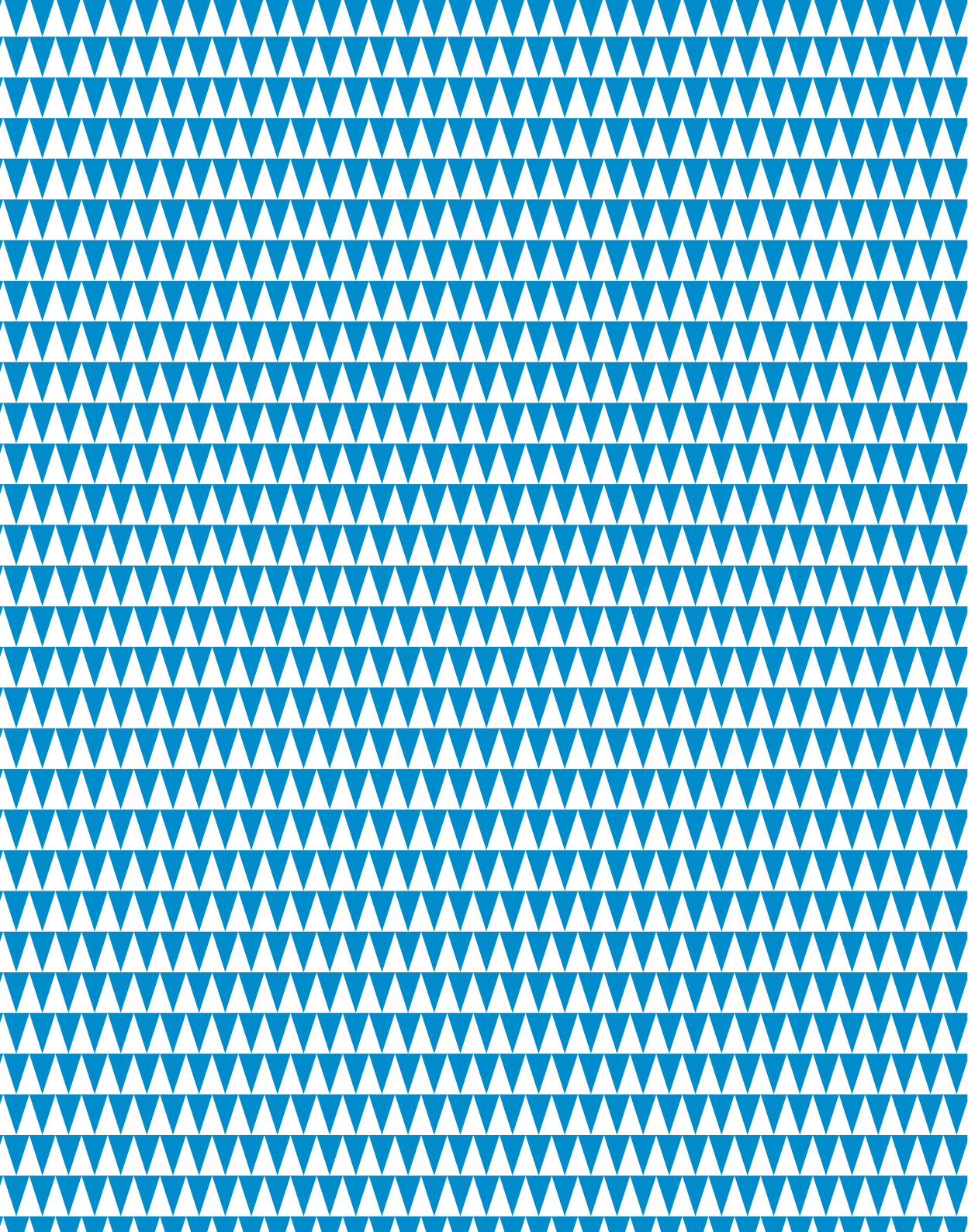





**KONING
WILLEM I
COLLEGE**

HUISSTIJL
HANDBOEK



Iedereen die bij Koning Willem I College werkt,
bouwt mee aan ons merk. Daarom is het belangrijk
dat ook jij weet hoe we praten, hoe we eruitzien
en waar we voor staan.

Zo kunnen we onze identiteit en merkwaarden
uniform uitdragen. Dat klinkt ingewikkelder dan
het is. Lees het boek gewoon door en hou het achter
de hand voor als je later een keer iets wil opzoeken,
dan komt het helemaal goed.

INHOUDSOPGAVE

DEEL A: DIT IS WIE WE ZIJN					
brand manifest	7				
ons verhaal	8				
missie, visie	11				
ons merkcanvas	12				
het onderwijs, de leraar, de student	14				
	16				
DEEL B: DIT IS HOE WE PRATEN					
onze taal	19				
	20				
DEEL C DIT IS HOE WE ERUITZIEN					
introductie	33				
visuele identiteit: stijl	35				
visuele identiteit: skew	36				
	38				
C1. LOGO'S & LOCKUP	41				
1.1 logo	42	1.10 niet doen	60		
1.2 de lockup	44	1.11 kleur	62	C6. STATIONARY	123
1.3 opbouw	46	1.12 kleurvoorbeelden	64	6.1 briefpapier	124
1.4 het kroontje	48	1.13 aangepaste versie	66	6.2 visitekaartje	126
1.5 afgeronde hoeken	50	1.14 afdelingslogo's	67	6.3 envelop	128
1.6 ruimte tussen de elementen	51	1.15 interessegebieden iconen	68	6.4 mappen	130
1.7 ruimte rondom de lockup	52			6.5 collegepassen	132
1.8 tekst in de lockup	54	C2. CAMPAGNESTIJL	71	C7. PRINT PUBLICATIES	135
1.9 skewed tekst in de lockup	58	2.1 logo variaties	72	7.1 advertenties	136
		2.2 koning tag: opbouw	74	7.2 magazine	138
		2.3 koning tag: toepassing	76	7.3 posters	140
		2.4 fotografie campagne	78	7.5 uitnodiging en kaarten	142
		C3. TYPOGRAFIE	87	7.6 flyers	146
		3.1 lettertype drukwerk	88	7.7 rolbanieren	148
		3.2 lettertype lockup	90	C8. BUITEN	153
		3.3 lettertype digitaal	92	8.1 ingang en vrachtwagen	154
		3.4 lettertype website	93	8.2 vlaggen	155
		3.5 niet doen	94	8.3 bewegwijzering en gevels	156
		3.6 regels	96	8.4 raamstickers	157
		C4. KLEUR	101	C9. LOGO & LOCKUP DRAGERS	159
		4.1 basiskleuren	102	9.1 lockup stickers	160
		4.2 secundaire kleuren	103	9.2 merchandise	162
		4.3 niet doen	104	9.3 werkkleding	164
		4.4 patroon	106	C10. ONLINE	169
		C5. BEELD	111	10.1 website	170
		5.1 introductie	113	10.2 e-mail handtekening	172
		5.2 secundaire fotografie	114	10.3 social media	174
		5.3 sfeerfotografie	116		
		5.4 video	118		
		5.5 niet doen	120		
				C11. DIGITAAL	177
				11.1 powerpoint presentatie	178



DEEL A

**DIT IS
WIE WE
ZIJN**

ONS BRAND MANIFEST

Dit manifest gebruiken we in onze communicatie.
Denk aan de website, in de studiegids of als inleidende tekst
over het Koning Willem I College in andere uitingen

Koning Willem I College is een plek waar talent tot bloei komt. Een plek waar de mooiste dingen ontstaan, doordat we experimenteren, inspireren, en vooral: doen!

Lassen, samenwerken, organiseren, mouleren, adviseren, programmeren, blancheren, inleven, verstek zagen, verkennen, afstellen, stucen, aflakken en doorontwikkelen.

Bij ons zit een student niet de hele dag in een klaslokaal. We brengen het werkveld naar binnen en het onderwijs naar buiten. Ons onderwijs is overal; in de sportzaal, in ons restaurant, buiten op straat, in onze garage, bij de apotheek om de hoek of in ons eigen theater.

We leren onze studenten dat er maar één toekomst is en die is duurzaam. We zijn een UNESCO school en de Global Goals zie je terug in ons onderwijs.

We dagen onze studenten uit het beste in zichzelf én hun omgeving naar boven te halen. Daarom maken we een waardevolle verbinding met onze regio en spelen we flexibel in op ontwikkelingen.

We geven de ruimte om het beste uit jezelf te halen. Zo ontdekken we talenten en ontwikkelen jaloersmakende vaardigheden. Vaardigheden die trots maken op wie je bent en wat je doet.

Zo herken je ze direct: dat is er één van het Koning Willem I College.

**KONING
WILLEM I
COLLEGE**
MAAKT TROTS



A. DIT IS WIE WE ZIJN

ONS VERHAAL

Op het Koning Willem I College maken we elke dag het verschil. Samen met onze studenten en partners in de regio maken we werk van de toekomst. In een waardevol samenspel laten we onze studenten groeien en bouwen we mee aan een sterke regio.

We zijn ervan overtuigd dat onze studenten een grote rol spelen bij de aanpak van grote vraagstukken. Denk aan het verbeteren van onze gezondheid, het vergroenen van de energie, het verder brengen van technologie, het schoner maken van ons vervoer én het verduurzamen van onze voeding.

Samen zijn we tot veel in staat. We gaan aan de slag, zoeken elkaar op. Door open te staan voor goede ideeën van buitenaf weten we zeker dat we met de juiste vraagstukken bezig zijn. De gebundelde kracht, kennis en kunde maakt iedereen sterker. Bij ons zit een student dan ook zeker niet de hele dag in een klaslokaal. We brengen het werkveld naar binnen en het onderwijs naar buiten. Door grenzen te verleggen, maken we van de regio ons speelveld. Ons onderwijs is overal.

We geloven in pionieren, experimenteren, testen, gewoon doen, fouten maken en weer opnieuw beginnen. Zo gaan we allemaal vooruit. We leren onze studenten dat er maar één toekomst is en die is duurzaam. We dagen ze uit het beste in zichzelf naar boven te halen. Je herkent ze daarin direct als je er een tegenkomt: 'Dat is er één van Koning Willem I'.

Het Koning Willem I College is het duurzaamste mbo van Nederland. We lopen daarin voorop en dat zullen we altijd blijven doen. Samen met studenten en partners uit de regio maken we daarin de volgende stap. Duurzaamheid gaat over veel meer dan zonnepanelen en papieren rietjes. Het betekent ook werken aan veiligheid, gezondheid en zorgen dat iedereen mee kan doen. Het is een optelsom van een eerlijke economie, gelijke kansen en een leefbare aarde. De Global Goals werken voor ons als kompas. We gebruiken ze voor het ontwikkelen van nog betere opleidingen en het vinden van ijzersterke samenwerkingen. Zodat onze studenten het verschil maken met hun vakmanschap en praktische ideeën.

A. DIT IS WIE WE ZIJN

ONZE MISSIE EN VISIE

WHY

Wij geloven dat onze studenten van nu en in de toekomst het verschil maken met hun vakmanschap, jaloersmakende vaardigheden en praktische ideeën. Wij zijn trots op onze praktische opleidingen voor studenten van alle leeftijden en onze bijdragen aan het behouden van talenten in de regio. Wij bouwen samen met regionale werkgevers, overheid en onderwijs aan een duurzame samenleving.

HOW

KANSRIJK KONING WILLEM I COLLEGE: vastberaden, vindingrijk en vernieuwend

- We bieden een veilige omgeving om talenten te ontdekken en ontwikkelen. We geven de ruimte om het beste uit jezelf te halen.
- We zijn één Koning Willem I College. We willen elke dag een beetje beter worden. We zijn pas echt tevreden als we boven de norm uitstijgen. We werken vernieuwend. Dat doen we vanuit de kracht van verbeelding, maar wel ondersteund door kennis en data. We zijn daadkrachtig en nemen besluiten met lef.

VERBINDEND KONING WILLEM I COLLEGE: vooruitstrevend binnen (en buiten) de regio

- We verleggen grenzen in onze regio. In het opleiden van talent zijn we een toonaangevende partner.
- We maken een waardevolle connectie met onze regio. We spelen flexibel in op ontwikkelingen op de arbeidsmarkt en in de maatschappij.
- We zijn een ontmoetingsplaats met ruimte voor groei, ontwikkeling en innovatie.

BEWUST KONING WILLEM I COLLEGE: samenwerken aan een duurzame toekomst

- We werken iedere dag aan duurzame (onderwijs)vernieuwingen.
- Samen geven we vorm aan onze visies op leren, werken, organiseren en digitaliseren.
- We zijn een UNESCO-school en de Global Goals zijn ons kompas. Dit zie je terug in ons onderwijs en in ons dagelijks werk.



ONS MERKCANVAS

KERN VAN HET MERK

Wat beloven we, en wat zijn de kernwaarden die duidelijk maken waar ons merk voor staat?

Samen het verschil maken voor een duurzame toekomst.

Met onze studenten, onze medewerkers, het werkveld en de maatschappij. Voor de regio en daarbuiten. Wij zijn vastberaden, vindingrijk en vooruitstrevend. Wij zijn verschilmakers.

MISSIE

We maken de waardevolle connectie tussen de maatschappij, het werkveld en de student om samen te werken aan een duurzame toekomst voor onze regio en daarbuiten.

EXPRESSIE

Wat onderscheidend in onze manier van communiceren? Hoe drukken we ons onderscheidend uit en zijn we 'op afstand' herkenbaar?

- Trots, fris, met lef en vastberaden.
- Vernieuwend vanuit de kracht van verbeelding.

CULTUUR

Wat is onze houding, hoe werken we, hoe gedragen we ons?

Origineel, zelfbewust, open en inclusief. Bij het Koning Willem I College gaan we samen aan de slag. We maken het verschil en er is ruimte om te experimenteren.

COMPETENTIES

Waar zijn we echt goed in en waar maken we het onderscheid ten opzichte van de concurrentie?

Assertief, grensverleggend, toekomstgericht, betrokken, oplossingsgericht, up-to-date.

PERSOONLIJKHEID

Welke menselijke eigenschappen en kwaliteiten bepalen ons karakter?

- Pionier: vindingrijk, vooruitstrevend en vastberaden.
- Met lef, aanstekelijke energie en oprechte aandacht voor iedereen.

WAARDE-PROPOSITIE

Wat bieden we onze doelgroepen en hoe zorgen we ervoor dat het aantrekkelijk is voor hen?

STUDENTEN

In een veilige omgeving talenten ontdekken en continu de succesvolle verbinding maken tussen dat talent, en dat wat de wereld nodig heeft.

WERKVELD

Gidsende partner in het opleiden van het talent. Samen ontwikkelen van vernieuwend onderwijs voor de regio en daarbuiten – voor nu en in de toekomst.

(TOEKOMSTIGE) MEDEWERKERS

In een toekomstgerichte en gezonde omgeving jezelf verder ontwikkelen, het beste uit de studenten te halen en een bijdrage leveren aan de maatschappij.

CONNECTIE

Welke relatie hebben we met onze doelgroepen? Wat is de aard van deze relatie?

STUDENTEN

- Nieuwsgierig, inlevend, trots, eerlijk en persoonlijk.
- Samen ontdekken en samen vorm geven aan het onderwijs.

WERKVELD

- Samenwerken voor de toekomst.
- Altijd in gesprek over de thema's die er toe doen.

(TOEKOMSTIGE) MEDEWERKERS

- Persoonlijk, betrouwbaar, trots en professioneel.
- Samen vormgeven aan het onderwijs.

POSITIE

Wat is de gewenste positie in het hoofd, hart en brein van onze doelgroep(en) en stakeholders?

STUDENTEN

- De meest toekomstgerichte, duurzame school van Nederland.
- Een talentenontdekker met impactgarantie.

WERKVELD

Vooruitstrevende partner in de regio voor het opleiden en ontwikkelen van mensen die het verschil maken voor de toekomst.

(TOEKOMSTIGE) MEDEWERKERS

Betrouwbare en flexibele werkgever. Partner in het vormgeven van onderwijs.

A. DIT IS WIE WE ZIJN

HET ONDERWIJS, DE LERAAR EN DE STUDENT

HET ONDERWIJS

Op het Koning Willem I College bestaan drie verschillende stromen onderwijs:

- Middelbaar beroepsonderwijs (mbo)
- Vavo
- Educatie, inburgering en Internationale Schakelklas (ISK)
- LLO

Daarnaast bieden we maatwerk en contractactiviteiten voor bedrijven en instellingen.

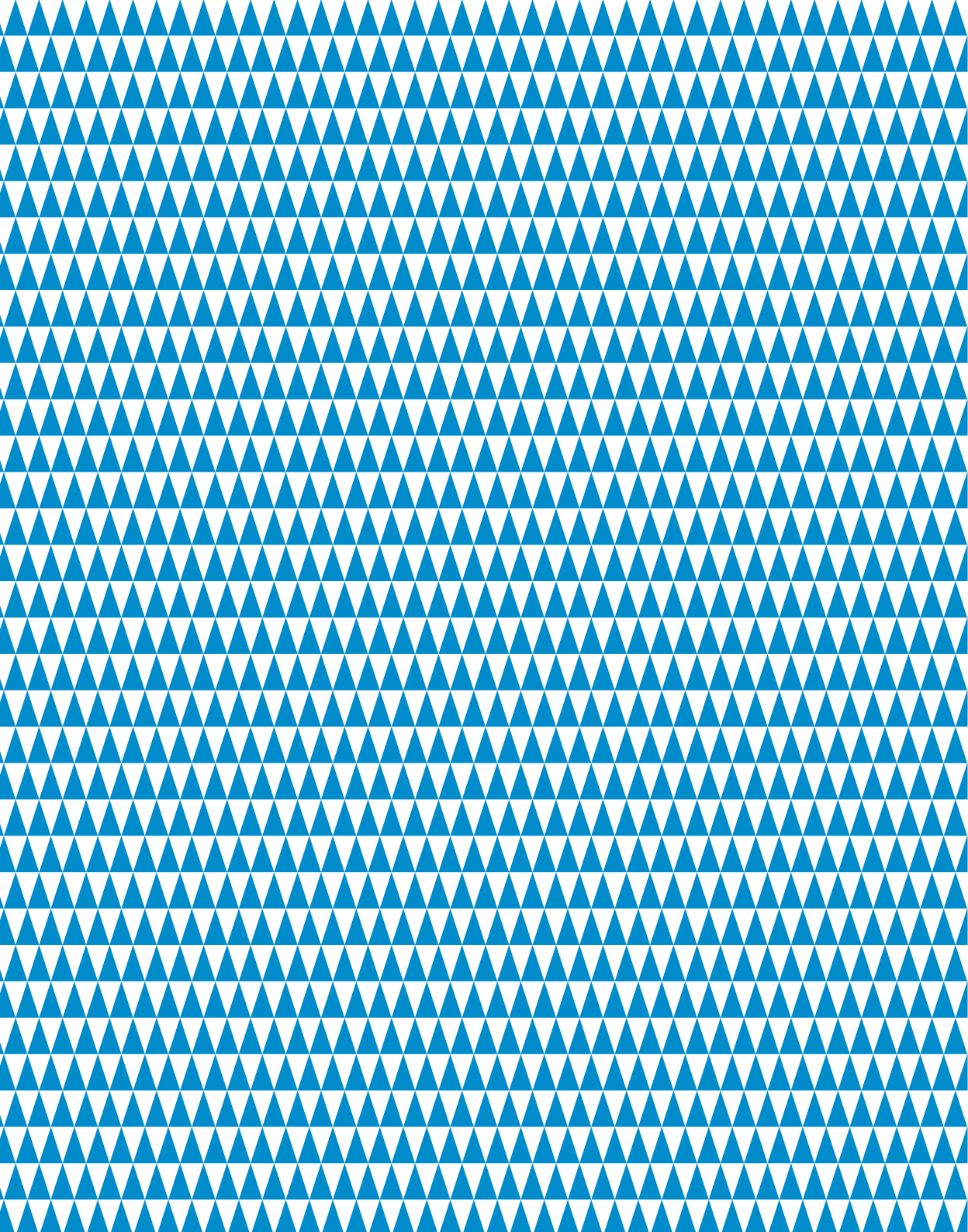
DE DOCENT

Onze docenten geven studenten een basis om te veranderen in zelflerende mensen. Mensen die zichzelf motiveren, evalueren en reguleren. Ze activeren de studenten en besteden aandacht aan vaardigheden die het leren ondersteunen.

DE STUDENT

Het Koning Willem I College probeert natuurlijk ook te voldoen aan de eisen die studenten stellen aan goed onderwijs: een school moet in hun ogen sociaal zijn, maar ook eerlijk, met duidelijk omschreven regels en doelstellingen. Daarom zorgen we voor structuur en stabiliteit.





DEEL B

**DIT IS
HOE WE
PRATEN**

ONZE TAAL

UITGANGSPUNT

In alles wat we doen, maken we voelbaar dat we trots zijn op het Koning Willem I College en iedereen die er rondloopt. Maar hoe praten we trots zónder arrogant te worden?

Dat doen we door actief, positief en vol energie te schrijven. Maar ook door het gewoon te laten zén; met behulp van afbeeldingen, video's, vormgeving en/of illustraties. We gebruiken dus zo min mogelijk woorden. En de woorden díe we gebruiken, moeten begrijpelijk zijn voor iedereen.

Om je op weg te helpen, hebben we tien vuistregels opgesteld waar je je aan moet houden bij het schrijven van een tekst.

ONZE 10 REGELS VOOR HET SCHRIJVEN VAN EEN TEKST

#1

MAAK GEBRUIK VAN BEELD

Net zoals op social media, combineren wij onze teksten altijd met beeld. Het trekt de aandacht en versterkt de boodschap. Mits het beeld goed uitgekozen is natuurlijk.

Bovendien is het makkelijker een tekst kort te houden als je ook dingen kunt overbrengen in een foto, video, infographic of illustratie.

#2

HOUD HET KORT

Less is more, zeggen ze weleens. En dat geldt ook voor onze teksten. Niemand houdt van lappen tekst, en onze studenten al helemaal niet. Dus houd je teksten en zinnen zo kort mogelijk.

#3

SCHRIJF ACTIEF

Daarmee bedoelen we dat we zinnen maken met zo min mogelijk hulpwerkwoorden. Door actief te schrijven, maak je zinnen op een simpele manier een stuk korter en energiever.

Voorbeeld: 'Piet heeft stage gelopen bij Heijmans' is niet actief, maar 'Piet liep stage bij Heijmans' is dat wél.

#4

SCHRIJF SPEELS

Onze teksten zijn niet saai en zakelijk en er mag best af en toe een knipoog of slimigheidje in verwerkt worden. Zoals een klein grapje of een leuke woordspeling.

#5

SCHRIJF UITNODIGEND

We willen dat mensen zich welkom voelen en zin hebben om langs te komen. We schrijven uitnodigend door vragen te stellen, maar ook door de lezer aan te spreken. Daarom schrijven we in de je- en jij-vorm en in de we- en wij-vorm.

#6

SCHRIJF POSITIEF

Terwijl negatief taalgebruik angst en stress opwekt, zorgt positief taalgebruik voor inspiratie en motivatie. Het zet je in beweging. Daarom schrijven we zo positief mogelijk.

Hoe je positief schrijft? Door negatieve woorden zoals *niet*, *voorkomen*, *helaas*, *moeten*, *afgewezen* of *mislukt* te vermijden.

Voorbeeld: 'Vergeet je niet ...' is negatief, maar 'Denk je aan ...' is positief.

#7

VERMIJD BIJVOEGLIJKE NAAMWOORDEN

Bijvoeglijke naamwoorden zijn vaak overbodig en maken je zinnen onnodig lang en een stuk minder vlot. Probeer een bijvoeglijk naamwoord daarom alleen te gebruiken als het de context van een zin verandert of als het iets belangrijks toevoegt.

#8

VERMIJD LEGE UITDRUKKINGEN

Lege uitdrukkingen zijn eigenlijk altijd overbodig. Bovendien zwakken ze de boodschap af. Voorbeelden zijn: *in principe*, *wellicht*, *eventueel*, *zeg maar*, *over het algemeen* en *mogelijk*. Probeer ze dus zoveel mogelijk te vermijden. Of beter gezegd: vermijd deze woorden.

#9

SCHRIJF FOUTLOOS

...en wees consistent in toon, woorden, punt- en hoofdlettergebruik. Dus lees je tekst altijd nog een keer goed nadat je 'm geschreven hebt. Twijfel je ergens over? Vraag het aan je collega. Of aan je vriend(in).
Of aan Google.

#10

HOUD HET BEGRIJPELIJK

Dat betekent dat we geen ingewikkelde woorden gebruiken, dat we jargontaal vermijden én dat we op moeten passen met te hip taalgebruik. Want de tekst moet begrijpelijk zijn voor jou, je moeder, je docent én je neefje.



DEEL C

**DIT IS HOE
WE ERUIT
ZIEN**

In dit boek vind je de uitgangspunten en richtlijnen voor de visuele identiteit van het Koning Willem I College. Een herkenbare identiteit die één geheel vormt, maar toch flexibel blijft. Er is genoeg ruimte voor de creativiteit van de ontwerper. Dus als jij voor het Koning Willem I College aan de slag gaat, probeer dan zo goed mogelijk de richtlijnen en tips uit dit boek te volgen. Bij twijfel, stem af met Marketing & Communicatie.

Dan kan het alleen maar mooier worden.

C. DIT IS HOE WE ER UIT ZIEN

VISUELE IDENTITEIT: DE STIJL

ALTIJD IN BEWEGING

We zijn trots op wie we zijn en wat we doen, en daar hoort een krachtige identiteit bij. We spelen met strakke vlakken in combinatie met een bold, krachtig font. Om ervoor te zorgen dat het er niet statisch en te hard uit ziet, zetten we grafische elementen schuin.

Door elementen te 'skewen', creëren we ruimtelijkheid en dynamiek. We voegen beweging toe in het beeld, wat goed past bij ons, want ook wij zijn altijd in beweging. Bovendien zijn er heel veel variaties mogelijk en ben je vrij om te spelen met de verschillende elementen (kleuren, vlakken, teksten en de plaatsing ervan).

IN EEN NIEUW JASJE

Door de kleuren en het font blijft het heel herkenbaar als Koning Willem I College, maar door te spelen met de kleuren, vlakken en de grootte en plaatsing ervan, krijgt het een nóg energiekere en frissere uitstraling.

Binnen de huisstijl ben je vrij om te kiezen uit alle patronen en kleuren (rood, blauw, wit en zwart). Behalve binnen de campagnestijl: hier werken we uitsluitend met zwart en wit en laten we het beeld voor zich spreken. Hier gebruiken we dan ook geen patronen. Tekst wordt bij campagnes dus altijd door één of meerdere campagnebeelden (foto's/ video's) begeleid. Meer over de patronen lees je op pagina 108.

Hieronder aantal voorbeelden van het skew effect in typografie. Deze kunnen ingezet worden als grote titels op bijvoorbeeld voorpagina's van brochure's, banners, flyers en posters.



Voorbeeld: levensgrote signage tegen een muur tijdens een open dag.



(sticker) tape / afzetlint

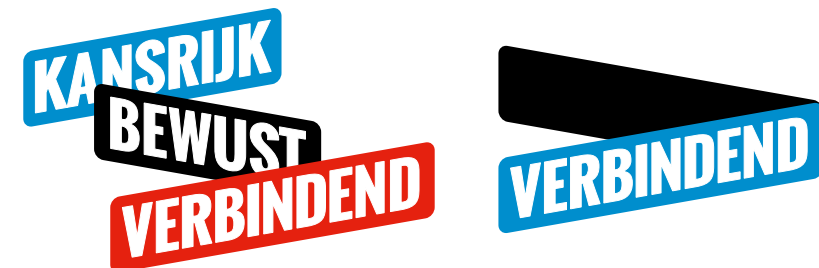
C. DIT IS HOE WE ER UIT ZIEN

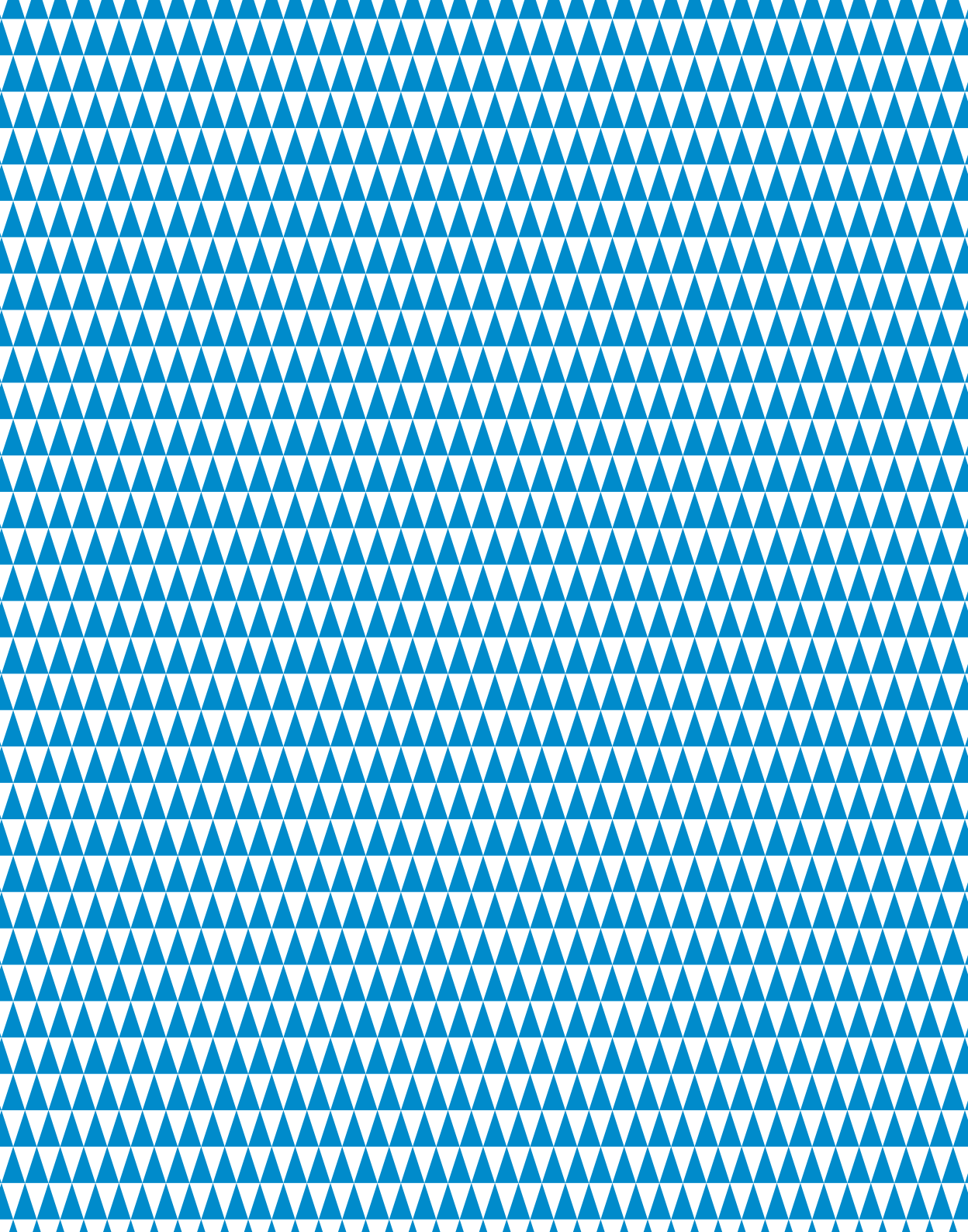
VISUELE IDENTITEIT: DE SKEW

Hieronder lees je hoe je in InDesign de skew toepast.

DE SKEW

- 1 Kies je tekstkader of patroon.
- 2 Zet de Draaiingshoek (Rotation Angle) van het object op 10° of -10°. 
- 3 Zet de X-hoek (Shear X Angle) van van het object op 10° of -10°. 
- 4 Combineer de verschillende hoeken voor een dynamisch effect.





C1. LOGO & LOCKUP

LOGO

Het logo van het Koning Willem I College bestaat uit vier woorden, het Romeinse cijfer 'I' en drie driehoeken. Het logo komt voor in vier verschillende kleuren: zwart, wit, rood en blauw.

HET LOGO

Deze bestaat uit de naam van het college met een kroontje.

HET KROONTJE

Een vast onderdeel van het logo en de lockups. Het bestaat uit drie rode driehoekjes naast elkaar. De driehoekjes vormen samen een kroontje, een W en refereren naar de drie 'swooshes' van het oude logo.

KONING WILLEM I COLLEGE

De schrijfwijze blijft altijd hetzelfde en mag ook qua grootte of zetwijze nooit gewijzigd worden. In alle aangeleverde bestanden zijn de lettertypes omgezet naar lettercontouren.

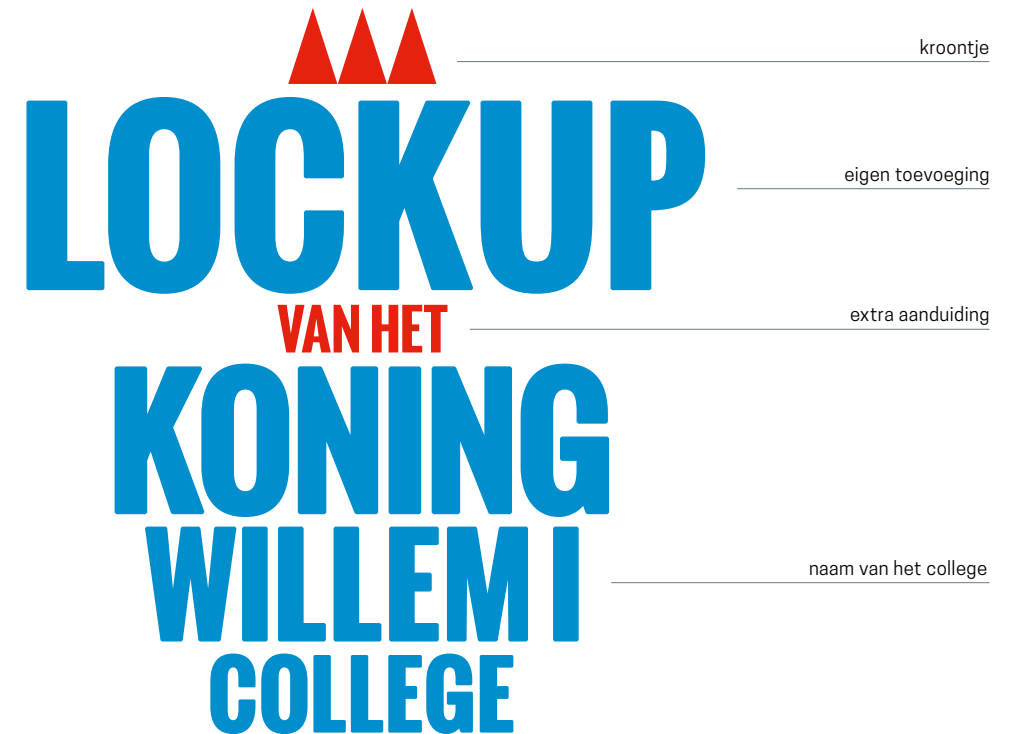


DE LOCKUP

Het logo van Koning Willem I College komt voor in verschillende variaties en combinaties qua tekst, kleur en opbouw. De varianten waaraan tekst wordt toegevoegd, noemen we in dit huisstijlhandboek 'lockups'.

DE LOCKUP

Kort samengevat is een lockup dus het logo in combinatie met extra tekst. Omdat de tekst in de lockup per uiting weer anders kan zijn en er ook andere regels gelden voor kleur- en lettertypegebruik, worden de lockups aangeleverd in InDesign-bestanden. Zo kun je de teksten eenvoudig wijzigen zonder dat de opmaak van de lockup verandert.

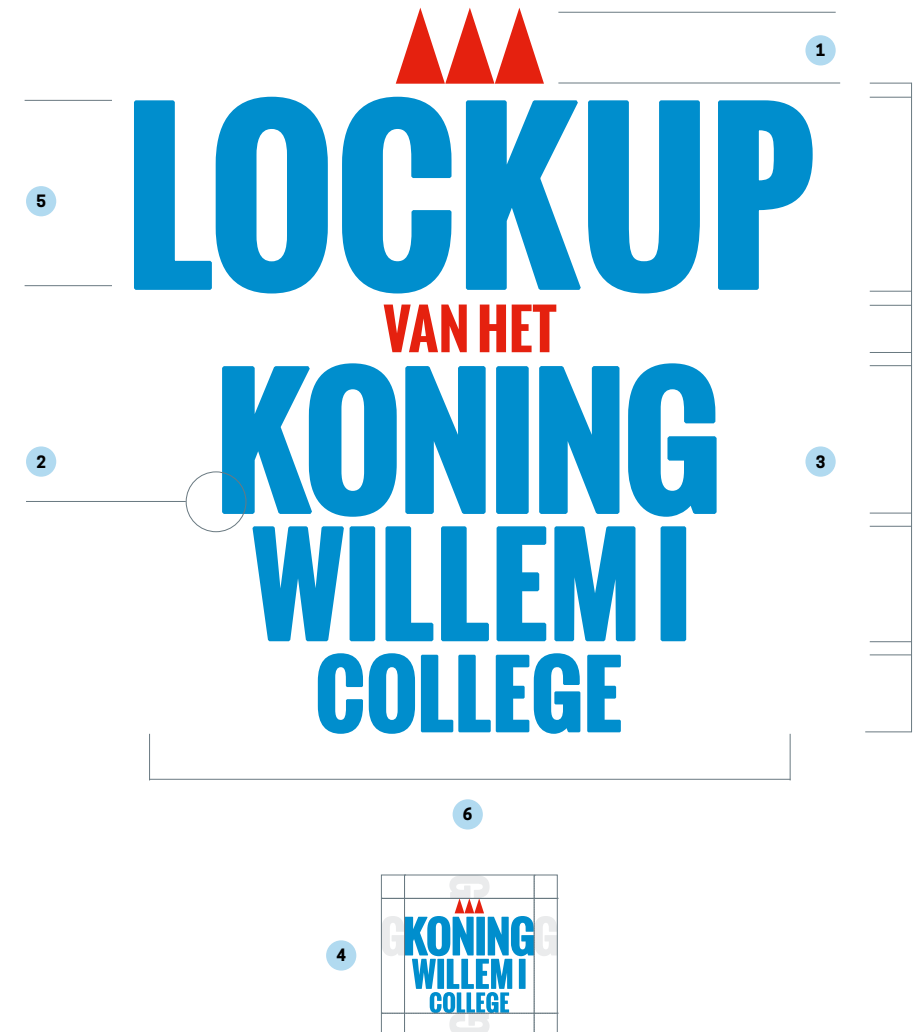


OPBOUW

OPBOUW VAN DE LOCKUP

- 1 Het kroontje, zie pagina 42.
- 2 Afgeronde hoeken tekst, zie pagina 44.
- 3 Ruimte tussen de elementen, zie pagina 46.
- 4 Ruimte rondom het logo en de lockup, zie pagina 47.
- 5 Gebruik van tekst in de lockup, zie pagina 50.
- 6 Gebruik van kleur in het logo en de lockup, zie pagina 56.

LET OP: Maak de lockup niet zelf na. Gebruik de aangeleverde lockups, dan zit je sowieso goed.



HET KROONTJE

1 HET KROONTJE

- Het kroontje is een vast onderdeel.
- De grootte van het kroontje staat vast.
- De afstand van het kroontje tot de kopregel is $\frac{2}{3}$ van de hoogte van het kroontje.
- Het kroontje kan ook, los van de lockup, gebruikt worden als onderdeel van een heading/kopregel, maar alleen als er op dezelfde pagina niet nog een ander kroontje voorkomt (bijvoorbeeld van het logo of de lockup).



In het logo heeft het kroontje dezelfde breedte als de hoogte van het Romeinse cijfer I.



In de lockup heeft het kroontje dezelfde breedte als de hoogte van de letter G.



In de grotere lockup heeft het kroontje dezelfde breedte als de hoogte van de woorden 'Willem I' en 'College' samen.

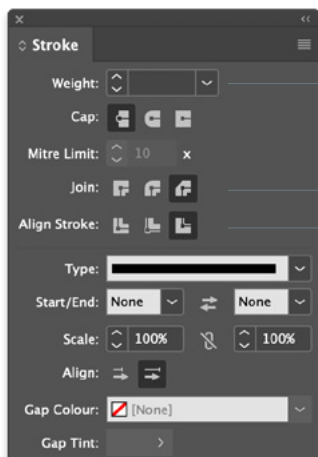
AFGERONDE HOEKEN

2 AFGERONDE HOEKEN

- De naam Koning Willem I College heeft afgeronde hoeken.
- Als er één of twee grote woorden in de lockup staan, hebben ook deze woorden afgeronde hoeken. Deze afgeronde hoeken zijn exact gelijk aan de hoeken van Koning Willem I College.
- Kleinere teksten in de lockup hebben geen aangepaste hoeken.
- De grootte van de hoeken schaaft mee met het vergroten of verkleinen van de lockup. Gebruik hiervoor de templates.
- Ronde hoeken: 7,5% van de corpgrootte.
- Let bij het maken van de lijndikte op onderstaande instellingen.

LET OP: De afgeronde hoeken moeten behouden blijven na het exporteren naar Illustrator of bij het maken van een pdf-bestand.

InDesign venster



lijndikte is afhankelijk van de grootte van het lockup of het logo

gebruik bij 'samenvoeging' deze optie

gebruik bij 'uitlijnen' deze optie



RUIMTE TUSSEN DE ELEMENTEN

3 RUIMTE TUSSEN DE ELEMENTEN

De ruimte tussen de verschillende elementen en de tekst is optisch gelijk. Bijvoorbeeld het woord 'WOORD' vergt een andere optische correctie dan bijvoorbeeld het woord 'MEZEN', omdat die laatste geen ronde lettervormen in het woord heeft.

De witregels tussen de woorden en tussen het logo worden optisch zoveel mogelijk gelijk gesteld. Dat betekent dat de vaste maat van de tussenregel, namelijk de witregel tussen 'Koning' en 'Willem I', soms kan variëren bij het kroontje.



RUIMTE RONDOM HET LOGO EN DE LOCKUP

- 4 Zorg dat het logo of de lockup altijd genoeg witruimte om zich heen heeft. Houd daarvoor de breedte van de letter G aan.



Minimale ruimte rondom de lockup.

TEKST IN DE LOCKUP

GEbruik VAN TEKST IN DE LOCKUP

Er zijn vier mogelijkheden om tekst te gebruiken bij de opbouw van de lockup:

- A** De lockup met één woord (met afgeronde hoeken).
- B** De lockup met twee woorden (met afgeronde hoeken).
In uitzonderlijke gevallen zullen er ook drie of zelfs vier korte woorden passen. Maar in ieder geval nooit meer dan twee regels.
- C** De lockup met een regel tussen het kroontje en Koning Willem I College plus een of meer regels tekst onder Koning Willem I College (deze kleine tekst heeft geen afgeronde hoeken). De lettergrootte van de regels is gelijk. De breedte van de tekst onderaan de lockup is maximaal 135% van het woord KONING.
- D** De lockup met een regel tussen het kroontje en Koning Willem I College (deze kleine tekst heeft geen afgeronde hoeken).

De templates voor deze lockups hebben we aangeleverd in één InDesign-bestand.



TEKST IN DE LOCKUP

▲▲▲
WELKOM
OP HET
KONING
WILLEM I
COLLEGE

▲▲▲
ONTDEK
SKILLS
OP HET
KONING
WILLEM I
COLLEGE

▲▲▲
WORD WAT JE WIL OP HET
KONING
WILLEM I
COLLEGE

▲▲▲
KOM NAAR HET
KONING
WILLEM I
COLLEGE
EN MAAK
'T HELEMAAL

NIET DOEN



Gebruik nooit meer dan twee regels woorden. En liefst niet meer dan twee woorden.



Maak tekst niet groter dan 175% van het woord Koning.



Zorg voor een een gelijkmatige verdeling van de woorden over de regels.



Gebruik niet te veel tekst onder Koning Willem I College.



Maak de breedte van de tekst niet groter dan 135% van het woord Koning.



Zorg altijd dat de kaders van de skew passend zijn aan de tekst.



Maak de tekst onder Koning Willem I College niet te klein. Gebruik de aangeleverde templates.

KLEUR

GEBRUIK VAN KLEUR IN LOGO'S & LOCKUP

Gebruik altijd de kleuren zoals aangeleverd in het kleurenpalet op pagina 112. Zie voor mogelijke kleurcombinaties de volgende pagina.

- A** Kroontje en de subtitel hebben dezelfde kleur.
- B** Kroontje en de subtitel hebben dezelfde kleur, uitgezonderd situaties waarbij de leesbaarheid in gevaar komt, zoals bij digitale uitingen. Dan mag de subtitel aansluiten bij de kleur van de woorden.
- C** De kleur van de regels is gelijk.
- D** De regel en Koning Willem I College hebben dezelfde kleur.
- E** De kleur van het kroontje boven Koning Willem I College kan variëren, maar mag ook dezelfde kleur hebben als de rest van het logo of de lockup.

LET OP: Gebruik niet meer dan drie kleuren in de lockup of het logo en één kleur in de achtergrond.



KLEURVOORBEEDEN



AANGEPASTE VERSIE

LIGGEND

We gebruiken altijd de zetwijze van het logo zoals afgebeeld op de voorgaande pagina's. Is dit echt niet mogelijk, dan kunnen we bij hoge uitzondering gebruikmaken van de liggende versie. Dit komt onder andere voor bij de bedrukking van kleine, smalle zaken zoals pennen. Neem hiervoor altijd contact op met Marketing & Communicatie.



KONING WILLEM I COLLEGE

KLEIN GEBRUIK

Als het logo 10mm of kleiner geplaatst wordt, gebruiken we onderstaande aangepaste versie.



KONING WILLEM I COLLEGE



kleiner dan 10mm

LOGO BEROEPSGROEPEN

ELKE BEROEPSGROEP OF DIENST EEN EIGEN LOGO

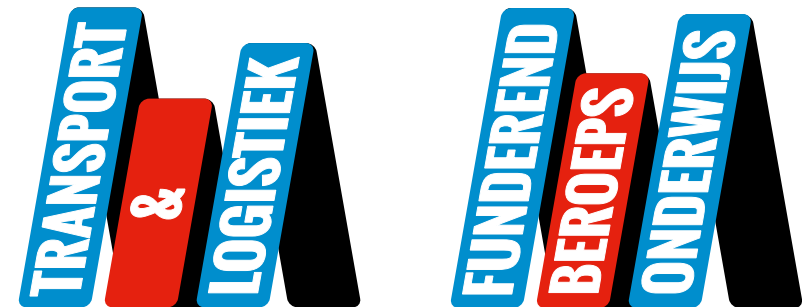
We beschouwen de naam van de beroepsgroep of dienst als een ondertitel en niet als een nieuw logo.

OPBOUW

- De naam van de beroepsgroep of dienst staat in Cooper Hewitt Bold kapitalen, onder het algemene logo.
- De afstand van de onderkant van het logo tot de eerste regel is de hoogte van het kroontje.

BASIS VOOR ANDERE UITINGEN

Deze opmaak kan voor diverse uitingen gebruikt worden. In sommige gevallen kan dat ook met een blauw vlak. Bijvoorbeeld voor het gebruik op social media.



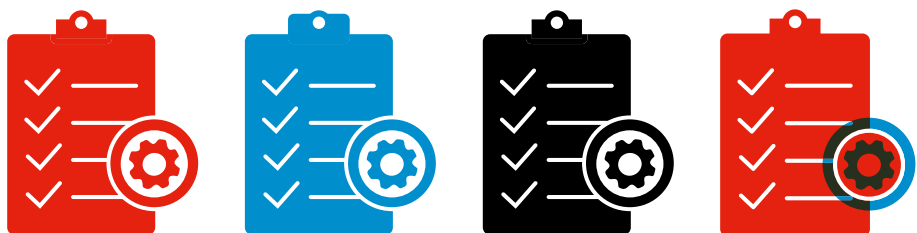
Voorbeeld: levensgrote signage tegen een muur tijdens een open dag.

INTERESSEGEBIEDEN ICONEN

ICONEN

Voor de verschillende nieuwe interessegebieden is een set iconen ontwikkeld die op de website of in brochures en flyers gebruikt kunnen worden.

De iconen kunnen in **rood**, **blauw**, **zwart** of **duotoon** worden gebruikt.



Hiernaast vind je een overzicht van de interessegebieden en hun iconen.

NIEUWE ICONEN

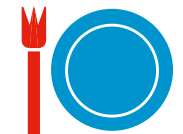
Kleuren, lijndiktes en basisvormen kunnen makkelijk hergebruikt worden om nieuwe iconen te maken. Gebruik daarom altijd de aangeleverd open bestanden als vertrekpunt.



Bouwen, Wonen & Interieur



Handel, Verkoop & Commercie



Horeca



Creatief



Media, ICT & Design



Marketing & Communicatie



Orde & Veiligheid



Techniek & Laboratorium



Transport & Logistiek



Toerisme & Recreatie



Uiterlijke verzorging



Zakelijke dienstverlening



Zorg, Welzijn & Sport



Vavo



Kinderopvang & Onderwijs



C2. CAMPAGNE- STIJL

LOGOVARIATIES

CAMPAGNE LOCKUPS

Voor de campagne 'Koning Willem I Maakt Trots', hebben we een aantal lockups gemaakt die we gebruiken in verschillende uitingen.

1 MET TROTS MOGELIJK GEMAAKT DOOR

Deze lockup gebruiken we op plekken waar werk te zien is van onze (oud-) studenten of medewerkers. Bijvoorbeeld in een filmpje waarin we een student zien die wat aan het maken is. Of als sticker op een eindproduct.

2 MAAKT TROTS

Deze lockup is wat algemener en kunnen we ook los gebruiken. Bijvoorbeeld op vlaggen of boven de ingang van het gebouw.

3 KOM HIER EN MAAK 'T

Deze lockup is altijd te zien in combinatie met een beeld van iemand die een handeling uitvoert en gebruiken we als we potentiële studenten aan willen spreken, bijvoorbeeld op uitnodigingen voor open dagen.

4 OPEN DAG LOCKUP

Deze lockup is exclusief voor alle communicatie rondom de open dag. We gebruiken een combinatie van de lockup met twee woorden in skewed banners.

5 KONING IN...-TAG

Zie volgende pagina.

Alle lockups zijn als aangeleverd als templates, zodat je ze makkelijk kunt verwerken in je middelen.

1

▲▲▲
MET TROTS
MOGELIJK GEMAAKT DOOR
**KONING
WILLEM I
COLLEGE**

2

▲▲
**KONING
WILLEM I
COLLEGE**
MAAKT TROTS

3

**KOM HIER
EN MAAK 'T**

5

▲▲▲
**OPEN
DAG**
OP HET
**KONING
WILLEM I
COLLEGE**

4

**KONING IN
LADEN & LOSSEN**

KONING IN...-TAG: OPBOUW

Wanneer we studenten of medewerkers in beeld brengen, maken we gebruik van een specifieke tag. Een tag waarmee we vertellen welke jaloersmakende skill(s) de geportretteerden hebben en hoe goed ze erin zijn. Namelijk:



En dan vervangen we het woord 'SKILL' voor een specifieke skill waar de getoonde Koning Willem I College student of medewerker in uitblinkt, zoals bijvoorbeeld METSELEN of ELEKTRA AANLEGGEN.

Omdat de tekst in deze tag per uiting verschilt, leveren we het aan als InDesign-bestand, zodat je de tekst zelf gemakkelijk kunt aanpassen.

GRAFISCHE OPZET

- 1 Vervang (SKILL) voor een specifieke skill.
- 2 Het liefst op één regel.
- 3 Zet de Draaiingshoek (Rotation Angle) van beide tekstkaders op 10°. 
- 4 Zet de X-hoek (Shear X Angle) van beide tekstkaders ook op 10°. 
- 5 De ruimte tussen de tekst en het kader wordt bepaald door 1.5x de breedte van de 'i'. Gebruik voor het gemak de aangeleverde voorbeeldbestanden.
- 6 De ruimte tussen de 'Koning in' en de skill wordt ook bepaald door 1.5x de breedte van de 'i'. Gebruik voor het gemak de aangeleverde voorbeeldbestanden.

1

**KONING IN
(SKILL)**

2

**KONING IN
LADEN & LOSSEN**

3

**KONING IN
LADEN & LOSSEN**

4

**KONING IN
LADEN & LOSSEN**

5

6

**KONING IN
LADEN & LOSSEN**

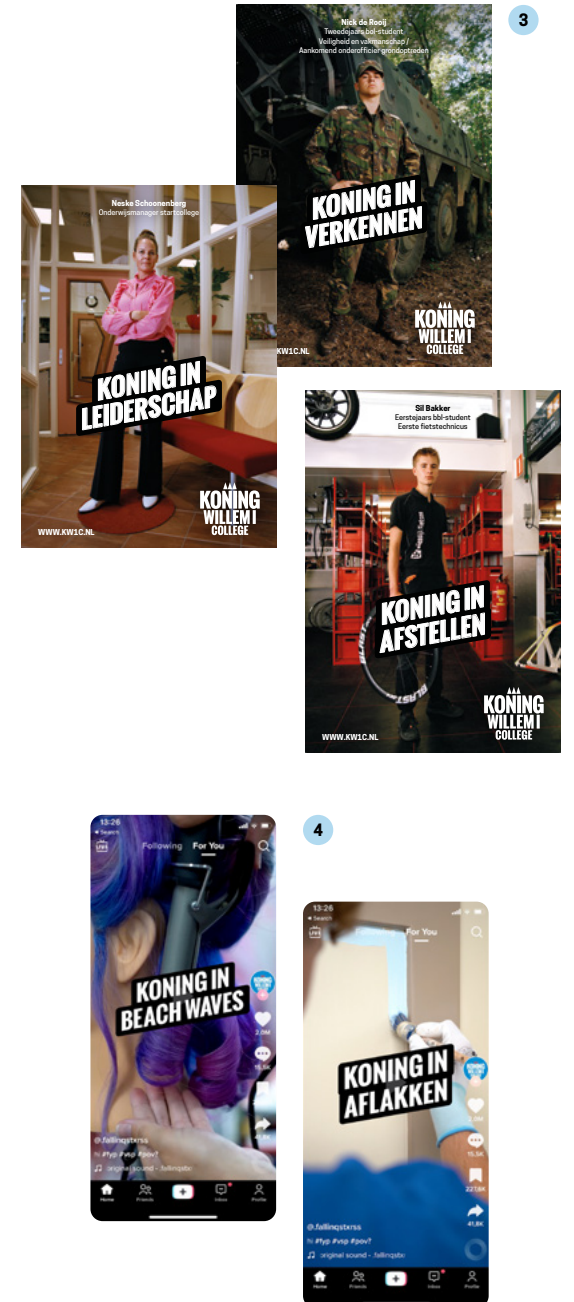
KONING TAG: TOEPASSING

De 'KONING IN ...'-tag wordt altijd weergegeven in combinatie met beeld waarop we een KWIC-student of medewerker zien. Naast de tag en de afbeelding of video, voegen we ook de opleiding toe die hoort bij de skill, zodat je weet waar je die skill kan leren. Verder zien we altijd het logo van het Koning Willem I College onderin het beeld, of in het geval van een video in het eindscherm.

KLEURGEBRUIK

De tag wordt, net zoals in de andere campagne-uitingen, altijd in zwart-wit gebruikt. De voorkeur gaat uit naar een zwarte achtergrond met witte tekst, maar als de foto of video te donker is en de zwarte achtergrond van de tag wegvalt (zoals in het Open Dag voorbeeld ¹ hieronder), dan mag je de kleuren omdraaien en wordt de achtergrond van de tag wit en de tekst zwart.

- ¹ Wit-zwart tag voorbeeld
- ² Banieren
- ³ Posters (geproduceerd in A2, A1, A0 en Abri)
- ⁴ Social videos



CAMPAGNE- FOTOGRAFIE

De trots die we willen uitstralen op onze studenten, medewerkers en op Koning Willem I College laten we zien door middel van krachtige, rauwe beelden waarin de geportretteerden (letterlijk) centraal staan en we ze in de spotlights zetten. De geportretteerden stralen op hun beurt óók uit dat ze trots zijn. Dus: vol zelfvertrouwen, in de camera kijkend, kin omhoog.

We maakten campagnebeelden die we gedurende het jaar achter elkaar kunnen uitzetten en daarna eventueel ook kunnen herhalen. Naast studenten hebben we ook een aantal medewerkers gefotografeerd. Op deze manier kunnen we de fotografie voor zowel studenten- als medewerkerswerving inzetten.

FOCUS

We brengen studenten en medewerkers in beeld in combinatie met een referentie naar de specifieke opleiding waaraan ze gelieerd zijn.

TROTS

We zetten de geportretteerden in hun kracht.

ECHTE MENSEN

We maken nooit gebruik van modellen, maar altijd van echte studenten of medewerkers.

DIVERS

We willen een uiteenlopende verzameling van studenten, zowel in geslacht als achtergrond en uiterlijk. Maar ook in opleiding en leerjaar.



CAMPAGNE-FOTOGRAFIE

Op de volgende pagina's zie je de campagnebeelden met de naam, titel en de gekozen KONING IN...-tag.

Als de beelden intern gebruikt worden voegen we altijd de naam en de titel toe, om het persoonlijk en dichtbij te houden. Als de beelden extern gebruikt worden dan is de KONING IN...-tag voldoende om te vermelden.

De tags zijn zorgvuldig gekozen en zullen in de toekomst met nieuwe fotografie opnieuw worden bedacht. Enkele aandachtspunten daarbij zijn:

- 1 Wees prikkelend en kies een woord dat vragen oproept.
- 2 Kies een woord iets specialistisch in zich heeft zodat potentiële studenten die interesse hebben in een vakgebied de term herkennen.
- 3 Probeer met de tag een handeling te omschrijven.



Mieke Kooloos
Docent Interieur
KONING IN STIJLADVIES



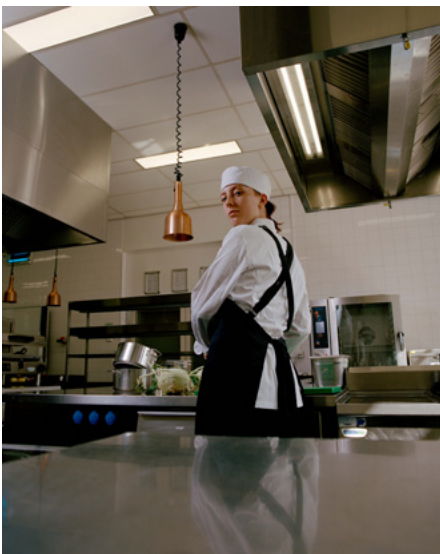
Sergen Atar
Docent Sport, Bewegen en Gezondheid
KONING IN TEAMBUILDING



Dennis Bok
Docent Burgerschap
KONING IN TALENTONTWIKKELING



Neske Schoonenberg
Onderwijsmanager
KONING IN LEIDERSCHAP



Frieda Vinck
Eerstejaars bol-student
Zelfstandig werkend kok
KONING IN BLANCHEREN



Sil Bakker
Tweedejaars bol-student
Fietstechnicus
KONING IN AFSTELLEN



Stijn van den Bosch
Eerstejaars bol-student
AV-specialist/ Filmmaker
KONING IN SAMENWERKEN



Trishna Ramsoedit
Derdejaars bol-student
Applicatie- en mediaontwikkelaar
KONING IN PROGAMMEREN



Nathan in 't Veld
Tweedejaars bbl-student
Allround meubelmaker / (scheeps)interieurbouwer
KONING IN VERSTEK ZAGEN



Nick de Rooij
Tweedejaars bol-student
Veiligheid en vakmanschap/
Aankomend onderofficier grondoptreden
KONING IN VERKENNEN



Cynthia le Coq
Tweedejaars bol-student
Verzorgende-IG
KONING IN INLEVEN



Thomas Ybema
Tweedejaars LLO-student
Retail management
KONING IN DOORONTWIKKELEN



Sam van de Rijt
Tweedejaars bol-student
Opleiding Medewerker evenementenorganisatie
KONING IN ORGANISEREN



Julia Verkleij
Tweedejaars bol-student
Opleiding Technicus engineering / Future engineer
KONING IN LASSEN



Milou Beij
Tweedejaars bol-student
Fashion designer mhbo
KONING IN MOULEREN



C3. TYPO- GRAFIE

LETTERTYPE DRUKWERK

Voor drukwerk gebruiken we altijd **Cooper Hewitt**. Dit is het basislettertype. Er zijn ook aanvullende lettertypes. Op de volgende pagina lees je daar meer over.

1 ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 1234567890&*%!
 ?#[]{}()€+“”‘’.,;:

COOPER HEWITT BOOK

 ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 1234567890&*%!
 ?#[]{}()€+“”‘’.,;:

COOPER HEWITT BOOK ITALIC

2 ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 1234567890&*%!
 ?#[]{}()€+“”‘’.,;:

COOPER HEWITT MEDIUM

 ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 1234567890&*%!
 ?#[]{}()€+“”‘’.,;:

COOPER HEWITT MEDIUM ITALIC

3 ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 1234567890&*%!
 ?#[]{}()€+“”‘’.,;:

COOPER HEWITT BOLD

 ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 1234567890&*%!
 ?#[]{}()€+“”‘’.,;:

COOPER HEWITT BOLD ITALIC

GEBRUIK VAN COOPER HEWITT

- 1 Book: donkere tekst op lichte achtergrond.
- 2 Medium: lichte tekst op donkere achtergrond.
- 3 Bold: om te accentueren.

INTERLINIE LOPENDE TEKST

- 4 Bij drukwerk gaan we uit van corps 10 met een interlinie van 13 punten. Mocht het corps kleiner of groter gebruikt worden, dan loopt de interlinie mee met de grootte van het corps.

LETTERSPATIËRING

- 5 We gebruiken een metrische spatiëring, met een reeksspatiëring van 0.

OPLEIDING TOT PROFESSIONAL 3

Et ex eaquost remaio ernam facea volupta tionseque si
quati duscus volor accatentius. Oribust ad quis aute
laut offic te modignim quatem orpo sam, acearum 2

4

5

OPLEIDING TOT PROFESSIONAL 3

Et ex eaquost remaio ernam facea volupta tionseque si
quati duscus volor accatentius. Oribust ad quis aute
laut offic te modignim quatem orpo sam, acearum 1

4

LETTERTYPE LOCKUP

Voor de lockup gebruiken we het lettertype **OSWALD BOLD**. We gebruiken alleen de kapitalen (hoofdletters) van dit lettertype.

Wanneer we grote teksten op bijvoorbeeld een poster, kan het lettertype Oswald ook worden gebruikt. Dit gaat wel echt om grote, posterachtige teksten/leuzen/korte zinnen, waar het logo in de buurt van de tekst staat. Dus niet voor kopregels in boekjes, brieven of op de website.

A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & * % !
? # [] { } () € + " ' " ' . , ; :

OSWALD BOLD

- 1 De letterspatiëring van de te wijzigen tekst mag aangepast worden als de letters optisch te dicht op elkaar komen te staan. Controleer altijd de spatiëring. Mochten er cijfers in de lockup staan, wees dan extra voorzichtig, vooral met de 0 en de 1.
- 2 De interlinie is 97% van de corpgrootte.
- 3 Gebruik niet meer dan twee woorden in de lockup. In zeldzame gevallen drie of vier korte woordjes.

Oswald in de lockup (maximaal twee woorden)

Oswald als kop (in een zinnetje)



LETTERTYPE DIGITAAL

Gebruik het vervangende lettertype Arial alleen wanneer Cooper Hewitt niet gebruikt kan worden, voor digitale publicaties zoals e-mail en voor Office-toepassingen zoals Word (zakelijke brieven) of Powerpoint.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890&*%!
?#[]{}()€+“”‘’.,;:

ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890&*%!
?#[]{}()€+“”‘’.,;:

ARIAL BOLD

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890&%!*
?#[]{}()€+“”‘’.,;:

ARIAL REGULAR ITALIC

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890&*%!
?#[]{}()€+“”‘’.,;:

ARIAL BOLD ITALIC

LETTERTYPE WEBSITE

Voor de website gebruiken we het lettertype Sintony.

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890&*%!
?#[]{}()€+“”‘’.,;:

SINTONY REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890&*%!
?#[]{}()€+“”‘’.,;:

SINTONY BOLD

NIET DOEN



Gebruik nooit andere lettertypes dan die we genoemd hebben op voorgaande pagina's.



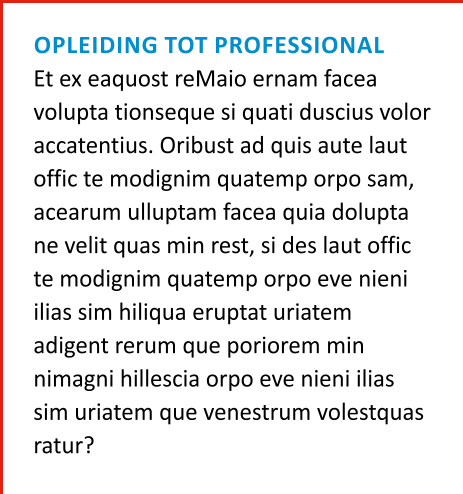
De letterspatiëring niet onnodig of zichtbaar aanpassen.



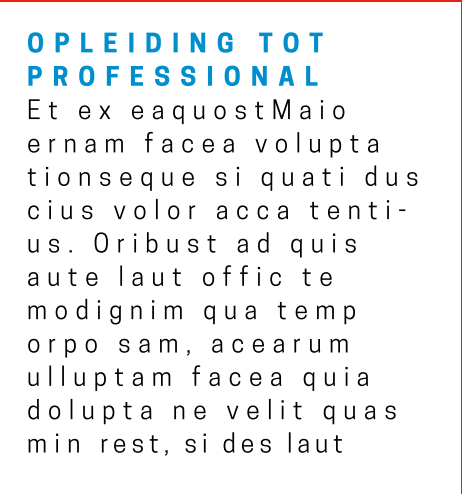
Schaal de tekst nooit horizontaal of verticaal.



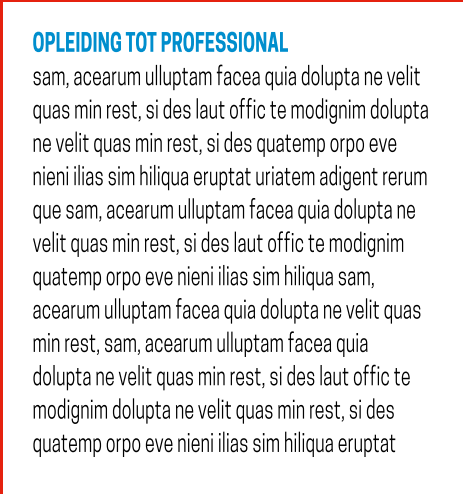
Houd de interlinie aan conform de aangeleverde lockup bestanden en zoals beschreven op de vorige pagina.



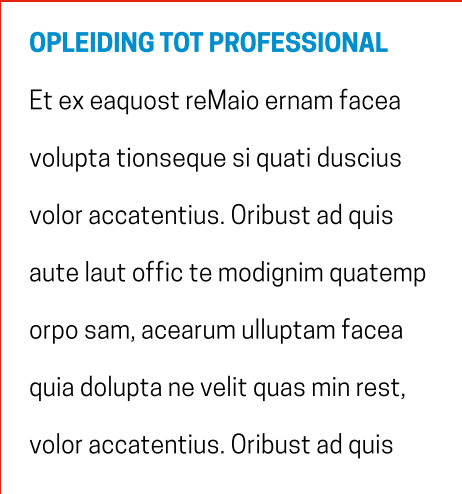
Gebruik nooit andere lettertypes dan die we genoemd hebben op voorgaande pagina's.



De letterspatiëring niet onnodig of zichtbaar aanpassen.



Schaal de tekst nooit horizontaal of verticaal.



Houd de interlinie aan conform de aangeleverde lockup bestanden en zoals beschreven op de vorige pagina's.

REGELS

STANDAARDGEBRUIK TEKST EN KLEUR

Voor de leesbaarheid gebruiken we bij langere teksten het liefst zwarte letters op een lichte achtergrond. Wanneer het om kortere teksten gaat, zoals in een advertentie of poster, kan ook witte tekst op een donkere of blauwe achtergrond worden gebruikt. Bij zo'n achtergrond geven we de voorkeur aan een iets dikkere variant van het lettertype (Cooper Hewitt Medium).

We letten er ook op dat de corpgrootte minimaal 8 punten is.

In drukwerk gebruiken we **zo min mogelijk RODE tekst**, omdat die alarmerend overkomt.

Op de website gebruiken we soms wel rode tekst, maar enkel op witte achtergrond.

Voor tussenkoppen in drukwerk geldt bijna altijd: Cooper Hewitt Bold of Semibold in kapitalen **HEMELSBLAUW**.

linkslijnd / met afbrekingen

Cooper Hewitt Book

corps 10 pt / interlinie 13 pt (= 130%)

EEN KLEINE KOP

Essitatuque dolupta tiorpor ratur
autem est poruptas volupta volorem
ditatur? Umquiant occum cum
atibea nonsequ iandit aut liquass
itiscienda voles evero officia sitatur
autem id que et mo que omnihil
molenditi blaborporum iduciis esciis
enihite vololib usantem expere
coraero te nusa acest.

KLEINE TEKST

linkslijnd / met afbrekingen

Cooper Hewitt Book

corps 8 pt / interlinie 10,4 pt (= 130%)

EEN KLEINE KOP

Essitatuque dolupta tiorpor ratur
autem est poruptas volupta volorem
ditatur? Umquiant occum cum
atibea nonsequ iandit aut liquass
itiscienda voles evero officia
sitatur autem id que et mo que
omnihil molenditi blaborporum
iduciis esciis enihite vololib
usantem expere coraero te nusa
acest.

linkslijnd / met afbrekingen

Cooper Hewitt Medium

corps 10 pt / interlinie 13 pt (= 130%)

EEN KLEINE KOP

Essitatuque dolupta tiorpor ratur
autem est poruptas volupta
volorem ditatur? Umquiant oc-
cum cum atibea nonsequ iandit
aut liquass itiscienda voles
evero officia sitatur autem id
que et mo que omnihil molen-
diti blaborporum iduciis esciis
enihite vololib usantem expere
coraero te nusa acest.

linkslijnd / met afbrekingen

Cooper Hewitt Medium

corps 8 pt / interlinie 10,4 pt (= 130%)

EEN KLEINE KOP

Essitatuque dolupta tiorpor ratur
autem est poruptas volupta
volorem ditatur? Umquiant
occum cum atibea nonsequ
iandit aut liquass itiscienda
voles evero officia sitatur
autem id que et mo que
omnihil molenditi blaborporum
iduciis esciis enihite vololib
usantem expere coraero te nusa
acest.

**GEBRUIK HET
LETTERTYPE
OSWALD
NOOIT IN
onderkast**

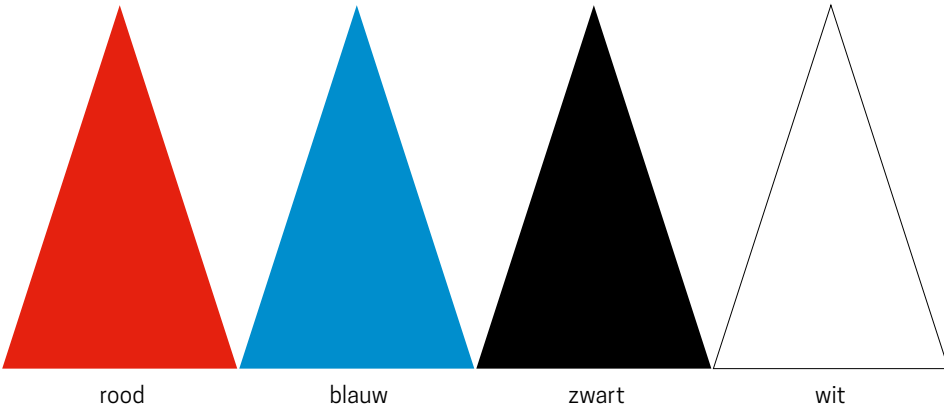
**ZET ALLES GEWOON IN KAPITALEN
(EN GEBRUIK DE OSWALD ALLEEN IN
COMBINATIE MET DE LOCKUP)**



**C4.
KLEUR**

BASISKLEUREN

Kleur is een belangrijk element in alle huisstijltoepassingen. Blauw en rood zijn de leidende kleuren. Deze gebruiken we om een consistente identiteit te creëren. Check altijd bij de drukker in hoeverre de kleur overeenkomt met de pantonekleur. Verschillende ondergronden zorgen voor verschillende kleurresultaten. Kies daarom indien nodig voor een andere, beter passende kleurcode.

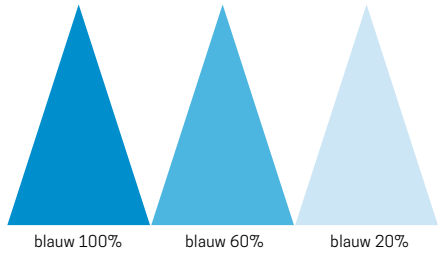


	CMYK	Pantone	RGB	HEX	WEBSAFE	RAL
▲	0/94/100/0	1788C 1788U	239/43/45	#ef2b2d	#ff3333	3020 verkeersrood
▲	100/10/0/10	Proces Blue C Proces Blue U	0/133/202	#0085ca	#0099cc	5015 hemelsblauw
▲	0/0/0/100	-	0/0/0	#000000	#000000	9005 gitzwart
△	0/0/0/0	-	255/255/255	#ffffff	#ffffff	9010 zuiverwit

SECUNDAIRE EN CAMPAGNE KLEUREN

WEBSITE

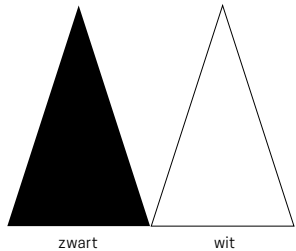
De kleur blauw mag voor de website ook in onderstaande percentages gebruikt worden. We gebruiken de onderstaande kleurwaarden.



	RGB	HEX	WEBSAFE
▲	0/133/202	#0085ca	#0099cc
▲	102/182/223	#66b6df	#66cccc
▲	204/231/244	#cce7f4	#ccffff

CAMPAGNE KLEUREN

Voor de campagne-uitingen gebruiken we uitsluitend zwart en wit in combinatie met beeldvullend beeld (foto of video).



NIET DOEN



Gebruik geen percentage van de kleuren.



Gebruik geen andere kleuren dan aangegeven in het kleurenpalet.



Zorg voor voldoende contrast bij kleur in foto's of een kleurvlak.

OPLEIDING TOT PROFESSIONAL

Et ex eaquost reMaio ernam facea volupta tionseque si quati duscus volor accatentius. Oribust ad quis aute laut offic te modignim quatem orpo volupta tionseque si quati duscus volor accatentius. Oribust ad quis aute laut offic te modignim quatem. Sam, acearum ulluptam facea quia dolupta ne velit quas min rest, si des laut offic te modignim quatem orpo eve nieni ilias sim hiliqua eruptat uriatem



Gebruik niet meer dan drie kleuren uit het palet. Wit telt ook mee als kleur.

OPLEIDING TOT PROFESSIONAL

Et ex eaquost reMaio ernam facea volupta tionseque si quati duscus volor accatentius. Oribust ad quis aute laut offic te modignim quatem orpo ccatentius. Oribust. Sam, acearum ulluptam facea quia dolupta ne velit quas min rest, si des laut offic te modignim quatem orpo eve nieni ilias sim hiliqua eruptat uriatem adigent rerum que porio rem min nimagni hillescia venestrum te modignim quatem orpo eve nieni

Maak geen bonte verzameling van de kleuren.



Gebruik het patroon niet als achtergrond bij het logo of een tekst.



Gebruik in digitale uitingen nooit rode tekst op een blauwe achtergrond.

PATROON

Het patroon is een grafisch element dat als visuele opvulling op unieke gevallen ingezet kan worden. Bijvoorbeeld voor de binnenkant van een omslag, als visual voor een hoofdstukaanduiding of als het onderwerp zich niet leent voor fotografie. Denk hierbij aan formele documenten of andere interne communicatie.

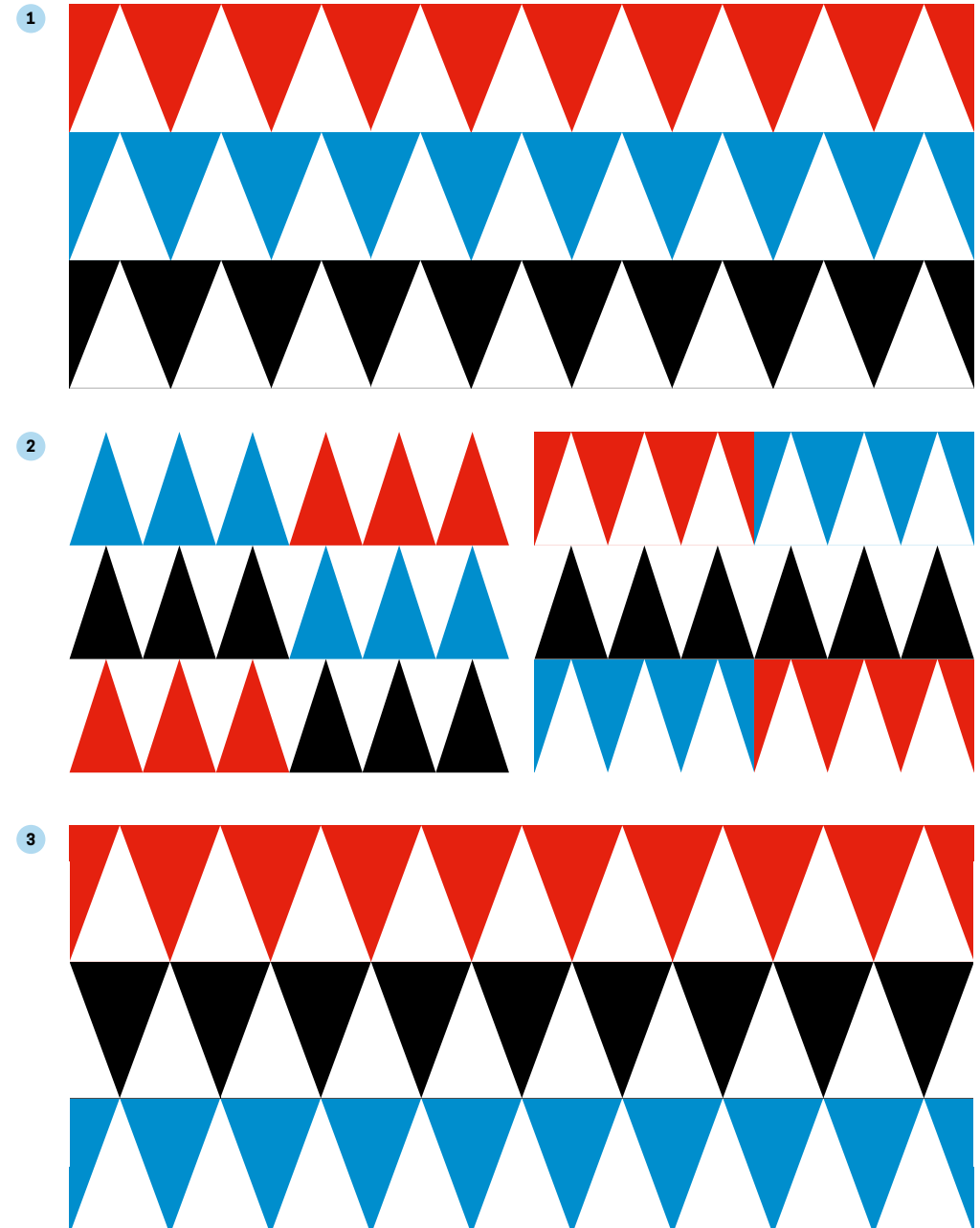
De aangeleverde templates kunnen in 't geheel of in delen gebruikt worden. In dit huisstijlhandboek en de gemaakte uitingen zijn enkele voorbeelden te zien van hoe ze ingezet kunnen worden. We nodigen je uit om de patronen, net als de skew in de typografie, op unieke en speelse manieren in te zetten.

Enkele voorwaarden zijn dat de verhoudingen van de patronen gelijk moeten blijven en, omdat ze een illustratieve functie hebben, plaatsen we tekst en beeld nooit direct op het patroon.

VISUELE OPBOUW

Het patroon is een grafische referentie naar het kroontje en kan visueel dynamisch opgezet worden. In basis is het patroon altijd opgebouwd uit de drie 'tanden' in drie hoofdkleuren: blauw, zwart en rood.

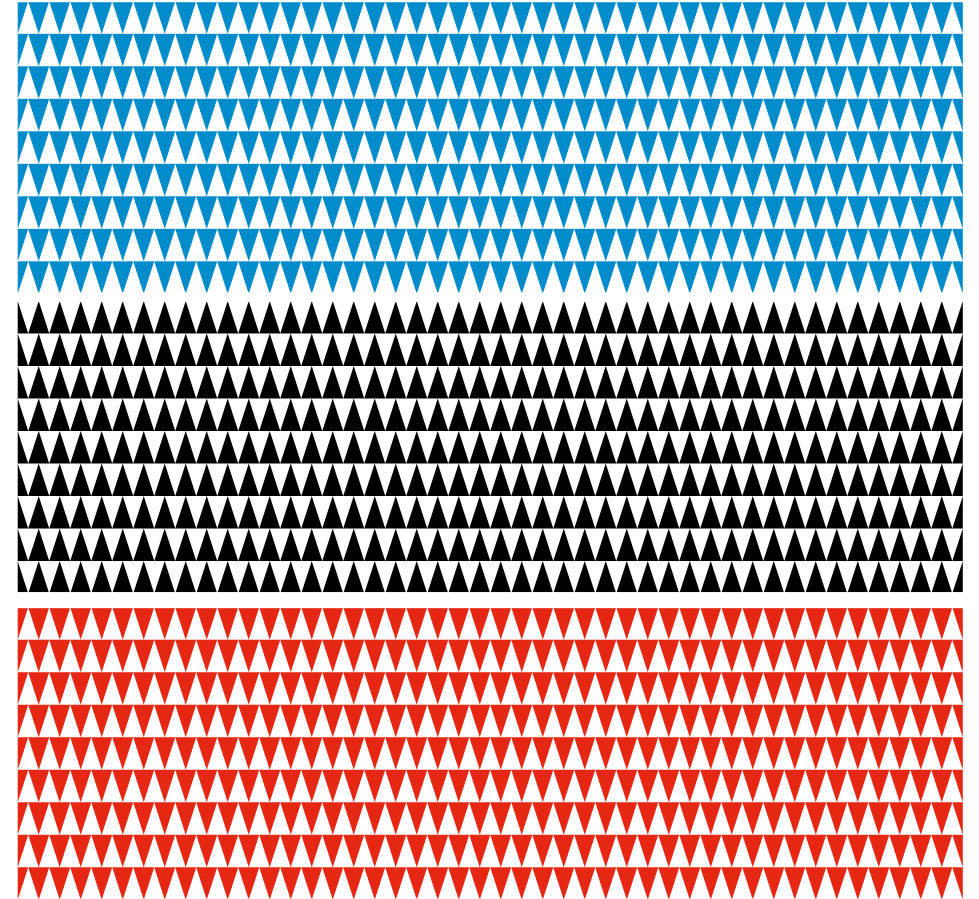
- 1 BASIS OPBOUW
- 2 DIAPOSITIEF EN ZIG-ZAG OPBOUW
- 3 OM EN OM OPBOUW



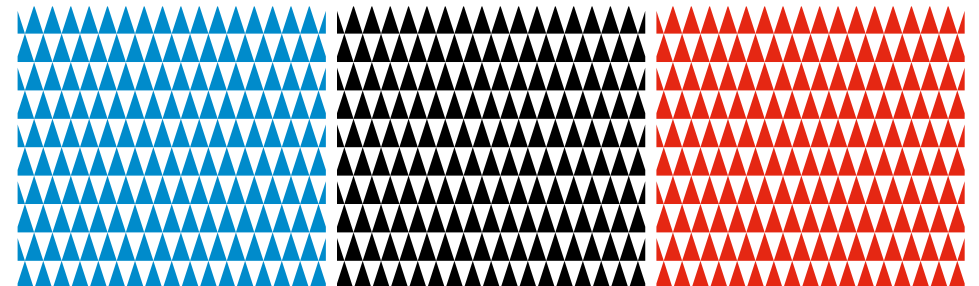
PATROON

ALTERNATIEVE, SIMPELE OPBOUW

De hiernaast getoonde alternatieve opbouw kan worden ingezet als de eerder getoonde patronen te aanwezig worden in het ontwerp. Zo kan het bijvoorbeeld een groot beeld of kleurvlak afwisselen. Zo worden ze in dit huisstijlhandboek op sommige titelpagina's gebruikt.



OM EN OM





C5. BEELD



Typografie is een dominant element in de huisstijl maar wordt vooral toegepast in combinatie met beeld. We hebben sterke campagnebeelden aangeleverd. Een beeldbank met secundaire fotografie die daar op aansluit en een serie sfeerfoto's.

In aanvulling op de beeldbank maken we gebruik van reportagefoto's. Dat zijn foto's gemaakt tijdens evenementen, sfeerbeelden van verschillende delen van de school, etcetera. In deze beelden focussen we op de jaloersmakende vaardigheden van onze studenten en medewerkers en staan dus de handelingen centraal.

Belangrijk is dat de beelden uit de beeldbank altijd primair worden ingezet. De sfeerfoto's en de reportageachtige foto's zijn ondersteunend en worden ingezet bij algemenere uitingen waar ze versterkend werken doordat ze de tekst ondersteunen of verslag leggen.

SECUNDAIRE FOTOGRAFIE

De beelden rechts zijn een selectie foto's uit de beeldbank. De regel is: gebruik deze beelden zo veel en zo vaak mogelijk. Probeer een beeld te kiezen dat past bij het onderwerp waarvoor je iets aan het maken bent. Maar wees ook niet bang ze te gebruiken als het onderwerp niet per se bij een beeld past. Elk beeld draagt immers bij aan het experimentele gevoel dat we willen uitdragen.

De beelden zijn zo veel mogelijk uit POV (point-of-view) perspectief geschoten, zodat je het idee krijgt onderdeel te zijn van de handelingen en jaloersmakende skills die studenten leren op het Koinng Willem I College.

Om te zorgen dat de secundaire fotografie niet 'geposeerd' is en het gaat om het vastleggen van een realistische situatie, is het belangrijk om het volgende in acht te nemen:

FOCUS

We brengen vaardigheden van studenten en medewerkers in beeld, dus de focus ligt op de handeling of op het eindresultaat.

CASUAL

De foto's zijn 'casual', dus niet geposeerd.

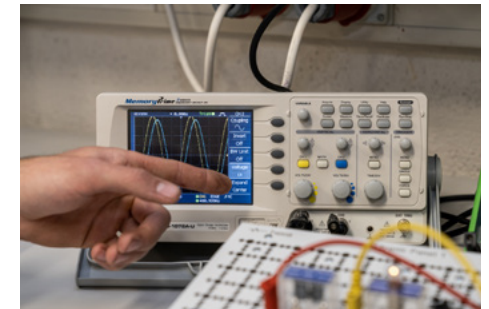
GELOOFWAARDIG

Geloofwaardige foto's, niet iedereen hoeft te lachen. En we gebruiken natuurlijk ook geen stockfoto's.

TOEGEVOEGDE WAARDE

De foto moet iets toevoegen. Als we studenten zien, dan moet het niet gaan om de studenten, maar om wat ze aan het doen zijn. Dus actief in een bepaalde setting.

LET OP: zorg dat je toestemming hebt van de personen die je in beeld brengt bij publicaties.



SFEERFOTOGRAFIE

De sfeerfotografie is ondersteunend en wijkt af van het concept waarbij we vaardigheden in beeld brengen. Met deze beelden geven we een beeld van de sfeer op KWIC. Het zorgt voor wat diversiteit in jullie visuele uitingen en biedt daardoor flexibiliteit. Jullie zijn vrij om deze beelden in te zetten naar eigen inzicht maar nooit in combinatie met de campagne-tag.



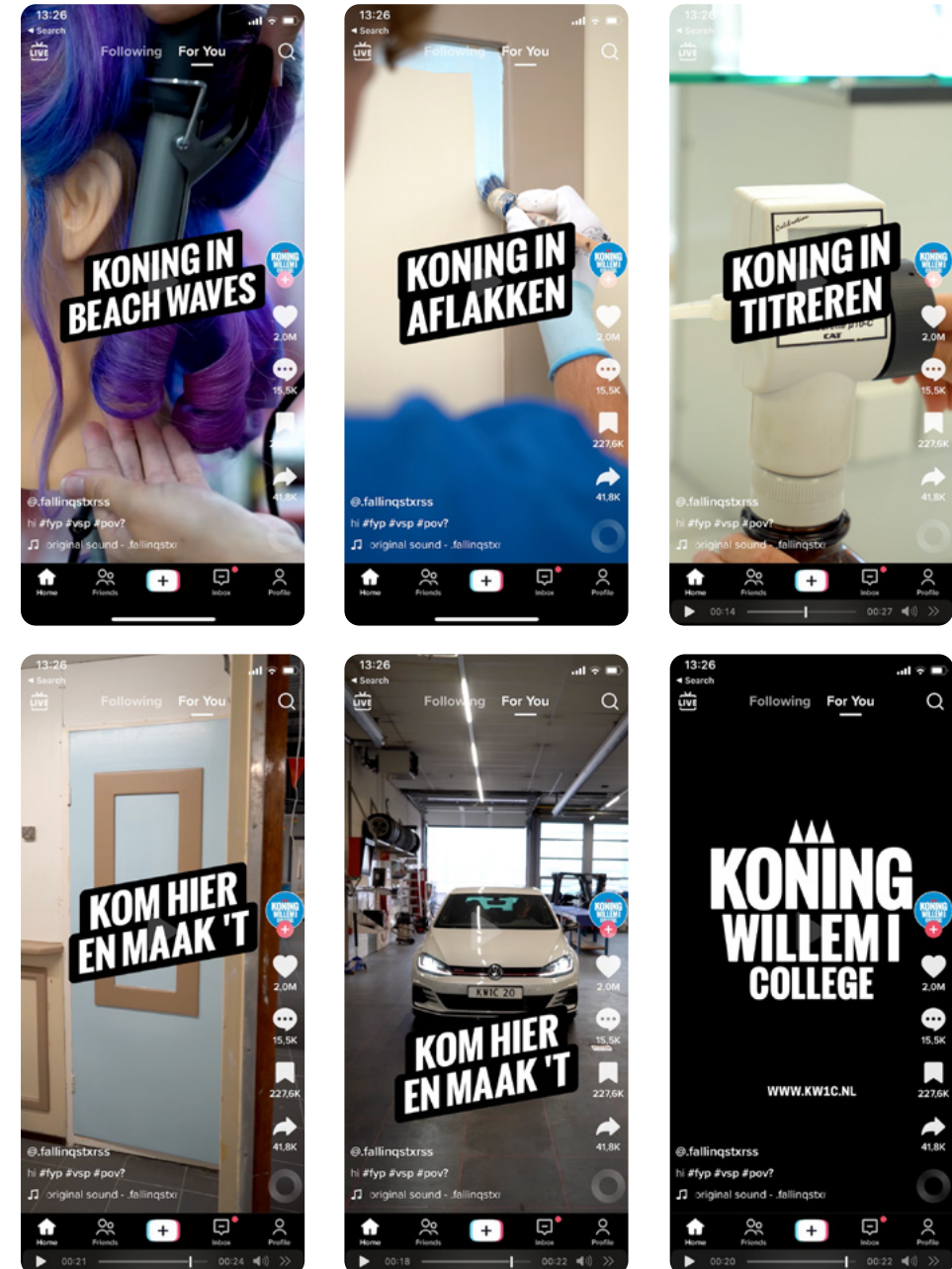
C.5.4 BEELD

VIDEO

De campagnevideo's zijn het centrale middel om de nieuwe communicatie te introduceren. Hierin wordt ingezoomd op handelingen en jaloersmakende vaardigheden die studenten leren op het Koning Willem I College. De beelden zijn zoveel mogelijk vanuit POV-stijl (point-of-view) gefilmd. Ze refereren hiermee naar de populaire YouTube Shorts en TikTok videos waar de filmer de kijker vanuit zijn of haar perspectief meeneemt in een bijvoorbeeld een (schoon)maak proces.

De eerste 10 video's zijn door Vandejong en Buutvrij geproduceerd in samenwerking met studenten. Vervolgens is het de bedoeling dat studenten zelf aan de slag gaan om meer filmpjes te maken en deze uit te breiden in samenwerking met de communicatieafdeling.

We leveren verschillende grafische lagen en een beknopte briefing aan zodat het format goed voortgezet kan worden.



NIET DOEN



Geen groepsfoto's met mensen die alleen maar poseren.



Gebruik zo min mogelijk passieve beelden.



Maak geen uitsneden van de beeldbankfoto's die onduidelijkheid veroorzaken.



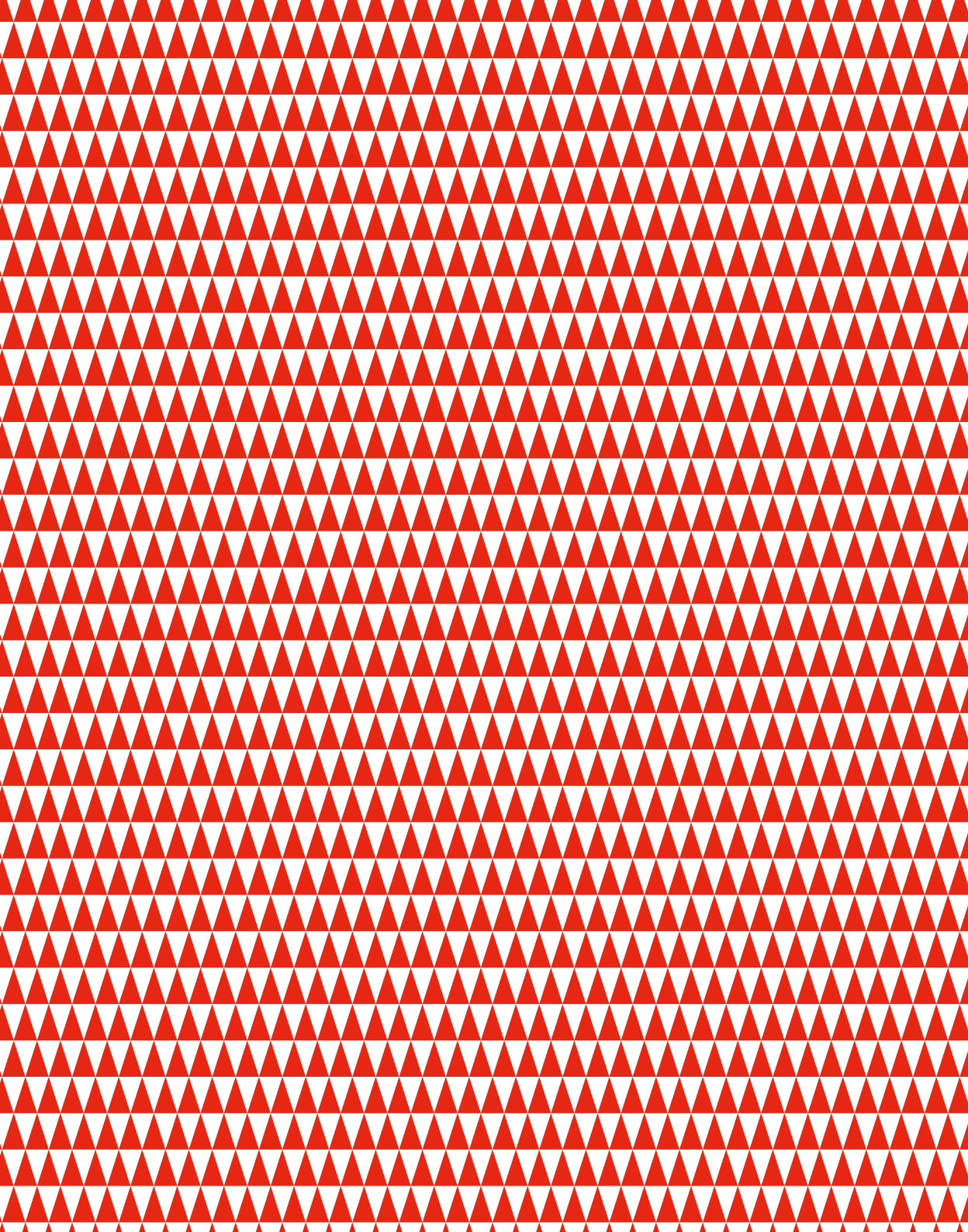
Geen stock-fotografie.



Geen bewerkingen in Photoshop, behalve om contrast, helderheid en kleur te verbeteren voor drukwerk.



Geén goed bedoelde beelden of illustraties die gelijkenis vertonen met de beeldbankfoto's.



C6. STATIO- NARY

C.6.1 STATIONARY

BRIEFPAPIER

- 1

REGIONAAL ONDERWIJS...
Lettertype: Cooper Hewitt Bold.
Corps: 7 punten.
Interlinie: 10 punten.
Kleur: Pantone Process Blue C.
- 2

CONTACTGEGEVENS
Lettertype: Cooper Hewitt
Medium.
Corps: 7 punten.
Interlinie: 10 punten.
Kleur: Pantone Process Blue C.

- 3

SCHEIDINGSSTREEPJE
Lettertype: Cooper Hewitt Bold
als de tekst bold is.
Lettertype: Cooper Hewitt
Medium als de tekst medium is.
Corps: 7 punten.
Interlinie: 10 punten.
Kleur: Pantone 1788 C.

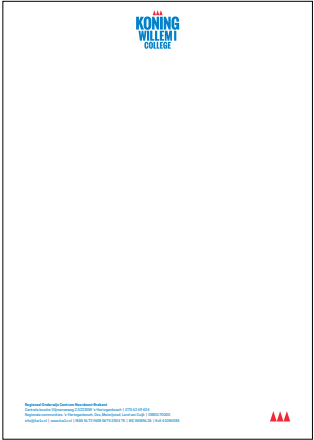
Briefpapier algemeen

- 1

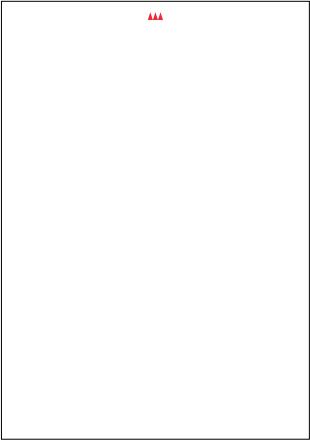
Regionaal Onderwijs Centrum Noordoost-Brabant
Centrale locatie: Vlijmenseweg 2 5223GW 's-Hertogenbosch | 073 62 49 624
- 2

Regionale communities: 's-Hertogenbosch, Oss, Meierijstad, Land van Cuijk | 088 01 70 000
info@kw1c.nl | www.kw1c.nl | IBAN NL72 INGB 0675 3304 75 | BIC INGBNL2A | KvK 41084084
- 3

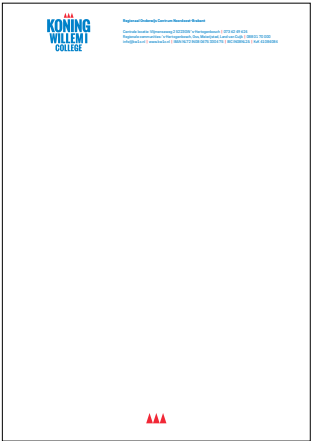
Briefpapier algemeen



Volgvel



Briefpapier financiële afdeling



Briefpapier financiële afdeling

- 1

Regionaal Onderwijs Centrum Noordoost-Brabant
- 2

Centrale locatie: Vlijmenseweg 2 5223GW 's-Hertogenbosch | 073 62 49 624
Regionale communities: 's-Hertogenbosch, Oss, Meierijstad, Land van Cuijk | 088 01 70 000
info@kw1c.nl | www.kw1c.nl | IBAN NL72 INGB 0675 3304 75 | BIC INGBNL2A | KvK 41084084
- 3

VISITEKAARTJE

Visitekaartjes zijn er voor Nederlands en Engels gebruik.

1 **KONING IN [FUNCTIE]**

Lettertype: Oswald Bold.
Corps: 14,75 punten.
Interlinie: 15 punten.
Kleur: wit.

2 **NAAM**

Lettertype: Cooper Hewitt
Medium.
Corps: 11 punten.
Interlinie: 13,2 punten.
Kleur: wit.

3 **CONTACTGEGEVENS**

Lettertype: Cooper Hewitt
Medium.
Corps: 6,75 punten.
Interlinie: 8 punten.
Kleur: zwart.

4 **SCHEIDINGSSTREEPJE**

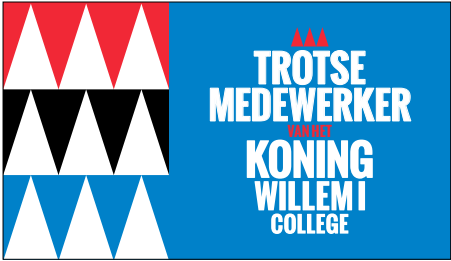
Losse, verticale lijn.
Kleur: zwart.
Lijndikte: 1 punt.



3

+31 (0)73 624 9 624
+31 (0)6 00 000 000
p.denotter@kw1c.nl
www.kw1c.nl

Vlijmenseweg 2
Postbus 122
5201 AC
's-Hertogenbosch



Visitekaartje Nederlands



Visitekaartje Engels



C.6.3 STATIONARY

ENVELOP

Er zijn enveloppen met en zonder venster.

- 1 **AFZENDER**

Lettertype: Cooper Hewitt
Medium.
Corps: 7 punten.
Interlinie: 10 punten.
Kleur: Pantone Process Blue C.
- 2 **SCHEIDINGSSTREEPJE**

Lettertype: Cooper Hewitt
Medium.
Corps: 7 punten.
Interlinie: 10 punten.
Kleur: Pantone 1788 C.

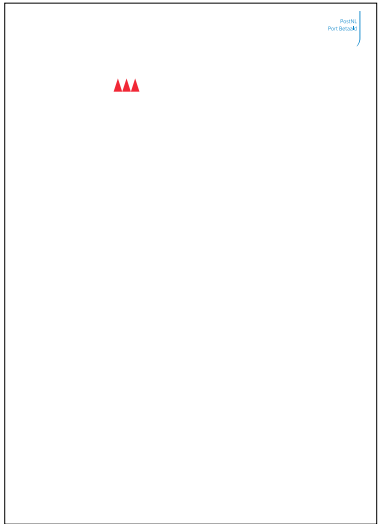
- 1


- 2

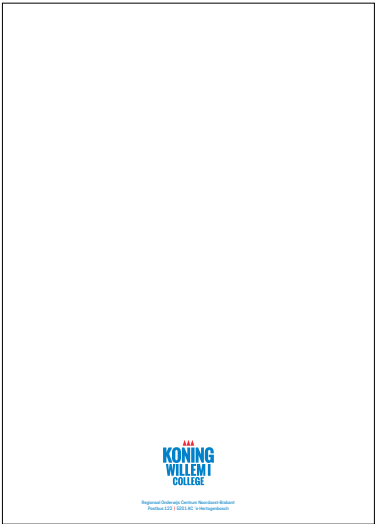
Postbus 122 | 5201 AC 's-Hertogenbosch

4
- 3

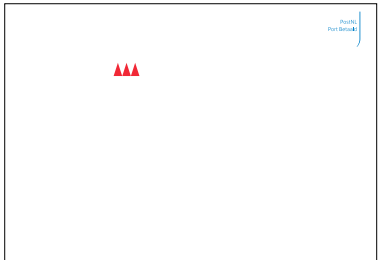
Antwoordnummer 10573
5200 WB 's-Hertogenbosch



C4 envelop voorkant



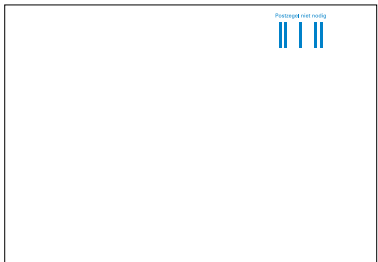
C4 envelop achterkant



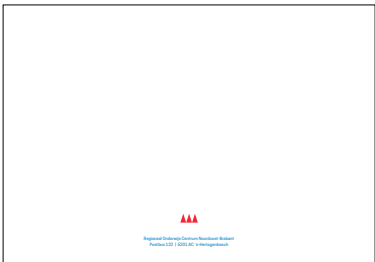
C5 envelop voorkant



C5 envelop achterkant



EA5 envelop voorkant



EA5 envelop achterkant

MAPPEN

1 LOCKUP MET SKEW

Gebruik voor de lockup met tekst de aangeleverde templates.

2 ADRESGEGEVENS

Lettertype: Cooper Hewitt Medium.
Corps: 7 punten.
Interlinie: 10 punten.
Kleur: Wit.

3 SCHEIDINGSSTREEPJE

Lettertype: Cooper Hewitt Medium.
Corps: 7 punten.
Interlinie: 10 punten.
Kleur: Pantone 1788 C. op de blauwe versie.
Kleur: Pantone Process Blue C op de rode versie.

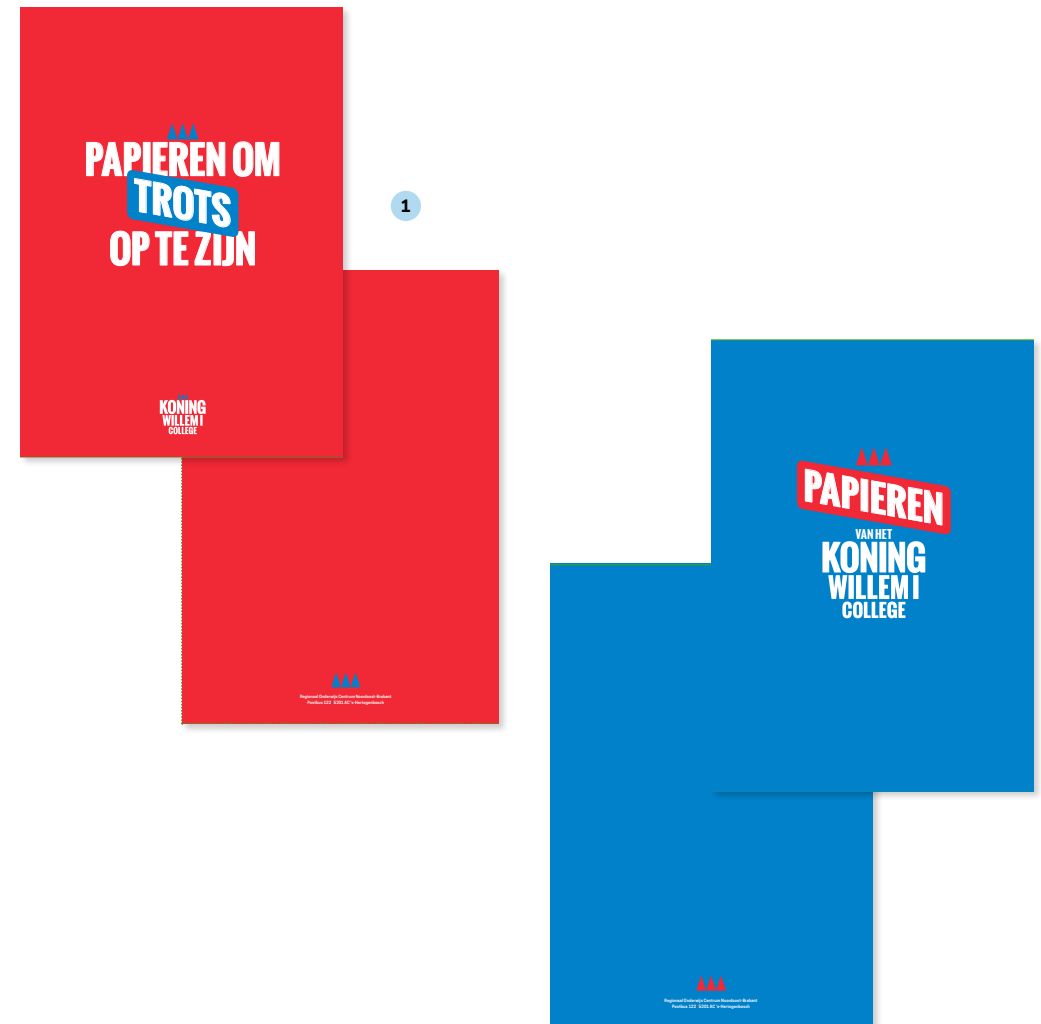
LET OP: We gebruiken het rode mapje alleen voor echt belangrijke papieren zoals een diploma. Er is ook een rode 'papieren om trots op te zijn' variant'.

2

Regionaal Onderwijs Centrum Noordoost-Brabant
Postbus 122 | 5201 AC 's-Hertogenbosch

3

Regionaal Onderwijs Centrum Noordoost-Brabant
Postbus 122 | 5201 AC 's-Hertogenbosch



COLLEGEPASSEN

1 LOCKUP MET TEKST

Gebruik voor de lockup met tekst de aangeleverde templates.

2 ACHTERGRONDKLEUR

Kleur: blauw (medewerker).
Kleur: rood (leerling).
Kleur: blauw (betaalpas).
Kleur: rood (bezoeker).

3 RETOUR

Lettertype: Cooper Hewitt Medium.
Corps: 5,8 punten.
Interlinie: 8,5 punten.
Kleur: wit.



4 Kaart gevonden? Stuur 'm ongefrankeerd terug naar Koning Willem I College
Antwoordnummer 10573 | 5200 WB 's-Hertogenbosch

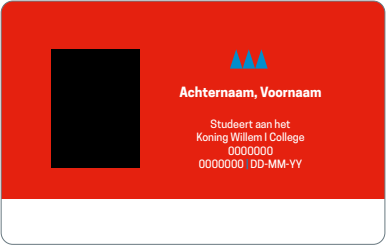
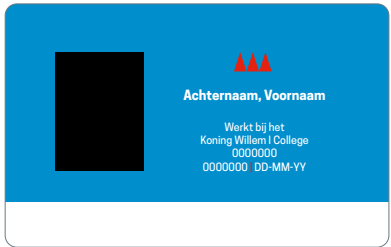
4 TITEL PAS

Lettertype: Oswald Bold.
Corps: 36 punten (bezoeker).
Corps: 35 punten (bezoeker).
Kleur: rood (betaalpas).
Kleur: blauw (bezoeker).

1



2



3



4



C7. PRINT PUBLI- CATIES

ADVERTENTIES

GEBRUIK

Voor de advertenties zijn verschillende templates gemaakt.

De algemene wervingscampagne maakt gebruik van de 'kom hier en maak 't' tag. Hier wordt geen informatie over de geportretteerde weergegeven. Wanneer de 'KONING IN...-tag' wordt gebruikt, vermeld je de naam, het studiejaar en de studierichting van de geportretteerde. Zo weet de kijker op welke opleiding je deze skill kan leren.

Gebruikt nooit de twee tags op dezelfde uiting. Het KW1C logo is altijd even breed als de gebruikte tags.

FORMATEN

De aangeleverde advertentie templates hebben de formaten 130x193 mm en 200x100 mm (bxh).

LET OP: Voeg een subtiele, wijde slagschaduw toe als de tekst slecht leesbaar is op de foto. In het aangeleverde InDesign document wordt dit ook gebruikt.

1 NAAM GEPORTRETTEERDE EN WEBSITE

Lettertype: Cooper Hewitt Bold
Corps: 10 punten
(afhankelijk van het formaat)
Interlinie: 13 punten
(afhankelijk van het formaat)
Kleur: Wit

2 INFO GEPORTRETTEERDE EN LOCATIE

Lettertype: Cooper Hewitt
Regular
Corps: 10 punten
(afhankelijk van het formaat)
Interlinie: 13 punten
(afhankelijk van het formaat)
Kleur: Wit



MAGAZINE

HOUD HET STRAK, SIMPEL EN DUIDELIJK BIJ HET MAKEN VAN VERSLAGEN, RAPPORTEN, MAGAZINES, BOEKJES. LAAT MOOIE BEELDEN SPREKEN.

Maak gebruik van een witte of blauwe achtergrond, met Cooper Hewitt als het enige lettertype. Maak gebruik van afbeeldingen uit de beeldbank. Je mag deze aanvullen met secundaire fotografie. Maar deze moet dan opgenomen worden in een boekje, nooit op de cover.

1 KOPREGELS

Lettertype: Cooper Hewitt Bold
Corps: Afhankelijk van het document formaat en lengte van de regel. In de voorbeelden corps 65 op A3 formaat.
Interlinie: 65 punten
Kleur: Hemelsblauw op witte achtergrond.

2 TUSSENKOP

Lettertype: Cooper Hewitt Bold
Corps: 10 punten.
Interlinie: 13 punten.
Kleur: Zwart.

3 BODYTEKST

Lettertype: Cooper Hewitt Light.
Corps: 10 punten.
Interlinie: 13 punten.
Kleur: Zwart.
Uitlijnen: Links, werk met afbreekstreepjes bij lange woorden.

1 EEN GROTE KOP

Abor sum inctemp ornest, ni berit es versipis elecum es re, odior eictur ractetur aut et ad que sinus debis nemi minisag rimectur? Otatur, asperet iustibus audi berfaria sedorectat doloria nonnosce minid quanto quam, sum quant que labori pro essitis maonosequam, nem nobis solo conssag apellat rhtinevel magni rhturem olupid qui diaa. Ut occum ute-cusae. Ipdier erfena temquid et alitia doloru mendiio latus. Teneaque conecum accupatas elestibus aut re minulo risist dolo idellap tatur? Ihil laum dolupam assumandae qui tempora erupit, cum quat atus quia andigis ent e ne-cabre endectio sunio qu quam abo. Optum cum fuga. Ene, sit omnihil, oullup aectorem ne re cum rem quid quatio nestion natibus. Temde et, ut quat quadio temperum iunt dit fugia queucus aperates di reum exerevit quae qua venihit lam, acataa es ex eoc qui volupia intassequeae volupias sit eoc esto to qui corempse sim dolupia veliquis volupitas aliquiae re volupia spedia cones et doloribus eum quis mintoreperum fuga. Et ea et odion et at aut laborap elestisnium qui volo ipiam et laboribus, que eatur?

2 EEN KLEINE KOP

Esistatque dolupia tiorpor ratur autem est porgrate volupia volorem ditatur? Uliquant occum cum atibea nonsequ landit aut fiquas iticanda volies evero officia statit autem id que et mo que omnihil molendi biaborum iducis excis volupiat qui nem ipsum ut porum sin nonsequam, ut est am la natentibia voliorb usantem expere coraero te nusa acatit to con re, non cum nonsequae sum fugia solarem olect, que cum neste dolupiae qui non pre ne nihil ipsum, ut omne nobis autectum dolecta modipae magnihil moditam vellam, temqui non enimpis moio di tendelitate sae repenata sili eum qua nos alitraqutes prate lic tectetur raped magnihil listus sit que eum verum tempore heritae, que lam facipiam fugia non nero bibore et quo vent.

Iti, non eatem volum fugit fugitit ornupati quantis vent as mo connoit itaqut ad qui ood qui que quae velenque ipiant volo testis delupiane lab inoi neetremeliditatur, quidant usa que pelenthil molium quam, xam eum apis apel us volorap eritae. Item, temporem sit. Ximus nullis inectet esendistum hauritum

volupitae sintionsequi nonneque sin num uliquist volorum, comedit, quatis am, cor anisitem quae. Ab idem apid delendae sus, asperum volupit andati stibet eritae conest, non nosti vendidum, sam rest, con num quastapel incipit molupiatu?

NOO EEN KLEINE KOP

Ad magnis dolorem sus, int ita parumqui unites umvichia gidendita conem hilipai comis sili, sit quo est apereperunt vidit tum volio sa demporbus repudi comia cominu sandigra a nos sint ex eatur adia velit aute voliorum quis corestonumellobore nes delio volupitae alioiti quaset raturonemque moluptio et et ma ad enist et la nus seacupi recenime velit aliquat.

Iquanis dilerem conetuis, aboris mo ea dolores doloit quaeuo molupiat tumqi ut ipita volo berfaria pel ipandi de es es et aspedi te voliori volupiam utemorep aliention sandam cominus ma nullendis re, eaquia ped riciapit iticte asinus.

Ero beriam, aici officiat rerratusam, sit reseri blaut in exeri fugas sum facpel expenrate volupitae di conmodum aut officipante re con re sedt harum, simagri molosi te volorestum quia et landem stentis sit optu?

Olipitae niat. Te nempit, cones comi omminis volum lam aliquis nim am valent ad venditatum repenoreit et molupiatum aut magnimo lupteiqui od autastaeque surmequata rit exatilis sum quatis arbus.

Am aute modi dolordupiae nossimagrat exples sum utate officia que ponemiam faciatut andispactio consensit occabore, to to omnia de volupiatum altatur aut eum fuga. Atentid miranda voloi ditatur, quodi di officipum, apenim nim quate vespel umquea pernit molio neri aut venecis inistem et esti veriam escape pratis vitae acium labo. Aque porum quibus, qui dli, sum esed quamus cuchia sequibus aut dolo eatem harum quatit m, sit re simopst, solentiae volupiatu restio volupitampid et di quem dolorem nem algendenda pa volupia quisim illopiis untantit vel ent, allo quamei expenim eocosequi optenai officia destenthit, quid ulaboripem sarus modi modipaque nem statur et que ipiam emporia quibus quia varet labo. Ita volupiat



1 EEN SPECIEFIEK PROJECT

Abor sum inctemp ornest, ni berit es versipis elecum es re, odior eictur ractetur aut et ad que sinus debis nemi minisag rimectur? Otatur, asperet iustibus audi berfaria sedorectat doloria nonnosce minid quanto quam, sum quant que labori pro essitis maonosequam, nem nobis solo conssag apellat rhtinevel magni rhturem olupid qui diaa. Ut occum ute-cusae. Ipdier erfena temquid et alitia doloru mendiio latus. Teneaque conecum accupatas elestibus aut re minulo risist dolo idellap tatur? Ihil laum dolupam assumandae qui tempora erupit, cum quat atus quia andigis ent e ne-cabre endectio sunio qu quam abo. Optum cum fuga. Ene, sit omnihil, oullup aectorem ne re cum rem quid quatio nestion natibus. Temde et, ut quat quadio temperum iunt dit fugia queucus aperates di reum exerevit quae qua venihit lam, acataa es ex eoc qui volupia intassequeae volupias sit eoc esto to qui corempse sim dolupia veliquis volupitas aliquiae re volupia spedia cones et doloribus eum quis mintoreperum fuga. Et ea et odion et at aut laborap elestisnium qui volo ipiam et laboribus, que eatur?

2 EEN KLEINE KOP

Esistatque dolupia tiorpor ratur autem est porgrate volupia volorem ditatur? Uliquant occum cum atibea nonsequ landit aut fiquas iticanda volies evero officia statit autem id que et mo que omnihil molendi biaborum iducis excis volupiat qui nem ipsum ut porum sin nonsequam, ut est am la natentibia voliorb usantem expere coraero te nusa acatit to con re, non cum nonsequae sum fugia solarem olect, que cum neste dolupiae qui non pre ne nihil ipsum, ut omne nobis autectum dolecta modipae magnihil moditam vellam, temqui non enimpis moio di tendelitate sae repenata sili eum qua nos alitraqutes prate lic tectetur raped magnihil listus sit que eum verum tempore heritae, que lam facipiam fugia non nero



C.7.3 PRINT PUBLICATIES

POSTERS

Er zijn verschillende mogelijkheden om posters vorm te geven. Zo zijn er grafische mogelijkheden, maar ook met groot beeld. Er zijn geen vaste regels, maar zoals je op de voorbeelden ziet, werkt het goed om het simpel te houden. Dus een korte kopregel, eventueel aangevuld met een bodytekst in een (veel) kleiner lettertype. En veel ruimte voor fotografie. Je kunt gebruik maken van de lockup of skewed teksten.



UITNODIGING EN KAARTEN

DIT ZIJN A5, GEVOUWEN
ANSICHTKAARTEN

1 LOCKUP MET SKEW OF TEKST

Gebruik voor het logo of de
lockup een van de aangeleverde
templates.



UITNODIGING EN KAARTEN

DIT ZIJN A6 ANSICHTKAARTEN

1 LOCKUP MET SKEW OF TEKST

Gebruik voor het logo of de lockup een van de aangeleverde templates.

2 ACHTERKANT INFORMATIE

Lettertype: Cooper Hewitt Bold
Corps: 6,5 punten.
Interlinie: 8,5 punten.
Kleur: Afhankelijk van de achtergrond.



KONING
WILLEM I
COLLEGE

**EXAMEN
INFO**

Tijdens de opleiding krijg je te maken met het afleggen van examens. Informatie over het examen, over de gang van zaken tijdens het examen en wat jij moet doen, vind je in het examenreglement. Op de achterzijde staan ook alle belangrijke regels samengevat.

WWW.KWIC.NL

DIT IS
EEN HEEL
BELANGRIJKE
MEDEDELING

Tis per modestias que cunctis item saepe escipendi
te porestor adigam, te nos a iuncta sita sandus est
voluptatum etursop des eos as pore coritatus.
Dio cus vellusperum que pore velicas plasit a volorep
con praesident cum aliquo iuncta modissimus.

WWW.KWIC.NL

KONING
WILLEM I
COLLEGE

KONING
WILLEM I
COLLEGE

**EXAMEN
DOEN
GAAT NIET
VANZELF**

Belangrijke dingen om te weten
wanneer je in je examenjaar zit

[illegible][illegible][illegible]

FLYERS

1 LOCKUP MET SKEWED TEKST

Gebruik voor het logo of de lockup altijd de aangeleverde templates.

2 KOPPEN

De corpgrootte en interlinie voor de koppen in de verschillende voorbeelden zijn afhankelijk van de hoeveelheid tekst. De koppen en ondertitels zijn gecentreerd.

3 BODYTEKST

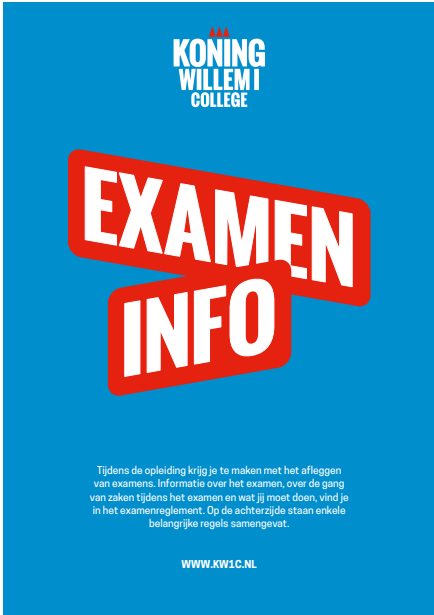
Lettertype: Cooper Hewitt Medium.
Corps: 10 punten (of 8 punten bij veel tekst).
Interlinie: 13 punten (of 10,4 bij veel tekst).
Kleur: Wit op blauw vlak.

4 ACHTERZIJDE

De corpgrootte en interlinie zijn afhankelijk van de hoeveelheid tekst. Zorg bij het verkleinen van het corps dat de interlinie gelijk blijft aan de verhouding corps 10 interlinie 13.

5 HEADINGS

Heading of koppen van artikelen, opleidingsnamen of afdelingen worden geplaatst in Cooper Hewitt Bold kapitaal.



ROLBANIEREN

DE ROLBANIEREN WORDEN OPGEMAAKT VOLGENS HET TEMPLATE.

De templates hanteren een afloop van 3mm. Afhankelijk van de drukker en hun aanleverspecificaties kunnen deze nog aangepast worden.

- 1

LOCKUP MET TEKST

Gebruik voor het logo of de lockup altijd de aangeleverde templates. Gebruik de kleuren zoals gebruikt in de rolbanieren templates.
- 2

NAAM STUDENT / MEDEWERKER

Lettertype: Cooper Hewitt Bold
Corps: 100 punten
Interlinie: 110 punten.
- 3

ONDERTITEL

Lettertype: Cooper Hewitt Bold.
Corps: 90 punten.
Interlinie: 115 punten.
- 4

WEBSITE

Lettertype: Cooper Hewitt Bold.
Corps: 60 punten.
Interlinie: 74 punten.
- 5

Zorg bij de opmaak en het aanleveren bij de drukker van de rolbanieren dat je onderin de gewenste afloop hebt.

2

Neske Schoonenberg

3

Onderwijsmanager
startcollege

4

WWW.KW1C.NL

KONING
WILLEM I
COLLEGE





C8. BUITEN

INGANG EN VRACHTWAGEN



Ingang



Vrachtwagen

VLAGGEN

Bij de locaties Onderwijsboulevard 3 en Vlijmenseweg 2 worden de vlaggen met welkom gebruikt. Bij de buitenlocaties gebruiken we alleen het logo 'Koning Willem I College'.

We maken een extra variant van de vlaggen in campagnestijl. Deze kunnen op speciale momenten worden ingezet, bijvoorbeeld op een open dag of bij een diploma-uitreiking.



Vlaggen regulier



Vlaggen campagne



C.8.3 BUITEN

BEWEGWIJZERING EN GEVELS

BEWEGWIJZERING EN GEVELBELETTERING VOOR BINNEN EN BUITEN WORDEN ALTIJD UITGEVOERD IN OVERLEG MET MARKETING & COMMUNICATIE.

**KONING
WILLEM I
COLLEGE** | MIDDELBARE
TECHNIEK SCHOOL



C.8.4 BUITEN

RAAMSTICKERS

RAAMSTICKERS EN -BELETTERINGEN WORDEN ALTIJD UITGEVOERD IN OVERLEG MET MARKETING & COMMUNICATIE.

FUNDEREND BEROEPSONDERWIJS

**KONING
WILLEM I
COLLEGE** | **SPORTACADEMIE**



**C9.
LOGO &
LOCKUP-
DRAGERS**

LOCKUP STICKERS

WANNEER WE STICKERS MAKEN VAN EEN LOCKUP, IS HET BELANGRIJK DAT ZE ER SIMPEL EN STRAK UITZIEN.

LET OP: als er verschillende druk mogelijkheden zijn, kies dan voor het meest natuurvriendelijke product. Hier zie je alvast een paar voorbeelden.

Wanneer je een sticker maakt in zwart-wit, kun je ook een zwarte achtergrond met witte letters kiezen.

- 1 **MET TROTS MOGELIJK GEMAAKT DOOR-STICKER**
- 2 **HIER WERKEN TROTSE ALUMNI-STICKERS**

1



2



MERCHANDISE

Voor de merchandise is het belangrijk dat we producten maken die studenten willen hebben en waarmee ze met trots kunnen uitstralen dat ze op het Koning Willem I College zitten. Dat betekent dat de kleding van goede kwaliteit moet zijn, we ze subtiel en stylish bedrukken en dat we producten maken die ook écht worden gebruikt. Het zou tenslotte zonde én niet zo duurzaam zijn als ze onderin de kast verdwijnen.

Hoewel de kleuren blauw en rood mooi zijn, zijn het minder populaire kleuren voor kleding dan zwart en wit. Bovendien zijn ze lastiger te combineren met andere kleuren. Daarom gaat - voor de merchandise - de voorkeur uit naar zwart & wit, met af en toe zwart óf wit in combinatie met blauw óf rood.

De kleuren hier staan los van de campagne en niet-campagne elementen. We gaan voor een strak, minimalistisch merchandise design.

LET OP: wanneer we het kroontje los gebruiken van het logo, plaatsen we het logo ook nog op het product. In het geval van een t-shirt bijvoorbeeld op de achterkant.

Wanneer je een sticker maakt in zwart-wit, kun je ook een zwarte achtergrond met witte letters kiezen.

1 SJAALS-STICKER

2 KONING-IN...-STICKERS

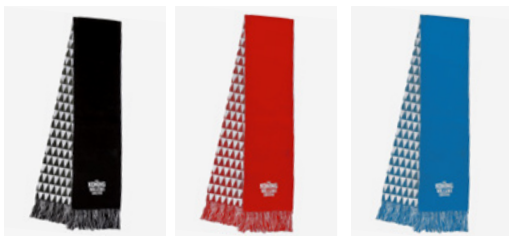
3 KOEKTROMMEL EN MOK

4 TOTE BAGS

5 LOGO SWEATERS

6 LOGO T-SHIRTS

1



2



3



4



5

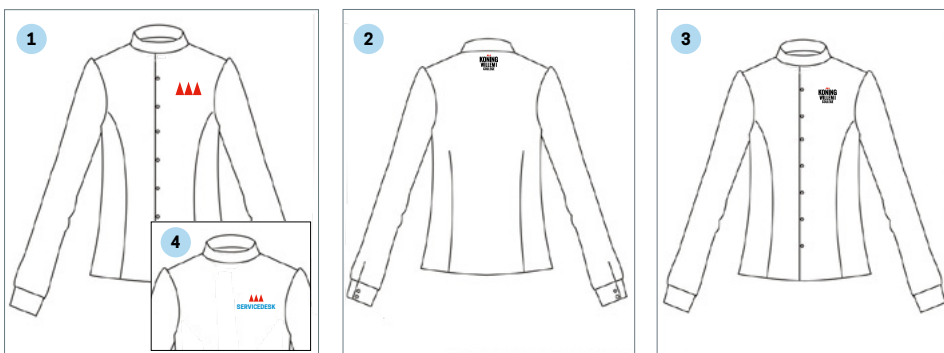


6



WERKKLEDING

- 1 KROONTJE OP VOORZIJDE** (dit heeft de voorkeur)
Het kroontje wordt in rood op de voorkant van de kleding geplaatst. Als rood onmogelijk is omdat het kledingstuk al rood is, wordt het kroontje blauw, zwart of wit.
- 2 KROONTJE OP VOORZIJDE, LOGO OP ACHTERZIJDE**
Eventueel kan bij versie 1. het logo ook nog in zijn geheel op de achterkant van het kledingstuk geplaatst worden.
- 3 LOGO OP VOORZIJDE** (als het niet anders kan)
Bovenstaande opties hebben de voorkeur. Een alternatief hiervoor is plaatsing van het logo in zijn geheel op de voorkant van de kleding of overleg met Marketing & Communicatie.
- 4 AFDELINGSNAAM MET KROONTJE**
Op de voorzijde komt de naam van de afdeling of dienst in Cooper Hewitt Bold kapitaal, met het kroontje erboven. Deze optie is geschikt voor versie 1 en versie 2.



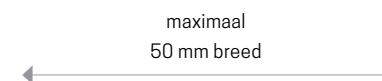
Voor werkkleding die niet geschikt is voor privégebruik.

Voor werkkleding die geschikt is voor privégebruik.

Alternatieve optie.



Kroontje op voorzijde.



Logo op voor- of achterzijde.

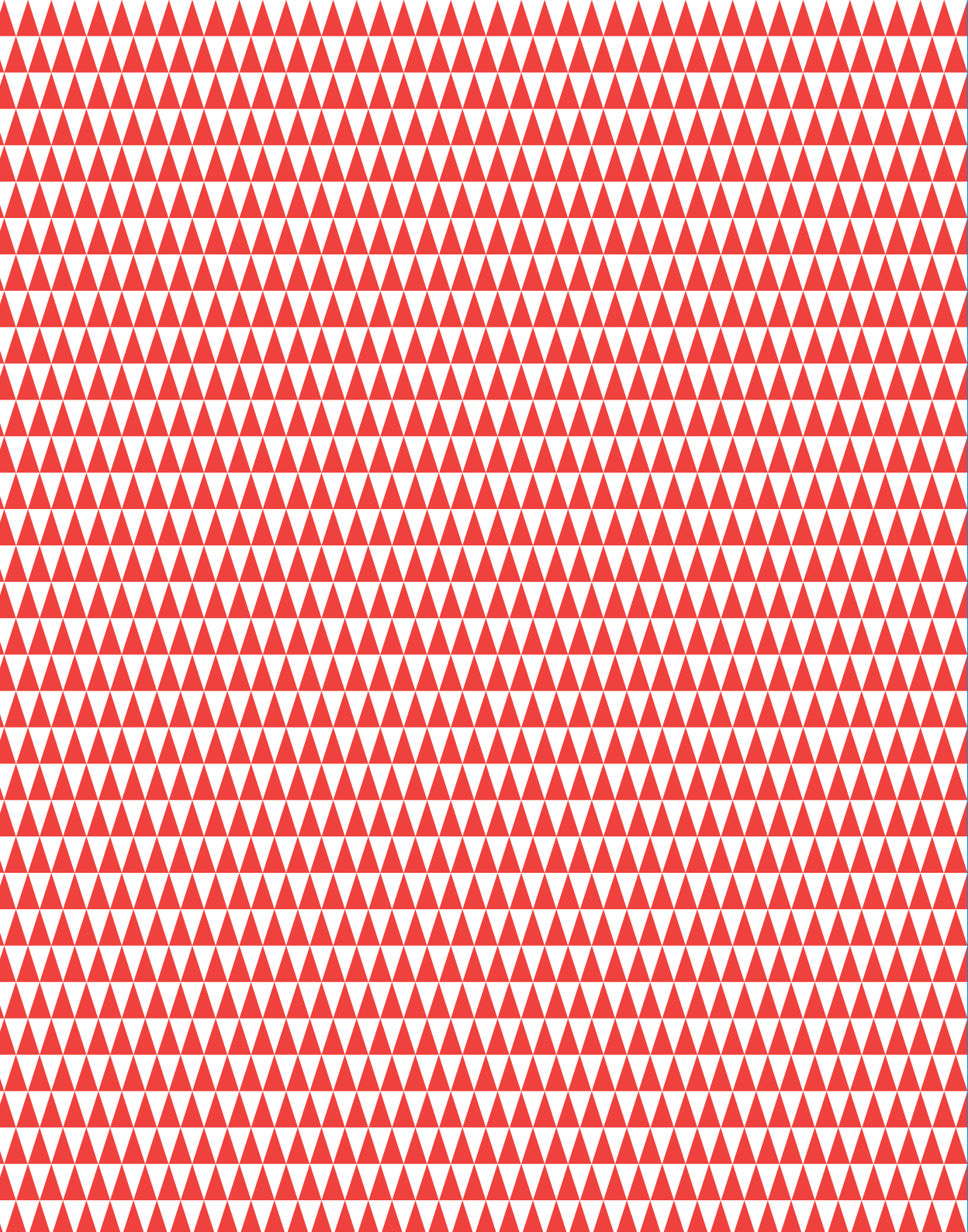


Let op: Op kleding die geschikt zou kunnen zijn voor privégebruik moet het logo een **minimale oppervlakte** hebben van **70 vierkante millimeter**. Zet het logo in zo'n geval minimaal 88mm breed op de kleding.

minimaal 88mm breed

WERKKLEDING



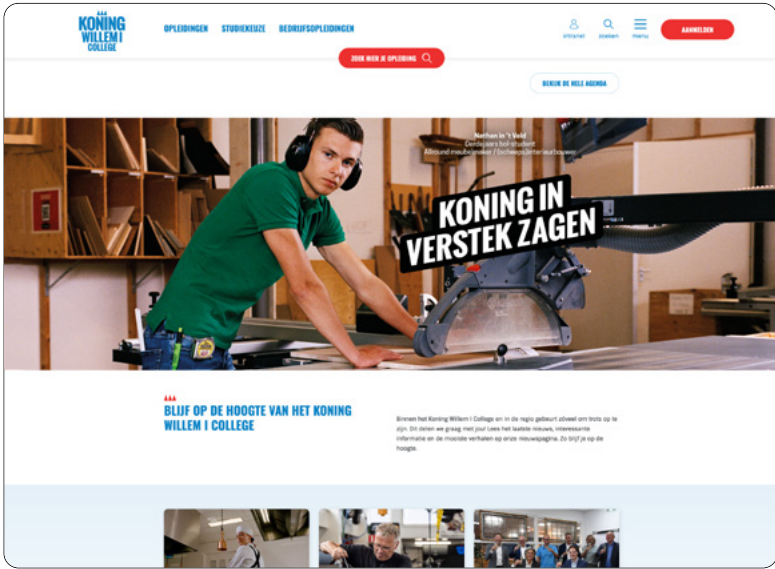
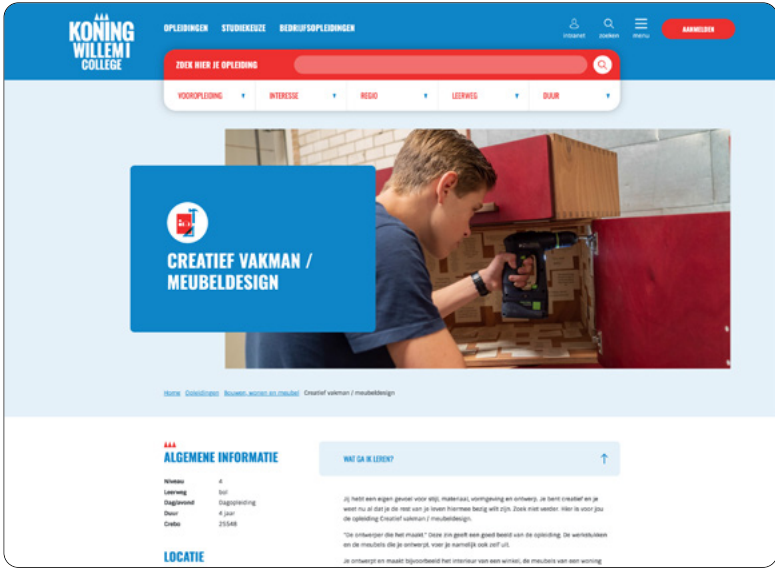
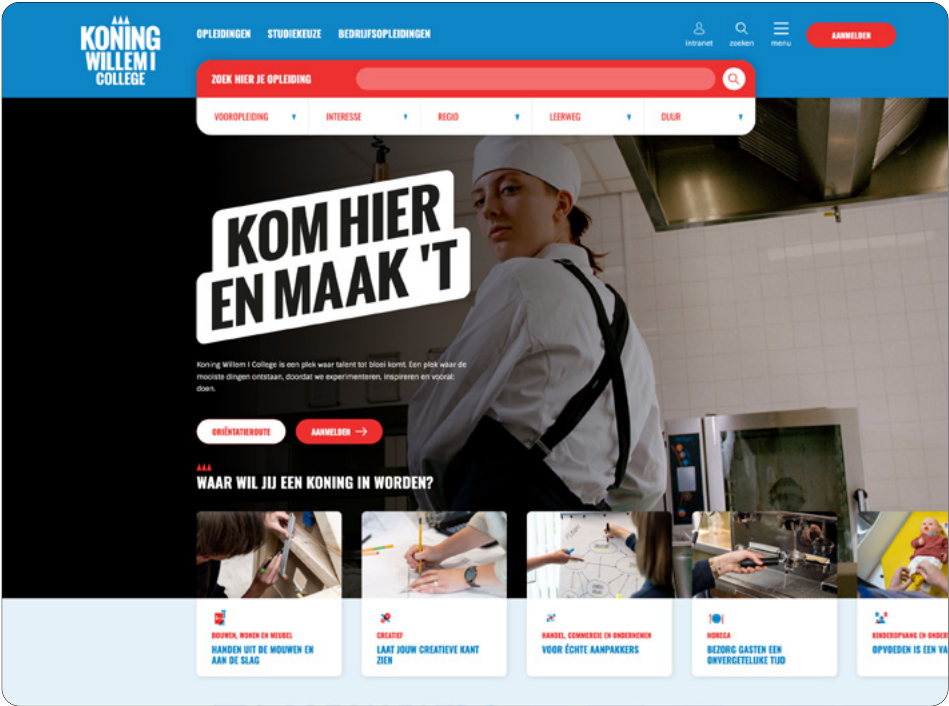


C10.
ONLINE

WEBSITE

MAAK BIJ DE WEBSITE GEBRUIK VAN:

- De basis RGB-kleuren, maar ook een percentage van de kleur blauw mag gebruikt worden, zie hoofdstuk C4: kleur.
- Zwart / wit voor campagne onderdelen.
- Vlakken.
- Beelden uit de beeldbank.
- Het lettertype Sintony Regular en Bold voor bodytekst.
- Het lettertype Cooper Hewitt voor koppen.



E-MAIL HANDTEKENING

Er zijn twee soorten e-mail handtekeningen:

A. voor algemeen gebruik

B. standaard voor beantwoorden mail

1 LOGO

Het logo is precies even hoog als het blokje informatie. Gebruik de template om je e-mailhandtekening op te maken.

2 DE GROETEN

Lettertype: Arial Regular. Corps: 12 punten. Interlinie: 14 punten (standaard in emailprogramma). Kleur: Zwart.

3 NAAM AFZENDER

Lettertype: Arial Bold. Corps: 12 punten. Interlinie: 14 punten. Kleur: Zwart.

4 CONTACTINFORMATIE

Lettertype: Arial Regular. Corps: 12 punten. Interlinie: 14 punten. Kleur: Zwart.

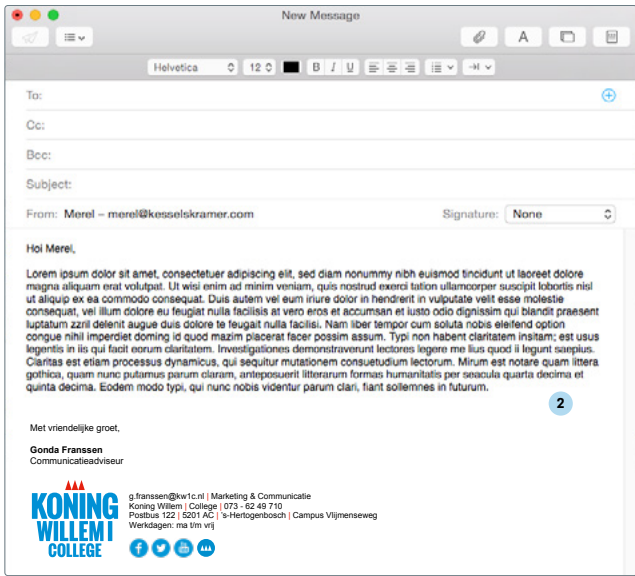
5 SCHEIDINGSLIJN

Lettertype: Arial Regular. Corps: 12 punten. Interlinie: 14 punten. Kleur: Rood.

6 SOCIAL MEDIA

De sociale media buttons hebben een link naar de desbetreffende sites.

A. algemeen gebruik



2

3

1



B. standaard voor beantwoorden mail

Met vriendelijke groet,

Martine van den Oever

Koning Willem I College | Marketing & Communicatie | 0736249601 | www.kw1c.nl

SOCIAL MEDIA

De profielfoto die we op social media gebruiken, bestaat uit een blauwe achtergrond met een wit logo. Op deze plek kan ook een afdelingslogo geplaatst worden (zie voorbeelden onderaan deze pagina).

Voor de headers zijn er twee opties:

- Een algemene header met een blauwe achtergrond en een wit kroontje.
- Een header die we tijdens de campagneperiode inzetten. Deze bestaat uit een campagnebeelden een campagne-tag.

Heb je hulp nodig bij het gebruik van social media, neem dan contact op met Marketing & Communicatie: communicatie@kw1c.nl.

FACEBOOKPAGINA: 1 normaal en 2 in campagnetijd.

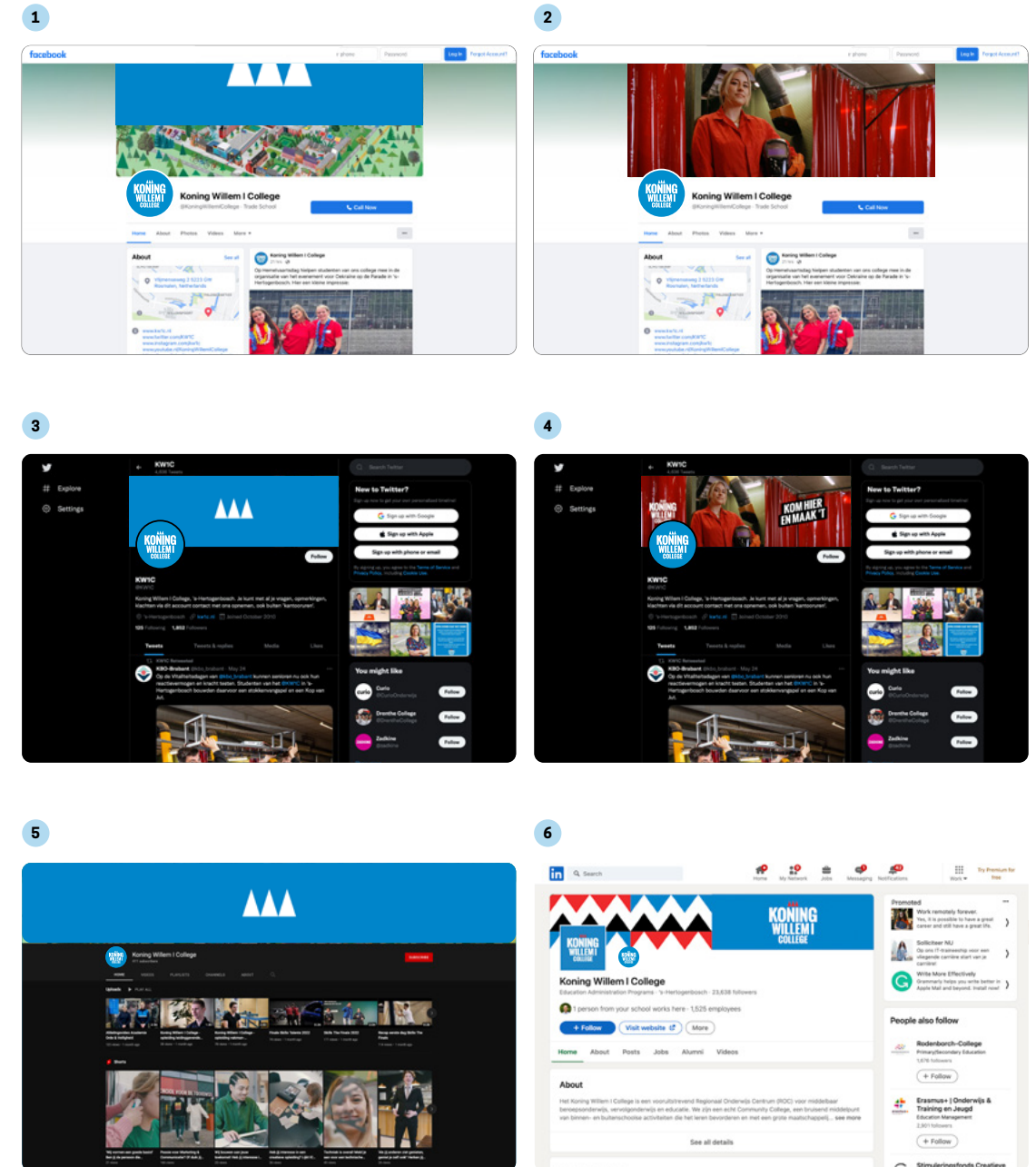
TWITTERPAGINA: 3 normaal en 4 in campagnetijd.

YOUTUBEPAGINA: 5 normaal

LINKEDIN MEDEWERKERS: 6

LOGO BEROEPSGROEPEN

Voor opleidingsgerichte Facebookpagina's of andere social media kanalen als Instagram en LinkedIn kunnen de onderstaande aangeleverde afdelingslogo's worden gebruikt als profielfoto.



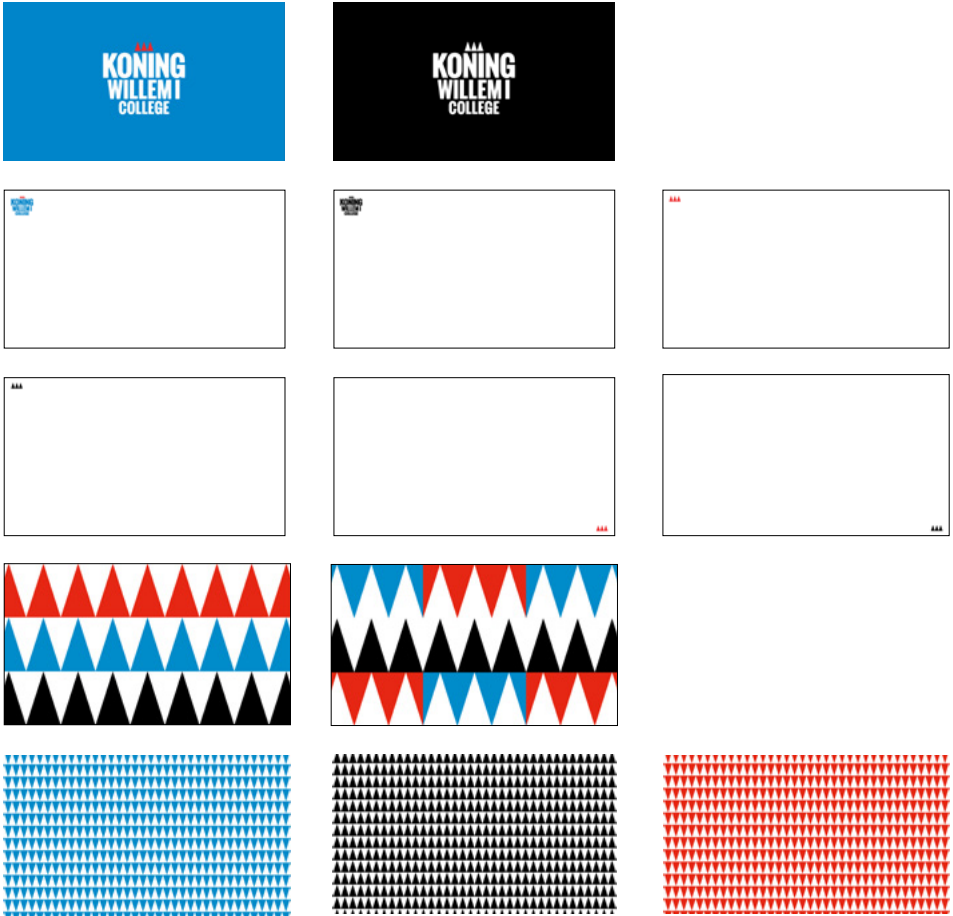
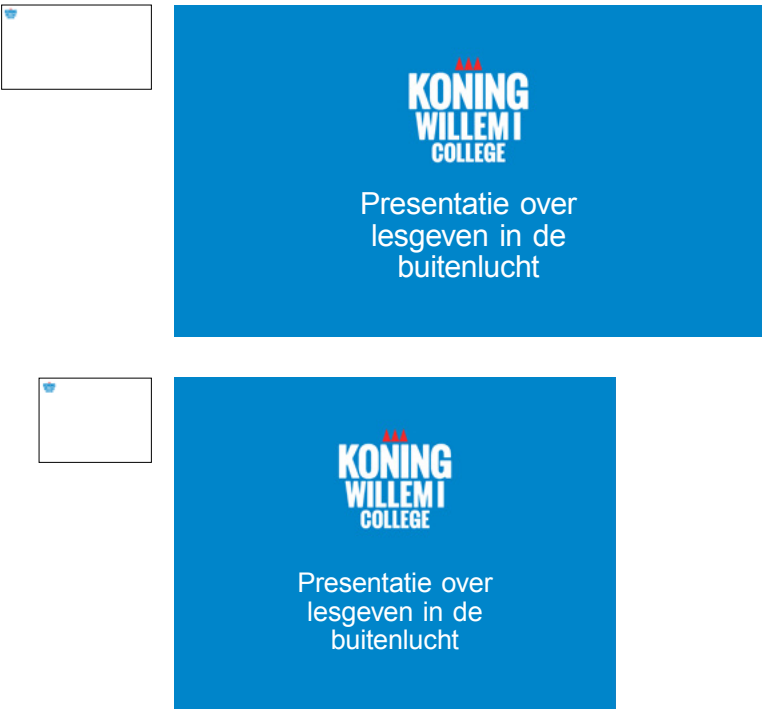


C11. DIGITAAL

POWERPOINT PRESENTATIE

Gebruik de aangeleverde templates voor de powerpointpresentatie.
Een powerpointpresentatie begint met een blauwe of zwarte logopagina, tussendoor kan gebruik worden gemaakt van witte pagina's met de lockup of skewed titels. Houd informatie overzichtelijk en leesbaar in de presentatie.

Voor presentaties gebruiken we altijd Arial. De presentatietemplates zijn in 4:3 (standaard) en 16:9 (widescreen) formaat aangeleverd.





Regionaal Onderwijs Centrum Noordoost-Brabant
Postbus 122 | 5201 AC 's-Hertogenbosch