

## Een huisstijl, waarom?

Heldere communicatie binnen een coherente visuele stijl, dat is het fundament van een organisatie die zichzelf naar waarde schat.

Een huisstijl is, mits goed uitgevoerd, de veruiterlijking van bepaalde kernwaarden. Logo, typografie, kleuren, vormtaal en fotografie. Allemaal vinden ze hun oorsprong in die waarden. De visuele elementen worden vervolgens in een systematiek gegoten en dat geheel wordt gevat in een aantal richtlijnen.

*"De OVB-branding is helemaal future-proof, maar met veel respect voor het verleden. De troeven? Herkenbaar, polyvalent inzetbaar én handig te gebruiken."*

/ Kantoor Kolos, grafisch bureau

## Het voordeel van een duidelijke stijl?

Herkenbaarheid en coherentie. Voor een organisatie die veel moet communiceren, is het van doorslaggevend belang dat de drager van die boodschap ook de juiste uitstraling heeft.



Bram Vandromme  
Bestuurder  
communicatie

Nina Van Cauwenberge  
Team  
communicatie

Kaja Verbeke  
Team  
communicatie

KOLOS

ORDE VAN  
VLAAMSE  
BALIES

ONZE  
NIEUWE  
HUISSTIJL  
Een inkijk

OVB

/ IN ACTIE

## Van oud



Na meer dan een decennium kon het logo van de OVB wel een update gebruiken. Het logo was strak en herkenbaar, maar er was geen consistente, overkoepelende huisstijl. Hoog tijd dus voor iets nieuws. Al bleven volgende zaken wel behouden:

**Blauwe kernkleur**  
**Tijdloos karakter**  
**Sterk symbool**  
**Leesbaarheid**

## Naar nieuw



Het nieuwe logo maakt de brug tussen oud en nieuw. Het toont respect voor het verleden, maar heeft ook oog voor de toekomst. Helder, leesbaar en herkenbaar. Met heel veel huisstijlmogelijkheden, ook naar de submerken toe. We kunnen zowel het linker- als het rechterdeel afzonderlijk van elkaar gebruiken of in gecombineerde vorm.

De slash geeft het logo een digitale touch, maar staat vooral voor de scheiding tussen vroeger en morgen. De klassieke typografie van de OV is een knipoog naar het rijke verleden van het recht. De moderne, vette letter B staat symbool voor het vertrouwen in de toekomst.



Drie nieuwe kleuren die vanaf nu gebruikt worden in de communicatie van de OVB: een feller blauw, dat vooral digitaal wordt gebruikt, een donkerblauw voor print en een muntgroen als frisse toets.

## De nieuwe stijl in woorden



"Een nieuwe huisstijl uitrollen is geen gemakkelijke oefening. Smaken verschillen en loslaten wat vertrouwd voelt vraagt moed. Daarom ben ik erg blij dat we evolueren naar een sterke merkidentiteit met deze huisstijl. Het verbinden van oud en nieuw en dat ook visueel uiten, vind ik zelf bijzonder krachtig."

/ Bram Vandromme, bestuurder communicatie

"Ik was meteen aangenaam verrast door het werk dat door team communicatie en Kantoor Kolos aan ons werd voorgesteld. Ik vind het mooi, het verhaal erachter is sterk en het uitrollen ervan beantwoordt ook aan de vele ambities van dit bestuur."

/ Peter Callens, voorzitter OVB



"Met het team communicatie waren we al wel langer vragende partij om een echte huisstijl uit te rollen binnen onze organisatie. Het belang ervan kan nauwelijks worden onderschat. We zijn blij dat we met deze huisstijl zowel communicatief als grafisch heel veel mogelijkheden krijgen. We kunnen niet wachten om ermee aan de slag te gaan."

/ Kaja Verbeke en Nina Van Cauwenberge, team communicatie

De vormtaal, de kleuren en de typografie van de nieuwe huisstijl kunnen worden doorgetrokken naar alle dragers, zowel op digitale toepassingen als in print. Daarnaast biedt de huisstijl ook de opportuniteit om alle submerken op een lijn te krijgen. Advocaat.be behoudt trouwens haar karakteristieke oranje kleur en de hoofdkleur van het Privaat Luik blijft blauw.



(Voorbeeld, geen definitieve uitwerking)



(Voorbeeld, geen definitieve uitwerking)

**/OVB**  
**ORDE VAN**  
**VLAAMSE**  
**BALIES**

**/II**  
**PEER**  
**REVIEWED**

**/.**  
**ADVOCaat**  
**PUNT BE**

**III**  
**COLLEGE**  
**VAN TOEZICHT**

**/OVB**  
**PRIVAAT**  
**LUIK**