



fed.be

# Federaal Merksysteem

Eén merk voor de federale overheid — brandbook  
v0.1.0



FOD Kanselarij van de Eerste Minister · Algemene directie Externe  
Communicatie

2026-05-06  
Brand-as-code PoC · DTCC  
2025.10

# Inhoud

## IDENTITEIT

01	Identiteit
02	Missie
03	Waarden

## GOVERNANCE

01	Rollen en verantwoordelijkheden
02	Validatieflow

## STANDAARDEN

01	Kleur
02	Typografie
03	Logogebruik
04	Toegankelijkheid
05	Co-branding

## INSTELLINGEN

01	Ministerie van Defensie
02	FOD Justitie

03

FOD Kanselarij van de Eerste Minister

---

04

FOD Volksgezondheid

---

05

[werkenvoor.be](http://werkenvoor.be)

---

# Identiteit

## Eén federaal merk, vele gezichten

De federale merkarchitectuur vertrekt vanuit één eenvoudig principe: **wanneer een burger met een federale instelling in contact komt — via een brief, een website, een vacaturepagina of een evenement — moet onmiddellijk duidelijk zijn dat het om de federale overheid gaat.**

Dit merk is geen vervanging van de instelling. Het is een gemeenschappelijke signatuur die de instelling versterkt. De FOD Justitie blijft FOD Justitie. Defensie blijft Defensie. Maar beide spreken vanuit een gedeelde, herkenbare visuele taal die de samenhang van de federale overheid uitdrukt.

## Drie integratieniveaus

Niet elke instelling integreert op dezelfde wijze. Het bestek voorziet drie niveaus:

1. **Merkambassadeurs** — instellingen die de identiteit volledig overnemen en als voorbeeld dienen voor anderen.
2. **Flexibele integratie** — instellingen met reeds gevestigde merkkenmerken die hybride opgenomen worden.
3. **Affiliatiekit** — instellingen die hun eigen identiteit behouden, met enkel een federale signatuur die de affiliatie aangeeft.

In dit merksysteem is dat niet zomaar een beleidskeuze: elk niveau heeft een eigen technische uitwerking als overlay op de federale tokens-bron. Een instelling overschrijft enkel wat ze nodig heeft, en erft automatisch alle gemeenschappelijke regels.

## Eén bron, vele outputs

Elke regel die u in deze charter leest — een hex-kleur, een typografische schaal, een logo-clearspace — leeft als data in een Git-repository. Dezelfde data genereert deze website, het PDF-brandbook, de Word- en PowerPoint-templates, en de CSS-tokens van het digitale design system. Eén wijziging propageert automatisch naar alle dragers.

Deze aanpak heeft drie voordelen voor de federale schaal:

- **Traceerbaarheid** — elke wijziging is een commit, elke release een tag. Voor auditeerbare overheidscommunicatie is dit een fundamenteel governance-voordeel.

- **Snelheid** — een nieuwe instelling onboarden vraagt geen volledige rebrand-oefening, enkel een korte overlay-configuratie.
- **Consistentie** — drift tussen kanalen wordt structureel onmogelijk gemaakt; het systeem is de waarheid.

# Missie

# Missie

De federale merkarchitectuur dient vijf strategische doelstellingen die rechtstreeks voortvloeien uit de regeringsverbintenissen rond een betere gebruikerservaring met de overheid.

## Een herkenbare federale identiteit

Burgers herkennen vandaag het verschil tussen federaal, regionaal en lokaal niet altijd. Een gedeelde visuele identiteit maakt de federale overheid onmiddellijk herkenbaar — in een brief, op een website, in een campagne. Dat versterkt zowel de leesbaarheid als de geloofwaardigheid.

## Zichtbaarheid in een desinformatie-tijdperk

Een coherente federale signatuur is een **vertrouwensanker**. In een digitaal landschap waar valse informatie zich snel verspreidt, helpt een gedeelde, geverifieerde visuele identiteit om officiële communicatie te onderscheiden van imitaties.

## Betere gebruikerservaring

Toegankelijke typografie, voldoende contrast (WCAG 2.1 AA), heldere hiërarchie. Het merksysteem is van bij de basis ontworpen voor inclusiviteit — niet als afterthought, maar als technische beperking afgedwongen in de tokens-laag zelf.

## Efficiëntie door samenwerking

Eén bron van templates, één bron van richtlijnen, één bron van assets. Communicatieteams van kleine en grote instellingen halen daar tijd uit, en kunnen die tijd investeren in inhoud in plaats van vormgeving.

## Duurzaamheid en aanpasbaarheid

Het systeem is gebouwd op open standaarden (DTCG 2025.10, EUPL-licenties waar mogelijk) en is daardoor toekomstbestendig. Een nieuwe instelling, een nieuw kanaal, een nieuwe taal — het systeem kan groeien zonder dat de fundering moet worden vervangen.

# Waarden

## Drie waarden, vier dragers

### Sober

Federale communicatie is niet luid. Wit is een actieve keuze. Hiërarchie ontstaat door typografie, niet door kleuraccenten. Het Belgische tricolor-accent wordt zelden ingezet — en als het wordt ingezet, dan met intentie.

### Toegankelijk

Toegankelijk in de strikte zin — WCAG 2.1 AA als minimum, AAA waar haalbaar. Toegankelijk ook in bredere zin — eenvoudige taal, voorspelbare layout, herkenbare patronen.

### Open

De broncode van het merksysteem is publiek. De tokens zijn machine-leesbaar. AI-assistenten kunnen de regels lezen en toepassen. Vendor lock-in wordt expliciet vermeden door open formaten te kiezen waar ze technisch volstaan.

# Rollen en verantwoordelijkheden

## Wie beslist over wat

Het merksysteem werkt enkel als beslissingen op het juiste niveau vallen. Onderstaand schema (drielagig token-model) regelt eigenaarschap.

### Federaal niveau (Kanselarij)

- **Common-tokens** (semantische rollen, spacing-schalen, contrast-minima)
- **Component-tokens** (digitale design system)
- **Governance-procedures** (validatie, uitzonderingen, conflictresolutie)
- **Versiebeheer** van de federale core (semantic versioning)

Wijzigingen aan deze laag vereisen review door minstens twee personen uit het Kanselarij-team (CODEOWNERS).

### Instelling-niveau

- **Brand-tokens** (eigen primair palet, lettertypes binnen de toegelaten schaal)
- Eigen `_brand.yml` voor Quarto-uitvoer
- Communicatiekit en eigen toepassingen

Een instelling kan haar Brand-laag wijzigen zonder federale review, zolang de WCAG-CI groen blijft en geen Common-tokens worden overschreven.

### Conflictresolutie

Wanneer een instelling een uitzondering wenst die buiten de geldende regels valt (bv. een eigen typografie behouden, een afwijkende lockup-positie), volgt ze de **uitzonderingsprocedure**:

1. Verzoek indienen via het governance-portaal met motivering.
2. Advies van de Kanselarij binnen 15 werkdagen.
3. Bij goedkeuring: documentatie van de uitzondering in `institutions/{naam}/exceptions.md`, met einddatum.
4. Halfjaarlijkse review of de uitzondering nog gerechtvaardigd is.

Het doel is *niet* uitzonderingen vermijden, maar **uitzonderingen traceerbaar maken**. Een uitzondering die nergens gedocumenteerd staat, is een toekomstige drift-bron.

# Validatieflow

## Van wijziging tot publicatie

Elke wijziging aan het merksysteem volgt onderstaande flow. Niets verschijnt in productie zonder validatie.

### 1. Voorstel

Een communicatieverantwoordelijke of designer dient een wijziging in via:

- **Pull request** in de Git-repo (voor technische gebruikers)
- **Theme Wizard** voor niet-technische gebruikers (genereert automatisch een PR)
- **Frontify-portaal** (voor brede catalogus-content)

### 2. Geautomatiseerde checks

Bij elke PR loopt CI:

- WCAG 2.1 AA contrast-check op alle gewijzigde tokens
- Schema-validatie tegen DTCG 2025.10
- Lint-regels (geen hardcoded kleuren, geen ongeoorloofde fontnamen)
- Build-test (alle outputs renderen zonder fouten)

Een falende check blokkeert de merge.

### 3. Menselijke review

Een reviewer uit het Kanselarij-team beoordeelt:

- Strategische coherentie met het systeem
- Toepassingsgrenzen (raakt deze wijziging meerdere instellingen?)
- Documentatie-kwaliteit

### 4. Publicatie

Bij merge worden alle outputs automatisch herbouwd en gepubliceerd:

- npm-pakketten getagd en gepubliceerd
- Brand portal vernieuwd
- E-mailnotificatie naar abonnees ("nieuwe templates beschikbaar")
- Wijziging gelogd in de publieke changelog

## 5. Halfjaarlijkse audit

Tweemaal per jaar voert het Kancelarij-team een audit uit:

- Worden de tokens daadwerkelijk gebruikt? (telemetrie via Brand portal)
- Welke uitzonderingen zijn nog van kracht en zijn ze nog gerechtvaardigd?
- Welke instellingen blijven achter in adoptie en hebben extra begeleiding nodig?

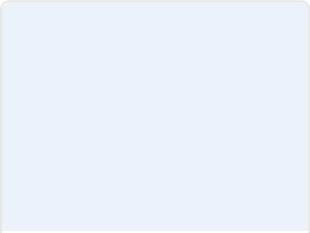
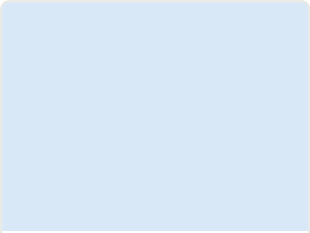







De audit wordt publiek gepubliceerd als jaarverslag.

## STANDAARDEN

# Kleur

Het federale palet leeft als DTCG-tokens. Hieronder de gegenereerde swatches en hun WCAG-contrast t.o.v. wit.

## Primair palet

 <p><b>color.federal-blue.50</b> #EBF2FA</p> <p>vs wit · 1.13:1 · fail</p>	 <p><b>color.federal-blue.100</b> #D9E8F7</p> <p>vs wit · 1.25:1 · fail</p>	 <p><b>color.federal-blue.200</b> #B0CCEB</p> <p>vs wit · 1.66:1 · fail</p>	 <p><b>color.federal-blue.300</b> #739ED4</p> <p>vs wit · 2.77:1 · fail</p>
 <p><b>color.federal-blue.400</b> #3669B0</p> <p>vs wit · 5.52:1 · AA</p>	 <p><b>color.federal-blue.500</b> #0F458F</p> <p>vs wit · 9.26:1 · AAA</p>	 <p><b>color.federal-blue.600</b> #0A3878</p> <p>vs wit · 11.35:1 · AAA</p>	 <p><b>color.federal-blue.700</b> #052B5E</p> <p>vs wit · 13.87:1 · AAA</p>
			

**color.federal-  
blue.800**

#031F45

vs wit · 16.33:1 ·  
AAA

**color.federal-  
blue.900**

#03122E

vs wit · 18.59:1 ·  
AAA

## Semantische rollen



**color.feedback.**

**500**

#1A8C52



**color.feedback.**

**500**

#DB9C12



**color.feedback.**

**500**

#C70F2E



**color.feedback.**

**500**

#0F458F



**color.feedback.**

#1A8C52



**color.feedback.**

#DB9C12



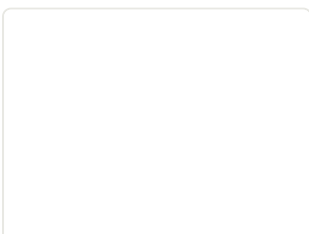
**color.feedback.**

#C70F2E



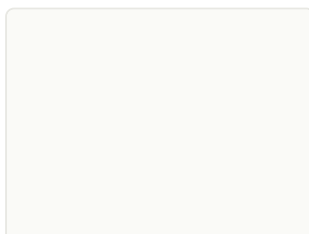
**color.feedback.**

#0F458F



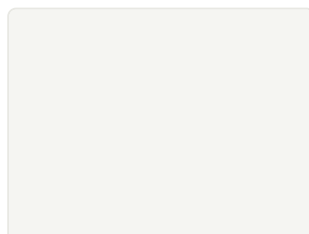
**color.backgrou**

#FFFFFF



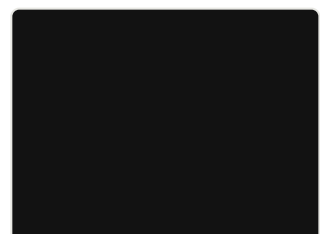
**color.backgrou**

#FAFAF7



**color.backgrou**

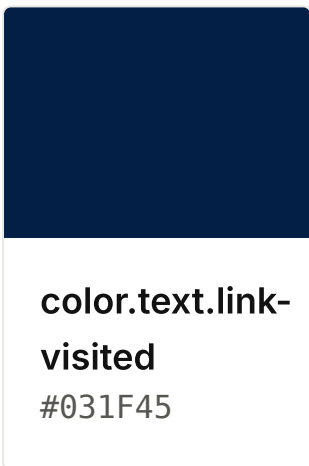
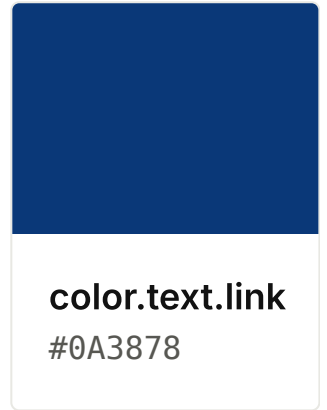
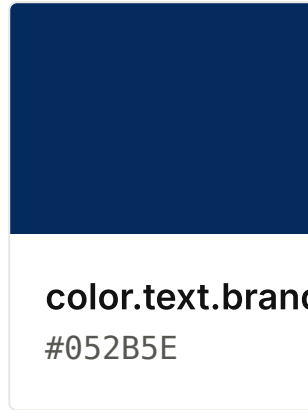
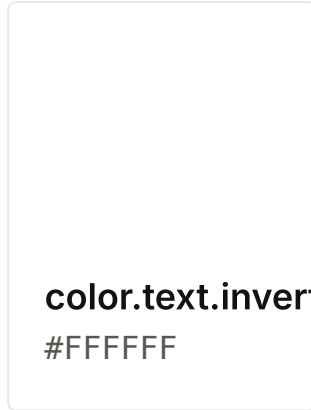
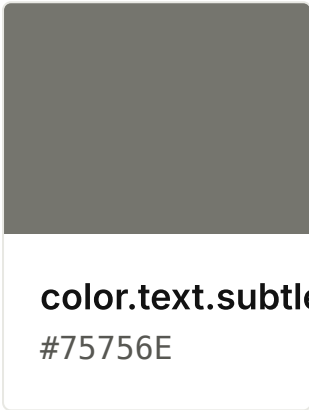
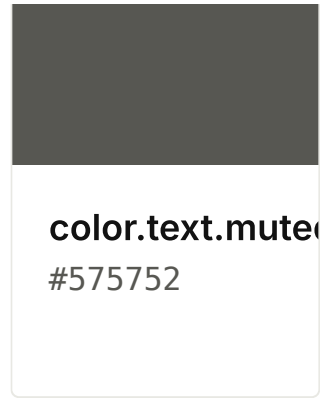
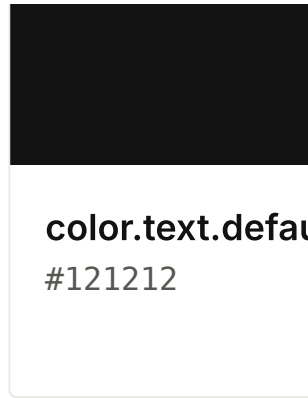
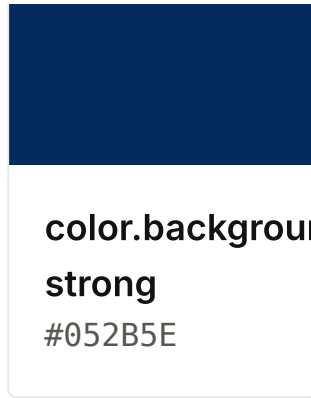
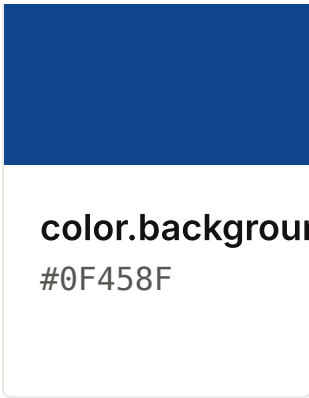
#F5F5F2



**color.backgrou**

#121212





## STANDAARDEN

# Typografie

Typografie wordt gedefinieerd als roles in de alias-laag. Elke role kan per script (Latijns, Cyrillisch, Arabisch, CJK) een fallback-stack hebben.

## Type-specimens

`typography.display`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.heading-1`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.heading-2`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.heading-3`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.heading-4`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.body`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.body-sm`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.caption`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

---

`typography.eyebrow`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

## STANDAARDEN

# Logogebruik

# Logogebruik

Het federale logo bestaat uit drie componenten: de **mark** (het symbool), de **wordmark** (het tekstlogo) en de **lockup** (de samenstelling van mark + wordmark + eventuele instellingsnaam).

## Clearspace

Rond het logo geldt een vrije zone die minstens gelijk is aan de hoogte van de mark ( X ). In die zone mag geen andere tekst, beeld of grafisch element geplaatst worden.

## Minimum size

Drager	Minimum breedte
Digitaal scherm	96 px
Print A4	18 mm
Visitekaart	12 mm
Favicon	32 × 32 px

Onder die afmetingen wordt enkel de **mark** gebruikt, niet de volledige lockup.

## Co-branding

Wanneer het federale logo naast een ander logo staat (instelling, campagne-partner, internationale samenwerking), gelden volgende regels:

- het federale logo staat **links**, of **boven** in verticale composities;
- de scheidingslijn tussen beide logos is een dunne verticale lijn (1 px op scherm, 0,5 pt in print);

- beide logos hebben dezelfde **optische hoogte** (niet noodzakelijk dezelfde fysieke hoogte — de mark wordt visueel gebalanceerd).

## Do en don't

Do	Don't
Logo plaatsen op effen achtergrond	Logo over een onrustige foto
Officiële kleurversie gebruiken (blauw of wit)	Eigen kleurversies fabriceren
Lockup integraal gebruiken	Mark en wordmark afzonderlijk verschuiven
Minimumgrootte respecteren	Logo verkleinen tot onleesbaarheid
Cleanspace bewaren	Tekst rondom het logo plaatsen binnen X

## STANDAARDEN

# Toegankelijkheid

## Toegankelijkheid is geen optie

Het federale merksysteem voldoet minstens aan **WCAG 2.1 niveau AA**, conform het Belgisch toegankelijkheidsbesluit en EU-richtlijn 2016/2102. Waar het kan, mikken we op AAA.

### Contrast

Contrast tussen tekst en achtergrond wordt afgedwongen op tokens-niveau, niet op componenten-niveau. Concreet:

- Lichaamstekst ( `color.text.default` op `color.background.default` ): contrastverhouding  $\geq 7:1$  (AAA).
- Secundaire tekst ( `color.text.muted` ):  $\geq 4,5:1$  (AA).
- Tekst op gekleurde achtergrond (knoppen, banners): de pijplijn weigert combinaties die niet aan AA voldoen — een merge-blocker in CI.

### Toetsenbordnavigatie en focus

Elk interactief element heeft een zichtbare focus-indicator ( `color.border.focus` met minstens 2 px borderdikte). De tab-volgorde volgt de leesvolgorde.

### Multilingualiteit en script-ondersteuning

Het bestek vraagt expliciet ondersteuning voor Latijns, Cyrillisch, Arabisch, Grieks, Japans en Chinees. De typografie-tokens definiëren per script een fallback-stack:

- `font.family.primary` voor Latijns, Cyrillisch en Grieks (Inter)
- `font.family.arabic` voor Arabisch (Noto Sans Arabic)
- `font.family.cjk` voor Japans en Chinees (Noto Sans CJK)

De renderpipeline kiest automatisch de juiste stack op basis van de `lang`-attribuut.

### Validatie

WCAG-checks lopen automatisch in CI. Een nieuwe of gewijzigde token die de contrast-regel breekt, blokkeert de merge tot ze voldoet of expliciet als uitzondering wordt gemarkeerd door de

Kanselarij.

## STANDAARDEN

# Co-branding

# Co-branding

Wanneer het federale merk naast een ander merk verschijnt — een Vlaamse of Waalse partner, een Europese instelling, een private campagne-partner — gelden onderstaande regels.

## Hiërarchie

Het federale merk staat **altijd links of boven** in een lockup. Daarmee bevestigt het systeem dat federale verantwoordelijkheid de communicatie draagt, ook al wordt ze samen met een partner uitgevoerd.

## Visuele scheiding

Tussen beide merken loopt een dunne **scheidingslijn**:

- digitaal: 1 px in `color.border.default`
- print: 0,5 pt
- audiovisueel: 2 px in eindframe

De scheidingslijn vermijdt visuele versmelting van de twee merken.

## Optische hoogte

Beide logos worden niet aan dezelfde fysieke hoogte gemeten, maar aan hun **optische hoogte** uitgelijnd. De mark van een logo dat dominant rond is (cirkel) lijkt visueel kleiner dan een rechthoekig wordmark van dezelfde hoogte. De governance-laag levert hiervoor een visuele templating-tool aan, zodat communicatieteams niet zelf hoeven te schatten.

## Kleurinterferentie

Wanneer de partner een sterk eigen kleurpalet heeft, wordt het federale merk **in zwart of wit** weergegeven om kleurconflict te vermijden. Het tricolor-accent vervalt in co-brand-composities — anders ontstaat een kakofonie van merken.

## Specifieke gevallen

Sommige instellingen werken in **gevoelige sectoren** (justitie, financiën, veiligheid) of hebben een lange visuele traditie (defensie). Voor hen wordt geen volledige co-brand-regel afgedwongen, maar een **affiliatiekit** voorzien (zie Defensie). De governance-cel beslist per geval — telkens onderbouwd, telkens gedocumenteerd.

## INSTELLINGEN

# Instellingen

Drie integratieniveaus, drie technische overlays. Elk niveau is een keuze, geen oordeel — instellingen kiezen wat past bij hun maturiteit, opdracht en visuele traditie.

## Ministerie van Defensie

Affiliatiekit

ministerie · mil.be

Affiliatiekit dekt enkel externe communicatie (campagnes, persberichten, employer branding). Operationeel materieel (voertuigen, uniformen, insignes) valt buiten scope — zoals expliciet vermeld in bestek deel 3 tabel.

## FOD Justitie

Merkambassadeur

FOD · justitie.belgium.be

## FOD Kanselarij van de Eerste Minister

Merkambassadeur

FOD · kanselarij.belgium.be

## FOD Volksgezondheid

Merkambassadeur

FOD · volksgezondheid.belgium.be

## werkenvoor.be

Flexibele integratie

platform · werkenvoor.be

**Strategie:** hybridiseren