

Huisstijlhandboek Dit is mbo



Inhoudsopgave

Inleiding	3
De basiselementen	3
Missie	3
Logo	3
Kleurgebruik	3
Typografie	5
Communicatiemiddelen	5
Publicaties	5
Andere huisstijldragers	5
Schrijfwijzer	6
Spelling	6
BIJLAGE: Redactiestatuut website Dit is mbo	7

Inleiding

Een organisatie laat door middel van beeldelementen, schrijfstijl en consequent gebruik van beide zien wat zij is, waar ze voor staat en hoe zij zich wil onderscheiden van andere organisaties. Dit is mbo is een label waarbij meerdere stakeholders betrokken zijn. De afdeling In- & externe communicatie (I&EC) van de MBO Raad is eindverantwoordelijk voor de huisstijl van Dit is mbo en biedt ondersteuning en advies bij alle zaken die te maken hebben met de versterking van de communicatie over het mbo.

Dit handboek over het gebruik van de huisstijl van Dit is mbo bevat richtlijnen voor kleurgebruik en typografie. Tot slot bevat dit handboek ook een redactiestatuut.

Heb je vragen? Kom even langs of neem contact op via info@ditismbo.nl.

De basiselementen

Missie

Jongeren (en hun ouders) die vanuit het voorgezet onderwijs gaan kiezen voor een vervolgopleiding moeten weten hoe leuk, inspirerend en veelzijdig het mbo is. Maar ook aan (toekomstige) mbo-docenten en instructeurs laten we graag zien dat het mbo een fijne plek om te werken is. Met Dit is mbo dragen we dit uit.

Op de homepage van Dit is mbo word je begroet met de slogan 'Dit is Mega Belangrijk Onderwijs'. De slogan is bedacht door de Landelijk Ambassadeur mbo 2018, Desiree Hernandez, en werd al snel daarna overgenomen door diverse prominenten uit het mbo-veld.

Logo

Het logo van Dit is mbo bestaat uit een beeldmerk. Dit beeldmerk kan in diverse varianten gebruikt worden. Het meest gebruikte logo is de lichtblauwe druppel met de tekst 'Ditismbo.nl' erin. Een andere is het zwarte logo met witte letters. Er is ook een variant in wit, waarbij de letters van Ditismbo.nl zijn uitgesneden, zodat de achtergrondkleur onderdeel wordt van het beeldmerk.

Voor het gebruik van het logo in offline vorm heeft de blauwe variant de voorkeur. Wanneer scholen het logo binnen hun eigen huisstijl willen gebruiken, zijn er varianten downloadbaar in de kleuren blauw, groen, paars en geel.

Kleurgebruik

Het kleurenpalet van de website van Dit is mbo is opgebouwd uit vier kleuren die zorgen voor een bonte en vrolijke uitstraling. Op de website gebruiken we per item (verhaal, tekstblok enz.) één van deze vier kleuren. Wanneer we het zwarte beeldmerk online gebruiken, kan ook een off-black variant gebruikt worden waardoor het een iets minder hard contrast geeft. Bij tabellen en schematische overzichten waar je verschillende waarden moet kunnen onderscheiden, is het soms fijn als er meer dan vier kleuren beschikbaar zijn. In zo'n geval kun je de heldere kleuren een transparantie van 80%, 60% of 40% geven, zodat er voldoende onderscheid komt tussen de elementen in de grafiek.

Kleurentabel

Blauw: RGB = 13/189/221 CMYK = =70/0/10/0	Lichtere variant 195/239/247 of 25/0/50/0
Groen: RGB = 174/235/153 CMYK = 40/0/50/0	Lichtere variant 239/251/234 of 15/0/15/0
Paars: RGB = 229/142/219 CMYK = 0/50/0/0	Lichtere variant 249/227/246 of 0/15/0/0
Geel: RGB = 245/230/112 CMYK = 0/5/65/0	Lichtere variant 252/246/205 of 0/0/25/0
Zwart: RGB = 15/15/15 CMYK = 0/0/0/90	

In het websiteontwerp gebruiken we een achtergrondpatroon waarbij het gehele vlak gevuld wordt met het beeldmerk van Dit is mbo.

Dit patroon kun je natuurlijk ook in printvorm gebruiken. Bijvoorbeeld voor de achterkant van juryrapporten of spreekkaartjes van presentatoren e.d.



Typografie

Voor online teksten maken we gebruik van het lettertype GT Walsheim Regular en Bold.

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789**

GT Walsheim Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789

GT Walsheim Regular

In offline documenten gebruik je lettertype Arial 11 en zet je de regelafstand op exact 13.

Communicatiemiddelen

In de bijlage is het redactiestatuut opgenomen. Hierin staan de richtlijnen vermeld voor het maken/publiceren van foto's, filmpjes, tekst en social posts.

Publicaties

De redactie van Dit is mbo is gevestigd binnen de afdeling In- & externe communicatie van de MBO Raad. De redactie zal altijd de afweging maken of het ontwikkelen van publicaties voor Dit is mbo, in welke vorm dan ook, gewenst en zinvol is. De beelden die gebruikt worden moeten jongeren aanspreken. De eventuele externe partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling van deze uitingen dienen zich te conformeren aan de juiste huisstijl.

Andere huisstijldragers

Campagnematerialen: de redactie van Dit is mbo beslist welke campagnematerialen ingezet worden. Daar waar mogelijk zal Dit is mbo het materiaal beschikbaar stellen voor scholen en (eventueel) betrokken organisaties.

Schrijfwijzer

Sommige woorden kun je op verschillende manieren schrijven, terwijl alle varianten als correct kunnen overkomen. Daarom deze richtlijn hoe we woorden moeten schrijven die regelmatig gebruikt worden in de Dit is mbo-media.

- Dit is mbo
- Landelijk Ambassadeur mbo (met jaartal erachter: titel winnaar verkiezing)
- ambassadeurs
- Mbo'ers Pakken Aan
- Dag van het mbo
- Nationale Opening mbo-jaar

Spelling

Bij alle publicaties, correspondentie en communicatie van Dit is mbo (zowel on- als offline) werken we volgens de officiële Nederlandse spelling, gepubliceerd in de meest recente uitgave van 'Woordenlijst der Nederlandse Taal' (Groene Boekje).



Redactiestatuut website Dit is mbo

Achtergrond

De website Dit is mbo is in september 2019 vernieuwd met als doel te laten zien wat het mbo voor Nederland betekent. SBB, WorldSkills Netherlands en het ministerie van OCW zijn partners. MBO Raad is de eigenaar van de website en de bijbehorende socials: Facebook, Instagram, Twitter en YouTube. Een klankbordgroep, bestaande uit een aantal hoofden communicatie van de scholen, denkt op verzoek mee over de inhoud van de website. In de vernieuwde opzet van Dit is mbo zoeken we de verbreding door ook Skills, OCW, SBB en MKB-Nederland bij de klankbordgroep te betrekken.

Doel website Dit is mbo

Aansprekende en reële verhalen over het mbo over het voetlicht brengen die door mbo-scholen en leerbedrijven verder gebracht kunnen worden en die duidelijk maken dat:

- mbo'ers de ruggengraat van de maatschappij vormen;
- mbo'ers beschikken over onvermoede talenten;
- mbo'ers beschikken over vakmanschap dat bij leerbedrijven hoog gewaardeerd wordt;
- een mbo-opleiding volop kansen biedt voor een mooie carrière; een mbo-opleiding een goede opstap is voor een (vervolg)opleiding in het hbo;
- werken in het mbo als (aankomend) docent en instructeur interessant is en volop carrièremogelijkheden biedt.

Aandacht genereren voor en aandacht besteden aan de mbo-ambassadeurs van de scholen die deelnemen aan de verkiezing voor de Landelijk Ambassadeur mbo die via de challenge Mbo'ers Pakken Aan leidt tot de uiteindelijke verkiezing van de Landelijk Ambassadeur mbo. Podium voor de Landelijk Ambassadeur mbo om zijn of haar verhalen over en voor het mbo te vertellen.

Feitelijke informatie bieden over studeren en werken in het mbo die van nut kan zijn voor (aankomend) studenten en hun ouders en (aankomend) docenten en instructeurs met een verwijzing naar de verhalen op Dit is mbo uit de praktijk.

Doelgroep website Dit is mbo

(aankomend) mbo-studenten
 ouders
 (aankomend) docenten
 instructeurs
 praktijkbegeleiders/leerbedrijven

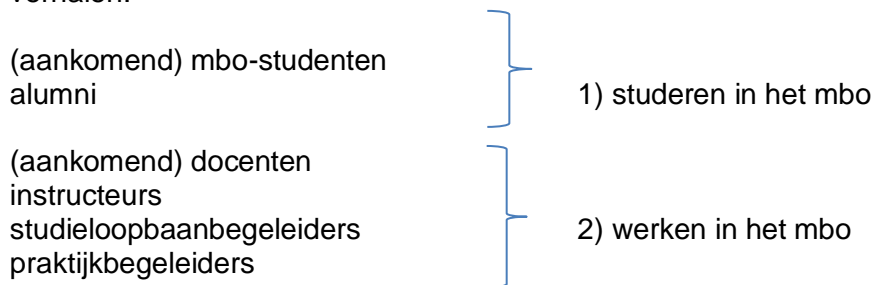
Missie website Dit is mbo

(ad 1) Het middelbaar beroepsonderwijs ontplooit (jouw) talent waar Nederland niet zonder kan.

(ad 2) En daar draag jij aan bij.

Hoofdpersonen Dit is mbo

De website bestaat uit verhalen over studeren in het mbo of werken in het mbo, vindbaar door middel van de tabs in het menu 'Ontdek'. Hieronder staan de hoofdpersonen in de verhalen:



Voorwaarden voor inhoud verhalen voor Ontdek

Ieder verhaal draagt in zich wat de betekenis van het mbo is voor Nederland.
Inhoud is niet aan tijd gebonden (storytelling).
Het verhaal moet invoelbaar zijn.

Tone of voice

korte teksten met tussenkoppen
aansprekende quote die is uitgelicht in de tekst
lekker leesbaar en aansluitend bij de doelgroep
informele benadering van geïnterviewden
afwisseling tussen tekst en beeld (video, foto, graphic, eventueel audio)

Beeld

Bij alle verhalen op de homepage van Dit is mbo staat een korte video of een gifje van de geïnterviewde in actie in zijn of haar omgeving. Op de tweede pagina staat idealiter een video. Ieder beeld maakt duidelijk dat het mbo geen statische onderwijsvorm is, maar dynamisch. Het mbo draagt immers bij aan de maatschappij.

Bij de feitelijke informatie onder 'Over het mbo' ontbreekt beeldmateriaal. Voorstel is om daar waar dit kan de informatie te ondersteunen met graphics, video's of foto's.

Studeren in het mbo / Werken in het mbo

De informatie onder deze twee 'paragrafen' is feitelijk. Voorstel is om in 'Studeren in het mbo' de informatie te verduidelijken met korte voorbeelden die uit de ervaringsverhalen van geïnterviewden komen. Bij voorkeur met een foto of video, zodat aankomende studenten en hun ouders een beeld krijgen van wat het mbo inhoudt. Hetzelfde geldt voor de informatie onder 'Werken in het mbo'.

Agenda Dit is mbo

In de agenda staan alle evenementen die te maken hebben met de missie van Dit is mbo, dus bijvoorbeeld ook docentendagen van de btg's, evenementen die bedoeld zijn voor (aankomend) mbo-studenten, conferenties van scholen.

Op de eerste pagina van de agenda staat bij voorkeur een foto van het evenement en een korte aansprekende uitleg van het evenement. (Tip: mocht er geen beschikbare foto zijn, dan kun je een foto downloaden via de site van Skills of van het Ambassadeursgala).

Foto's WorldSkills Netherlands (rechtenvrij): <https://fotobank.worldskillsnetherlands.nl/>
Foto's opening schooljaar 2019: <https://www.ditismbo.nl/xcms/image/pid/371076>
Foto's Ambassadeursgala: <https://www.ditismbo.nl/xcms/image/pid/371384>

Als je doorklikt naar de verdere informatie over het evenement of bijeenkomst, wordt verwezen naar de betreffende website.

Routing van content

De content voor de website Dit is mbo wordt eerst kortgesloten met de projectleider. De projectleider stemt de content af met het hoofd communicatie voordat het op de website van Dit is mbo geplaatst wordt.

Redactiestatuut social media Dit is mbo

De verhalen op de website Dit is mbo vormen de basis voor de social media van Dit is mbo. Per verhaal bekijkt de redactie welk socialmediakanaal van Dit is mbo het beste past om het verhaal verder te brengen.

Social media bieden toegevoegde waarde voor de website van Dit is mbo door kruisbestuiving: de beelden van de hoofdpersonen via de socialmediakanalen leiden naar hun verhalen op de website van Dit is mbo. Andersom kunnen de verhalen op de website de bezoeker weer naar de socials van Dit is mbo leiden.

Ieder platform vraagt om een eigen invalshoek wat betreft beeld en tekst. Vaste hashtag bij alle socials is #ditismbo. Deze hashtag wordt ook door de scholen gebruikt.

Voorwaarden voor inhoud beeld/tekst en tone of voice per platform en doelgroep daarvan

YOUTUBE: is gericht op (aankomend) studenten, (aankomend) mbo-docenten

Beeld: 'actiefilmpjes' die het talent van de hoofdpersoon in beeld brengen door bij voorkeur hem of haar in de omgeving te filmen waarin dat talent naar voren komt.

Tekst: schetst kort achtergrond van het filmpje met verwijzing naar Dit is mbo als het filmpje gelinkt is met een verhaal.

INSTAGRAM: is gericht op (aankomend) studenten en docenten

Beeld: 'actiefoto's' of korte filmpjes die het talent van de hoofdpersoon in beeld brengen door bij voorkeur hem of haar in de omgeving te filmen of te fotograferen waarin dat talent naar voren komt.

Tekst: prikkelend. Bevat naam hoofdpersoon en korte uitleg waarom wat te zien is.

FACEBOOK: is gericht op (aankomend) mbo-docenten en (groot)ouders van studenten

Beeld: 'actiefoto's' of korte filmpjes die het talent van de hoofdpersoon in beeld brengen door bij voorkeur hem of haar in de omgeving te filmen of te fotograferen waarin dat talent naar voren komt. Bij voorkeur andere beelden dan op Instagram.

Tekst: bevat naam hoofdpersoon en korte uitleg waarom wat te zien is met link naar YouTube of site.

TWITTER: is gericht op politiek, journalistiek, mbo-scholen, gemeenten

Beeld: zie Facebook.

Tekst: korte achtergrond van verhaal schetsen, verwijzend naar website Dit is mbo.

Suggestie: LinkedIn-account aanmaken om (aankomend) mbo-docenten, onderwijsprofessionals, (oud-)mbo-studenten te bereiken om verhalen over de kracht van het mbo verder te brengen.

Beeld: zie Facebook.

Tekst: korte achtergrond van verhaal schetsen, verwijzend naar website Dit is mbo.