

Huisstijlgids 2024

Versie: 1.1 | Geldig t/m 31 december

Inhoudsopgave

Introductie	01	Typografie	20	Werkkleding	35
Merkarchitectuur	02	Typografie Roboto	21	Merchandise	36
Prometheus	03	Typografie Arial	22	Drukwerk	37
Logo	04	Huisstijlelementen	23	Autobestickering	38
Logo varianten	05	Iconen	24	Social Media	39
Logo internationaal	06	Iconen inspiratie	25		
Logo witruimte	07	Campagnes	26		
Beeldmerk vlam	08	Beelden	27		
Beeldmerk uitsnedes	09	Beelden stockfotografie	28		
Extensies	10	Beelden aanbesteding	29		
Extensies multicampus	11	Merkpartnerschap	30		
Labels	12	E-mailhandtekening	31		
Labels 3e laag	13	Templates	32		
Slogan	14	Templates Word	33		
Kleuren	15	Templates Powerpoint	34		
Kleuren primair	16				
Kleuren secundair	17				
Kleuren transparantie	18				
Kleuren dekking	19				

TU Delft huisstijl

Bij TU Delft realiseren we **'Impact for a better society'**. We gaan wereldwijde uitdagingen aan die iedereen persoonlijk raken; het klimaat, de energietransitie, de groei van steden, de digitale samenleving, gezondheid. Wij werken vol ambitie aan positieve verandering door onderzoek, onderwijs en innovatie van wereldklasse. Een sterk en herkenbaar merk is hiervoor essentieel, waarbij alle activiteiten bijdragen aan dit doel, van faculteiten en studenten tot wetenschappers en samenwerkingen.

Het karakter van de TU Delft komt tot leven in elke vorm van communicatie: van stijl en toon tot fotografie. Het beschermen van ons sterke merk zorgt voor meer impact en herkenbaarheid in onze communicatie. In deze gids vind je alle stijlelementen en hulpmiddelen om deze effectief toe te passen. Zo zorgen we samen voor een consistent TU Delft merk in al onze visuele uitingen.

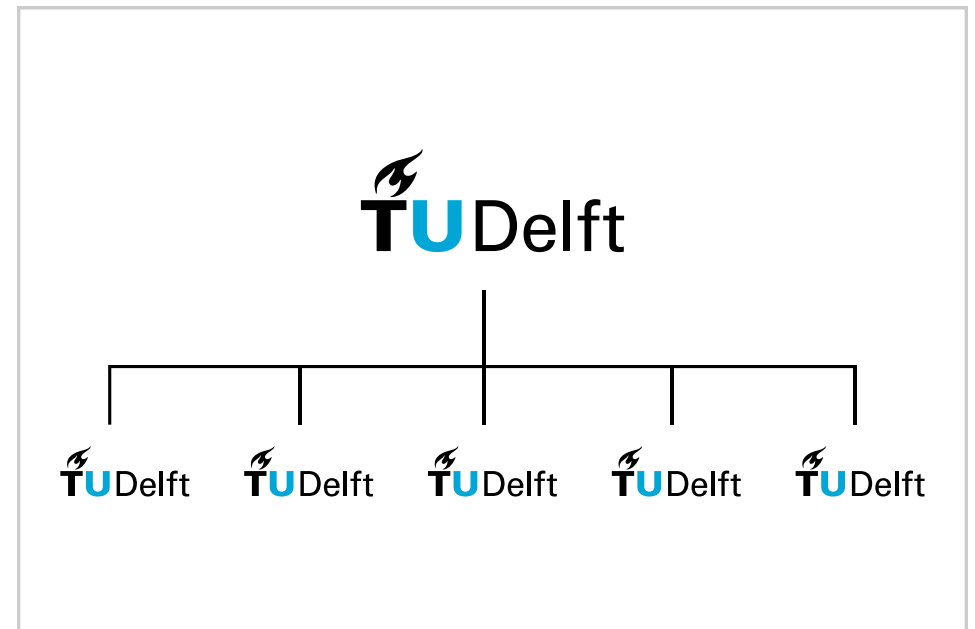
Deze gids is samengesteld door het Visual Communication team en sluit aan bij de communicatiestrategie. Heb je vragen over het merk? Neem dan contact op via: visualcommunication@tudelft.nl

Merkarchitectuur

Bij de TU Delft werken we volgens een monolithische merkgedachte met een branded house-strategie. Dit betekent dat we ons vast houden aan één logo en merkidentiteit voor alle onderdelen van de organisatie. Zo zorgt TU Delft voor een sterke en herkenbare aanwezigheid, zowel intern als extern.

Binnen ons merkarchitectuur opereren vanuit één overkoepelend merk. Dit beleid helpt bij het versterken van de merkpositie en het vergroten van de impact van alle communicatie-uitingen van de organisatie. Een sterk merk zorgt voor herkenbaarheid en vergroot daarmee de impact van onze communicatie.

Alle onderdelen en faculteiten dragen hieraan bij. Hierbij houden we in het ontwerp ruimte om de verschillende afdelingen en universiteitsonderdelen te benoemen.



Prometheus

Prometheus is een figuur uit de Griekse mythologie, bekend als de beschermer van de mensheid. In het logo van de TU Delft bevindt zich al lange tijd de vlam van Prometheus. Deze vlam symboliseert baanbrekende technologie en blijft een blijvende bron van inspiratie voor de Delftse ingenieur.

Prometheus stal het vuur van de goden en gaf het aan de mensen, wat symbool staat voor het brengen van kennis en beschaving. Dit gaf de mensheid de middelen om te overleven en zich te ontwikkelen.

Dit beleid helpt bij het versterken van de merkpositie en het vergroten van de impact van alle communicatie-uitingen van de organisatie. Een sterk merk zorgt voor herkenbaarheid en vergroot daarmee de impact van onze communicatie.

Alle onderdelen en faculteiten dragen hieraan bij. In de merkarchitectuur van TU Delft werken we dan ook vanuit één overkoepelend merk. Hierbij houden we in het ontwerp ruimte om de verschillende afdelingen en universiteitsonderdelen te benoemen.



Het TU Delft logo is een essentieel onderdeel van onze identiteit en het primaire visuele element dat ons herkenbaar maakt.

We hanteren als TU Delft één logo. Er worden geen andere logo's naast of in plaats van dit logo gebruikt. Door deze uniforme aanpak versterken we onze zichtbaarheid en consistentie, wat bijdraagt aan een sterke en herkenbare merkidentiteit.

De voorkeurspositie voor het plaatsen van het logo is linksonder.

Downloads

[Logo PNG](#)

[Logo EPS](#)

[Logo SVG](#)



Er zijn 3 varianten van het logo beschikbaar.



Standaard variant

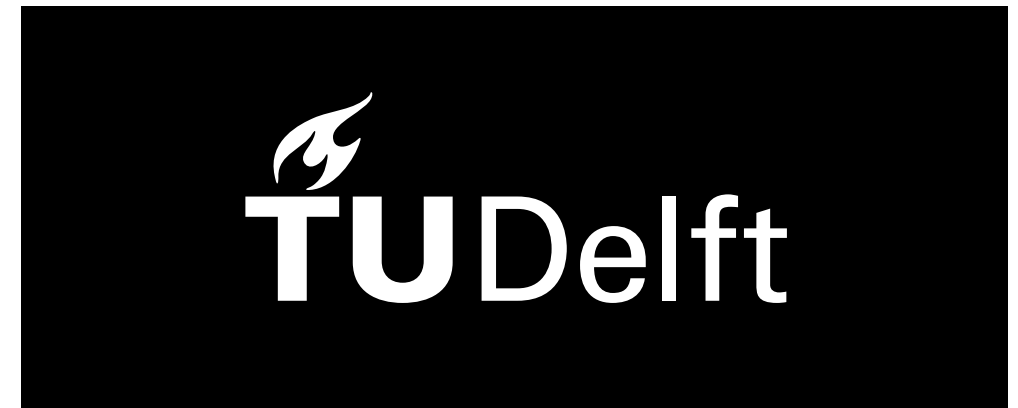


Zwarte variant

Het aantal mogelijke varianten van het TU Delft logo is bewust beperkt gehouden. Dit doen we om een sterk en consistent merkbeeld te waarborgen. Naast de standaardversie van het logo, gebruiken we een volledig zwarte variant van het logo voor gebruik in media waarin kleur niet is toegestaan. Voor toepassingen op een donkere ondergrond is een volledig witte variant van het logo beschikbaar. Dit zijn echter uitzonderingen en gebruiken we alleen als de standaard variant niet ingezet kan worden.

Downloads

[Logo \(ZIP\)](#)



Witte variant

Naast de reguliere varianten van het logo, gebruiken we voor uitingen buiten Nederland een internationale variant.



Standaard internationale variant



Zwarte internationale variant

In internationale omgevingen, of als het voor de doelgroep niet duidelijk is dat TU Delft een universiteit is, mag er gebruik worden gemaakt van het logo met descriptor. Buiten Nederland is de afkorting TU niet duidelijk en is de merkbekendheid minder groot. Daarom wordt internationaal een aangepast logo gebruikt, waarin een descriptor duidelijk aangeeft dat de TU Delft een universiteit is.

Downloads

[Logo + descriptor PNG](#)

[Logo + descriptor EPS](#)

[Logo + descriptor SVG](#)

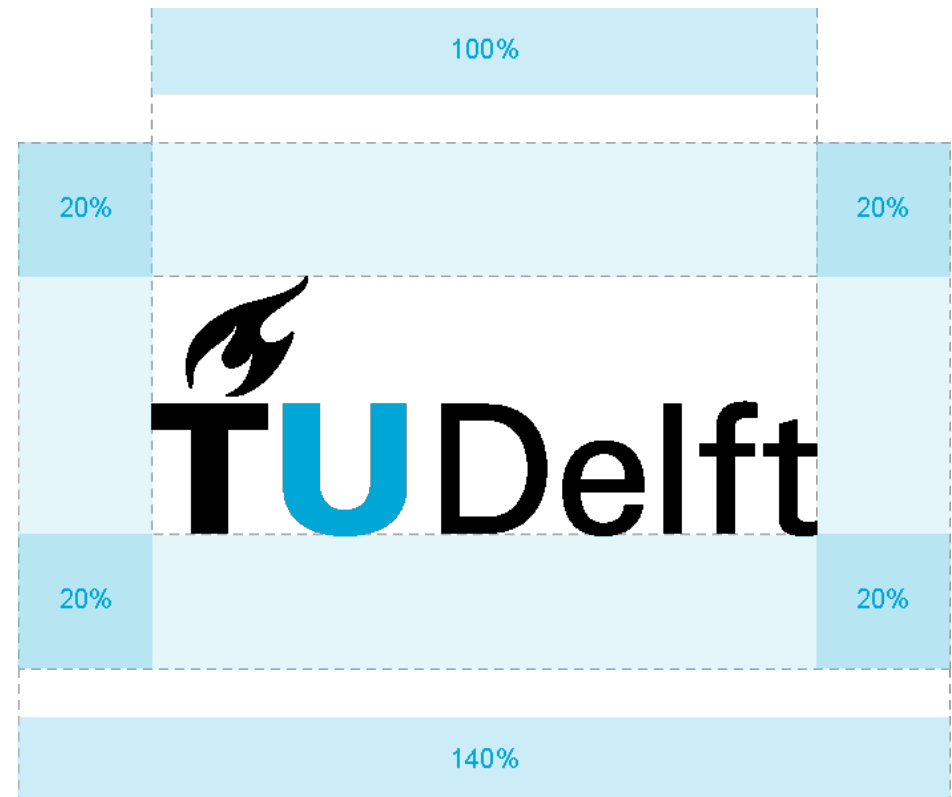
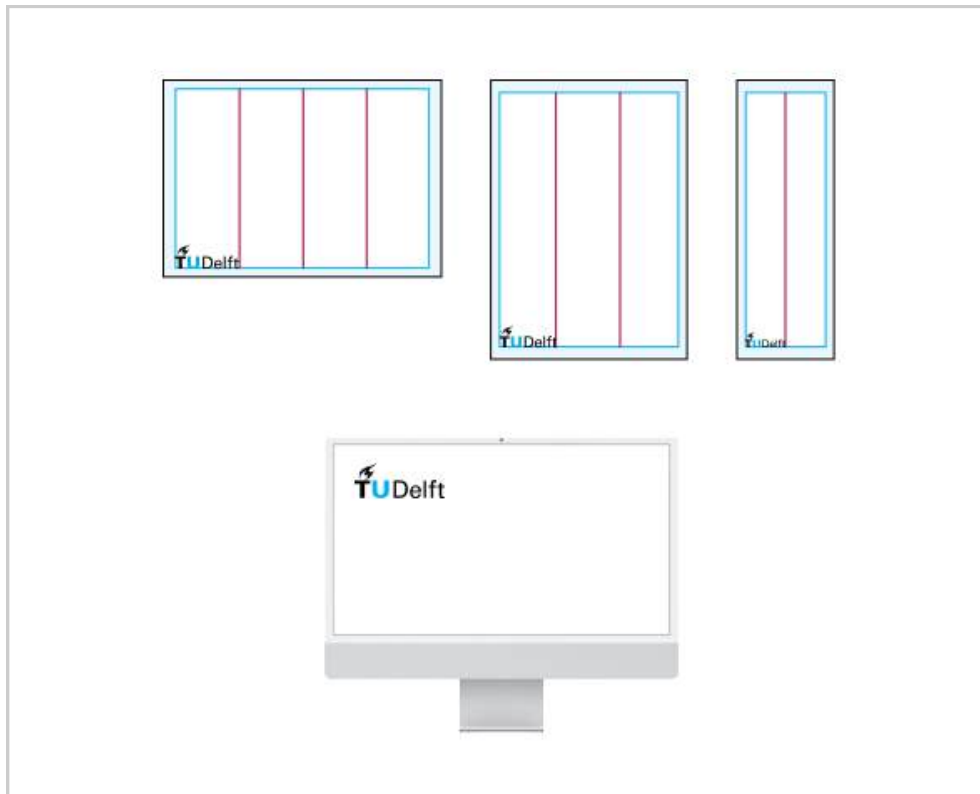


Witte internationale variant

Logo - Minimale witruimte + plaatsing

Witruimte rondom een logo zorgt ervoor dat het logo beter opvalt en duidelijker de afzender van de communicatie vertegenwoordigt. Door het logo zoveel mogelijk op dezelfde plek in alle communicatieuitingen te laten terugkomen, ontstaat een consistent merkbeeld en daarmee herkenbaarheid.

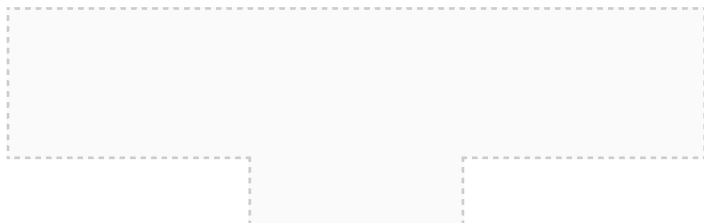
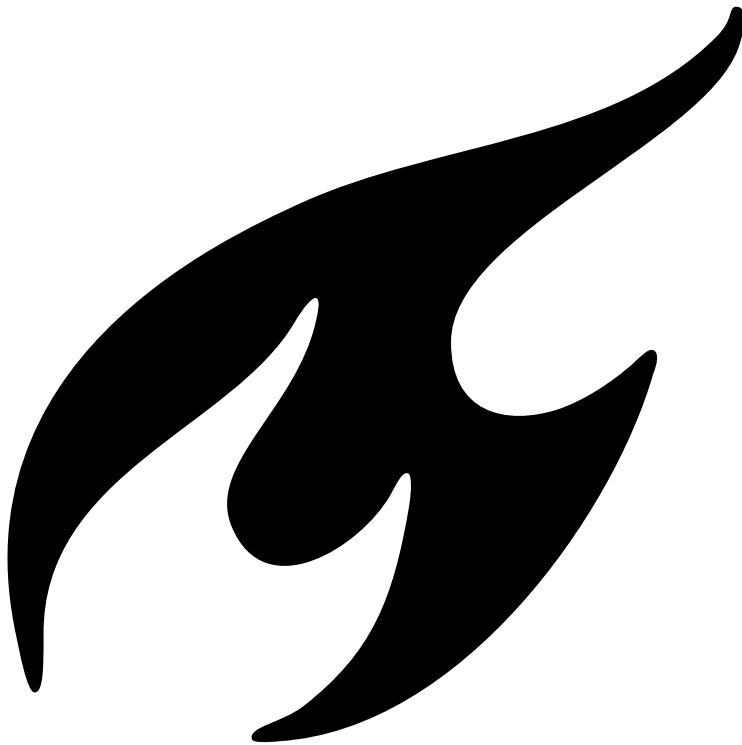
Voor optimale leesbaarheid en zichtbaarheid moet de ruimte rondom het logo gerespecteerd worden door andere elementen, zoals afbeeldingen, illustraties, animaties en tekst, volgens de vastgestelde richtlijnen. De minimale witruimte rondom het logo wordt in het voorbeeld aangeduid met een lichtblauw vlak. Deze ruimte wordt bepaald als een percentage van het totale logo om de verhoudingen te waarborgen. De voorkeurspositie van het logo is linksonder.



De vorm van de vlam is het meest unieke en herkenbare element in ons logo.

Uit extern onderzoek is te zien dat de losstaande vlam voor een externe doelgroep geen herkenbare merkelement is. De vlam mag om deze reden **niet** los ingezet worden, en blijft een vast onderdeel van het logo.

Voor de merchandise-lijn maken we echter een uitzondering, onder strikte voorwaarden, zie het [TU Delft merchandise beleid](#) voor meer informatie.



De uitsnede van de vlam kan alleen sporadisch ingezet worden als decoratief huisstijl-element.

We gebruiken een uitsnede van de vlam als stijlelement. Daarbij is slechts een beperkt deel van de vlam zichtbaar binnen een vierkante of rechthoekige container. Door in te zoomen op de vlam ontstaat er een krachtig, dynamisch beeld.

Om de vlam te kunnen onderscheiden van de achtergrond worden TU Delft huisstijlkleuren gebruikt, waarbij één van de kleuren altijd TU Delft cyaan (Blue) is.



Extensies

Een 'eigen' logo voeren binnen TU Delft is niet mogelijk gezien wij werken vanuit een 'branded house'. Echter, wanneer het hoofd logo niet voldoet, en het van belang is voor de ontvanger om gericht te communiceren over de afzender, gebeurt dit via een logo-extensie.

Deze extensie bestaat uit een extra tekst achter het TU Delft logo, gescheiden door een verticale lijn. We hanteren een limiet van twee regels en er kan geen afkorting gebruikt worden binnen een extensie.

Logo extensies zijn toegekend aan:

Afdelingen die direct onder de universiteitsdienst vallen, Faculteiten, Delft Research Institute, Instituten en Labs (faculteit overstijgend).

Een logo extensie kan worden aangevraagd via het Visual Communication Team:
visualcommunication@tudelft.nl

Toekenning van een logo extensie is aan voorwaarden verbonden.



Enkele regel



Dubbele regel

Campus Rotterdam en Campus Den Haag - Logo

Voor Campus Rotterdam en Campus Den Haag wordt een specifiek logo gehanteerd gebaseerd op een logo extensie.

Deze logo's vallen onder het hoofdmerk TU Delft en volgen dan ook de huisstijlregels zoals in deze gids staan vastgelegd. Alle communicatie rondom de campussen houden ook de huisstijl van de TU Delft aan. De logo's wordt altijd in combinatie met het TU Delft logo getoond, in alle uitingen en altijd in zijn volledigheid. De logo's mogen niet ingekort worden.



TU Delft | Campus Rotterdam



TU Delft | Campus Den Haag



TU Delft | Campus The Hague

Voor TU Delft-onderdelen die geen eigen logo-extensie gebruiken, is er een speciaal label ontwikkeld.

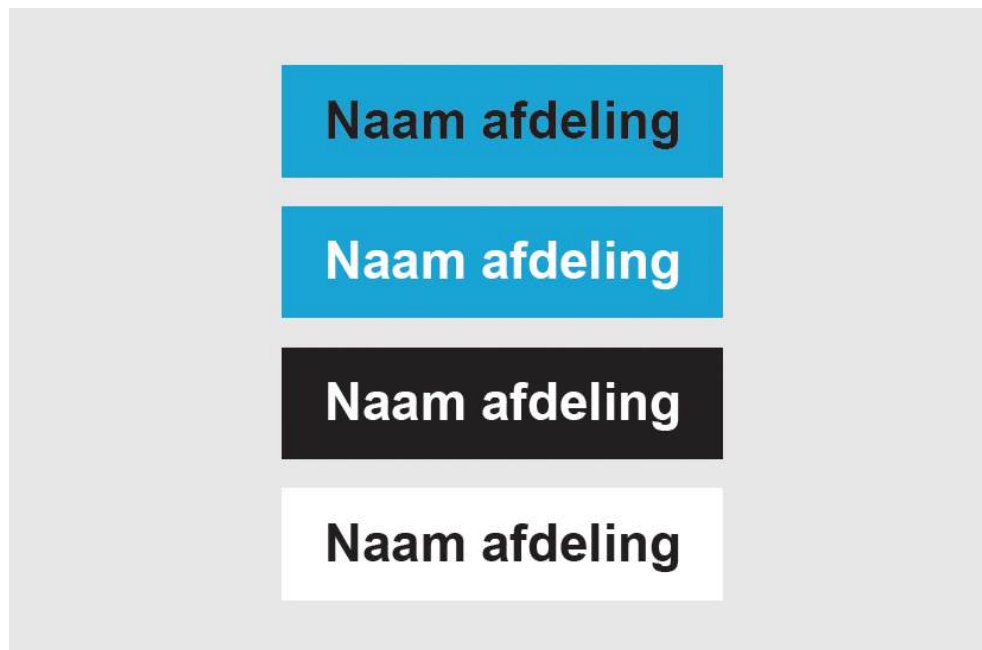
Dit label is in 2021 ontwikkeld en wordt gecombineerd met het hoofdlogo en eventueel extensie. Plaats het label op een geschikte plek die aansluit bij het medium.

Houd rekening met de voorwaarden voor het gebruik van labels:

- Labels zijn uitsluitend voor offline gebruikt; ze zijn niet bedoeld voor online toepassingen zoals websites, social media of nieuwsbrieven.
- Het correct plaatsen van labels is cruciaal. Hierbij dient zorgvuldig te worden gelet op het contrast en de positionering binnen de uiting.

Het adviseren over de plaatsing of het aanvragen van een label kan via:

visualcommunication@tudelft.nl



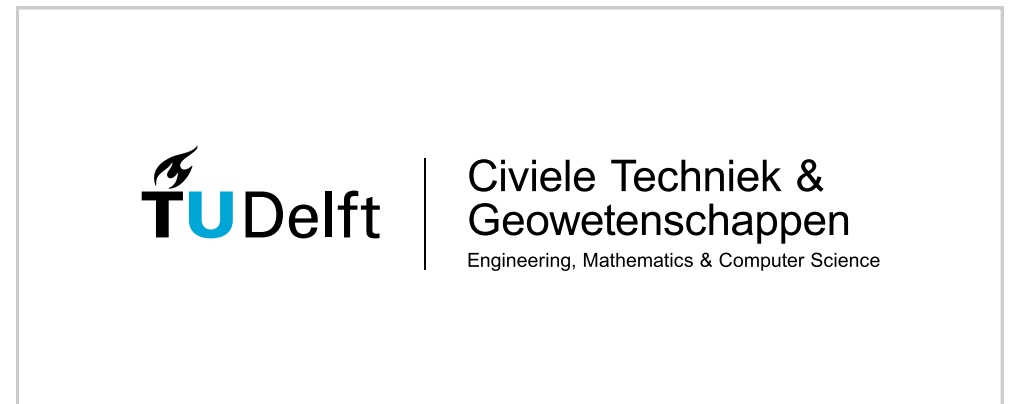
In de TU Delft huisstijl verwijst de 3e laag van de logo-extensie naar specifieke subafdelingen, instituten of labs die onder een faculteit of afdeling vallen.

Deze 3e laag biedt extra specificiteit zonder afbreuk te doen aan het overkoepelende merk. Het stelt afdelingen in staat om hun identiteit duidelijk te communiceren binnen de bredere TU Delft context. De introductie van deze extra laag helpt om in de communicatie beter in te spelen op de verschillende organisatorische niveaus, terwijl de huisstijl consistent blijft.

Het adviseren over de plaatsing of het aanvragen van een derdelaags-extensie kan je het [beleidsdocument](#) raadplegen of contact opnemen met de juiste communicatieafdeling.



Enkele regel



Dubbele regel

Slogan

Bij de TU Delft gebruiken we de slogan: **Impact for a better society**. Dit is de enige slogan die we gebruiken.

Het opleiden van de volgende generaties ingenieurs van topniveau is immers de grootste impact die de TU Delft heeft op de maatschappij. Het aanhouden van één slogan versterkt de merkidentiteit, vergroot herkenbaarheid en creëert emotionele binding.



Bij de TU Delft maken we gebruik van een uitgebreid kleurenpalet dat zorgvuldig is gekozen voor gebruik in zowel online als gedrukte media.

Dit kleurenpalet bevat een combinatie van warme en veelzijdige kleuren die aansluiten bij onze visuele identiteit. Hieronder vindt u de kleuren die zijn bedoeld voor algemeen online gebruik en drukwerk.

We gebruiken twee type kleurensystemen:

- **RGB** (Rood, Groen, Blauw) wordt gebruikt voor schermen. In deze gids gebruiken we de hexadecimale notatie (Hex)
- **CMYK** (Cyaan, Magenta, Geel, Zwart) wordt gebruikt voor drukwerk. In deze gids schrijven we de vier inktkleuren uit.

Links

[Bekijk hier welke kleuren er in Typo beschikbaar zijn](#)

Kleuren - Primaire huisstijlkleuren

Cyaan (Blue) is de primaire kleur en komt altijd terug in je uiting. aangevuld met vol zwart en wit. Daarnaast kan het secundaire kleurenpalet gebruikt worden als aanvulling.

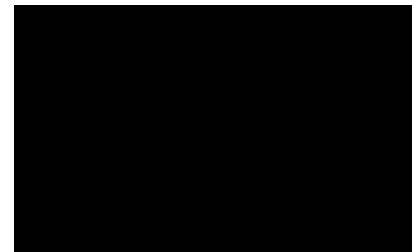
Cyaan blauw is een essentiële kleur binnen de visuele identiteit van TU Delft en dient in elke uiting zichtbaar aanwezig te zijn. Deze kleur versterkt de herkenbaarheid van ons merk en zorgt voor consistentie in alle communicatieve uitingen. Of het nu subtiel wordt toegepast of als gehele achtergrondkleur, cyaan blauw vormt een verbindende factor die onze huisstijl direct herkenbaar maakt.



Blue

Hex
#00A6D6

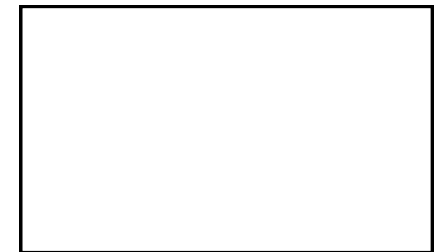
CMYK
(100%, 0%, 0%, 0%)



Black

Hex
#000

CMYK
(0%, 0%, 0%, 100%)



White

Hex
#FFF

CMYK
(0%, 0%, 0%, 0%)

Kleuren - Secundaire huisstijlkleuren

De secundaire kleuren sluiten aan bij cyaan als aanvulling of contrast. Deze kleuren zijn vrij te gebruiken en kunnen niet geclaimd worden.



Dark blue

Hex
#0C2340

CMYK
(100%, 80%, 8%, 70%)



Turquoise

Hex
#00B8C8

CMYK
(72%, 0%, 24%, 0%)



Royal blue

Hex
#0076C2

CMYK
(98%, 40%, 0%, 0%)



Light purple

Hex
#6F1D77

CMYK
(65%, 100%, 0%, 12%)



Pink

Hex
#EF60A3

CMYK
(0%, 70%, 0%, 0%)



Burgundy

Hex
#A50034

CMYK
(5%, 100%, 48%, 30%)



Red

Hex
#E03C31

CMYK
(0%, 85%, 75%, 0%)



Orange

Hex
#EC6842

CMYK
(0%, 70%, 75%, 0%)



Yellow

Hex
#FFB81C

CMYK
(0%, 31%, 98%, 0%)



Green

Hex
#6CC24A

CMYK
(63%, 0%, 84%, 0%)



Forrest green

Hex
#009B77

CMYK
(100%, 0%, 68%, 4%)



Dark Grey

Hex
#5C5C5C

CMYK
(0%, 0%, 0%, 80%)

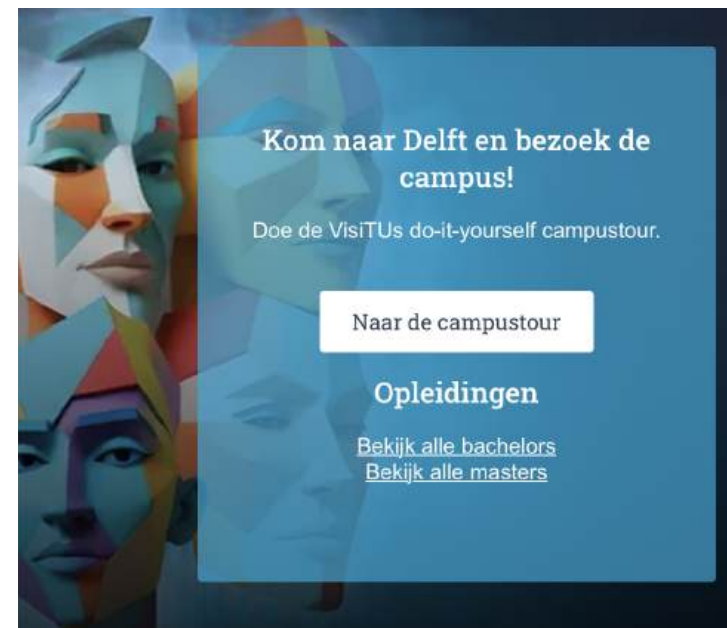
Soms kan het wenselijk zijn om transparantie toe te passen bij het kleurgebruik. Bij het gebruik van transparantie zijn er enkele belangrijke richtlijnen om aan te houden.

Transparantie mag toegepast worden op secundaire ontwerpelementen zoals achtergronden en grafische accenten en afbeeldingen.

Transparantie mag achter een tekst worden ingezet als ondergrond. Zorg voor voldoende contrast om leesbaarheid te garanderen.

Geen transparantie op primaire kleurvlakken: Transparantie mag niet worden toegepast op kleurvlakken die belangrijke informatie of hoofdbodschappen bevatten. Deze kleurvlakken moeten helder en vol aanwezig zijn om hun informatieve functie goed te vervullen.

Belangrijk: Het TU Delft-logo mag nooit transparant worden gemaakt. Het logo moet altijd in zijn originele vorm en kleur worden gebruikt. Dit zorgt ervoor dat het logo herkenbaar blijft en de identiteit van de TU Delft sterk blijft.



We gebruiken onze kleuren op volle 100% dekking. Soms is het echter wenselijk om transparantie toe te passen of verschillende dekkinggraden van bepaalde tinten aan te passen.

Dit mag uitsluitend worden toegepast op vlakken en niet op teksten of logo's. Bij het gebruik van transparantie is het belangrijk om altijd de contrastwaarden zorgvuldig te controleren om leesbaarheid en visuele impact te waarborgen.

We passen we variabele dekking alleen toe op **Blue** en **Dark Grey** in de volgende percentages:

Blue 100%

Dark Grey 100%

Blue 50%

Dark Grey 60%

Blue 10%

Dark Grey 40%

Dark Grey 15 %

De TU Delft maakt gebruik van twee verschillende lettertypen in haar communicatie; **Arial** en **Roboto Slab**.

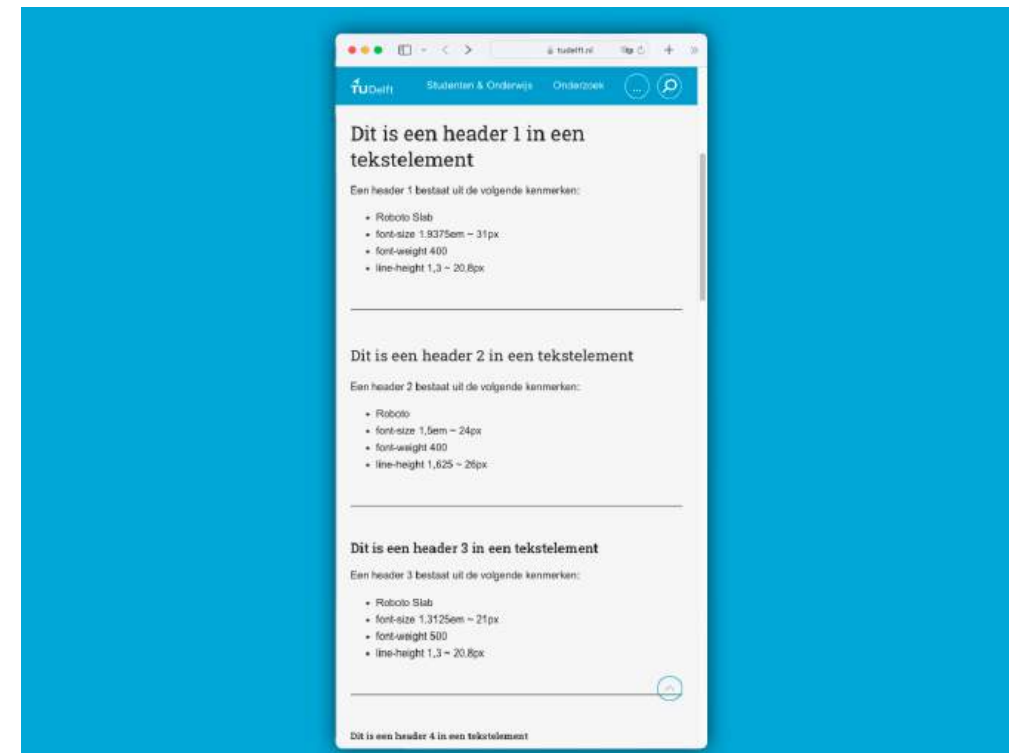
We hebben gekozen voor een duidelijk contrast tussen de lettertypen, wat helpt bij het creëren van een duidelijke hiërarchie en structuur in de gepresenteerde informatie. Arial wordt gebruikt voor bodyteksten en kan voor subkoppen gebruikt worden. Roboto Slab gebruiken we als kopletter voor alle uitingen.

Voor typografie gebruik online zie: www.tudelft.nl/admin/fontgebruik

Downloads

[Arial \(ttf\)](#)

[Roboto Slab \(ttf\)](#)



Roboto Slab wordt ingezet voor kopteksten in alle uitingen.

Deze robuuste schreefletter heeft een moderne uitstraling en is ontwikkeld voor online gebruik, maar is ook uitstekend geschikt voor drukwerk. Dit lettertype, met zijn stevige schreven, geeft onze kopteksten een onderscheidend en professioneel karakter, wat helpt om belangrijke informatie direct de aandacht te geven. De technische en moderne esthetiek van Roboto Slab sluit goed aan bij de innovatieve en vooruitstrevende identiteit van onze organisatie.

Downloads

[Roboto Slab \(ttf\)](#)

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Voor bodyteksten en eventueel subkoppen wordt Arial gebruikt.

Aria is een praktisch en veelzijdig lettertype dat geschikt is voor zowel drukwerk als digitale media. Bodyteksten en koppen worden altijd in zwart, wit, of cyaan weergegeven. Voor accenten, zoals citaten of kaders, kan een kleur uit het secundaire palet worden gebruikt. Arial is een uiterst veelzijdig en toegankelijk lettertype dat een schone, moderne uitstraling heeft. Bovendien draagt Arial bij aan een consistente en professionele uitstraling in al onze communicatie-uitingen, wat helpt om een uniforme merkidentiteit te bevorderen.

Downloads

[Arial \(ttf\)](#)

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

TUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Huisstijlelementen

Huisstijlmiddelen zoals iconen, beelden en infographics zijn cruciaal voor de herkenbaarheid en professionaliteit van een merk.

Consistent gebruik hiervan versterkt de merkidentiteit en wekt vertrouwen bij de doelgroep. Het straalt professionaliteit uit en zorgt voor een georganiseerde en betrouwbare indruk. Daarnaast verbeteren gestandaardiseerde visuele elementen de efficiëntie en duidelijkheid van communicatie. Kortom, een consistente huisstijl is essentieel voor een sterk en herkenbaar merk.

De TU Delft iconenset is ontworpen om een consistente visuele identiteit te waarborgen en te versterken.

Iconen ondersteunen tekst en maken informatie inzichtelijk. Voor TU Delft is een iconenset ontwikkeld die aansluit bij de huisstijl. De iconen kunnen los of in combinatie gebruikt worden om een passend beeld te creëren. De kleuren zijn zorgvuldig gekozen om aan de huisstijl te voldoen en zorgen voor een herkenbare uitstraling. Door SVG- en EPS-bestanden te bieden, zijn de iconen veelzijdig inzetbaar op diverse platformen en formaten. Deze technische flexibiliteit ondersteunt zowel webtoepassingen als drukwerk.

De iconen mogen niet aangepast of aangevuld worden zonder toestemming. Naast de specifieke TU Delft iconenset, beschikt de afdeling Visual Communication ook over een algemene iconenset. Voor vragen mail naar: visualcommunication@tudelft.nl

Links

[Bekijk hier alle iconen](#)

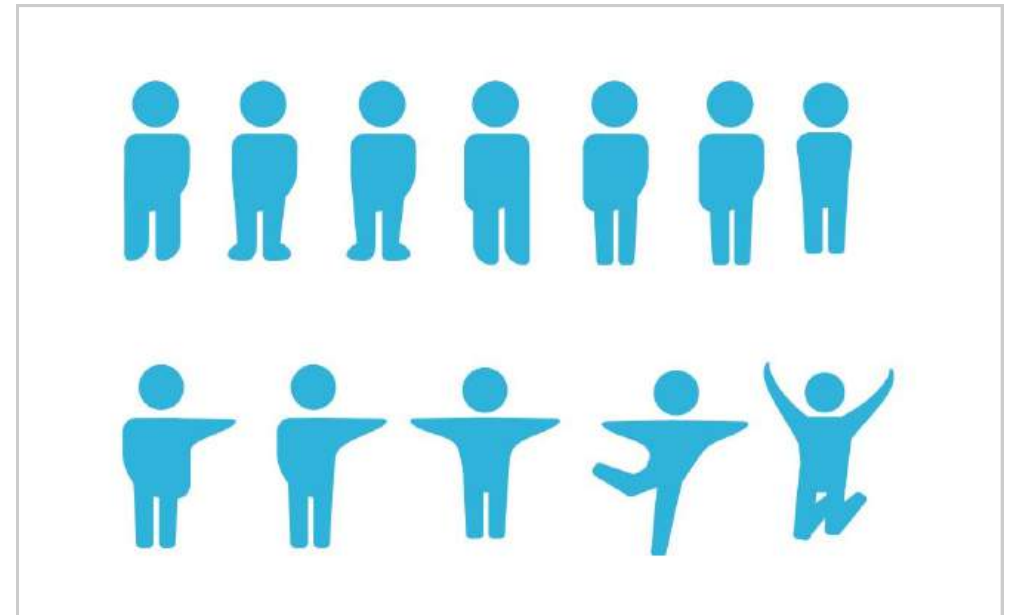
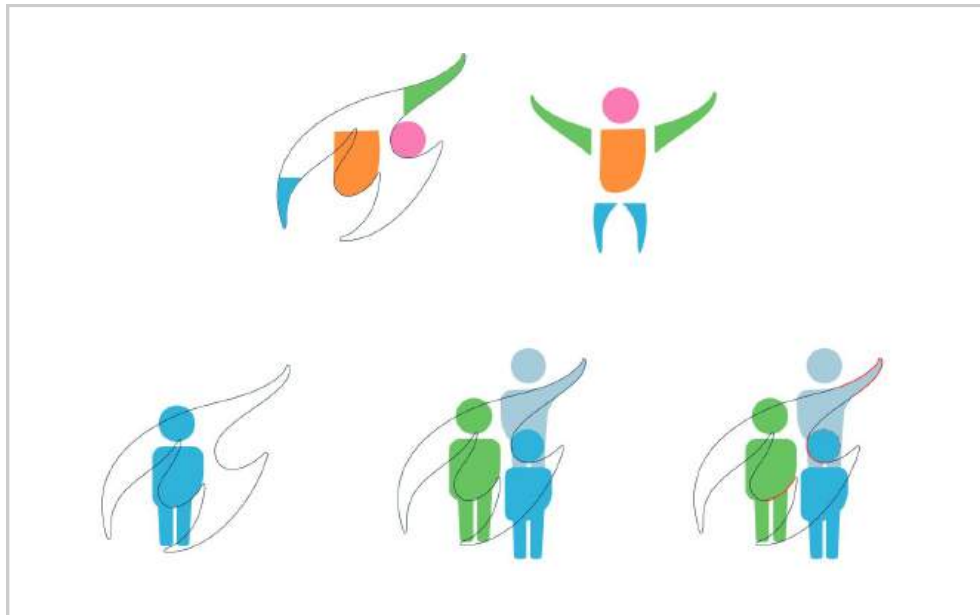
Downloads

[Download de Iconenset \(ZIP\)](#)



De inspiratie voor de iconenset is afkomstig van de vlam die kenmerkend is voor het TU Delft logo.

Door de vlam als basis te nemen, wordt een directe link gelegd met de overkoepelende identiteit van de TU Delft.



Fotografie en video zijn cruciale visuele dragers die de kernwaarden van TU Delft ondersteunen.

Ons beeldmateriaal weerspiegelt de beeldvisie van TU Delft, met focus op de kernwaarden: **Challenge, Change, Impact.**

Voorbeelden

[Bekijk voorbeelden van fotografie](#)



Challenge the viewer

Het beeld verbindt met de inhoud, maar niet letterlijk. Het heeft meer een conceptuele of metaforische invalshoek.



Change the perspective

Laat de 'werkelijkheid' zien maar wel met een verrassende invalshoek, door letterlijk te kiezen voor een ander perspectief of uitsnede van het beeld. Dat kan een doorkijkje zijn, een close up of een extreem laag perspectief.



Feel the impact

Dit beeld laat emotie zien of roept emotie op, de kijker voelt zich betrokken.

Fotografie is een sterk visueel middel om onze inhoudelijke boodschap te ondersteunen, versterken en onze doelgroepen te verleiden zich verder te verdiepen.



De Beeldportal

Dit is het beheersysteem voor beeldmateriaal van de TU Delft, deze tool is in beheer en gebruik bij de afdeling Communicatie. Zie hiervoor: mediaportal.tudelft.nl

Ben je op zoek naar specifiek beeldmateriaal, stuur dan een verzoek aan: visualcommunication@tudelft.nl

Voor het verkrijgen van (stock)foto's zijn er twee bronnen:



Getty Images

TU Delft heeft een abonnement bij Getty Images, waarbij stockbeelden onder bepaalde voorwaarden kunnen worden gebruikt. Deze beelden zijn uitsluitend bedoeld voor TU

Delft-doeleinden en mogen niet aan derden of voor open source doeleinden worden verstrekt.

Stockbeelden worden alleen gebruikt als het hoofdonderwerp van de boodschap niet met eigen TU Delft-materiaal kan worden verteld. Wanneer er mensen prominent op de foto staan, geven we de voorkeur aan foto's van personen die werken of studeren aan TU Delft, in plaats van stockfotografie.

De TU Delft heeft een (mede vanuit rechtmatigheid verplichte) Europese Aanbesteding afgerond en hierbij verschillende fotograferen gecontracteerd.



De fotografen zijn ingedeeld in twee categorieën (type beelden), op basis van hun specialisatie. Alle fotografen werken volgens onze beeldvisie.

- **Categorie 1: Conceptuele fotografie**

Fotografen vangen complexe concepten en ideeën in beelden. Ze zijn betrokken bij projecten die de grenzen van de wetenschap verkennen en de kracht van beelden gebruiken om de fascinerende verhalen erachter te vertellen.

- **Categorie 2: Fotografie algemeen**

Team van veelzijdige fotografen met diverse fotografische stijlen. Ze houden zich bezig met het vastleggen van academische evenementen, onderzoekpresentaties, portretten van onze medewerkers en studenten en alles wat de TU Delft verder te bieden heeft.

Het is verplicht om de diensten van deze leveranciers af te nemen

[Bekijk het leveranciersoverzicht](#) op Intranet.

Campagnes

Een campagne binnen de TU Delft is een reeks communicatie-uitingen met als doel het promoten van evenementen of het verhogen van bewustwording rondom belangrijke thema's.

Langdurige campagnes worden geëvalueerd om te bepalen of ze binnen de bestaande huisstijl moeten blijven, of een tijdelijke aanvullende stijl mogen ontwikkelen. ViCo en de Communicatie Adviseur moeten hierbij betrokken worden.

Toekenning van een campagnestijl is aan voorwaarden onderhevig. Een campagne kan worden aangevraagd via het Visual Communication Team: visualcommunication@tudelft.nl



Merkpartnerschap extern

De TU Delft werkt nauw samen met diverse partners om haar doelen te realiseren. In deze instanties gebruiken we dezelfde kleuren en logo-formaat als de andere partners om uniformiteit te waarborgen.

In alle samenwerkingen is het essentieel dat het TU Delft-merk duidelijk en consistent wordt toegepast. Per situatie wordt bekeken wat de beste toepassing is om zowel de zichtbaarheid van TU Delft als de samenwerking met de partner te benadrukken. Het logo van TU Delft mag nooit ondergeschikt zijn, maar moet evenwichtig gepresenteerd worden naast dat van de partner(s).

Bij twijfel over de juiste toepassing, raadpleeg dan visualcommunication@tudelft.nl

Leiden-Delft-Erasmus
Universities



Universiteit
Leiden

TUDelft

Erasmus
University
Rotterdam

Part of the [4TU.Federation](#)

4TU.Federation

TUDelft

TU/e EINDHOVEN
UNIVERSITY OF
TECHNOLOGY

UNIVERSITY
OF TWENTE.

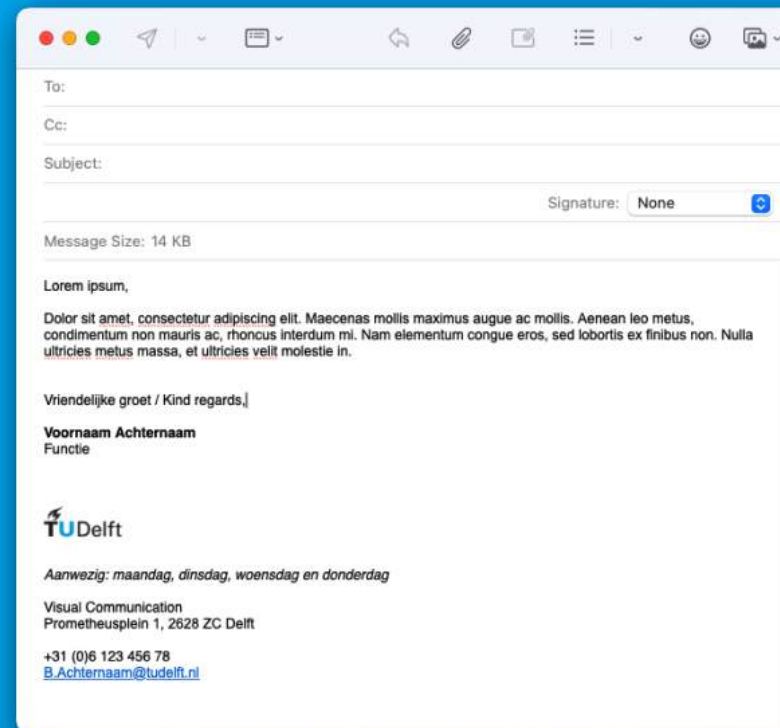
WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

E-mailhandtekening

Een gestandaardiseerde e-mailhandtekening versterkt onze merkidentiteit en zorgt voor consistentie in al onze uitingen. Het maakt onze e-mails direct professioneler en betrouwbaarder.

De e-mailhandtekening hieronder kan eenvoudig worden gekopieerd, inclusief de opmaak, en toegepast worden binnen Outlook.

[Download een voorbeeld om aan de slag te kunnen \(.docx\)](#)



We werken binnen de TU Delft graag met templates. Dit biedt belangrijke voordelen zoals consistentie in merkidentiteit, tijdsbesparing, en vermindering van fouten.

Templates zorgen voor professioneel ogende documenten, toegankelijkheid voor alle medewerkers, en zijn eenvoudig aanpasbaar bij groei.

Templates verhogen de efficiëntie en kwaliteit van het werk, wat bijdraagt aan een professionele uitstraling en het succes van de organisatie.

- [Word templates](#)
- [Powerpoint templates](#)

Mocht je templates missen neem dan contact op met: visualcommunication@tudelft.nl

Er wordt veel gebruikgemaakt van Word-templates. We hebben een aantal templates ontwikkeld die direct in Word beschikbaar zijn.

Er zijn binnen Word templates beschikbaar voor:

- Brieven
- Beleidsdocumenten
- Memo's
- Notulen
- Procesdocumenten
- Rapportages
- Thesis

Hiervoor kun je terecht in Word zelf. Onder Templates staan naast de standaard Office templates ook TU templates.

[Bekijk de uitgebreide uitleg hoe je bij de templates kunt komen.](#)



Binnen de TU Delft worden voor diverse doeleinden presentaties gemaakt. We hebben een aantal templates ontwikkeld die direct in PowerPoint beschikbaar zijn.

De presentatie is opgesteld in het standaard HD-formaat (16:9) en wordt als basisformaat automatisch aangeboden onder 'Nieuw van sjabloon' in PowerPoint. Daarnaast zijn de basis-slides uit de Corporate presentatie beschikbaar op de website, die je (gedeeltelijk) kunt gebruiken in externe presentaties. In de notities vind je uitleg en links naar de meest recente cijfers op TUDelft.nl.

Let op: De presentaties zijn uitsluitend toegankelijk voor studenten en medewerkers van de TU Delft. Toegang is mogelijk na inloggen met een persoonlijk NET-ID.

Los daarvan zijn er verschillende Powerpoint templates beschikbaar als download:

[Slidedeck PowerPoint](#)

[Corporate presentatie - Basis slides](#)

Voor internationale doeleinden:

[Standard corporate slides](#)



Bedrijfskleding

Bedrijfskleding is een essentieel onderdeel van de visuele identiteit van een organisatie. Door kleding die herkenbaar en in lijn met de huisstijl is, straalt een bedrijf consistentie en professionaliteit uit.

We houden onze bedrijfskleding eenvoudig en consistent. Het TU Delft-logo wordt altijd op dezelfde plek en in dezelfde grootte geplaatst. We maken gebruik van eenvoudige kleuren voor het textiel, wat zorgt voor een uniforme uitstraling, waarbij het personeel als één geheel herkenbaar is.

In uitzonderlijke gevallen kunnen er extensies worden toegepast om specifieke behoeften te vervullen, zonder de herkenbaarheid te verliezen.

Voor het aanvragen van bedrijfskleding kunt u terecht bij visualcommunication@tudelft.nl



Merchandise

De TU Delft biedt een eigen assortiment aan merchandise aan, met als doel het versterken van de verbinding binnen de TU Delft-community. Het uitdragen van het TU Delft-merk en het vergroten van de naamsbekendheid.

Merchandise biedt een waardevolle meerwaarde voor de merkbeleving van een universiteit. Door het aanbieden van items zoals kleding, accessoires, en kantoorartikelen met het universiteitslogo, kunnen studenten, medewerkers en alumni hun verbondenheid met de universiteit uitdragen.

Deze producten versterken niet alleen de trots en loyaliteit, maar vergroten ook de zichtbaarheid van het merk, zowel op de campus als daarbuiten. Merchandise fungeert zo als een tastbare herinnering aan de universiteit en draagt bij aan een sterker, herkenbaar en positief imago.

Belangrijk: Voor de merchandise zijn de uitingen iets flexibeler binnen de kaders van onze huisstijl. Dit geldt voor typografie en gebruikte beelden. Dit omdat merchandise vaak een informele uitstraling vereist. Deze flexibiliteit maakt het mogelijk om creatief in te spelen op trends en voorkeuren van de doelgroep.

Voor het huidige aanbod zie: shop.tudelft.nl

Voor het opmaken van nieuwe merchandise kan contact worden opgenomen met visualcommunication@tudelft.nl



Drukwerk

Visitekaartjes, briefpapier, of middelen voor bachelor- en masteropleidingen - goed drukwerk is essentieel voor een sterk merk.

Visitekaartjes, briefpapier en enveloppen in diverse formaten kunnen eenvoudig worden besteld via het [bestelsysteem](#) van onze vaste drukker. Er is keuze uit zes kleurstellingen. Iedere gebruiker dient zich éénmalig aan te melden en ontvangt een eigen inlog.

De gebruikte papiersoorten zijn FSC-gecertificeerd, wat betekent dat ze afkomstig zijn uit verantwoord beheerde bossen. Waar mogelijk, worden standaard A-formaten zoals A4, A5 en A6 gebruikt, maar voor boeken en eenmalige uitgaven is een afwijkend formaat mogelijk indien noodzakelijk.

Onze voorkeursleveranciers voor drukwerk [staan op Intranet](#).



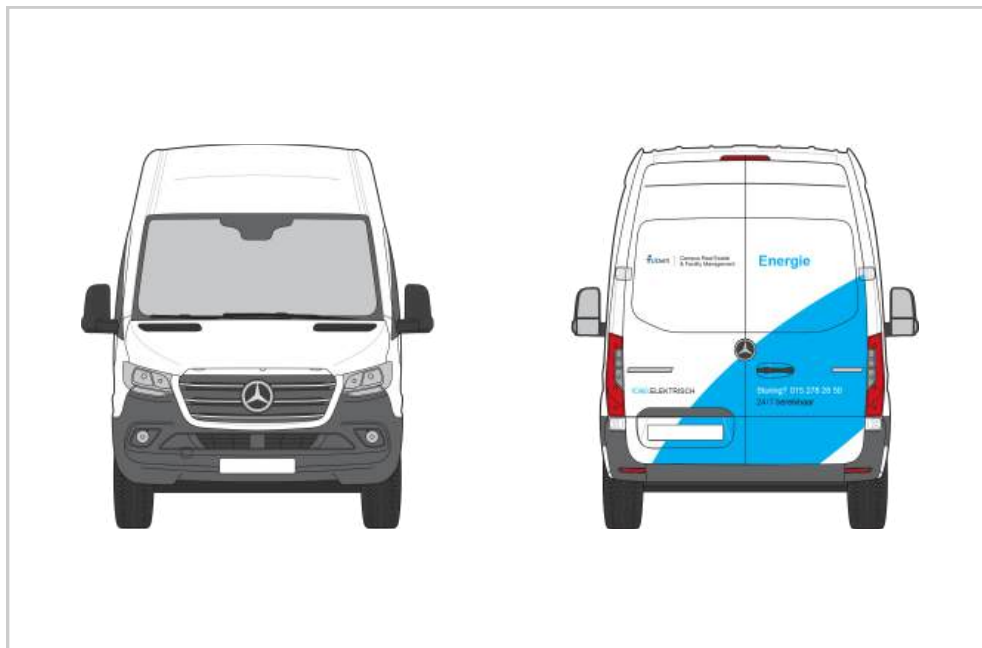
Autobestickering

Goede autobestickering fungeert als een rijdend visitekaartje, dat ons merk zichtbaar maakt op de weg en overal waar het voertuig komt.

Een consistent ontworpen en aangebrachte bestickering zorgt voor een uniforme en herkenbare uitstraling binnen het wagenpark op de campus.

We werken met een vaste template die we afhankelijk van het type auto qua maatvoering aanpassen.

Het gebruik van eigen extensies of URL's is bespreekbaar. Neem hiervoor contact op met: visualcommunication@tudelft.nl



Social Media

TU Delft is op verschillende social media kanalen aanwezig. Bij het posten van social media is het altijd van belang om de algemene huisstijl en merkwaarden van de TU Delft te hanteren om een sterk, herkenbaar merk neer te zetten.

We gebruiken een informele, maar professionele toon die aansluit bij onze diverse doelgroepen, waaronder studenten, medewerkers, en partners uit de industrie. Visueel moeten de posts altijd in lijn zijn met de TU Delft-huisstijl. Gebruik de juiste logo-extensies, huisstijlkleuren, en geaccrediteerde beelden. Zorg ervoor dat de beeldtaal aansluit bij de thema's van TU Delft.

Vragen over de socialmediakanalen? Kijk eerst op op de [huisstijlwebsite](#) voor meer informatie. Of neem contact op met Social Media Adviseur **Esther van Kan** esther.vankan@tudelft.nl



Bedankt!

Dit brandbook is bedoeld als richtlijn voor het gebruik van de visuele identiteit van TU Delft. De hierin vastgelegde stijlelementen, kleuren, typografie en ontwerpprincipes zijn ontwikkeld om consistentie en herkenbaarheid van ons merk te waarborgen.

Afwijkingen van deze richtlijnen zijn uitsluitend toegestaan met voorafgaande goedkeuring van de afdeling Visual Communication van TU Delft. Onjuist gebruik van het merk of enige van de grafische elementen zonder toestemming kan leiden tot verlies van visuele consistentie en ondermijning van het merkbeeld. TU Delft behoudt zich het recht voor om zonder voorafgaande kennisgeving wijzigingen aan te brengen in dit document.

Voor vragen of advies over het juiste gebruik van de TU Delft merkidentiteit, kunt u contact opnemen met de afdeling Visual Communication.