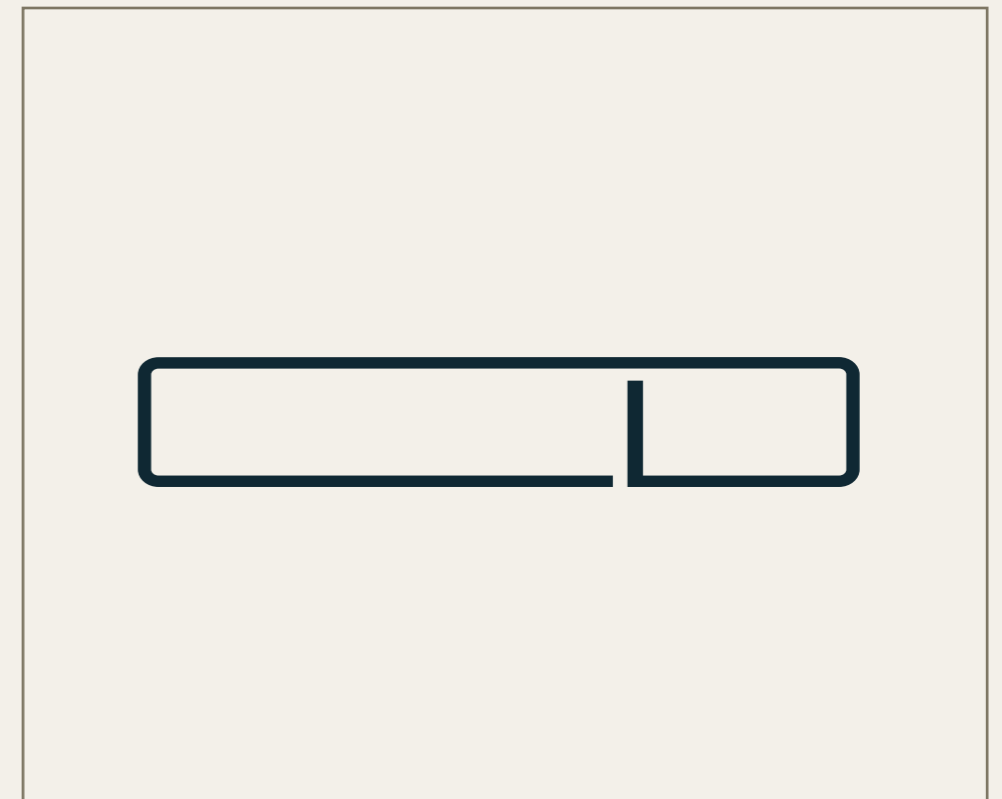
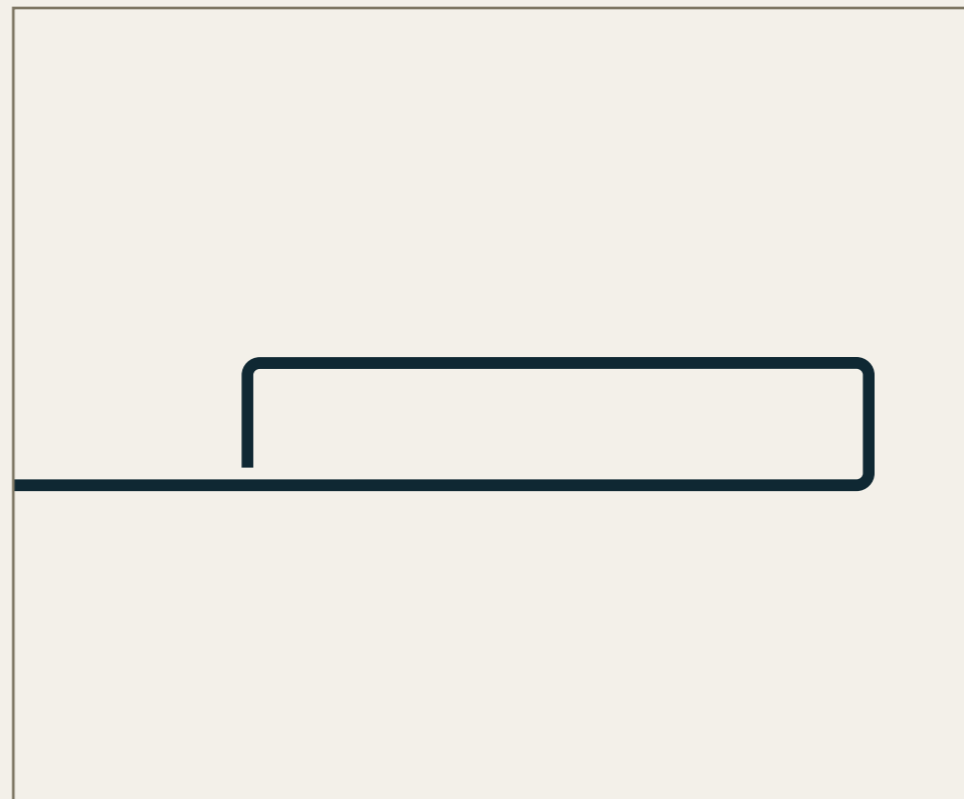
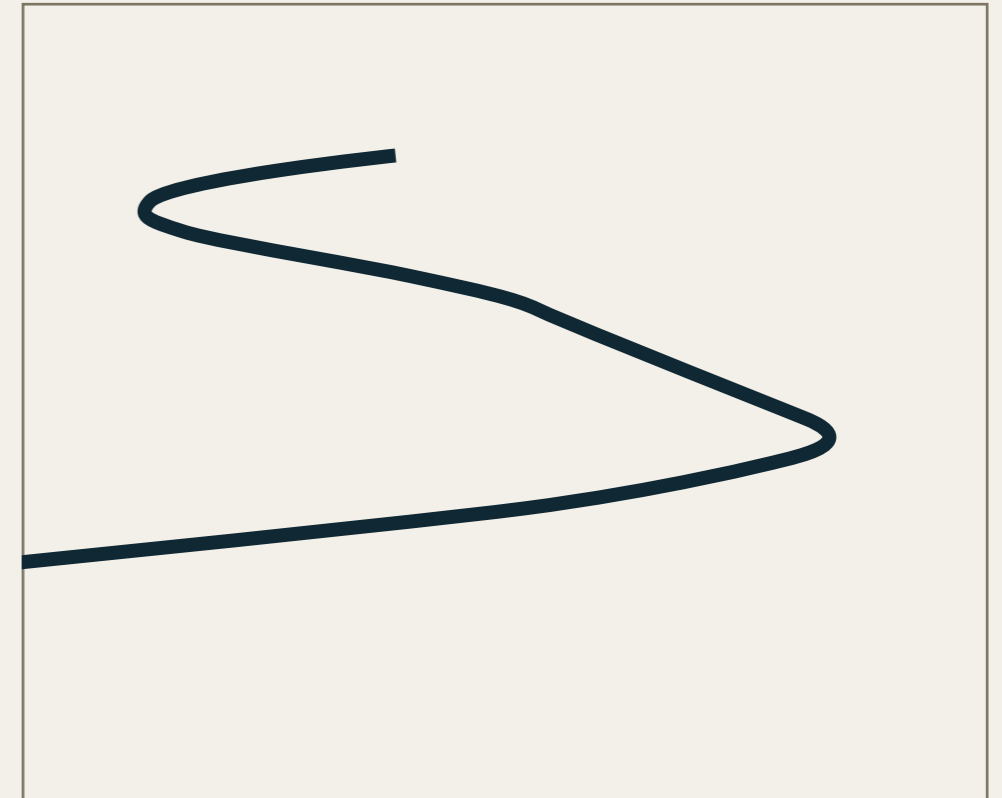
Voor interactieve online elementen kan een iets donkerdere tint gebruikt worden als hover.

<b>Stormblauw</b> #0F2833	<b>Stormblauw hover</b> #071920
<b>Kleigrond</b> #7D7663	<b>Kleigrond hover</b> #6E685A
<b>Eigenwijs Groen</b> #7D7663	<b>Eigenwijs Groen hover</b> #8BB528

	<b>Voorgrond</b>	<b>Stormblauw</b> #0F2833	<b>Kleigrond</b> #7D7663	<b>Eigenwijs Groen</b> #8EBF28	<b>Net Niet Wit</b> #F3F0E9	<b>Puur wit</b> #FFFFFF	
<b>Achtergrond</b>		<b>Stormblauw</b> #0F2833		<b>Alleen titels</b> AA18	<b>Tekst en titels</b> AAA	<b>Tekst en titels</b> AAA	<b>Tekst en titels</b> AAA
		<b>Kleigrond</b> #7D7663	<b>Alleen titels</b> AA18			<b>Alleen titels</b> AA18	<b>Tekst en titels</b> AA
		<b>Eigenwijs Groen</b> #8EBF28	<b>Tekst en titels</b> AAA				
		<b>Net Niet Wit</b> #F3F0E9	<b>Tekst en titels</b> AAA	<b>Alleen titels</b> AA18			
		<b>Puur wit</b> #FFFFFF	<b>Tekst en titels</b> AAA	<b>Tekst en titels</b> AA			

# EEN WOORD- MERK MET PIT

De Omringdijk is onze ruggengraat en visuele inspiratie. Ons woordmerk draagt dezelfde rust en stevigheid als de Omringdijk zelf: een eerlijke vorm met een duidelijke herkomst. Daarom wordt het omsloten door een lijn die verwijst naar de Omringdijk. Een kader dat onze naam beschermt en vormt, net zoals de dijk dat voor het land doet.



**WESTFRIESLAND**

**WESTFRIESLAND**

**WESTFRIESLAND**

# LOGO GEBRUIK

Ons woordmerk is sterk in zijn eenvoud en herkenbaar door het Omringdijk-kader er omheen. Dat betekent dat we er zorgvuldig mee omgaan. Het logo staat altijd stevig, rustig en duidelijk in beeld. Geen franje, geen variaties die afleiden van de originele vorm.

Het kader rond het woordmerk maakt deel uit van de identiteit. Het is geen decoratie, geen optioneel element en mag niet worden vervormd of aangepast. Het geeft richting, rust en herkenning. Precies zoals de Omringdijk zelf.



Niet vervormen



Niet roteren of kantelen



Kader nooit weghalen



Accentkleur nooit veranderen



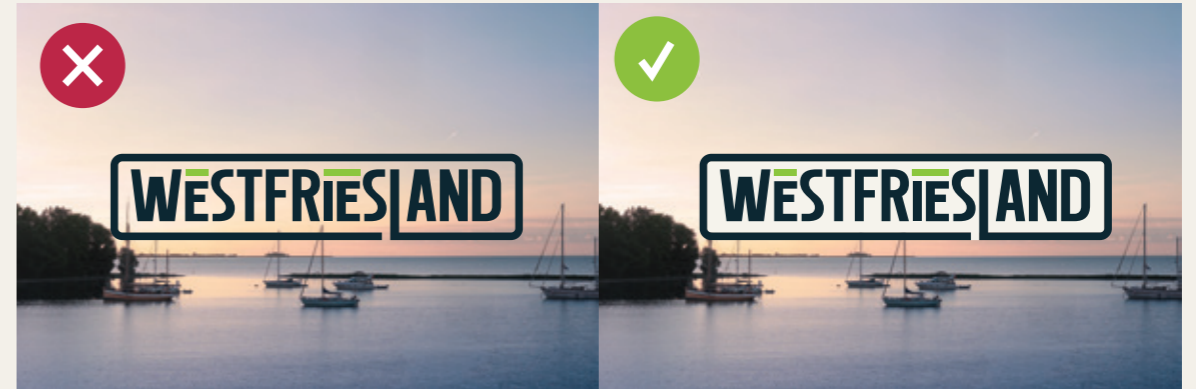
Nooit een andere kleurstelling gebruiken



Geen andere kleuren dan huisstijkleuren gebruiken



Geen schaduwen achter het logo plaatsen



Logo nooit transparant op een afbeelding plaatsen, gebruik altijd het gevulde logo

## ICOON VOOR UITZONDERLIJKE SITUATIES

In uitzonderlijke gevallen kan het volledige logo niet gebruikt worden. Denk aan het logo op social media kanalen, of een favicon op de website. Daarom is er een speciaal icoon ontwikkeld. te gebruiken in wit en donker.



# LETTERS MET LEF

Het hoofdfont verwijst subtiel naar vroeger: stevig, herkenbaar en met precies genoeg rauwheid om bij Westfriesland te passen. Daaromheen gebruiken we een moderne, nuchtere letter die het verhaal rustig en helder vertelt.

- Robuust zonder hard te worden.
- Eerlijk zonder opsmuk.
- Retro, maar nooit ouderwets.

## **Toepassing Retro Sans:**

Voor koppen, accenten en korte zinnen met karakter. Sterk in vorm, duidelijk in toon.

## **Toepassing Fredoka**

**Voor langere teksten, informatie, bijschriften en digitale toepassingen.**

Leesbaar, vriendelijk en no-nonsense.

Retro Sans

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**1234567890!#€%&?**

Fredoka Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!#\$%&?

Fredoka Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!#\$%&?

Fredoka Semibold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890!#\$%&?**



## TYPOGRAFIE TOEPASSING

Retro Sans trekt de aandacht:  
stevig, eigenwijs,  
perfect voor koppen en korte  
zinnen met lef.

Fredoka doet het rustige werk.  
Het vertelt het verhaal helder,  
vriendelijk en zonder opsmuk.

Samen zorgen ze voor balans.  
De één geeft karakter, de ander  
zorgt voor leesbaarheid.  
Gewoon twee sterke letters die  
precies doen wat ze moeten  
doen en niets meer dan dat.

# ONTDEK HET LAND MET KARAKTER

Westfriesland is een plek met ruimte, rust en duidelijke lijnen in het landschap. Wind, water en klei bepalen hier hoe het eruitziet. Het voelt echt en vertrouwd, zonder opsmuk. Een gebied waar je kunt rondkijken zonder drukte en waar alles zijn eigen tempo houdt.

## Waar het echte Nederland nog te zien is

Langs de dijk, door de dorpen en over de velden zie je wat dit gebied bijzonder maakt. Nuchtere mensen, eenvoudige schoonheid en plekken die hun vorm niet hoeven te veranderen. Hier ervaar je Nederland zoals het is: rustig, helder en met beide voeten in de klei.

— Retro sans

— Fredoka

— Fredoka

— Fredoka

## KADERS VOOR COPY

Bij ultrakorte copy gebruiken we zelf een losse punt achter het woord. De punt uit het font is te fijn, daarom plaatsen we een eigen, duidelijkere punt. Die punt is altijd in Eigenwijs Groen. Zo blijft de stijl consistent en krijgt korte copy net dat herkenbare accent dat bij het merk hoort.

### **Korte copy IN het beeld**

Wanneer we korte copy over een foto plaatsen, zorgen we altijd voor goede leesbaarheid. Daarom krijgt de tekst een kader dat de vorm van de woorden volgt. Dat kader werkt als een kleine Omringdijk: het beschermt de tekst, brengt rust in het beeld en zorgt dat de boodschap duidelijk zichtbaar blijft, ook op drukke of donkere achtergronden.

### **Korte copy half over het beeld**

Als de copy groot genoeg is en voldoende contrast tov. de foto heeft, dan mag de tekst half over de foto heen geplaatst worden zonder kader.

Op de volgende pagina's tonen we een aantal voorbeelden.





# ON GEKUNSTELD



# ONGEPOLIJST



# ONGEFILTERD

# BEELDEN: RECHT VOOR Z'N RAAP

Onze beelden zijn ongekunsteld en ongepolijst.

Geen poses, geen perfectie.

Gewoon het echte leven, zoals het eruitziet wanneer je door de wind loopt, over de dijk fietst of met je handen in de klei staat.

- Échte momenten. Geen stock-foto's, geen glimlach op commando.
- Dat rauwe randje dat je mist als het er niet is.
- "Mooi genoeg, omdat het echt is."



# RAUWE BEELDEN, HELDERE REGELS

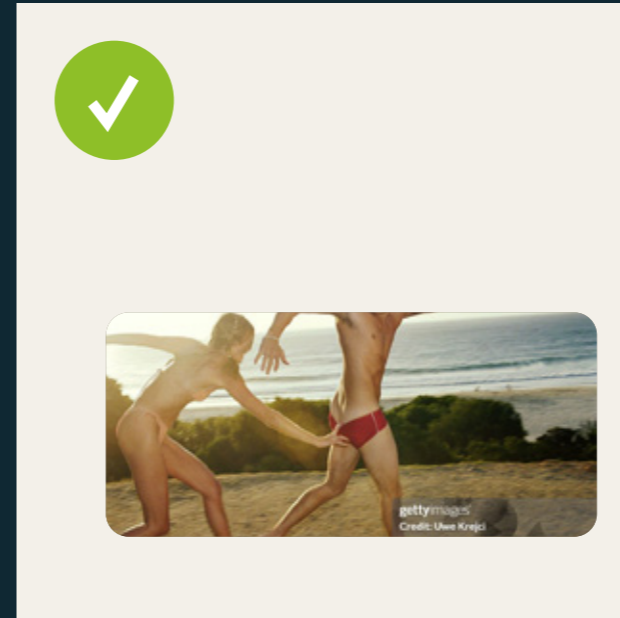
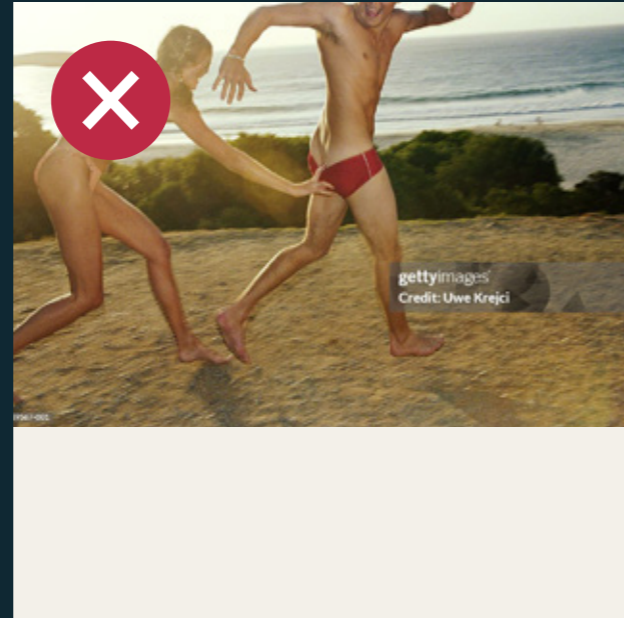
Onze beelden volgen dezelfde logica als ons landschap: echt, rauw en zonder overbodige opsmuk. De manier waarop we foto's plaatsen en kaderen, helpt om die uitstraling vast te houden.

## Foto's zijn altijd gekaderd.

Net als het woordmerk krijgen beelden een eigen omringkader dat verwijst naar de Omringdijk. Het geeft rust, herkenning en houdt de aandacht bij het beeld. Geen fullscreen beelden, maar altijd gekaderd.

## Hoeken zijn altijd afgerond.

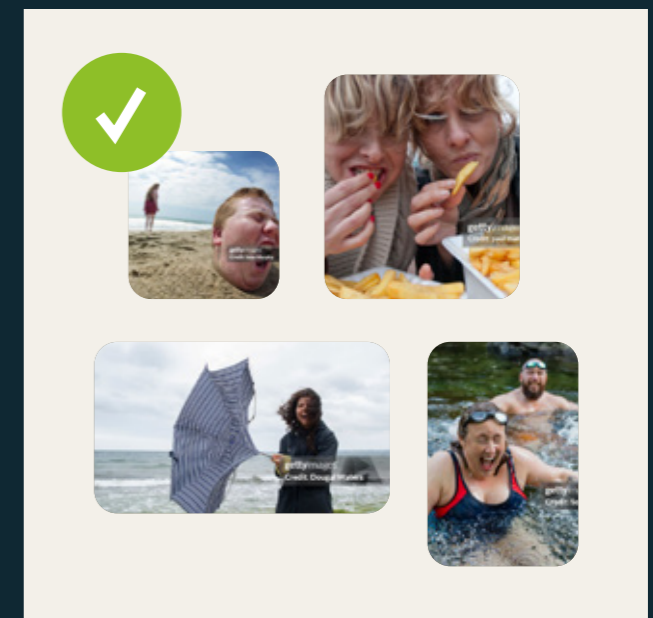
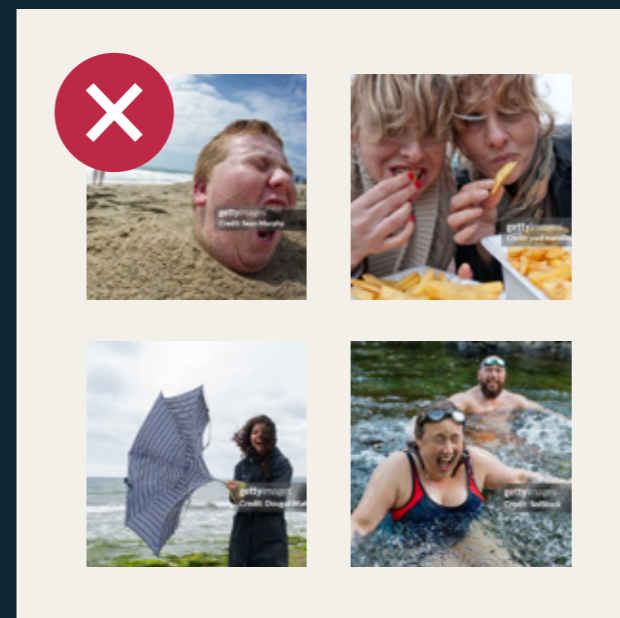
Die ronde vormen sluiten aan bij het woordmerk en zorgen voor één consistente visuele lijn in het hele merk.



## Beelden staan nooit braaf in een grid.

We kiezen voor een speelse, spannende plaatsing die past bij het karakter van Westfriesland. Niet te netjes, niet te symmetrisch. Beelden mogen schuiven, overlappen en een beetje schuren, zolang het verhaal maar klopt.

Zo ontstaat een beeldtaal die eerlijk en ongekunsteld is, maar tegelijkertijd duidelijk herkenbaar Westfriesland.



## DE GROENE DRAAD

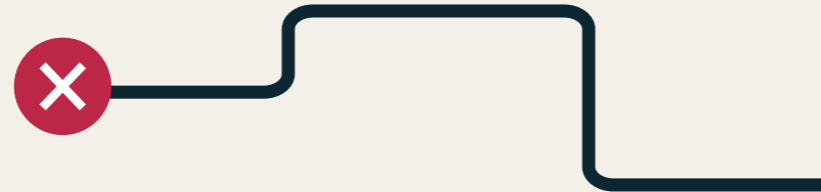
De groene draad verbindt onderdelen met elkaar en brengt en structuur aan zonder op te vallen. De lijn beweegt in hoeken van 90 graden, heeft altijd afgeronde hoekpunten en volgt dezelfde logica als de vorm van het woordmerk.

Daarnaast werken we met afgeronde kaders die rust creëren rond foto's, quotes en elementen die je wilt benadrukken. En bij korte copy gebruiken we de groene punt als klein accent dat net genoeg lef heeft om op te vallen.

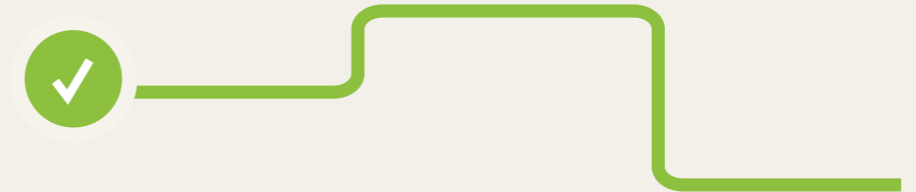
Samen vormen deze elementen een vormtaal die helder, rustig en herkenbaar is. Een systeem dat alles met elkaar verbindt, precies zoals de Groene Draad bedoelt is.



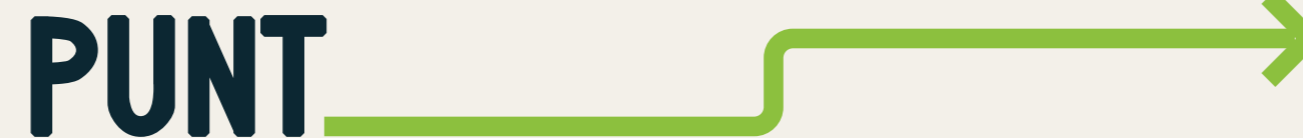
Hoeken moeten altijd afgerond zijn



De Groene Draad is altijd in Eigenwijs Groen



Hoeken zijn altijd 90 graden, nooit vloeiend



De groene punt in de titel mag verlengd worden tot lijn om een punt te maken.

A man with a beard, wearing a dark raincoat, is shown from the chest up, looking towards the camera. He is on a boat, with the sea and a boat's mast visible in the background. The scene is rainy, with water droplets visible on his face and the raincoat. The text 'DUIDELIJKE TAAL WAAR JE WAT AAN HEBT.' is overlaid on the left side of the image in a dark, rounded rectangular box.

**DUIDELIJKE  
TAAL WAAR  
JE WAT  
AAN HEBT.**

- Onze tone of voice is **nuchter**, **direct** en **zonder omwegen**.
- We **zeggen wat we bedoelen** en draaien nergens omheen.
- **Eerlijk, eigenzinnig** en met een droge glimlach.
- Geen gladde praatjes, **geen opsmuk**.
- En voor de duidelijkheid: Westfriesland is geen Friesland.

**WESTFRIESLAND**

## NIET DAAR. HIER.

Veel mensen denken dat Westfriesland iets met Friesland te maken heeft. Snappen we. Maar het ligt toch echt in Noord-Holland. Met deze campagne laten we dat op een luchtige manier zien:

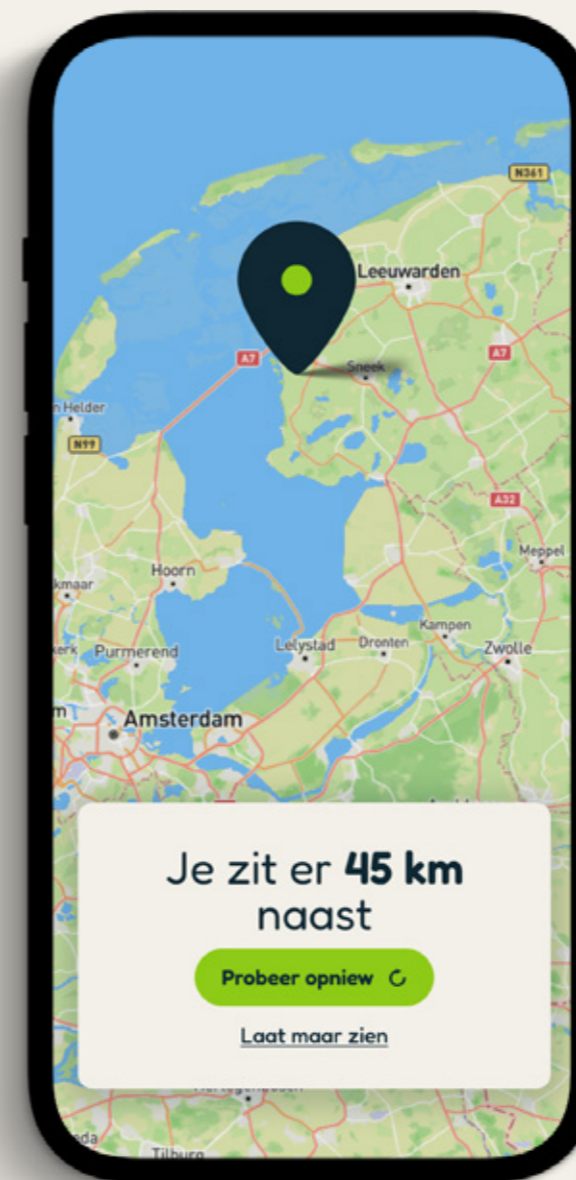
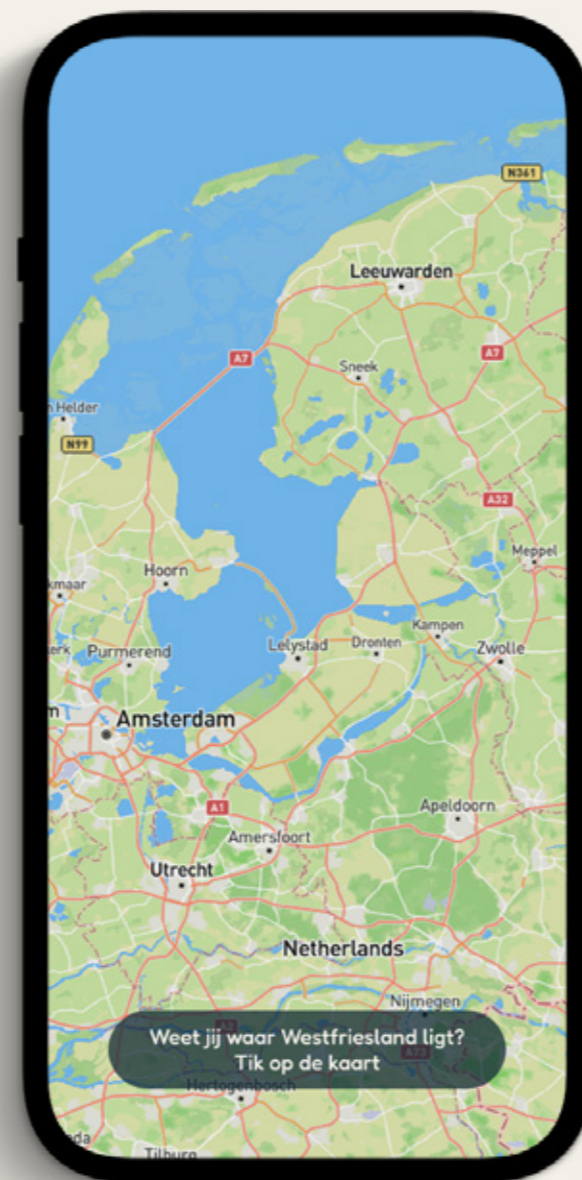
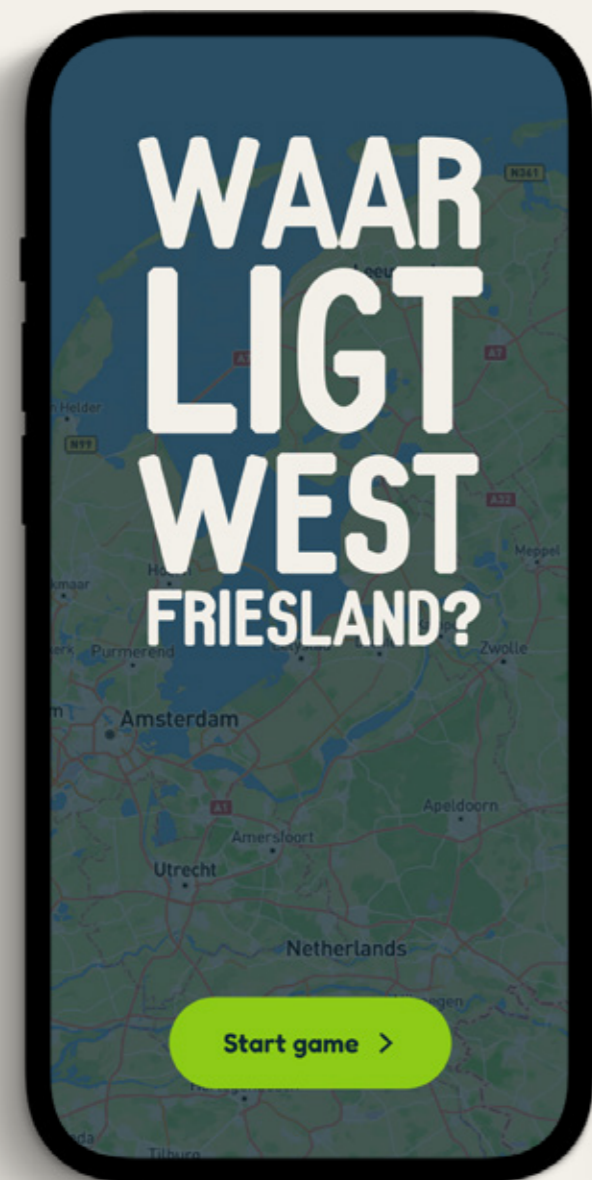
**Niet in Friesland. Wel in Holland.**

Zonder betuttelend te worden, zonder uitleg van tien regels. Gewoon een knipoog en een heldere route. Zo trekt de campagne de aandacht, roept een glimlach op en laat meteen zien waar Westfriesland wél ligt: midden in het echte Holland, tussen dijk, water en ruimte.



# CAMPAGNES MET EEN KNIPOOG

We dagen mensen online uit met een simpele vraag: Waar ligt Westfriesland?



A young woman with a messy face and a white tank top with a large red stain, holding a burger in a park. The background shows trees and a paved area.

**HET MERK  
AAN HET  
WERK.**

- **Simpel, helder** en **herkenbaar**.
- Alle merkonderdelen werken als **één geheel**.
- Vol **karakter** en altijd een tikkie **rauw**.
- Altijd Westfries: **nuchter, eigenwijs** en **duidelijk**.

**WESTFRIESLAND**

# GENIETEN VAN GEWOON

Soms zit het plezier in iets kleins. Een ijsje dat smelt, vieze handen, een moment dat niemand regisseert. Dit soort beelden laten zien waar Westfriesland voor staat: echt, ongepolijst en zonder gedoe. Niet perfect, wel precies zoals het leven is. En juist daardoor geniet je er het meest van.



# ECHE MOMENTEN. GEEN PERFECTIE.

Dit drieluik laat zien waar Westfriesland voor staat: beelden die je niet hoeft te regisseren. Eten dat knoeit, haar dat alle kanten op waait, momenten die precies laten zien hoe het leven eruitziet. Niet netjes, niet gladgestreken, maar eerlijk en herkenbaar. Precies de eenvoud waar mensen naar verlangen, gewoon zoals het is.



## WE KIJKEN NET EVEN ANDERS

Ondernemers brengen we niet saai in beeld. Ook niet als je denkt dat het onderwerp dat misschien wél is. We gaan er bovenop, zoeken de gekke hoek, het echte moment en de nieuwsgierige blik.

Geen brave plaatjes, maar beeld dat prikkelt en je even laat stoppen. Anders dan anders, net als Westfriesland.

### KLEINE SCHEPEN, GROOT VERHAAL.

Scheepjes in flessen.  
Klinkt gek, toch doen we 't.  
Kom maar kijken.

Flessenscheepjesmuseum Enkhuizen

**WESTFRIESLAND**



# THE HOLLAND YOU ARE LOOKING FOR

Toeristen zoeken Holland, maar vinden vooral drukte. Het echte Nederland ligt een stuk verderop, waar het stiller is, Hollandser en een stuk eerlijker. Daarom prikken we door het Amsterdam-beeld heen en sturen we mensen richting Westfriesland.

Een knipoog, een duidelijke hint naar het Holland dat ze eigenlijk in hun hoofd hadden.



# ESCAPE THE CROWDS. FIND HOLLAND.

Veel bezoekers komen voor Holland, maar vinden vooral drukte. Dat is niet wat ze zochten. Daarom laten we zien dat het echte Nederland nog steeds bestaat, alleen niet waar iedereen staat.

Eén uur met de trein en je staat ergens waar je weer kunt ademen, lopen zonder geduw en gewoon ziet hoe Holland er écht uitziet.





# ONLINE, OP Z'N WESTFRIES

De website is helder, to the point en makkelijk te gebruiken. Geen overbodige franje, geen drukte. Gewoon duidelijke informatie in een rustige vorm.

De huisstijlelementen geven herkenning zonder in de weg te zitten, zodat iedereen de site makkelijk kan vinden, lezen en gebruiken.

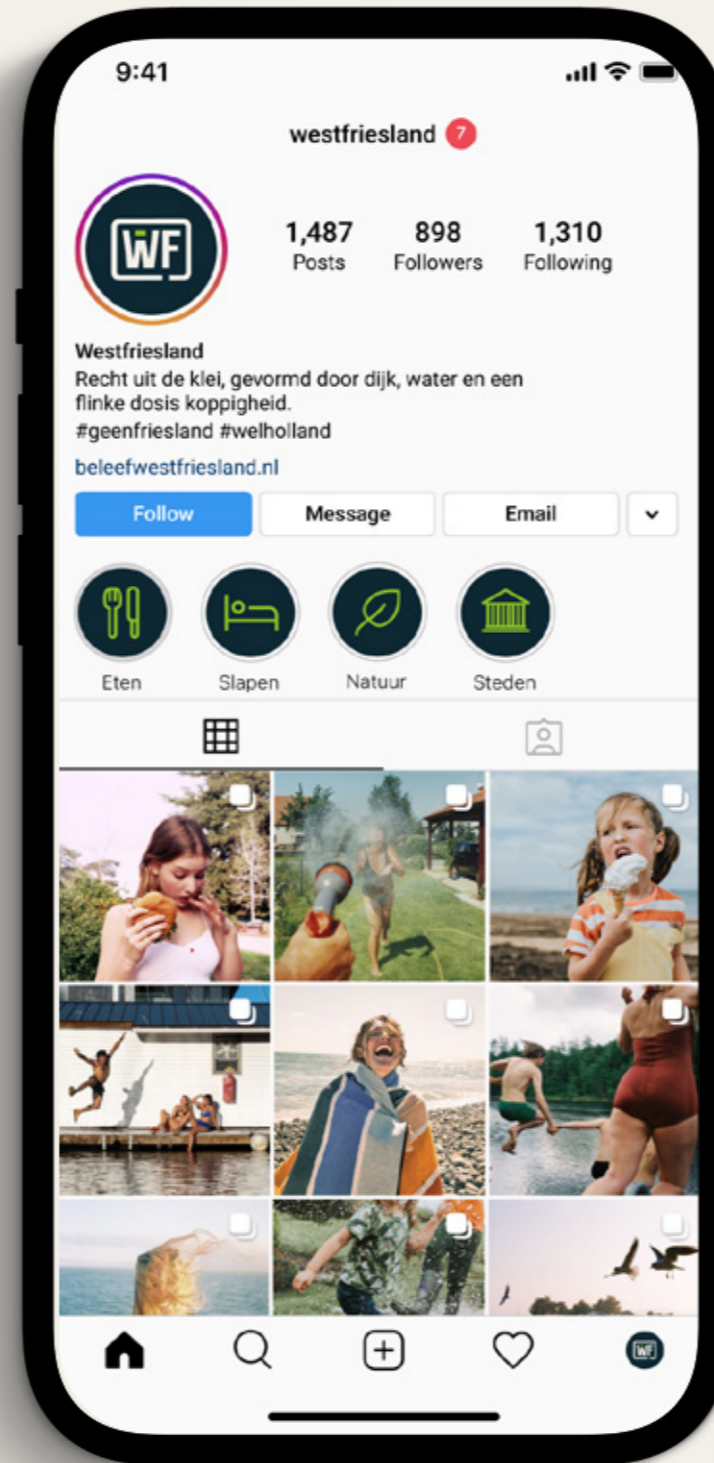


# SOCIAL MET KARAKTER

Ook op social blijven we dicht bij onze stijl.

Korte copy met lef, beelden die echt zijn en de huisstijlelementen die alles bij elkaar houden: de groene punt, de afgeronde kaders en de groene draad. Geen drukke filters, geen opgepoetste perfectie.

We laten zien wat Westfriesland is, zonder gedoe en zonder ruis. Duidelijke taal, herkenbare vorm en content die opvalt doordat het eerlijk is. Dat werkt op straat, en online net zo goed.



# LETTERLIJK EN LEKKER DUIDELIJK

Onze middelen doen niet alsof.  
Simpel, duidelijk en lekker  
eigenwijs.

Voor bezoekers van buiten is dat  
extra leuk: ze nemen een stukje  
Holland mee naar huis dat pre-  
cies zegt wat het is. Herkenbaar  
en typisch Westfries.

Zo worden alledaagse spullen  
echte collectables, omdat ze  
precies zeggen waar het op  
staat.







# LEKKER EN LEKKER DUIDELIJK

Streekproducten pakken we net zo aan.

Geen sierlijke labels of romantische verhaaltjes, maar gewoon wat het is. Simpel, duidelijk en precies daarom opvallend.

Het maakt lokale producten ineen verzamelwaardig.





## WESTFRIESLAND IN HET WILD

Kleine signaturen van het merk.  
Herkenbaar,  
grappig en n et eigenwijs genoeg  
om op te vallen. Ideaal voor  
middelen, verpakkingen of als  
collectable die mensen  
meenemen omdat het zo simpel  
en zo typisch ons is.





**WESTFRIESLAND**

© 2026 Insiders