

De huisstijl van Penny Family

Het complete naslagwerk: beeldmerk, kleuren met codes, achtergronden, de typografische schaal met exacte maten, vormtaal, knoppen, personages en hoe we schrijven. Bedoeld voor pers, partners, scholen en iedereen die iets over ons maakt.

Laatst bijgewerkt in oktober 2026



HET MERK

Waar Penny Family voor staat

De Nederlandse app waarin kinderen van 4 tot 16 met geld leren omgaan door het zelf te doen, met hun ouders ernaast.

DE TAGLINE

Financieel leren voor het gezin

Deze zin staat onder de naam. Nooit een variant erop, nooit vertaald.

Merkwaarden

Warm, nuchter, betrouwbaar en speels. In die volgorde als het schuurt: liever saai en eerlijk dan flitsend en hol.

Harde beloften

Reclamevrij, geen aankopen in de app, geen chat voor kinderen, en gegevens van een kind zijn alleen zichtbaar voor het eigen gezin, tenzij een ouder zelf contact met een coach aanzet.

De naam schrijf je altijd als **Penny Family**: twee woorden, beide met een hoofdletter, nooit PennyFamily of Penny family. In lopende tekst gebruik je de volledige naam bij de eerste vermelding, daarna mag Penny Family kortweg terugkomen.



BEELDMERK

Het spaarvarkentje en de naam

Penny is het beeldmerk. Ze staat naast de naam: Penny donkergrijs met een lange y, FAMILY in logo-rose eronder. Er is geen apart abstract logo: het personage is het merk.



Het logo: Penny links, precies even hoog als het letterblok ernaast. "Penny" donkergrijs met een lange y, daaronder "FAMILY" in logo-rose. Op smalle plekken mag Penny los staan, zolang de naam ergens anders in de uiting voorkomt. Hieronder staat Penny als losse afbeelding op 800 pixels, plus het app-icoon (met achtergrond, zoals Apple dat vraagt) en de favicon (Penny zonder achtergrond).

✓ Wel doen

Laat rondom het beeldmerk minstens de hoogte van Penny's oor aan witruimte vrij.

Plaats het op een rustige, lichte achtergrond of op het eigen roze sectievlak.

Schaal altijd verhoudingsgewijs, minimaal 32 pixels hoog.

Gebruik voor drukwerk het grote logobestand; het kleine is voor schermen en mail.

✗ Niet doen

Niet uittrekken, kantelen, spiegelen of van een slagschaduw voorzien.

Niet verkleuren: op een scherm is Penny altijd roze. De eenkleurige en zwart-witte versies hieronder zijn alleen voor bedrukking.

Niet op een drukke foto. Op een donker vlak alleen de versie met witte letters.

De naam niet zelf natypen als logo: gebruik altijd het logobestand. Het woord "Penny" in het logo is getekend, het is geen lettertype.

Het logo downloaden

Het logo als PNG met een doorzichtige achtergrond, in twee maten: groot (1878 pixels breed) voor drukwerk en presentaties, klein (700 pixels) voor schermen en mail. De versie met witte

letters is voor donkere vlakken; Penny blijft daarbij zoals ze is.



Logo

Voor lichte vlakken. De standaardversie.



Logo op donker

Witte letters, voor donkere vlakken.

Voor bedrukking

Voor t-shirts, tassen, stempels en gravure: het logo in een kleur, in zwart-wit, en de naam of Penny los. In de eenkleurige versie zijn Penny's ogen, snuit en mond uitgespaard, zodat ze in de kleur van de stof doorschijnen. Het zijn PNG's van 1878 pixels breed, genoeg voor een borstlogo. Vraagt een drukker om een vectorbestand, mail ons dan.



Zwart

Een kleur, voor lichte stof.



Wit

Een kleur, voor donkere stof.



Zwart-wit

Grijstinten, met alle details.



Naam in kleur

Zonder Penny.



Naam zwart

Zonder Penny, een kleur.



Naam wit

Zonder Penny, voor donkere stof.



Penny zwart

Penny los, een kleur.



Penny wit

Penny los, voor donkere stof.

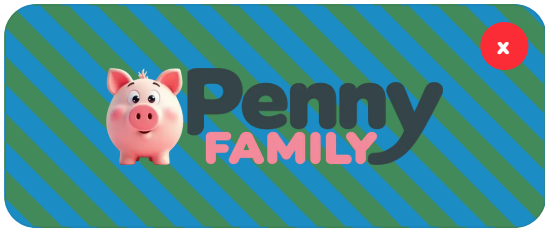
Zo dus niet



Uitgerekt



Verkleurd



Op een druk vlak



Te weinig ruimte



KLEUREN

Drie personagekleuren en het logo-rose

Elke leeftijdsgroep heeft een eigen kleur. Die drie zijn de enige accentkleuren; lichtere tinten maak je met transparantie, nooit met een nieuwe kleur. Klik op een waarde om hem te kopiëren.



Penny-rose

Merk-primair, jongste groep (4 tot 7): de hoofdknop en roze tekst

hsl(348 55% 48%)



#BE3752



Logo-roze

Vlakken: tabbladen, balkjes, labels, tellers, prijskaartjes. Altijd met donkerroze letters (#5C1A2B), nooit wit

hsl(348 55% 72%)



#DF91A0



Timo-blauw

Middengroep (8 tot 11), ouder-accenten op de site

hsl(200 75% 44%)



#1C8DC4



Mila-groen

Tiengroep (12 tot 16), vertrouwen en veiligheid

hsl(140 35% 40%)

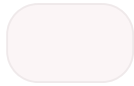


#428A5A



Tinten maken met dekking

Een lichtere variant is altijd dezelfde kleur met minder dekking. Zo blijft het palet klein en klopt elke tint automatisch bij de personagekleur.



5 procent

Heel zachte vulling achter een blok



10 tot 15 procent

Kaartvlak, icoon-tegel, badge



25 tot 30 procent

Ring om een kaart, actieve rand

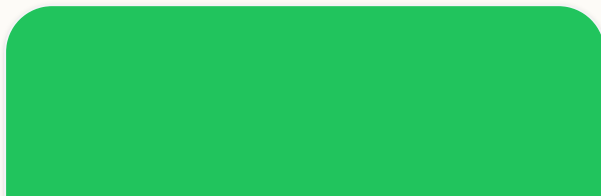


100 procent

Knop, icoon-tegel, kicker-tekst

Functionele kleuren

Deze kleuren zeggen iets over de status, niet over het merk. Fout en succes staan nooit alleen: er hoort altijd tekst bij, anders mist iemand die kleuren niet goed ziet de boodschap.



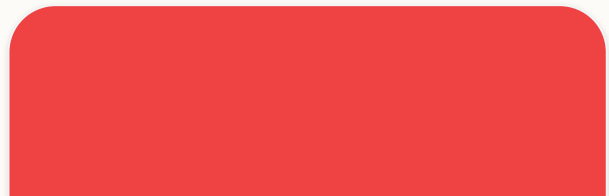
Succes

Goed antwoord, gelukt-status, vinkjes

hsl(142 71% 45%)



#22C55E



Fout

Fout antwoord en foutmeldingen, altijd samen met tekst

hsl(0 84% 60%)



#EF4444



Info

Zachte info-kaders, labels als op de planning

hs1(38 92% 50%)



#F59E0B



Donker

Footer, sticky balk, App Store-knop

hs1(229 84% 5%)



#030712



Beloningsgoud

Alleen voor muntjes, dagbonus en vieringen. Goud is exclusief voor beloningsmomenten en nooit een gewone accentkleur.

linear-gradient(135deg, #FFD700, #FFA500)



Wat we nooit doen

Geen generieke paletten voor accenten, zoals een willekeurig roze of paars.

Geen paars-blauw-roze verlopen.

Geen vaste hex-codes voor personagekleuren in de app zelf, daar staan variabelen.

Geen goud buiten een beloningsmoment.



TOEGANKELIJKHEID

Welke kleur mag waarvoor

Penny-roze is donker genoeg voor kleine tekst. Timo-blauw, Mila-groen en het logo-roze niet: die zijn voor grote koppen, knoppen, iconen en vlakken. Hieronder staat per combinatie de gemeten verhouding.

COMBINATIE	VOORBEELD	VERHOUDING	KLEINE TEKST	GROOT EN ICONEN
Donkere tekstkleur op wit		10,21 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Donkere tekstkleur op warm creme		9,87 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Donkere tekstkleur op warm roze		9,39 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Wit op donker		20,13 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Penny-roze op wit		5,44 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Wit op Penny-roze		5,44 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Donkerroze op logo-roze		5,31 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Penny-roze op warm creme		5,26 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Penny-roze op warm roze		5,00 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Gedempte tekst op wit		4,65 op 1	✓ Mag	✓ Mag
Gedempte tekst op warm creme		4,49 op 1	✗ Te licht	✓ Mag
Mila-groen op wit		4,19 op 1	✗ Te licht	✓ Mag

COMBINATIE	VOORBEELD	VERHOUDING	KLEINE TEKST	GROOT EN ICONEN
Wit op Mila-groen		4,19 op 1		
Mila-groen op warm roze		3,85 op 1		
Timo-blauw op wit		3,71 op 1		
Wit op Timo-blauw		3,71 op 1		
Wit op logo-roze		2,42 op 1		

- 1 Lopende tekst is donker.** Lopende tekst krijgt de donkere tekstkleur, die haalt ruim 10 op 1. Een los woord of een link mag Penny-roze zijn. Blauw en groen alleen vanaf 24 pixels, en logo-roze nooit als tekst.
- 2 Kleur zegt het nooit alleen.** Goed of fout, gelukt of mislukt: er staat altijd een woord of icoon bij. Wie kleuren slecht onderscheidt, mag niets missen.
- 3 Alles wat je aantikt is minstens 44 bij 44 pixels.** In de spellen nog groter, want kleine vingers mikken minder precies.

Wit op de Penny-roze knop haalt 5,4 op 1. Op Timo-blauw en Mila-groen is dat 3,7 en 4,2: genoeg voor een groot knoplabel, krap voor kleine letters. Houd knopteksten daarom stevig: vet en minstens 16 pixels.



ACHTERGRONDEN

Twée tinten die elkaar afwisselen

De website ademt in een vast ritme: warm roze en warm creme wisselen elkaar af, sectie na sectie. Twee gelijke tinten mogen nooit naast elkaar staan, want dan lopen de secties visueel in elkaar over.

Warm roze

Sectievlak op de website. Wisselt altijd af met warm creme.

hsl(348 60% 97%)



Warm creme

Het tweede sectievlak. Twee gelijke tinten staan nooit naast elkaar.

hsl(45 55% 98%)



Wit

Alleen voor kaarten en de header, nooit als sectievlak.

#FFFFFF



Splash-roze

Het laadscherm van de app, zit in de animatie gebakken.

#F7DEE3



Het sectieritme van de homepage

Voeg je een sectie toe, neem dan de tegenovergestelde tint van de bureen. Wit is nooit een sectievlak: dat is voorbehouden aan kaarten en de header.

Hero Roze dat naar creme zakt

Je kind ziet geld niet meer Warm creme

Groeit mee, van 4 tot 16 Warm roze

Koen en Max Warm creme

Jij bepaalt de regels Warm roze

Hier draait het om spelen en praten Warm creme

Wat ouders ons vragen Warm roze

Meer dan 200 gezinnen gingen je voor Warm creme

Footer Donker

Verlopen met een vaste plek

Artikelkop

De kop van elke gidsenpagina: roze dat naar creme zakt.

`linear-gradient(to bottom, hsl...` 

Inlogscherf app

Het inlogscherf in de native app.

`linear-gradient(160deg, hsl(34...` 

Beloningsgoud

Alleen muntjes, dagbonus en vieringen.

Nooit als gewone kleur.

linear-gradient(135deg, #FFD700...



TYPOGRAFIE

Nunito, en niets anders

Een lettertype door de hele app en website heen: Nunito. Rond, vriendelijk en goed leesbaar, ook voor kinderen die net leren lezen. Gratis te gebruiken via Google Fonts. Een tweede lettertype introduceren we nooit; het woord Penny in het logo is een tekening, geen lettertype.

LETTERPROEF

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

0123456789 EUR , . ? !

De schaal op de website

Elke tekstsoort heeft een vaste maat. Staan er twee maten, dan is de eerste voor telefoons en de tweede vanaf tabletbreedte.

KICKER

VOOR OUDERS

12 px

gewicht 700

text-xs font-bold uppercase tracking-widest



Letterafstand 0,1em. Alleen als label boven een blok of kaart, niet boven een paginatitel.

TITEL HERO (H1)

Slim omgaan met geld begint thuis.

30 / 48 / 60 px

gewicht 900

text-3xl md:text-5xl lg:text-6xl font-black tracking-tight



Een per pagina, op elke publieke pagina. Mag een hele zin zijn en krijgt dan wel een punt.

SECTIETITEL (H2)

Slim sparen voor later

30 / 36 px

gewicht 900

text-3xl md:text-4xl font-black tracking-tight



Nooit groter dan 36 px, en zonder punt erachter.

KAARTTITEL (H3)

Zo werkt de spaarpot

18 px

gewicht 900

text-lg font-black



De kop binnen een kaart of blok, ook zonder punt.

INTRO ONDER EEN TITEL

Praktische antwoorden op de vragen die elke ouder een keer googelt.

16 / 18 px

gewicht 400

text-base md:text-lg text-muted-foreground



Bij een gecentreerde kop maximaal 36 rem breed, anders leest het lastig.

LOPENDE TEKST

Goed met geld omgaan is een vaardigheid, geen talent. Die leer je thuis, door het te doen.

14 / 16 px

gewicht 400

text-sm of text-base, leading-relaxed



Regelafstand 1,625 voor rustig lezen. Kleur op 70 procent dekking.

MICRO-TEKST

Reclamevrij en zonder aankopen in de app

12 px

gewicht 600

text-xs font-semibold text-muted-foreground



Vertrouwensregels, meta-informatie en labels onder een kaart.

Gewichten die we gebruiken

Nunito heeft meer gewichten dan deze vijf, maar alles daarbuiten laten we ongebruikt. Zo blijft het beeld rustig.

Aa

Medium 500

Body in de app

Aa

Semibold 600

Labels en micro-tekst

Aa

Bold 700

Knoppen en kickers

Aa

Extrabold 800

Nadruk in een kaart

Aa

Black 900

Alle koppen

De schaal in de app

In de app is alles een maatje compacter dan op de website, omdat een telefoonscherm minder ruimte heeft en kinderen dichterbij het scherm zitten.

ELEMENT	MAAT	GEWICHT	KLASSEN
Paginatitel	24 px	700	text-2xl font-bold
Sectietitel	18 px	700	text-lg font-bold
Kaarttitel	14 px	900	text-sm font-black
Body en instructie	14 px	500	text-sm font-medium
Sublabel	12 px	400	text-xs text-muted-foreground
Micro-label	10 px	400	text-[10px] text-muted-foreground

Regels voor koppen

Zinskapitalen: alleen het eerste woord krijgt een hoofdletter.

Een sectietitel eindigt niet op een punt; de hero-kop mag dat wel.

Regelafstand krap bij koppen, ruim bij lopende tekst.

Letterafstand iets krappere bij grote koppen, ruim bij de kicker.

Nunito ophalen

Nunito staat onder de Open Font License en is gratis te gebruiken, ook commercieel. Voor e-mail vallen we terug op Arial, omdat mailprogramma's geen eigen lettertype laden.

 [Nunito op Google Fonts](#)

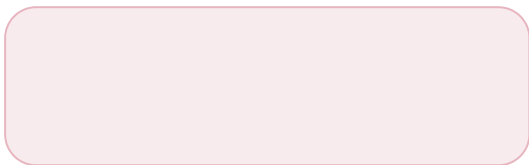


VORMENTAAL

Rond, zacht en met rust eromheen

Alles heeft ronde hoeken, schaduwen blijven subtiel en er zit royaal lucht tussen de blokken. Diepte suggereren we met een lichte schaduw, nooit met harde randen. Een zachte gloed hoort alleen achter een personage, onder de Penny-knop en bij een beloning, nooit rond tekst.

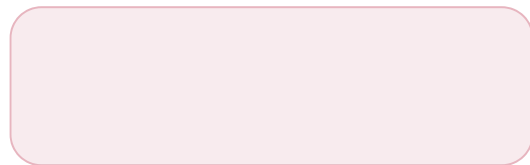
Hoekafronding



rounded-lg

16 px

Knoppen, badges, chips



rounded-2xl

16 px

Kaarten, dialogen, icoon-tegels



rounded-3xl

24 px

Grote kaarten en panelen op de site

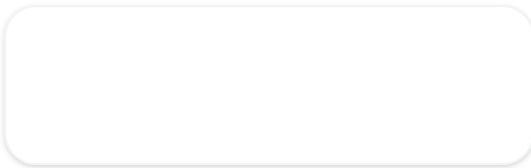


rounded-full

rond

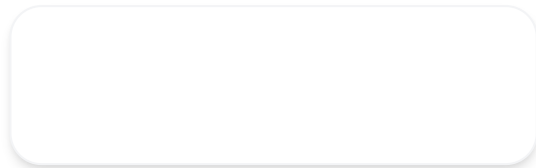
Avatars, munten, voortgangsbalken, kleine chips (geen grote knoppen)

Schaduwen



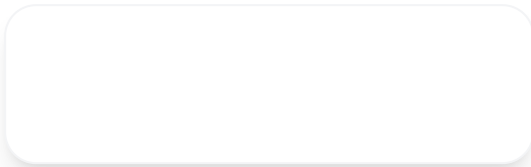
shadow-sm

Kaart in rust



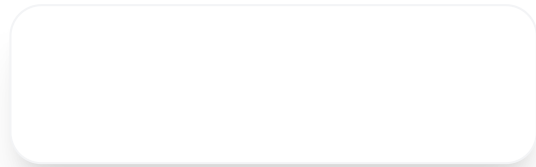
shadow-md

Kaart bij hover, met een halve pixel lift



shadow-lg

Zwevende actieknoop en het sticky balkje



shadow-xl

Personages en grote panelen

Ruimte en maatvoering

SITUATIE	WAARDE
Sectie op de website	py-16 md:py-24, px-6 md:px-12
Ruimte tussen tekst- en beeldblokken	space-y-16 md:space-y-24
Breedte content-sectie	max-w-6xl
Breedte smal blok (FAQ, eind-CTA)	max-w-2xl
Pagina in de app	px-4 py-6
Kaart-padding compact / ruim	p-4 / p-5 of p-6

Beweging

Animaties gebruiken alleen verplaatsing en doorzichtigheid, want dat blijft vloeiend op oudere telefoons. Een kaart komt bij hover een halve pixel omhoog met iets meer schaduw. Zwevende accenten bewegen langzaam, en wie in zijn toestel heeft ingesteld dat beweging beperkt moet blijven, krijgt een stilstaand beeld.



KNOPPEN EN KAARTEN

De bouwstenen in de praktijk

Dezelfde actie ziet er overal hetzelfde uit, op elk schermformaat. Op de website en in de app is het dezelfde knop: een zacht verloop, een licht randje bovenin en een dunne onderkant die je indrukt.

Knoppen

WEBSITE



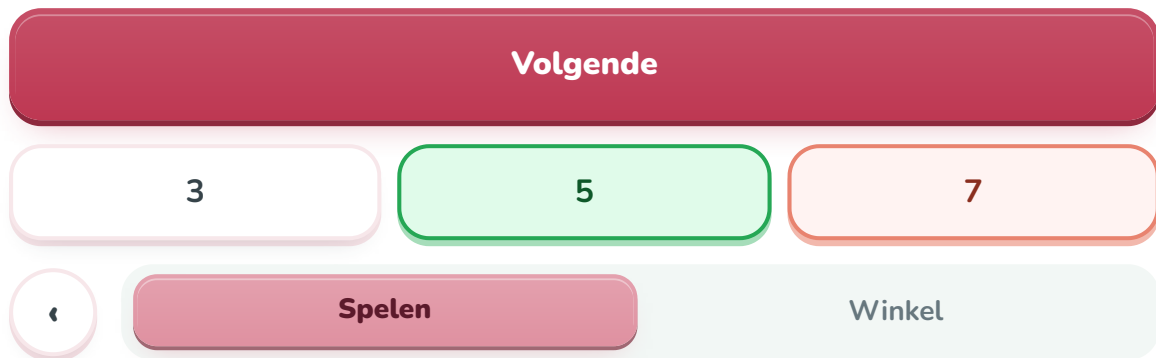
De Penny Family-knop: Penny-roze (#BE3752) met een zacht verloop, een licht randje bovenin, een dunne onderkant en een zachte roze gloed. Bij een tik zakt hij precies zijn onderkant in. Geen donkere rand: die voelde retro.

De snuit-knop (met Penny's snuit, de neusgaatjes snuffelen bij hover) staat alleen bij de grote "Begin nu" op de homepagina.

De witte versie is de tweede keuze naast een roze knop, zoals Inloggen. In de balk bovenaan staan de kleine versies.

Voor de App Store altijd de officiële badge van Apple, nooit een nagemaakte knop. Zolang de Android-app er niet is, staat ernaast een omlijnd "Binnenkort Android".

APP



Alles wat je kunt indrukken heeft een dunne onderkant die wegzakt bij een tik, een licht randje bovenin en een zachte gloed, zonder donkere rand. Vijf soorten: de hoofdknop, de witte keuzeknop, het ronde knopje, de glazen knop op een gekleurde achtergrond en het actieve vak in een menu.

Een antwoord kleurt licht groen als het goed is en licht rood als het fout is; een gekozen antwoord krijgt de themakleur.

De knoppen kleuren mee met het thema van het kind. Nagebootste apps in een spel (bankapp, chat, kassabon) houden hun eigen echte uiterlijk.

Kaarten

Witte kaart

De standaard op de website: wit, dunne rand, zachte schaduw.

Voor gewone inhoud op een gekleurd sectievlak.

Getinte kaart

Vlak en rand in dezelfde merkkleur, met lage dekking.

Voor stappen, tips en alles wat bij een personage hoort.

Zachte band

Gedempt vlak zonder schaduw, voor een terzijde.

Voor uitleg die ondersteunend is, niet leidend.



PERSONAGES

Drie gidsen, drie leeftijden

Elk personage hoort bij een leeftijdsgroep, een kleur en een eigen toon. Het zijn eigen 3D-illustraties: geen stockbeeld en geen illustraties in een andere stijl.



DE ONTDEKKERS

Penny

4 tot 7 jaar

Het roze spaarvarkentje en het gezicht van het hele merk. Draait om doen alsof, verzamelen en herhalen: winkeltje spelen, munten sorteren, een pot die zichtbaar voller wordt.

Toon: Kort, warm en voorlezend. Beeldjes dragen hier de communicatie, altijd als eigen tekening.



DE VERKENNERS

Timo Tientje

8 tot 11 jaar

De zakgeld-fase. Timo is de nieuwsgierige uitzoeker: wat is de beste deal, wat krijg ik voor mijn tientje? Hier leert een kind de kernles veilig ervaren: op is op.

Toon: Nieuwsgierig en concreet. Spelobjecten zijn eigen tekeningen, de tekst blijft kaal.



DE GELDBOUWERS

Mila Munt

12 tot 16 jaar

Tieners zitten al in het echte systeem: betaalpas, online kopen, bijbaantje. Haar vorm is het nabootsen van echte interfaces, zoals een loonstrook of een webshop.

Toon: Respectvol en droog, nooit kinderachtig. Emoji alleen als ze iets betekenen.

Een personage staat nooit los in de lucht: geef het altijd een grondschaduw eronder en een zachte gloed in de eigen kleur erachter. Maximaal een groot personage per compositie, behalve in de hero waar ze met z'n drieën staan. Penny Family gaat tot 16 jaar: er komt geen vierde personage.



STEM EN TOON

Hoe Penny Family klinkt

Warm en nuchter, zonder jubel. En met een harde regel: de app mag er nooit uitzien of klinken alsof een computer hem heeft geschreven.

✓ Altijd

- Nederlands, warm en nuchter: schrijf zoals een goede juf of meester praat.
- Concreet boven abstract: op is op, in plaats van budgetbeheer.
- Eerlijk over wat de app wel en niet is: een oefenbaan, geen vervanging van echt zakgeld.
- Maximaal een uitroepteken per tekstblok.
- Zinskapitalen in koppen: Slim sparen voor later, niet Slim Sparen Voor Later.

✗ Nooit

- Gedachtestreepjes in lopende tekst.
- Openingen als Laten we, Ontdek de magie van, of Til je X naar een hoger niveau.
- Overdreven meeleven in teksten voor ouders.
- Fonkel-iconen, raketten en andere versiering die niets betekent.
- Paars-blauw-rose gradients of abstracte blob-achtergronden.

Zo niet, zo wel

✗ ~~Ontdek de magie van financieel bewustzijn voor jouw kind!~~

✓ Je kind leert wat geld waard is, door het zelf uit te geven.

✗ ~~Til de financiële opvoeding van je gezin naar een hoger niveau.~~

✓ Zakgeld afspreken, sparen en samen terugkijken. Meer is het niet.



~~Laten we samen starten met deze geweldige leerreis!~~



Maak een profiel voor je kind en kies de eerste missie.

Zo noemen we de dingen

Consistente woorden schelen verwarring, zeker bij kinderen die nog leren lezen. Dit zijn de termen die we in de app en op de site aanhouden.

DIT ZEGGEN WE	DIT NIET	WAAROM
Penny Family	~~Penny Family, Penny family~~	Twee woorden, allebei een hoofdletter.
missie	~~opdracht, les, oefening~~	Een missie is een spel of verhaal in de app.
level	~~ronde, niveau, stage~~	De meeste spellen hebben tien levels.
spaarpot	~~spaarvarken, kluis~~	Waar een kind zijn muntjes bewaart.
muntjes	~~punten, coins, XP~~	De beloning heet altijd muntjes, nooit punten.
je kind	~~de gebruiker, de speler~~	We schrijven tegen een ouder over zijn kind.
ouder	~~beheerder, accounthouder~~	Ook in schermen over instellingen.

Emoji per doelgroep

Penny (4 tot 7)

Emoji dragen de communicatie, ruim toegestaan

Timo (8 tot 11)

Spelobjecten plus hooguit een accent bij de beloning

Mila (12 tot 16)

Streng: alleen functionele emoji, droge toon

Ouders en website

Geen decoratieve emoji, accenten via iconen en kleur

**BEELD EN ICONEN**

Alles is eigen artwork

Geen stockfoto's en geen illustraties in een andere stijl dan de personagelijijn. Echte foto's van kinderen alleen als wij ze zelf aanleveren, met toestemming van de ouders, bij voorkeur zonder herkenbaar gezicht en nooit met een naam. Ook de spelobjecten zijn getekend in plaats van uit de emoji-set van het toestel gehaald.

Iconen

Lijniconen uit de Lucide-set, meestal wit op een gekleurde tegel van 48 bij 48 pixels. Kleine iconen in lopende tekst zijn 16 pixels en krijgen de vertrouwenskleur groen.

Geld in beeld

Altijd herkenbaar Europees geld. Munten bij de basisschoolleeftijd en weekzakgeld, biljetten bij tieners en maandbedragen.

Spelobjecten

Producten, klusjes en dieren zijn eigen illustraties in plaats van de emoji van het toestel, zodat het beeld overal hetzelfde is.



lets nodig wat hier niet staat

Zoek je een ander formaat, een specifieke pose van een personage of wil je het merk in een uiting gebruiken? Stuur een mail, dan kijken we mee.

 info@pennyfamily.nl

[Adres kopiëren](#)