

AMC-Brandbook

Maart 2026

Versie 1.9



**De
Rechtspraak
werkt
voor
iedereen**

Een korte introductie

Dit brandbook is ontwikkeld om richting en houvast te geven aan alle arbeidsmarktcommunicatie van de Rechtspraak. Het helpt je om het werkgeversmerk eenduidig, herkenbaar en met de juiste inhoud en uitstraling toe te passen, zodat we samen een sterk en geloofwaardig verhaal vertellen aan (toekomstige) collega's.

In dit brandbook lees je waar de Rechtspraak als werkgever voor staat, welke doelgroepen we aanspreken en hoe we ons verhaal vertellen. Je vindt er de strategische uitgangspunten, het werkgeversverhaal en de tone of voice, aangevuld met duidelijke richtlijnen voor vormgeving, fotografie en middelen. Ook laat het zien hoe je campagnes, content en middelen praktisch kunt inzetten voor jouw wervingsdoelen. Zo biedt dit brandbook zowel inspiratie als concrete handvatten om consistent en effectief te communiceren.

Inhoud

DEEL 1 Strategie

Werkgeversbelofte	pagina 4
Doelgroepen	pagina 5
Werkgeversverhaal	pagina 6

DEEL 2 Huisstijl

Uitleg AMC-Huisstijl	pagina 9
Kleuren	pagina 10
Logo	pagina 11
Typografie	pagina 12
Kaders	pagina 13
Fotografie	pagina 14
Vormgeving	pagina 15
Tone of voice	pagina 16

DEEL 3 Middelen

AMC-campagne	pagina 18
Video	pagina 20
Website	pagina 22
Social media	pagina 23
Drukwerk	pagina 25
Narrowcasting	pagina 26
Stand	pagina 27
Presentatie	pagina 28
Vacatureteksten	pagina 29

DEEL 4 Contact

Bij wie moet je waarvoor zijn?	pagina 30
--------------------------------	------------------

Werkgeversbelofte

Op basis van onderzoek blijken onderstaande onderwerpen het meest aantrekkelijk voor onze collega's en potentiële nieuwe collega's. Dit zijn de drijfveren die mensen laten overwegen om bij de Rechtspraak te werken.

DE IMPACT DIE JE HEBT op mensen in de samenleving. Wat je functie ook is, je bent onderdeel van een organisatie die een essentiële maatschappelijke rol heeft.

HOVEEL JE SAMENWERKT met diverse collega's uit verschillende functies. De collegialiteit, cultuur en informele sfeer vinden we niet alleen fijn, maar ook heel belangrijk.

MODERNITEIT EN INNOVATIE is voor ons belangrijk. Ja, nieuwe technieken en ideeën moeten serieus worden getest alvorens we ze landelijk toepassen, maar we ontwikkelen constant.

AFWISSELING IN JE WERK betekent dat je voortdurend nieuwe uitdagingen en leerervaringen vindt om jezelf op professioneel en persoonlijk vlak te ontwikkelen.

EEN INCLUSIEVE OMGEVING waar iedereen gerespecteerd en gewaardeerd wordt. Juist voor ons is het belangrijk dat we een weerspiegeling zijn van de samenleving.

Met deze werkgeversbelofte veranderen we het imago van de Rechtspraak:

Van instituut	naar werkgever
Van erboven	naar er middenin
Van traditioneel	naar modern
Van zwart-wit	naar ingekleurd
Van machinaal	naar mensen
Van elitair	naar inclusief
Van bescheiden	naar trots
Van tekst	naar beeld

Werkgeversverhaal

De Rechtspraak werkt voor iedereen en precies dát maakt ons werk zo uniek. Want waar mensen samenleven en samenwerken, raken ze soms in conflict. Bestrijden ze of beschadigen ze elkaar. En soms erger. Dán, komen ze bij de Rechtspraak terecht. Wij zetten ons in voor rechtvaardigheid. Voor eerlijke kansen. Voor gelijke rechten. Hoe groot of klein een zaak ook is, wij dragen zorg voor een transparant en eerlijk proces. Van aanklacht tot vonnis.

Dat maakt het werk bij de Rechtspraak uniek en impactvol, maar ook uitdagend en afwisselend. Rechters die emoties van feiten moeten scheiden. Gerechtsjuristen die oog moeten hebben voor details. Administratief medewerkers die gevoel hebben voor het verhaal achter elk document. Beveiligers en bodes die begrijpen hoe belangrijk veiligheid is. En IT'ers die zich hard maken voor toegankelijkheid.

Juist daarom vind je bij ons een inclusieve en bovenal menselijke omgeving. Unieke individuen met verschillende afkomsten, achtergronden, geloven of culturen, verbonden door dezelfde waarden. Integere mensen met ieder een onmisbare functie in het doel dat we samen najagen: een eerlijke en transparante rechtspraak.

Bij de Rechtspraak vind je een inhoudelijk interessante baan waar je samen met gedreven collega's jouw bijdrage levert aan een rechtvaardige samenleving. Want alleen zo, door jou, werkt de rechtspraak voor iedereen.

**De Rechtspraak werkt voor iedereen,
door jou**



de Rechtspraak

AMC-Brandbook Versie 1.9

DE RECHTSPRAAK

Waarom we doen wat we doen

DE DOELGROEPEN

Hoe we dat doen en hoe iedere functie een rol speelt in de keten

DE MENS

Wie dat doen
[specifiek te maken per locatie]

JIJ

Wil jij ook bijdragen?

De Rechtspraak werkt voor iedereen, door jou

Waar we samen
voor staan en gaan

Ieder individu
draagt daaraan bij



Doelgroepen

We richten ons op doelgroepen die binnen deze 6 vakgebieden vallen.



Huisstijl AMC de Rechtspraak

Richtlijnen

De
Rechtspraak
werkt
voor
iedereen

Uitleg AMC-huisstijl

Je gebruikt de AMC-huisstijl als je content en middelen gaat maken voor arbeidsmarktcommunicatie of wervingscommunicatie. Dit is wat we daarmee bedoelen:

Arbeidsmarktcommunicatie (AMC)

Is communicatie over wie je bent als werkgever. Het doel is het **aantrekken, binden en behouden** van (toekomstig) talent én het versterken van de betrokkenheid van interne collega's. Dit bereik je door consistent en herkenbaar te laten zien waarom werken bij de Rechtspraak waardevol, betekenisvol en aantrekkelijk is.

– Strategisch & lange termijn

Wervingscommunicatie

Is ook AMC, maar richt zich op **actieve werkzoekenden** die nu beschikbaar zijn. Concreet betekent dit het vervullen van openstaande vacatures.

– Operationeel & korte termijn

Kleuren

Voor de herkenbaarheid in de communicatie heeft elke doelgroep zijn eigen kleur. De kleuren Indigo en Magenta zijn ook de primaire kleuren van de Rechtspraak.

ALGEMEEN



Indigo

DOELGROEPEN



Indigo
**Rechter/
raadsheer**

CMYK 100 98 26 18
RGB 21 31 109
HEX #151f6d



Petrolblauw
Juristen

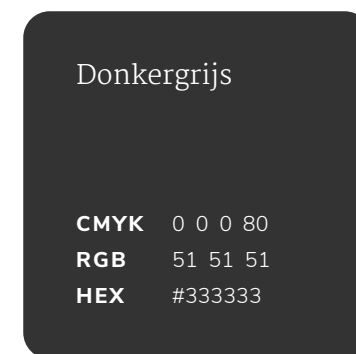
CMYK 88 49 21 5
RGB 15 107 153
HEX #0f6b99



Gebrandoranje
Bedrijfsvoering

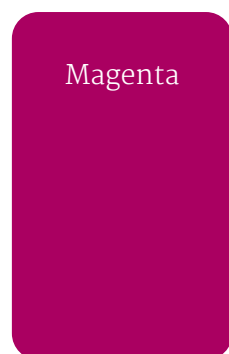
CMYK 16 82 91 6
RGB 197 71 37
HEX #c54725

ONDERSTEUNEND



Donkergrijs

CMYK 0 0 0 80
RGB 51 51 51
HEX #333333

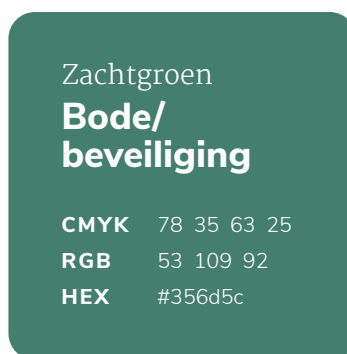


Magenta



Magenta
IT

CMYK 28 100 22 13
RGB 170 0 97
HEX #aa0061



Zachtgroen
**Bode/
beveiliging**

CMYK 78 35 63 25
RGB 53 109 92
HEX #356d5c



Zachtpaars
Administratie

CMYK 45 40 5 5
RGB 138 143 182
HEX #8a8fb6



Lichtgrijs

CMYK 12 10 10 0
RGB 229 227 227
HEX #e5e3e3

Logo

Het logo van de Rechtspraak is beschikbaar in vier kleurvarianten. Voor het gebruik van het logo volgen we de richtlijnen van de algemene Rechtspraak [huisstijl](#).

VARIANTEN



Kleur



Wit



Grijswaarden



Zwart

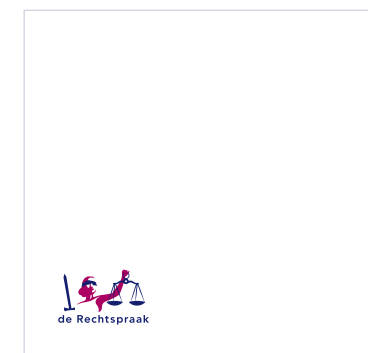
GEbruik

- ▶ Zorg voor voldoende contrast tussen het logo en de achtergrond.
- ▶ Het logo mag niet, in vorm of kleur, worden aangepast.
- ▶ Onderdelen van het logo mogen niet los worden gebruikt.
- ▶ Het logo mag niet geroteerd of gespiegeld geplaatst worden.



PLAATSING & GROOTTE

- ▶ Het logo wordt linksonder geplaatst.
- ▶ Bij uitingen waar het niet wenselijk is om het logo onderin de uiting te plaatsen, bijvoorbeeld bij een rolbanner, wordt deze linksboven geplaatst.
- ▶ Het logo heeft een minimale breedte van 12,5 mm in drukwerk en 35 pixels in online uitingen.



Typografie

De huisstijl van AMC de Rechtspraak maakt gebruik van de lettertypes Nunito Sans en Martel.

RICHTLIJNEN

- ▶ Plaats de primaire kop in Nunito Sans ExtraBold.
- ▶ De primaire kop staat op maximaal 5 regels.
- ▶ Plaats subkoppen in Martel Light.
- ▶ De grootte van de subtitels is 40% van de grootte van de primaire kop.
- ▶ Plaats subkoppen of buttons in kapitalen in de Nunito Sans ExtraBold.
- ▶ Plaats broodteksten in Nunito Sans Light.
- ▶ Plaats 'De Rechtspraak werkt voor iedereen' in Nunito Sans ExtraBold met elk woord op een aparte regel:

* De kleuren die we hier gebruiken voor de koppen staan niet vast, maar zijn wel de meest gangbare.

**De
Rechtspraak
werkt
voor
iedereen**



Primaire kop | interlinie factor: 1

Nunito Sans ExtraBold

Subkop, uitgelichte alinea of quote | interlinie factor: 1

Martel Light

Subkop of button | interlinie factor: 1,5 | spatiëring: 100

NUNITO SANS EXTRABOLD

Broodtekst | interlinie factor: 1,5

Nunito Sans Light - Bij de Rechtspraak vind je een inhoudelijk interessante baan waar je samen met gedreven collega's jouw bijdrage levert aan een rechtvaardige samenleving. Want alleen zo, door jou, werkt de rechtspraak voor iedereen.

Kaders

De kaders zijn een abstracte weergave van de keten waarin elke functie essentieel is voor een goed functionerende rechtspraak.

RICHTLIJNEN

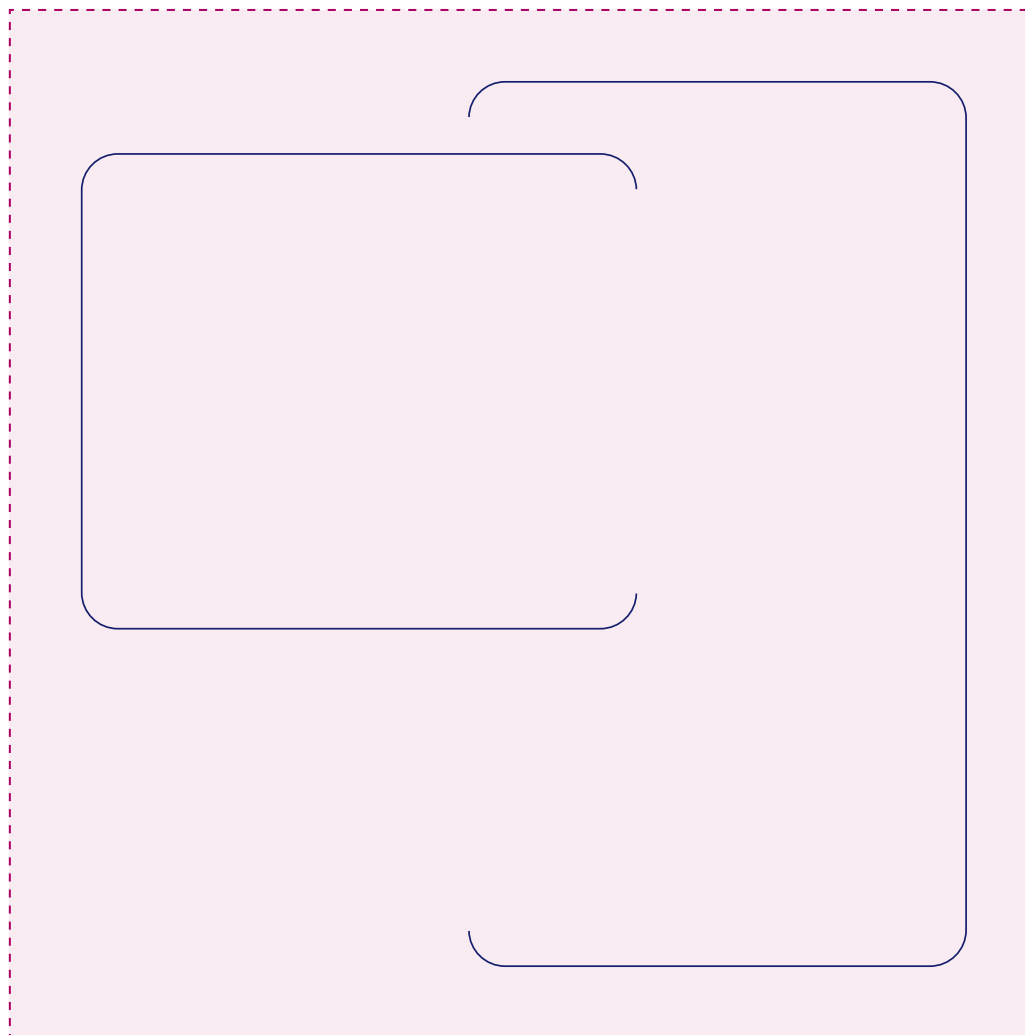
Kaders zijn een kenmerkend vormelement in de AMC-huisstijl. Daarom is het belangrijk dat dit consistent wordt toegepast. Wil je een ontwerp maken met kaders? Dat kan via team AMC of met de templates in Canva.

Voor de templates geldt:

- ▶ Pas de kaders niet aan.
- ▶ Maak de kaders niet na.
- ▶ Zorg dat de hoofdpersoon op een foto in het rechterkader past.
- ▶ Teksten mogen maximaal 1/3e van de breedte van het tekstvlak aan de rechtekant buiten het kader lopen. Pas dus het tekstvlak niet aan.
- ▶ Op [pagina 23](#) lees je meer over de Canva-templates.

AMC-FOTOGRAFIE

Kaders worden alleen gebruikt in combinatie met bestaande AMC-fotografie, die vind je terug in de toolkit en Canva. Als je eigen foto's hebt, gebruik je geen kaders of doelgroepkleuren.



Fotografie

We laten in de AMC-fotografie de medewerkers van de Rechtspraak zien.

RICHTLIJNEN

- ▶ De persoon op de foto is een medewerker van de Rechtspraak.
- ▶ De foto komt overeen met de functie en setting.
- ▶ Er is interactie en samenwerking zichtbaar.
- ▶ De (serie) foto's laten een divers en inclusief beeld zien van collega's bij de Rechtspraak.
- ▶ De persoon op de foto heeft een open houding. Vermijd bijvoorbeeld armen over elkaar.
- ▶ Géén stockfotografie, modellen of foto's met een voorwerp of gebouw als hoofdonderwerp (op de achtergrond mag wel).
- ▶ In een campagnefoto is minimaal één andere werknemer zichtbaar. Deze tweede (en eventueel derde) persoon staat aan de linkerkant van de foto.

AMC-FOTOSHOOT

Wil je een eigen shoot plannen voor AMC-fotografie? Neem contact op met team AMC, zie [pagina 30](#) voor de contactgegevens.



Vormgeving

De vormgeving van de middelen van AMC bestaat uit de volgende onderdelen:

- 1 FOTO** van een medewerker van de Rechtspraak.
- 2 FADE** die over de foto wordt geplaatst (verschillende kleur per doelgroep) om de tekst goed leesbaar te maken. De fade loopt van links naar rechts.
- 3 KADERS** voor het plaatsen van de tekst (linkerkader) en de persoon (rechterkader).
- 4 TEKST** staat in het lettertype Nunito Sans ExtraBold (titel) en in het lettertype Martel (ondertitel of call-to-action).
- 5 PAY OFF** 'De Rechtspraak werkt voor iedereen' staat rechtsonder in het rechterkader.
- 6 LOGO** van de Rechtspraak staat linksonder.

Wil je zelf middelen maken? Dat kan met de Canva-templates. Lees hier meer over op [pagina 23](#).



Tone of voice

Om het werkgeversmerk tot leven te wekken, moet het in onze manier van communiceren verweven zijn. Pas de vier pijlers van onze tone of voice toe op jouw teksten.

PIJLERS TONE OF VOICE

- **Betrokken** - Elke dag werken we aan een rechtvaardige samenleving. We beschermen rechten en vrijheden, en staan midden in de maatschappij
- **Persoonlijk** - We zoeken verbinding, houden oog voor de menselijke maat, laten diversiteit zien en spreken mensen direct aan.
- **Toegankelijk** - We zijn er voor iedereen. Daarom communiceren we helder, toegankelijk, inclusief en uitnodigend.
- **Zorgvuldig** - We handelen vanuit rechtvaardigheid, objectiviteit, respect en zorgvuldigheid. Dat zie je terug in onze woord- en beeldkeuze en in de balans tussen professioneel en persoonlijk.



Schrijfadvice bij de pijler: persoonlijk

Spreek de lezer aan

Het is de simpelste manier om persoonlijk te zijn: iemand aanspreken.

DUS NIET

Een rechter of raadsheer spreekt een oordeel uit als partijen onderling een conflict hebben.

MAAR WEL

Als rechter of raadsheer spreek je een oordeel uit als partijen onderling een conflict hebben.

Aanspreken: zeg maar 'jij'

In de arbeidscommunicatie spreken we onze mogelijke nieuwe collega's aan met je en jij. Dat wijkt dus af van de u-vorm die we meestal toepassen in onze externe communicatie. De reden is dat het hier gaat om mogelijke nieuwe collega's. We creëren een persoonlijke sfeer en willen bij hen alvast een gevoel van collegialiteit en saamhorigheid aanwakkeren.

Content en middelen



De
Rechtspraak
werkt
voor
iedereen

AMC-campagne

Merkcampagne

De Rechtspraak werkt voor iedereen, door jou

Met de doorlopende merkcampagne zorgen we voor constante landelijke zichtbaarheid van de Rechtspraak onder alle doelgroepen. In deze campagne vertellen we voor wie wij dé werkgever zijn. Oftewel: mensen die bij willen dragen aan een rechtvaardige samenleving.

Doelgroepcampagnes

De Rechtspraak werkt voor iedereen, door <doelgroep>

Met de doelgroepcampagnes zorgen we dat we elke doelgroep informatie leveren die voor hen van belang is. Per doelgroep creëren we herkenning, interesse en overtuigen we ze om in actie te komen.

Rechter

IT

Juristen

Bode/beveiliging

Bedrijfsvoering

Administratie

Actiegerichte
vacaturecampagnes

Hoewel 95% van de doelgroep bestaat uit latent-werkzoekenden (niet-actief), is het ook belangrijk om in beeld te komen bij de actief zoekende mensen. Met deze campagnes zorgen we dat we deze groep bereiken.

AMC-campagne

Elke doelgroep campagne bestaat uit drie fases om de doelgroep door de kandidaatreis te nemen. In elke fase van die klantreis heeft de doelgroep een andere informatiebehoefte. Daarom zetten we per fase andere content en middelen in.

Bewustzijn

- ▶ Bekendheid brede doelgroep
- ▶ Copy/CTA: leer meer over de Rechtspraak als werkgever
- ▶ Foto: hoofdpersoon in gesprek met anderen
focus op sfeer en samenwerking



Middelen

- ▶ Doelgroepvideo, statische advertenties



Overweging

- ▶ Meer verdieping in de functie
- ▶ Copy/CTA: lees/bekijk het verhaal van collega x
- ▶ Foto: hoofdpersoon uitgezoomd
kijkend in de camera, gaat om de persoon



Middelen

- ▶ Testimonial(video), statische advertenties, search advertenties



Actie

- ▶ Overtuigen om vacature te bekijken
- ▶ Copy/CTA: bekijk de vacature
- ▶ Foto: hoofdpersoon kijkt in de camera, spreekt direct de lezer aan



Middelen

- ▶ Statische advertenties, search advertentie



Video

We maken gebruik van verschillende soorten video's.

MERKVIDEO

Brengt het werkgeversmerk tot leven aan de hand van onze EVP-pijlers en laat zien waar onze collega's zich dagelijks voor inzetten, welke waarden ons verbinden en wat de maatschappelijke betekenis van ons werk is. Dient ter herkenning en positionering als werkgever, niet om direct te werven.

DOELGROEPVIDEO'S

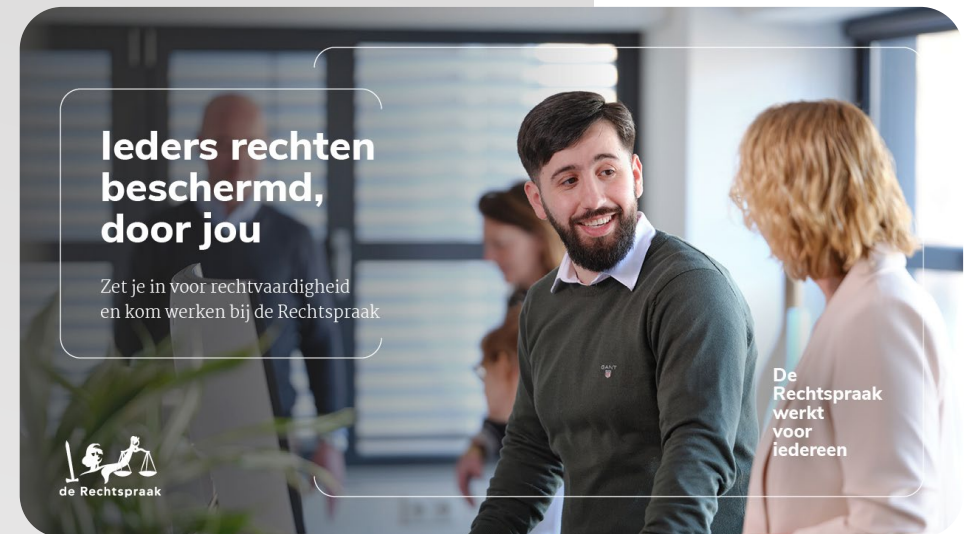
Maakt specifieke functies concreet door te laten zien wat het werk inhoudt, in welke context iemand werkt en hoe deze functie bijdraagt aan rechtvaardigheid. Helpt de juiste doelgroep bepalen of dit werk bij hen past.

TESTIMONIALVIDEO'S

Geef een authentiek, persoonlijk en inhoudelijk beeld van de inhoud van de functie, of waarom zij deze functie uitoefenen, om mensen te interesseren en overtuigen om te solliciteren.

VIDEO LATEN MAKEN?

Wil je de unieke cultuur van jouw gerecht of dienst in beeld brengen met een video die gericht is op arbeidsmarktcommunicatie? Neem dan contact op met team AMC. Zie [pagina 30](#) voor de contactgegevens.



Video

Rechtzoekenden voelen zich begrepen, door Joel

Ontdek een functie als raadsheer
op werkenbijderechtspraak.nl



De
Rechtspraak
werkt
voor
iedereen

De Rechtspraak werkt voor iedereen, door IT



Procedures tijdig behandeld, door Desideria

Bekijk het verhaal van Desideria
op werkenbijderechtspraak.nl



De
Rechtspraak
werkt
voor
iedereen

De Rechtspraak werkt voor iedereen, door gerechtsjuristen



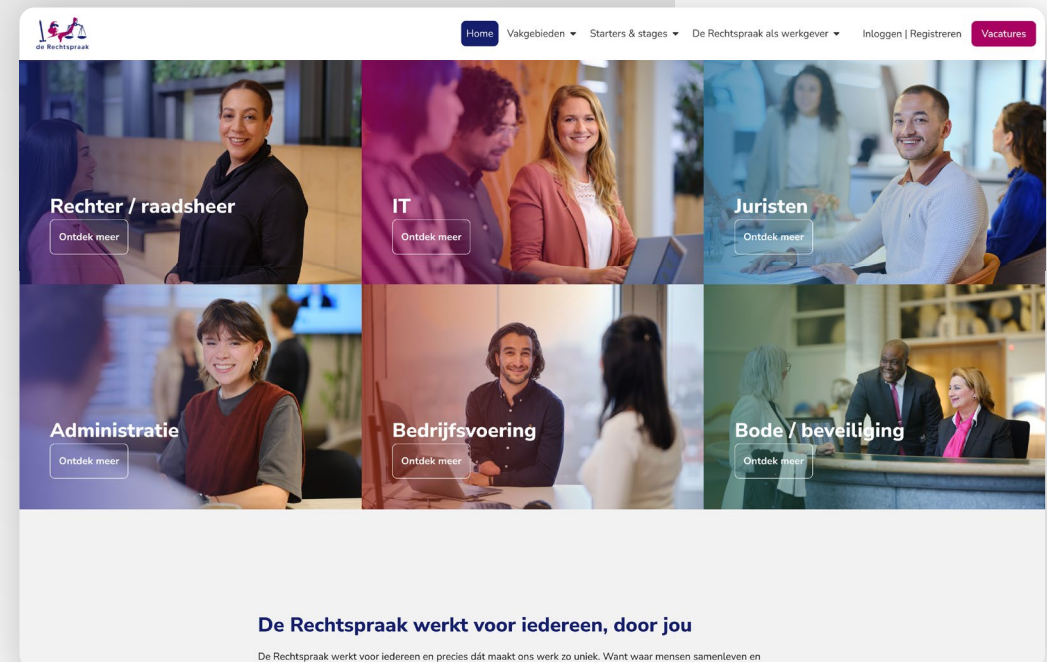
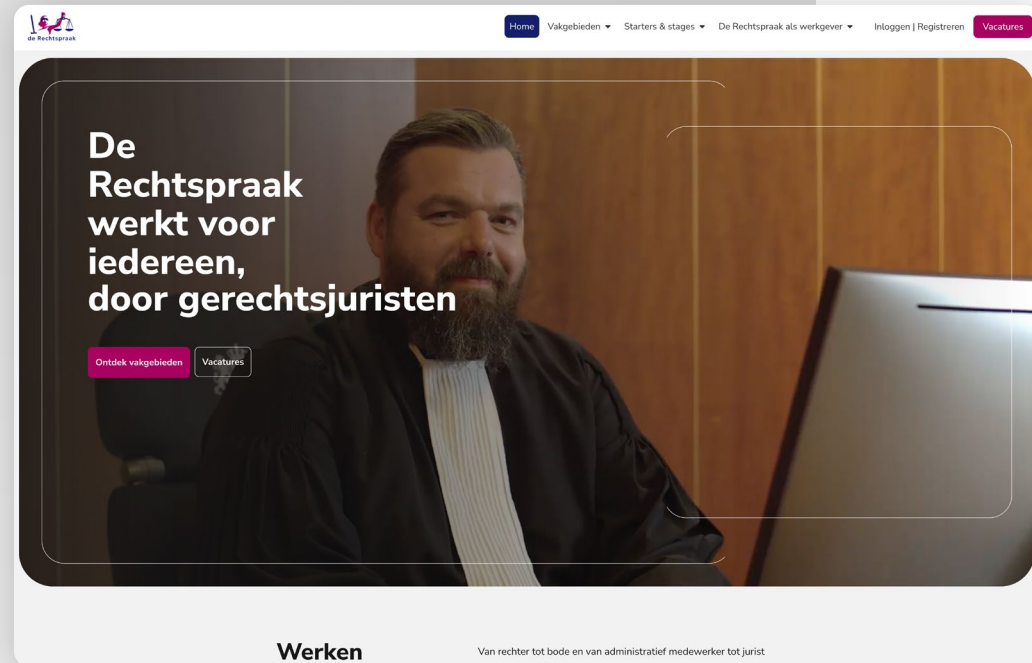
Werken bij-website

De werken bij-website is het middelpunt van onze arbeidsmarktcommunicatie. Hier kan iedereen ontdekken of de Rechtspraak, het vakgebied, de functie en de collega's bij ze passen. Je vindt hier ook al onze vacatures.

De website is constant in ontwikkeling. Deze wordt regelmatig aangevuld met informatieve pagina's, persoonlijke verhalen (testimonials) en artikelen die jij kan gebruiken in je communicatie. Deel deze in gesprekken, link ernaar in vacatures of citeer ze in posts. Met andere woorden: zet het in voor je werving.

WIL JE ZELF IETS PLAATSEN?

Heb je een persoonlijk verhaal dat je wil uitwerken en publiceren? Of is er nieuws dat van belang is voor jouw wervingsuitdaging? Neem dan contact op met team AMC. Zie [pagina 30](#) voor de contactgegevens.



Social media

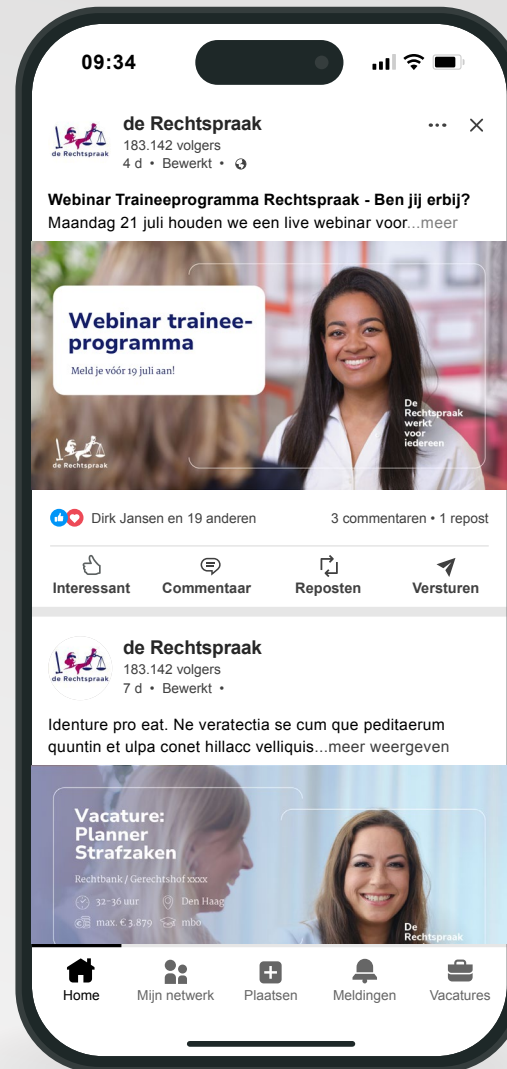
Naast de content die wij maken voor de (werkenbij) socialmediakanalen kun je zelf aan de slag met organische content via de Canva-templates. Organische content is content waar geen betaalde promotie aan gekoppeld is.

CANVA

In Canva is een breed scala aan templates geplaatst om je organische content voor social media op te maken. Je vindt hier templates in verschillende formaten, voor verschillende kanalen (Instagram, Facebook, LinkedIn) en voor verschillende content.

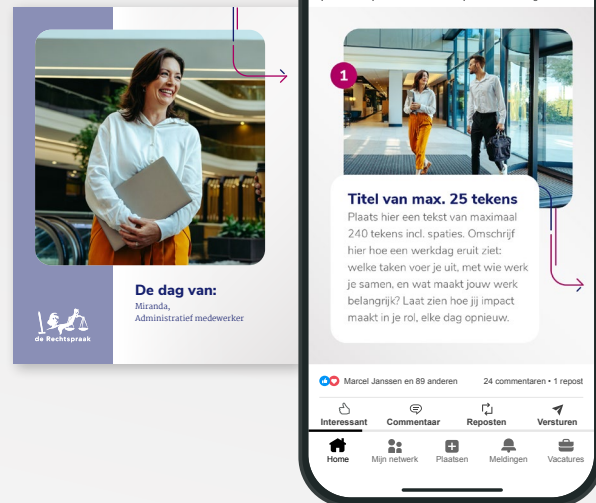
HANDLEIDING & RICHTLIJNEN

Er is een handleiding geschreven om je op weg te helpen in Canva. Hier staan ook richtlijnen en tips in. Het belangrijkste is dat je zelf niets aanpast aan de templates en bij de templates met haken en fade alleen AMC-fotografie gebruikt. Voor eigen foto's zijn aparte templates beschikbaar.



Social media

Voorbeelden
organische content
templates



Drukwerk

Naast online uitingen hebben wij ook diverse offline uitingen om ons werkgeversmerk zichtbaar te maken.

MIDDELEN

Een aantal voorbeelden van drukwerk:

- Flyer
- Poster
- Rolbanner
- Ansichtkaart
- Gadgets

Ansichtkaart



Flyer



Rolbanner



Narrowcasting

Narrowcasting is digitale communicatie via beeldschermen om een specifieke doelgroep op een specifieke locatie te bereiken.

INTERN & EXTERN

Zet narrowcasting op je locatie in om het werkgeversmerk en jouw functie aandacht te geven. Je kunt het ook inzetten op externe locaties zoals op events en in publieke ruimtes.

CANVA

In Canva is een aantal basistemplates toegevoegd om beelden op te kunnen maken die geschikt zijn voor narrowcasting.



Stand

Er zijn verschillende standopties voor wervingsevenementen van de Rechtspraak.

EVENEMENTEN

Wervingsevenementen zijn bijvoorbeeld:

- ▶ Nationale/regionale carrièrebeurs
- ▶ Bedrijvendagen van opleidingsinstellingen en studentenverenigingen
- ▶ Wervingsevenementen Rijksoverheid
- ▶ Banenmarkten
- ▶ Nationale Pleitmarathon
- ▶ Eigen en in-huis evenementen zoals Rechtspraak Connect

AANVRAAG

Organiseer je een in-huis of extern event en wil je een stand inzetten? Vraag deze minimaal 8 weken voor aanvang van het evenement aan. Raadpleeg het document Aanvraag stand Rechtspraak voor meer informatie.



Presentatie

De PowerPointpresentatie 'De Rechtspraak werkt voor iedereen, door jou' kan je inzetten op bijvoorbeeld wervingsevenementen, kennis-makingsdagen en gastcolleges. Om de presentatie goed te kunnen gebruiken en geven zijn er instructies gemaakt. Lees deze van tevoren door.

SLIDES

De volgende onderwerpen komen terug in de template:

- ▶ Hoe denk jij over de Rechtspraak?
- ▶ De Rechtspraak maakt samenleven mogelijk
- ▶ Feiten en cijfers
- ▶ Hoe zit het in elkaar
- ▶ Werken bij de Rechtspraak
- ▶ Functies en groeimogelijkheden
- ▶ Diversiteit
- ▶ Dilemma



Vacatureteksten

De vacature is het beslissende moment in de kandidaatreis. Daarin geef je antwoord op de vragen van de kandidaat, bijvoorbeeld de impact van de rol, het team en de locatie/hybride. Functie-eisen, ontwikkeling, arbeidsvoorwaarden en het sollicitatieproces. Schrijf compact, in begrijpelijke taal en vermijd jargon.

STANDAARDTEKSTEN

Voor diverse functies bestaan er standaardteksten. Deze zijn gemaakt op basis van doelgroeponderzoek en actuele inzichten. Op deze manier heb je met een paar kleine aanvullingen (teamspecifieke context en concretisering van de functieomschrijving) snel een goede, wervende vacaturetekst geschreven.

VACATUREFORMAT

Zoek je houvast bij het schrijven van een vacature? Gebruik het Vacatureformat. Het beantwoordt de belangrijkste vragen, biedt structuur en geeft tips.

Een goed begin, is het halve werk

Het begin van een vacature is net als een trailer voor een film; bedoeld om de interesse te wekken en nieuwsgierig te maken. Het doel is om het werk én de Rechtspraak als werkgever bijzonder en belangrijk te maken. Het is niet noodzakelijk om alles te behandelen in de inleiding, maar juist de onderwerpen die het meest bijzonder zijn.

1. Vacaturetitel

Een wervingstitel hoeft niet hetzelfde te zijn als de daadwerkelijke functietitel. Gebruik een korte pakkende naam, die duidelijk maakt wat de functie inhoudt en in de functie gaat doen. Vermijd



MAAR WEL
Senior Roosteraar (Rotterdam)

en waar de lezer zich in kan
met de bevestiging dat de

MAAR WEL
Het belangrijk dat iedereen gelijk
behandeld? Dat alle feiten boven tafel
voordat een besluit wordt genomen?
rechtstreekt ben jij de co-auteur van
en zodat de rechter de juiste uitspraak
kan. Een uitdaging? Absoluut. Want jouw
heeft direct impact op onze rechtvaardige
geving. Juist daarom vind je bij ons een
brede omgeving met fijne collega's.

Contact

Heb je naar aanleiding van het lezen van dit brandbook nog vragen? Wil je een AMC-fotoshoot plannen? Twijfel je of je geschreven tekst goed is? Of zoek je een sparringpartner? Neem voor al je vragen contact met ons op. We denken graag met je mee. Samen zorgen we voor een herkenbaar én aantrekkelijk werkgeversmerk.

Team AMC

derechtspraakwerktvooriedereen@rechtspraak.nl

Welke documenten zijn er nog meer?

- ▶ [Toolkit](#)
- ▶ Menukaart (in ontwikkeling)
- ▶ [Vacatureformat](#)
- ▶ [Tone of voice AMC de Rechtspraak](#)
- ▶ [Handleiding Canva organische posts arbeidscommunicatie](#)