



# Brand guidelines

**Deel 1: Over ons**

**Deel 2: Basisprincipes**

**Deel 3: Digitale media**



## **3 delen. Samen één verhaal.**

Elk deel bouwt verder op het vorige.  
Ga je aan de slag voor digitale  
media, maar mis je de basis?  
Bekijk dan zeker eerst Deel 1 en 2.

### **Deel 1 Over ons**

Wat zijn onze waarden?  
Hoe spreken en schrijven  
we? Hoe zien we eruit in  
fotografie? Dat kom je te  
weten in deel 1.

### **Deel 2 Basisprincipes**

Hierin vind je stuk voor stuk  
alle design-elementen waarmee  
je jouw werk helemaal Telenet  
maakt. En we tonen je ook stap  
voor stap hoe je ermee aan de  
slag gaat.

### **Deel 3 Digitale media**

In dit laatste deel zie je hoe  
sommige basisprincipes  
veranderen voor webdesign en  
display bannering.

Ook vind je hier alle  
doorverwijzing naar de  
guidelines voor motion design,  
social always-on en de Telenet  
website.



Wij zijn de opperste optimisten.  
Het vrolijk gele merk met de ontwapenende  
glimlach en een knipoog van verstandhouding.

Maar we zijn ook meer dan ooit betrokken  
bij wat er leeft ons heen. We nemen  
verantwoordelijkheid op in de maatschappij.  
En nemen iedereen erin mee.  
Samen vooruit!

Dat zie je in onze fotografie die oog heeft voor  
oprechte momenten, levensecht en levendig  
gekleurd. In onze typografie die toelaat om nog  
meer in dialoog te gaan met de accenten op de  
juiste plaats. En een rijk kleurenpalet, vol nuance  
en menselijkheid.

In dit brandbook tonen we je graag  
hoe je met al dat moois aan de slag gaat en  
echte, warme Telenet-creaties maakt.

Laten we er samen iets moois van maken!



# Inhoudstafel

## Deel 1

### ★ TIP

Klik op de items in de lijst.  
Zo ga je meteen naar het  
hoofdstuk dat je nodig  
hebt.

## **Wie we zijn** **5**

---

Menselijk	6
Optimistisch	7
Zelfzeker	8

## **Hoe we spreken** **9**

---

Menselijk	13
Zelfzeker	16
We zijn niet passief	17
We zijn actief!	18
Optimistisch	19

## **Fotografie** **22**

---

Positief realistisch	23
Kleur	24
Telenet Business	25
Casting	26

## **Contact** **27**

---



# Wie we zijn

Voor je aan de slag gaat met de buitenkant, is het goed om eerst kennis te maken met Telenet langs de binnenkant. Als je onze waarden kent, begrijp je meteen waarom we doen wat we doen.



## Menselijk

We staan met twee voeten in de wereld en houden de vinger aan de pols. Dicht bij de mensen, dicht bij ondernemingen. Zo weten we heel goed dat het leven niet perfect is. Maar we vieren dat leven, dat ondernemen, met al z'n hoogtes en laagtes.

We begrijpen wat belangrijk is én waar wij kunnen helpen. Want de mens staat centraal. Mensen zijn onze drijfveer.

En we laten niemand achter, want we willen iedereen mee. Elke dag helpen we klanten meer uit het leven of uit hun zaak te halen.

Altijd eerlijk, oprecht en transparant. Voor hun glimlach, daar doen we het voor.





## Optimistisch

Ja, wij zijn pure optimisten.  
Bij ons is het glas altijd halfvol.  
En als het aankomt op technologie, geloven wij altijd in de goede kant.  
Dat is wat ons drijft, elke dag.  
We zien de kansen in elke uitdaging. En we grijpen ze spontaan aan, met onnoemelijk veel positiviteit en aanstekelijk enthousiasme. Altijd met het doel om iemands leven of onderneming beter te maken.

Slimmer. Veiliger. Aangenamer.  
Voor ons is morgen altijd de moeite waard. Hé, het is met een reden dat ons logo lacht. :)





## Zelfzeker

Verandering gebeurt niet vanzelf.

Dat vraagt inzet. En die is er. Vastberaden als we zijn, zoeken we oplossingen en creëren we betere producten en diensten.

Zo stimuleren we die vooruitgang voor ieder mens, voor elke onderneming en voor de maatschappij.

We inspireren en gidsen met onderbouwde expertise.

En we durven ook standpunten in te nemen.

Consequent, vol overtuiging en zo ook geloofwaardig.

Want niets houdt ons tegen.

Samen creëren we de toekomst en gaan we vol vertrouwen vooruit.





# Hoe we spreken



**We zijn optimistisch,  
zelfverzekerd en menselijk.**

**Wat betekent dit voor de taal?**

## **WE GAAN VAN...**

**Happy. Fun. Plezant.  
Zo leuk. Haha! Da's straf.  
Altijd enthousiast.  
Met hier en daar een uitroepteken!  
Uitbundig. Tof. Hoera!**

## **naar...**

**Warm. Aangenaam.  
Vriendelijk.  
Zinnen die meer zeggen.  
Nog steeds aanstekelijk.  
En uiterst persoonlijk.  
Maar iets meer matuur.  
Zelfzeker & overtuigd.**

**VAN EEN...**

**STRAFFE TECHNOLOGIE.**

**naar een...**

**technologie die de  
maatschappij vooruitduwt.**



## Menselijk

De beelden hoeven niet altijd de technologie te tonen. Wel de emotie die de technologie teweegbrengt. De woorden geven dan de context. Ze werken samen met het beeld, in een verklarende functie.





## Menselijk

Vertrek vanuit een insight.  
Vanuit de emotie die  
technologie teweegbrengt.  
Zo toon je dat je begrijpt  
wat er leeft en creëer je  
geloofwaardigheid.

# Als je thuiswerkt zit er flink wat rek op je uren.

Daarom staat onze **hulplijn 24/7** paraat.



**Klaar voor morgen**



## Menselijk

Gebruik uitspraken en zinsneden die je elke dag tegenkomt. Daarom niet per se in spreektaal geschreven, maar wel uit het leven gegrepen.



Net gestart?



Vaste waarde?



Geërfd?



Self-made?



Carrièreswitch?



Zo gegroeid?



Strak gepland?



Uit passie?



Erin gerold?



Overgenomen?

**Waar je ook staat als ondernemer, wij staan er voor jou.**



Business



## Zelfzeker

Als we een standpunt innemen, doen we dat met overtuiging. Gebruik ook woorden die standvastigheid uitdrukken en die overtuiging kracht bij zetten. Zonder arrogant te zijn.

Zoek naar slimme composities in je copywriting. Speel in op de context, zo toon je dat je weet waarover je spreekt. Gebruik creativiteit en spitsvondigheid.

**Alstublieft.**  
**10.000 uren**  
**digitale coaching**  
**voor lokale**  
**ondernemers.**



**Business**



## We zijn niet passief

Vermijd dan ook zoveel mogelijk passieve zinnen en hulpwerkwoorden als kunnen, zullen en willen. Anders lijkt het alsof we aan onszelf twijfelen.

~~Er wordt naar gekeken.~~

~~Hoe kan jij het  
verschil maken?~~

~~lijdende vorm~~

~~eventueel~~

~~Daarom willen we  
het anders doen.~~

~~Kunnen~~

~~Zou~~

~~Zodat je er makkelijk  
mee kan beginnen.~~

~~Het zal worden geregeld.~~



## **We zijn actief!**

We spreken onze klanten direct aan. In korte, heldere zinnen. Liefst in de wij-vorm en in de tegenwoordige tijd. We engageren ons hier en nu!

**sowieso**

**Hoe maak jij  
het verschil?**

**bedrijvende vorm**

**Ik kijk ernaar.**

**Daarom doen we  
het anders.**

**Je begint er  
makkelijk mee.**

**We regelen het meteen.**



## Optimistisch

Druk je positief uit en gebruik optimistische woorden. Vermijd harde taal.

**Mooi wat  
al kan.  
Mooier nog  
wat komt.**



**Klaar voor morgen**





## Optimistisch

Elke dag worden we gebombardeerd met negatieve uitlatingen over technologie. Zoek ze en vind er het positieve in.

# Laat je oude laptops liever **leerstof** vangen.

Met **opgeknapte laptops** helpen we iedereen vooruit. Thuis én op school.



De kans is groot dat je in je bedrijf afgeschreven laptops hebt liggen. Wist je dat die voor kwetsbare mensen het verschil kunnen maken? Tussen een job vinden of niet. Tussen huiswerk maken of je een buitenbeentje voelen. Doneer je oude laptops en samen met Ondernemers voor een Warm België maken we ze terug gebruiksklaar. In alle veiligheid en vertrouwen. **Samen zorgen we dat #iedereenmee is.**



**Maak heartware van je hardware.** Ontdek hoe je oude laptops doneert met je bedrijf op [telenet.be/heartware](https://telenet.be/heartware)



**Business**



## Optimistisch

Onze focus ligt op technologie inzetten om te helpen, om te verbinden, om te inspireren en gidsen... We gaan enthousiast vooruit, maar zorgen er ook voor dat iedereen mee is! Zo maakt technologie écht een positief verschil. Gebruik woorden en beschrijvingen die deze ambitie goed omvatten.

Zinsneden mogen al eens wat langer zijn. Zolang ze licht blijven aanvoelen. Heb geen schrik van komma's in de plaats van punten, maar hou de leesbaarheid altijd in het oog.





Brand guidelines Over ons

# Fotografie



## Positief realistisch

In onze fotografie zoeken we steeds een positieve en realistische blik op de wereld.

Ga voor reportagefotografie met een documentarisch oog voor echte momenten en situaties die voor iedereen herkenbaar zijn.





## Kleur

Kleur draagt bij aan het algemene positieve gevoel. Voorzie de locatie, het stylisme en de props van een ruim en uitgebalanceerd kleurenpalet. 1 kleur springt eruit, de andere kleuren zijn erop afgestemd.

Waak erover dat we de authenticiteit niet verliezen. Alle stilelementen dragen bij aan een filmische documentairestijl. Realisme lichtjes gesublimeerd.





## Telenet Business

We documenteren de dagelijkse realiteit binnen bedrijven. Van groot tot klein. Altijd en overal. Van de fietsenmaker tot de IT-manager. Ze zijn altijd bezig!

Ook de interacties met onze mensen leggen we vast. We staan dicht bij onze klanten dan ooit en beantwoorden al hun vragen zo goed mogelijk. Altijd mét een glimlach en dat mag voelbaar zijn in onze fotografie. Tenslotte zit die vriendelijke service in ons DNA.





## Casting

We zoeken naar echte mensen met een echt verhaal waarbij connectiviteit op de één of andere manier een ondersteunende rol speelt.

Een gezonde mix van leeftijd, huidskleur en gender. We tonen interessante, positieve persoonlijkheden met een open blik die het hele spectrum van emoties geloofwaardig kunnen brengen. (opluchting, verrassing, blijheid, ...)

Ze zijn niet speciaal mooi of schattig in de klassieke zin. Maar wel mensen met een uitstraling. Als je ze tegen komt op straat, zou je er spontaan een babbel mee maken.





# Contact



## Contact

Specifieke vragen over de Telenet guidelines? Neem gerust contact met ons op.

## Telenet residentieel

**Inge Debremaeker**

[inge.debremaeker1@telenetgroup.be](mailto:inge.debremaeker1@telenetgroup.be)

## Telenet Business

**An Van de Veken**

[an.van.de.veken@telenetgroup.be](mailto:an.van.de.veken@telenetgroup.be)