



HUISSTIJLHANDBOEK

Algemene richtlijnen en instructies voor gebruik

van de huisstijl van het Regio College

Goedgekeurd door het CvB op 31 maart 2015, bijgewerkt op 30 augustus 2021

INHOUD

Inleiding	3
De huisstijl	4
Logo	4
Kleuren	6
Typografie	7
Digitale handtekening	8
Sjablonen en rapportomslagen	9
Beeld – corporate communicatie	10
Papier	12
Tone of voice	14
Schrijfwijzer	14
Voorbeelden	17
Bijlage	18

INLEIDING

Dit is het huisstijlhandboek van het Regio College. Een huisstijlhandboek biedt richtlijnen die houvast geven bij het ontwikkelen van interne en externe communicatiemiddelen.

Een huisstijl is de visualisering van de identiteit van een organisatie. De huisstijl van het Regio College bestaat uit een logo en een vastlegging van vorm- en stijlkenmerken, zoals lettertype en kleurgebruik. Dit is voor correspondentiemiddelen (briefpapier, enveloppen, visitekaartjes) uitgewerkt, maar ook voor wervende uitingen (advertenties, brochures). Zowel op papier als online.

Het gebruik van de huisstijl is belangrijk voor de herkenbaarheid van het Regio College. Door eenheid in vorm en kleur consequent en uniform toe te passen in interne en externe communicatie wordt de herkenbaarheid van het Regio College versterkt. De huisstijl draagt dus bij aan het creëren van eenheid in de profilering van het Regio College als organisatie.

Gedrukte en online media worden bij het Regio College door de afdeling Communicatie & Werving geproduceerd. Voor advies over het huisstijlgebruik kun je contact opnemen met de afdeling Communicatie & Werving van het Regio College: communicatie@regiocollege.nl.

DE HUISSTIJL

LOGO

Het logo is het belangrijkste en meest herkenbare onderdeel van de huisstijl. Het logo van het Regio College bestaat uit een woord- en beeldmerk. Het logo dient op alle externe uitingen voor te komen en op officiële interne uitingen (mededelingen, memo's, brieven et cetera).

Varianten en toepassingen

Uitsluitend de onderstaande versies van het logo mogen gebruikt worden.

Woord- en beeldmerk boven elkaar.

Deze versie is leidend en kan door alle medewerkers worden gebruikt.



Beeldmerk.

Deze versie wordt alleen gebruikt indien de ontvanger al bekend is met het woordmerk. Alle medewerkers kunnen deze versie gebruiken.



Woord- en beeldmerk naast elkaar.

Deze versie wordt alleen gebruikt indien dit de leesbaarheid (bijvoorbeeld op een pen) ten goede komt. Deze versie wordt alleen door de afdeling Communicatie & Werving gebruikt.



Woord- en beeldmerk naast elkaar + ondertekening.

Deze versie wordt alleen aangemaakt voor:

- een instelling binnen het Regio College (zoals de Regio Academie) of
- een onderwijsproduct (bijvoorbeeld Excellent ondernemen).



Een variant voor deze versie van het logo kan worden aangevraagd via communicatie@regiocollege.nl. Na goedkeuring van de aanvraag ontvangt de aanvrager het logo met het gewenste ondertekening via de afdeling Communicatie & Werving.

Kleurgebruik

Het logo wordt in principe in het rood gebruikt. Indien de rode versie niet mooi bij de achtergrond aansluit, mag het grijze of zwarte logo worden gebruikt. Daarnaast mag door de afdeling Communicatie & Werving het logo ook diapositief (wit) geplaatst worden.

Indien het logo wordt gecombineerd met een rood logo van een andere partij, wordt er gebruik gemaakt van het zwarte of grijze logo.



Pantone red 032 CVC
CO M100 Y100 K0
R255 G0 B0



Pantone Process Black CVC



K80 (= 80% zwart)

Overige varianten

Naast het logo in voorgaande versies kunnen er illustraties voorkomen die op basis van het logo zijn gemaakt. Bijvoorbeeld een draadfiguur van het beeldlogo, een foto in het logo, een wit logo op een gekleurde achtergrond et cetera. Dit is alleen toegestaan op initiatief van of in overleg met de afdeling Communicatie & Werving.

Don'ts

- Het logo mag niet vervormd worden (versmald, verbreed, verhoogd, schuin getrokken, et cetera).
- Het logo mag geen deel uitmaken van een illustratie.
- Het logo mag niet op zijn kant of ondersteboven worden geplaatst.
- Er mag geen tekst bij het logo worden geplaatst, waardoor het lijkt of deze 'nieuwe' tekst onderdeel van het logo is.

KLEUREN

Rood is de hoofdkleur van het Regio College en vormt samen met zwart, grijs en wit de basis voor de huisstijl.



Rood Pantone red 032 CVC CO M100 Y100 K0 R255 G0 B0



Zwart Pantone Process Black CVC



Grijs K80 (= 80% zwart)

Kleuren online



Rood #fe0000



Grijs #4b4a4d

Varianten (percentageafwijking van de hoofdkleur):

- grijs – balk beeldactieknop #4c4c4e
- grijs – tekst en menubalk #4b4a4d

TYPOGRAFIE

Gedrukte uitingen

Voor de gedrukte huisstijl wordt gebruikgemaakt van de lettertypes FedraSans en Josschrift. Deze lettertypes zijn alleen te gebruiken door de afdeling Communicatie & Werving.

FedraSans
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Josschrift
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Online uitingen (website, DLWO, digitale brochures) en overige uitingen (memo's, brieven, faxen, en andere intern geproduceerde documenten)

Voor online en overige uitingen wordt gebruik gemaakt van het lettertype Calibri.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

DIGITALE HANDTEKENING

Alle medewerkers gebruiken de gestandaardiseerde handtekening. Deze moet ieder zelf installeren.*
Het te gebruiken lettertype is Calibri, lettergrootte 11.

Handtekening

[Voornaam + Achternaam]

[Functie] (optioneel)

[Afdeling/team]

[Werkdagen] (optioneel)

Regio College

[Straat en huisnummer vestiging]

[Postcode en plaats vestiging]

T [(075) 681 ...]

E [eigen werk-e-mailadres]

I www.regiocollege.nl



* Zie bijlage

SJABLONEN EN RAPPORTOMSLAGEN

Het Regio College streeft naar een eenduidige communicatie met deelnemers en relaties. Om de correspondentie van de verschillende medewerkers op één lijn te krijgen, zijn er voor de medewerkers sjablonen en rapportomslagen (voor- en achterplaten) ontwikkeld. De voor- en achterplaten zijn op te vragen bij de afdeling Inkoop.

Sjablonen

Word	brief* nieuwsbrief klein (max. twee pagina's)* nieuwsbrief groot* rouwadvertentie*
PowerPoint	presentatie voor (potentiële) deelnemers (rood)* zakelijke presentatie (grijs)*

* Zie bijlage

BEELD – CORPORATE COMMUNICATIE

Foto's en andere afbeeldingen bepalen voor een belangrijk deel de uitstraling van het drukwerk en de website, en daarmee van het Regio College. Zij geven uitdrukking aan de kernwaarden van het Regio College (zie pagina 4).

Beeldbank

Het Regio College heeft voor algemeen gebruik een beeldbank ingericht. De beeldbank is uitsluitend bedoeld voor producten van het Regio College. De afdeling Communicatie & Werving beheert deze beeldbank.

Richtlijnen fotografie

Nieuw beeldmateriaal moet aan bepaalde criteria voldoen. Nieuwe beelden worden gemaakt in opdracht van de afdeling Communicatie & Werving.

Criteria (bij corporate communicatie)

- Foto's moeten door professionals zijn gemaakt en hebben als doel de inhoudelijke boodschap te versterken. De professionals worden gebriefd door de afdeling Communicatie & Werving.
- De foto's moeten aansluiten bij de kernwaarden van het Regio College.
- De fotografie is helder.
- De foto's stralen rust uit.
- De foto's moeten aansluiten bij de doelgroep.
- De foto's moeten actueel zijn (bijvoorbeeld geen verouderde apparatuur op de achtergrond).
- De mens wordt in beeld gebracht.
- Deelnemers en medewerkers pakken de rol van model.
- De modellen geven op papier toestemming aan het Regio College voor het gebruiken van de foto's.
- Alle modellen zijn bijzonder. De foto's moeten dit overbrengen.
- Het model kijkt alleen in de camera als het model dit op een ontspannen manier kan doen.
- Bij actiefoto's mag het model ook vanaf de zijkant of achterkant gefotografeerd worden. Je kijkt mee met wat het model doet.
- Het gezicht en de handen (indien deze in beeld zijn) moeten veel zeggen, maar wel op een natuurlijke manier overkomen.
- De foto's moeten op de modellen scherpgesteld worden.
- Creativiteit mag, maar de foto's moeten niet kunstig of gekunsteld worden.
- De kwaliteit moet hoog zijn, er moeten nog uitsneden gemaakt kunnen worden met voldoende behoud van scherpheid en resolutie.
- Alle foto's worden op cd-rom of digitaal aangeleverd, in TIFF- (drukwerkqualiteit) en jpg-formaat.

Beeldgebruik

Indien in de beeldbank geen passend beeld te vinden is, kan de afdeling Communicatie & Werving een stockbeeld inkopen. Dit kan ook een illustratie zijn.

Indien mogelijk wordt bij publicaties de naam van de fotograaf vermeld.

PAPIER

Het papier bepaalt voor een belangrijk deel de uitstraling van drukwerk. Om een heldere uitstraling van het Regio College te ondersteunen wordt er gebruik gemaakt van de volgende papersoorten:

- Target Preprint briefpapier/visitekaartjes
- Picalop enveloppen
- Pica Silk MC folders/brochures/posters

Gramsgewicht per item

De belangrijkste gramsgewichten per item:

- Briefpapier 80 gr/m²
- Visitekaartjes 300 gr/m²
- Enveloppen 90-120 gr/m²
- Folders/brochures/posters 150-250 gr/m²

TONE OF VOICE

Je tone of voice gaat niet over wat je zegt, maar over hoe je het zegt. Het is de taal die je gebruikt, de manier waarop je zinnen in elkaar zet, de woorden die je kiest. Het is de verbale zus van je visuele identiteit. Met een eigen toon onderscheid je je van concurrenten. De juiste toon onderstreept de cultuur en de waarden van je organisatie.

Tips voor het formuleren van de juiste tone of voice:

- Als je schrijft, bedenk dan voor welke doelgroep je schrijft. Welke leeftijd ze hebben en of er misschien woorden of begrippen zijn die zij niet begrijpen.
- Gebruik korte, actieve, zinnen (dus niet 'er worden' ... en dat soort constructies).
- Realiseer je dat de meeste mensen geen lange verhalen lezen. Kom dus to the point of vat in het begin van je betoog samen waar het over gaat.
- Als je toch een lang verhaal moet vertellen, maak dan tussenkopjes. Zo kan de lezer snel naar wat voor hem relevant is.
- Laat je verhaal door een collega nalezen die niets van het onderwerp weet.

SCHRIJFWIJZER

Algemeen

- We hanteren de spelling volgens het Groene Boekje.
- Voor taaltips: zie ook Onze Taal op internet (www.onzetaal.nl).

Afkortingen

- Basisregel is: zo min mogelijk gebruikmaken van afkortingen (tot en met, et cetera, telefoonnummer, moderne vreemde taal, natuurkunde/scheikunde, de heer, mevrouw).
- Begrippen als havo, mavo, vmbo, bpv, pabo, hbo, mbo, roc wel afgekort gebruiken, schrijfwijze in kleine letters.
- Uitzonderingen: BOL/BBL, ICT, NS, OV. Hier wel gebruikmaken van kapitalen. Mengvorm: OER's.

Cijfers, getallen en bedragen

- Cijfers tot en met twintig voluit, daarna uitgedrukt in cijfers. Tientallen, honderdtallen en duizendtallen wel weer voluit. Let op: bij wijze van uitzondering kan er soms voor gekozen worden om een getal onder de twintig in cijfers uit te drukken (bijvoorbeeld in een kop, om de aandacht er meer op te vestigen).
- Rangtelwoorden voluit (tweede, derde, vierde, tweeënhalf, drieënhalf).
- Exacte informatie wel in cijfers (niveau 1, 2, 3. Het Regio College heeft 6000 deelnemers).
- Getallen of bedragen bestaande uit vier cijfers krijgen geen punt ertussen (€ 1137); getallen van vijf of meer cijfers krijgen wel een punt op de juiste plek (€ 52.047 of 2.650.000).
- Ronde bedragen zonder komma en streepje, voorafgegaan door valutateken (€ 300); bij bedragen met centen wel gebruikmaken van een komma (€ 300,95).
- Telefoonnummers schrijven we als volgt: (075) 681 91 03 of (0299) 22 33 44. Netnummer tussen haakjes, dan spatie, vervolgens spatieverdeling drie spatie twee spatie twee of twee spatie twee spatie twee, afhankelijk van de lengte van het telefoonnummer.
- Procenten zonder spatie tussen cijfer en procentteken (7%).
- Data in cijfers gevolgd door de maand in letters uitgeschreven.
- Tijden in 24-uursklok, uren en minuten scheiden door een punt (13.50 uur).

Opsommingen

- In principe alleen gebruikmaken van kleine letters, in opsomming gebruikmaken van puntkomma, afsluiten met punt.
Voorbeeld:
 - boter;
 - kaas;
 - melk;
 - eieren.
- Bij hele zinnen: leden van de opsomming beginnen met een hoofdletter en eindigen met een punt.

Koppeltekens

- Bij samenstellingen waarin sprake is van een afkorting in het eerste gedeelte altijd een koppelteken gebruiken (hbo-opleiding, ICT-opleidingen, mbo-studie, NS-kaart, OV-jaarkaart, mbo-niveau, bpv-coördinator).

Gebruik van schuine streep (slash)

- Bij losse woorden komt er geen spatie voor en na de slash: wiskunde/natuurkunde, ouder/verzorger.
- Bij woordgroepjes komt er een spatie voor en na de slash: Regio College / andere roc's, Cypressehout Zaandam / Spinnekop Purmerend.

Opleidingen, vakken, deelkwalificaties, niveaus

- De naam van de opleiding (= eigennaam) beginnen met een hoofdletter, daarna kleine letters (opleiding Medewerker maatschappelijke zorg, Cursussen en trainingen).
- Uitzondering vormen eigennamen van anderen; in principe volgen we de bij hen gehanteerde schrijfwijze (Management, Economie en Recht - MER).
- Naam van een richting of uitstroomprofiel/uitstroomdifferentiatie (= eigennaam) schrijven we ook met een startkapitaal (opleiding Marketingmedewerker, uitstroomprofiel Medewerker evenementenorganisatie).
- Bij verwijzing naar beroep of opleiding volledig kleine letters gebruiken ('als straatmaker kun je ...' of 'met de opleiding tot straatmaker kun je ...').
- Als er geen sprake is van eigennamen, dan kleine letters gebruiken (lerarenopleiding).
- Vakken schrijven we volledig in kleine letters (wiskunde, natuurkunde, tekenen, psychologie, maar wel Nederlands, Engels).
- Altijd beginnen met het niveau en daarna de aanduiding (niveau 1, 2, et cetera). Indien sprake is van letters, dan kapitalen gebruiken (mavo, niveau C, niveau D). Let op: in een samenstelling wordt het 'niveau 2-opleiding'.

Eigennamen Regio College

- Regio College Zaanstreek-Waterland
- Scholen:
 - School voor Economie & Toerisme;
 - School voor Techniek & ICT;
 - School voor Zorg, Welzijn & Sport.
- Teamnamen (als het woord 'team' ervoor staat, begint dit met een kleine letter):
 - Metaal-, Elektro- & Installatietechniek;
 - Procestechniek;
 - Bouw;
 - Infra;
 - Motorvoertuigen, Transport & Logistiek;
 - ICT;
 - Assistenten in de Gezondheidszorg;
 - Zorg Zaandam;
 - Welzijn Zaandam;

- Uiterlijke Verzorging;
- Welzijn Purmerend;
- Zorg Purmerend;
- Sport & Bewegen;
- Dienstverlening;
- Entree;
- Administratie & Juridisch;
- Office Support;
- Commercieel;
- Handel;
- Optiek;
- Recreatie & Toerisme;
- Vavo (het vavo).
- Diensten (als het woord 'dienst' ervoor staat, begint dit met een kleine letter):
 - Onderwijsondersteuning;
 - Personeel & Organisatie;
 - Onderwijs & Kwaliteit;
 - Bureau Onderwijsondersteuning;
 - Bedrijfsopleidingen;
 - Examenbureau;
 - Servicecentrum;
 - Passend Onderwijs;
 - Communicatie & Werving.
 - Bedrijfsvoering;
 - Facilitair Beheer;
 - Huisvesting;
 - Financiële Administratie;
 - Personeels- en Salarisadministratie;
 - Studentenadministratie;
 - ICA;
 - Bedrijfsbureau.
- College van Bestuur (afkorting CvB)
- Bestuurssecretariaat
- Vertrouwenspersoon/Ombudsman
- Planning & Control
- Open leercentrum
- maatwerk (met kleine letters)

Juiste schrijfwijze veelvoorkomende valkuilen

- Regio College
- BOL/BBL zonder spaties
- ministerie met kleine letter
- MBO Raad
- te allen tijde
- sowieso
- hbo- werk- en -denkniveau
- leerwerkmakelaar
- studentenraad
- ondernemingsraad

VOORBEELDEN - Toepassing huisstijl op communicatiemiddelen

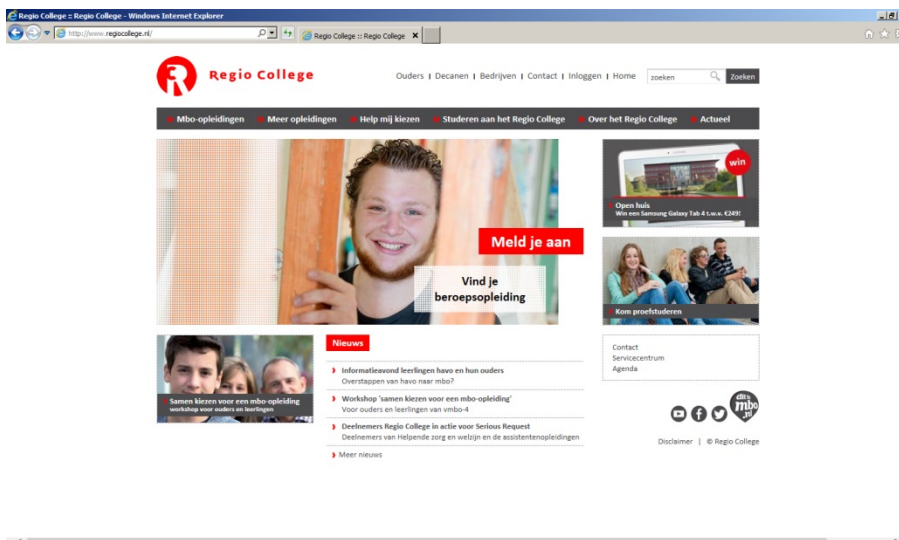
Brochure



Advertentie



Website



BIJLAGE

Digitale handtekening	De handleiding staat op de DLWO – tabblad Informatieplein – Ondersteuning – Communicatie – Handleiding handtekening Outlook
Briefsjabloon	In Word ga je naar het tabblad 'Regio College' en klik je op 'open/bewerk template'. De brief heeft nog geen logo. Je print op briefpapier (met logo).
Nieuwsbrief	De handleiding staat op de DLWO – tabblad Communicatie & Werving – Huisstijldocumenten – Handleiding nieuwsbrief sjabloon Word
Rouwadvertentie	De handleiding staat op de DLWO – tabblad Communicatie & Werving – Huisstijldocumenten – Handleiding rouwadvertentie
Presentatie	In PowerPoint ga je naar het tabblad 'Regio College' en klik je bij 'Template' op 'Grijs' of 'Rood'.

Dit huisstijlhandboek is gemaakt door Communicatie & Werving. Alle informatie in dit huisstijlhandboek is onder voorbehoud van fouten en wijzigingen.

Producten die niet opgenomen zijn in dit huisstijlhandboek dienen alvorens geproduceerd te worden eerst de goedkeuring te krijgen van team Communicatie & Werving.

Het Regio College logo is eigendom van het Regio College en mag zonder toestemming van team Communicatie & Werving op geen enkele manier gebruikt worden.

© Regio College, Communicatie & Werving, augustus 2021