

HUISSTIJLGIDS

Editie september 2020

WAAROM DEZE HUISSTIJLGIDS?

Een visuele identiteit die het DNA en de ambitie van Avans op een consistente en herkenbare manier uitdraagt. Dat was de opdracht.

In deze gids zie je het resultaat en vind je de richtlijnen om met de vernieuwde huisstijl aan de slag te gaan. Veel plezier en succes daarmee!

INHOUDSOPGAVE

MERK, AMBITIE EN HUISSTIJL	5	KLEURPALET	13	SOCIAL MEDIA	29
Ons DNA.....	5	Tinten.....	13	Instagram.....	30
Een merk in beweging.....	5	Kleur en thema.....	13	Social Ads.....	32
Eenheid in verscheidenheid.....	5	Kleurcombinaties.....	13	Video.....	35
Vrijheid maar niet vrijblijvend.....	5	Digitale toegankelijkheid.....	14		
De belangrijkste veranderingen.....	6	Herkenbaarheid en vrijheid.....	15	OFFLINE TOEPASSINGEN	37
Dynamischer.....	6			Basisgrid.....	38
Herkenbaar rood.....	6	KLEURWAARDEN	16	Infographics.....	39
Aanvullende visuele toolbox.....	6			A4 Flyer.....	41
Toegankelijkker.....	6	BOOGVORM	17	Posters.....	42
Regels, maar vooral richtlijnen.....	6			Roll-up.....	43
		FOTOGRAFIE	18	Brochure omslagen.....	44
BASISELEMENTEN	7	Beeldtaal.....	18	Omslag mock-up.....	45
		Beeldbepalend.....	19	Brochure binnenwerk.....	46
LOGO	8	Redactioneel.....	20	Binnenwerk mock-up.....	47
Niveaus.....	8	STICKERS	21		
Endorsements.....	8	Overzicht.....	22		
Kleurvariaties.....	9				
Beschermd ruimte.....	9	KLEURBALKEN & CTA	23		
Bewerkingen.....	10				
Internationaal gebruik.....	10	ONLINE TOEPASSINGEN	24		
TYPOGRAFIE	11	DISPLAY ADVERTENTIES	25		
Lopende tekst.....	11	Banner volledige foto.....	25		
Hoofdtitel.....	11	Banner deels met foto.....	26		
Redactionele titel.....	11	Banner zonder foto.....	27		
Persoonlijke quotes.....	12				
Office letter.....	12				

**MERK, AMBITIE
EN HUISSTIJL**

MERK, AMBITIE EN HUISSTIJL

Avans is een maatschappelijk betrokken, ambitieuze en persoonlijke hogeschool. In 2004 ontstaan door een fusie en inmiddels uitgegroeid tot een sterk merk. Als onderwijs- en kennisinstelling is Avans diepgeworteld in de Brabantse cultuur en verankerd met het Brabantse werkveld.

Kijkend naar wat Avans definieert en bindt, dan zien we drie eigenschappen die typerend zijn voor de identiteit van Avans. Ze vormen ons DNA.

Persoonlijk

Samen zijn we Avans, een plek waar jij je thuis voelt. Waar we elkaar kennen en waar je persoonlijk wordt geholpen.

Ambitieuw

We zijn ambitieus, gaan voor kwaliteit en daarom gaan we altijd net een stapje verder. Met ruimte om te experimenteren.

Maatschappelijk betrokken

We weten wat er speelt. Maatschappelijke thema's en vraagstukken zijn het uitgangspunt voor ons onderwijs en onderzoek, onze organisatie, allianties en samenwerkingen. Het welzijn van al onze studenten en medewerkers staat voorop.

Een merk in beweging

Zoals onze organisatie zich meebeweegt met de tijd, beweegt ook ons merk mee. In onze ambitie hebben we een duidelijk beeld geschetst waar we heen willen. We zien dat de toekomst vraagt om wendbaarheid en veerkracht. Van onze studenten, maar ook van onszelf.

Eenheid in verscheidenheid

Dit vraagt om een huisstijl die flexibiliteit biedt, met name in het toepassen ervan. Een belangrijk uitgangspunt was dan ook het creëren van ruimte voor eigen invulling van academies, opleidingen en expertisecentra zonder dat dit ten koste zou gaan van de herkenbaarheid van het merk Avans.

De nieuwe verrijkte huisstijl geeft deze ruimte. Met meer bewegingsvrijheid, maar tegelijkertijd op en top Avans.

Vrijheid maar niet vrijblijvend

Communicatie binnen Avans is niet alleen voorbehouden aan communicatiespecialisten. Het merk Avans is van ons allemaal. Met de ontwikkeling van de vernieuwde huisstijl hebben we daarom veel aandacht besteed aan de toepasbaarheid ervan. Communiceren moet makkelijk zijn.

De opgefriste huisstijl gaat dan ook niet gepaard met een vuistdik huisstijlhandboek vol met regels. Aan de andere kant vraagt het wel om bewuste keuzes bij de toepassing ervan. We willen immers het sterke merk Avans, dat we zorgvuldig hebben opgebouwd de laatste jaren, behouden en uitbouwen.

Daarom vind je, naast de basiselementen, die veel vrijheid en ruimte geven, in deze gids ook een ruim scala aan toepassingen. Dit geeft eenieder die met huisstijl aan de slag gaat richting en inspiratie en tegelijkertijd ook verantwoordelijkheid.

Mocht je twijfels, hulp of suggesties hebben bij het toepassen van de huisstijl, aarzel dan niet om contact op te nemen met de studio van DMCS.

DE BELANGRIJKSTE VERANDERINGEN

Goed om te weten is dat de vernieuwde huisstijl geen revolutie maar een evolutie is. Wat goed is hebben we behouden en wat beter kon hebben we aangepast. De belangrijkste veranderingen binnen de huisstijl hebben we voor je op een rijtje gezet.

Dynamischer

Bij een ambitie die draait om wendbaarheid en veerkracht hoort een huisstijl die dat ook uitstraalt. Dit heeft ons onder meer gebracht tot de keuze om afscheid te nemen van de rode balk die zoveel van onze uitingen sierde. Want, hoewel herkenbaar en solide, zette de balk een lay-out vast als een rode stopbalk. Hiervoor in de plaats is een vorm gekomen die perfect aansluit bij de openheid en vooruitstrevendheid die we uit willen stralen: de opwaartse boog. Deze straalt niet alleen positiviteit uit, maar ook dynamiek en beweging. Daarmee brengt de boog balans in onze overige wat strakkere elementen van de huisstijl. En het mooiste: de boog zat al die tijd al in ons logo. Deze boog gaat een belangrijke rol spelen in onze uitingen.

Herkenbaar rood, maar met meer kleur

Ons Avans-rood heeft een enorme herkenbaarheid opgebouwd. Deze kleur maakt ons direct herkenbaar als Avans. Dit gooien we natuurlijk niet overboord: Rood blijft onze dragende kleur. Rood staat dan ook voor daadkracht en past bij ons ambitieuze karakter. Wel vullen we ons kleurpalet aan met een serie van vijf frisse en energieke kleuren die perfect matchen met Avans-rood. Deze kleuren geven de vrijheid om meer eigenheid te creëren en helpen om uitingen levendiger en soms meer persoonlijk te maken. Hoeveel kleur je kunt gebruiken naast het rood hangt af van op wie je je richt. Hoe bekender je doelgroep met Avans is, hoe meer vrijheid je kunt nemen in kleurgebruik. Maar het rood zal altijd herkenbaar aanwezig zijn.

Aanvullende visuele toolbox

Naast de nieuwe kleuren hebben we onze visuele toolbox verder aangevuld. Met de toevoeging van illustratieve stickers bieden we de mogelijkheid om meer leven in een ontwerp te brengen en onderwerpen te visualiseren die zich niet zo makkelijk in een foto laten vangen. Een andere toevoeging aan de toolbox is het lettertype Nanum Pen. Een handschriftletter waarmee we, naast het stevige herkenbare strakke lettertype, ook het persoonlijke karakter van Avans kunnen accentueren.

Toegankelijker

'De brede hogeschool die toch kleinschalig en persoonlijk is.' Onze toegankelijkheid is een grote kracht. Daarom hebben we een aantal veranderingen en toevoegingen die zorgen voor meer duidelijkheid en leesbaarheid. Zo plaatsen we ons logo niet meer op een foto, maar alleen rood op wit of wit op rood. We introduceren een extra oplossing om teksten op fotografie beter leesbaar te maken, met behulp van onderliggende kleurbalken. Tenslotte hebben we vijf afgeleiden van de nieuwe huisstijlkleuren geselecteerd die voldoen aan de internationale standaard voor digitale toegankelijkheid, WCAG2.1. Zo maken we onze huisstijl even toegankelijk als onze hogeschool.

Regels, maar vooral richtlijnen

Het past niet bij een toekomstgerichte hogeschool om strakke gebruiksregels voor een huisstijl voor te schrijven. Tegelijkertijd draagt een consequent toegepaste huisstijl bij aan onze herkenbaarheid. Daarom richten we ons naast enkele basisregels vooral op aanvullende richtlijnen en het laten zien van goede voorbeelden ter inspiratie. Dit geeft eenieder die de huisstijl toepast vrijheid, maar ook verantwoordelijkheid.

BASISELEMENTEN

HET AVANS LOGO

Ons DNA en de ontwikkelingen die we als organisatie doormaken worden gereflecteerd door ons logo. Een open, vriendelijk en dynamisch woordmerk met een kenmerkende opgaande lijn. Het Avans-rood onderstreept onze daadkracht en ambitie. Door het logo altijd met vrije ruimte rondom te voeren wordt rust en toegankelijkheid gecreëerd.

Binnen Avans communiceren we op 3 hoofdniveaus:

1. Corporate
2. Academies, diensten en expertisecentra
3. Derden, externe partijen die verbonden zijn met Avans

Bij de eerste 2 niveaus gebruiken we het logo van Avans Hogeschool. En voor internationaal gebruik Avans University of Applied Science.

Samenwerkingen en initiatieven

Bij het derde niveau van communicatie is het soms wenselijk om gebruik te maken van een ander logo naast dat van Avans. Bijvoorbeeld om een samenwerking te laten zien. Je maakt dan gebruik van het Avans-logo met daar 1 van deze 5 toevoegingen boven:

samen met
een initiatief van
in samenwerking met
onderdeel van
powered by

Projecten

We ontwikkelen geen aparte logo's voor communicatie rondom projecten, omdat dit afbreuk doet aan de consistentie en helderheid van Avans als afzender. Voor de communicatie van grote projecten of overkoepelende thema's kun je gebruik maken van een typerende foto, beeldmateriaal, of specifieke copy voor extra herkenning. Soms kan een aanvullend stijlelement nodig zijn. Dit is nooit ter vervanging van het logo en altijd aanvullend aan de Avans-huisstijl.

Andere Avans-merken

De Avans Academie Associate degree, de Juridische Hogeschool en de St. Joost School of Art & Design dragen ieder een eigen logo en visuele identiteit.

The logo for Avans Hogeschool, featuring the word 'avans' in a bold, lowercase, red sans-serif font, with 'hogeschool' in a smaller, lowercase, red sans-serif font positioned directly below it.

LOGO PLAATSEN

Rood en wit

Plaats het logo in de combinatie rood en wit. Dus rood op een witte ondergrond, of wit op een rode ondergrond.



Zwart en wit

Alleen wanneer het niet mogelijk is om rood te gebruiken, is zwart op wit of wit op zwart een alternatief. Bijvoorbeeld in krantenadvertenties, of als borduurwerk op kleding.



Beschermde ruimte

Het logo heeft een beschermde ruimte waarin je geen beeld of tekst mag plaatsen. In het logo-bestand is deze ruimte standaard opgenomen. Meer ruimte vrijlaten rond het logo mag altijd, minder niet.



← Beschermde ruimte

LOGO

Bewerkingen logo's

Bewerkingen van, of aanpassingen op het logo zijn niet toegestaan. Gebruik bij plaatsing van het logo altijd de originele bestanden.

Foto als ondergrond

Plaats het logo niet op een foto. Dit komt de leesbaarheid niet ten goede. Gebruik de boogvorm eventueel als onderlegger. Zie de voorbeelden verderop in deze gids.

Uitzonderingen ondergrond

In een enkel geval is het toegestaan om het logo op een andere ondergrond te plaatsen. Bijvoorbeeld bij gevelbelettering en gesponsorde voertuigen. Maar ook in dat geval; zorg altijd voor voldoende contrast.

Positie in een layout

Plaats het logo altijd in een hoek. Rechtsboven of -onder is de voorkeurspositie voor offline media en presentaties. Voor online media, zoals websites, is linksboven de voorkeurspositie. Een goede user experience staat voorop.

Internationaal gebruik

Voor internationale uitgaven is een aangepast logo beschikbaar.



Logo met eigen onderschrift



Logo zonder onderschrift



Logo in andere verhouding



Logo in andere kleur dan een hoofdkleur



Ondergrond op andere kleur dan hoofdkleur

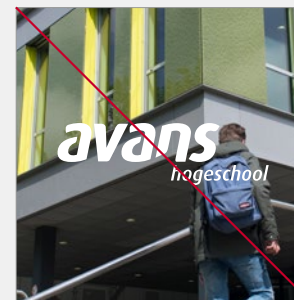


Foto als ondergrond



TYPOGRAFIE

De vaste huisstijlletter voor is Frutiger. Het is een krachtige schreefloze letter met een goede leesbaarheid op papier en beeldscherm.

Primaire kopregel

Naast de rode kleur, is de krachtige koptekst in Frutiger Black Condensed één van de sterkste kenmerken van de visuele identiteit. Het benadrukt de kracht en ambitie van Avans naast de overige meer persoonlijke en vriendelijke visuele elementen van de huisstijl. Gebruik deze vorm voor hoofdtitels in alle media en middelen, zowel online als offline. Bijvoorbeeld op omslagen, posters, banners en paginatitels.

Redactionele kopregels

Bij redactionele teksten met meerdere kopregels, kun je een lichtere, beter leesbare vorm toepassen. Op deze manier blijft er voldoende afwisseling in de zware stevige kopregels en de meer dynamische onderkoppen.

Richtlijnen lopende tekst

In de lopende copy en bij redactionele teksten wordt Frutiger in onderkast toegepast. Hiermee wordt het een rond lettertype en geeft zo de boodschap naast een ambitieus, ook een betrokken, persoonlijk en menselijk karakter. Gebruik een interlinie van 130% en de standaard spatiëring.

Primaire kopregel: Frutiger Black Condensed

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Redactionele kopregel: Frutiger Roman

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Frutiger Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Áá Ää Èè Éé Êê Ìì Íí
Ïï Òò Óó Öö Ùù Úú Üü
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?
- = + ± . , ; " ' ' ' / €
@ # % & * () !

Frutiger Roman

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Áá Ää Èè Éé Êê Ìì Íí
Ïï Òò Óó Öö Ùù Úú Üü
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?
- = + ± . , ; " ' ' ' / €
@ # % & * () !

Frutiger Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Áá Ää Èè Éé Êê Ìì Íí
Ïï Òò Óó Öö Ùù Úú Üü
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?
- = + ± . , ; " ' ' ' / €
@ # % & * () !

TYPOGRAFIE

Nanum Pen Script

Een aanvulling in de huisstijl is het handgeschreven lettertype 'Nanum Pen Script'. Deze letter kan worden gebruikt om quotes en uitspraken op een meer persoonlijke en illustratieve wijze op te maken. Het onderstreept daarmee het persoonlijke karakter van Avans. Gebruik deze letter spaarzaam; enkel als citaat. Het is niet bedoeld voor lopende teksten of kopteksten. Het font is kosteloos verkrijgbaar via google fonts.

Verdana

Verdana is de correspondentieletter voor Avans. Dit lettertype zit standaard in het officepakket en is dus voor iedereen toegankelijk om te gebruiken. Het sluit visueel het beste aan bij de Frutiger door de open en ronde vorm, die aansluit bij het persoonlijke karakter van Avans. Gebruik deze letter voor documenten en e-mail. Verdana hoort tot de standaard lettertypen op Windows en OS X systemen.

Nanum Pen Script

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?
- = + ± . , : ; " ' / €
@ # % & * () !

Verdana Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Áá Ää Èè Éé Ëë Ìì Íí
Ïï Òò Óó Öö Ùù Úú Üü
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?
- = + ± . , : ; " ' / €
@ # % & * () !

Verdana Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Áá Ää Èè Éé Ëë Ìì Íí
Ïï Òò Óó Öö Ùù Úú Üü
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ?
- = + ± . , : ; " ' / €
@ # % & * () !**

KLEURPALET

Primaire kleuren

Rood, wit en zwart zijn de primaire kleuren van Avans. Rood is de dragende kleur van de visuele identiteit. Het zorgt voor de herkenbaarheid en staat voor ambitie en daadkracht. Wit en zwart geven het palet contrast en toegankelijkheid.

Ondersteunende kleuren

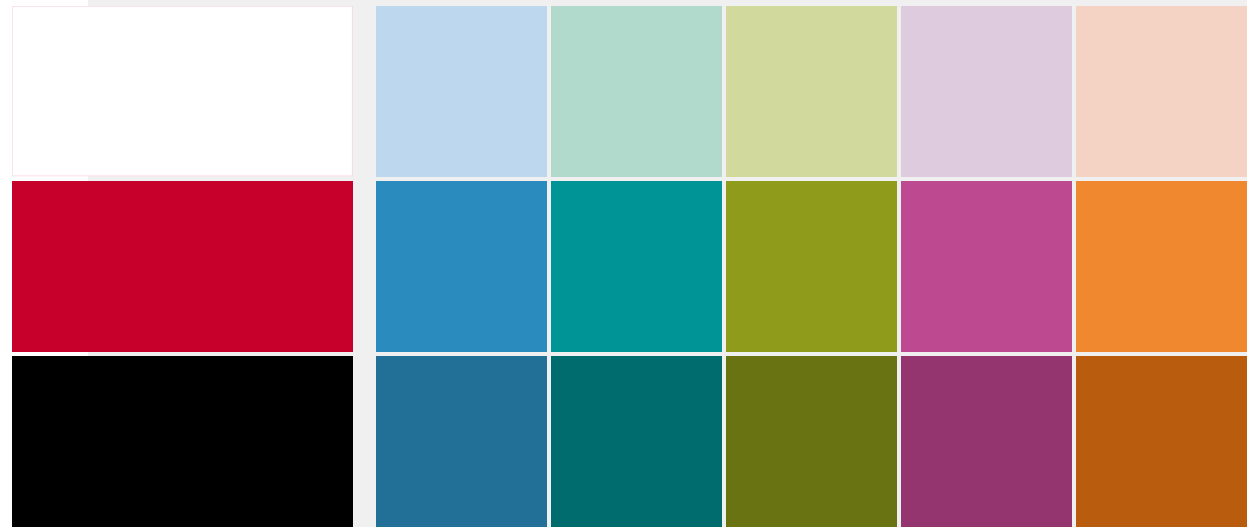
Daarnaast zijn er vijf aanvullende kleuren beschikbaar die de vrijheid geven om uitingen levendiger te maken. De ondersteunende kleuren maken altijd een goede combinatie met het primaire palet en hebben een zo groot mogelijk onderscheid onderling. Het ondersteunende palet is vrij toepasbaar, dus niet gekoppeld aan een specifiek thema, onderwerp, initiatief, academie/opleiding of organisatieonderdeel. De kleuren zijn beschikbaar in drie vaste tinten. Andere tinten zijn niet toegestaan.

Kleurencombinaties

Houd het aantal ondersteunde kleuren beperkt. Dus 1 per pagina of scherm. Combinaties van ondersteunende kleuren zijn niet toegestaan.

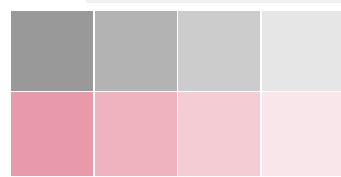
Tinten primaire kleuren

In achtergrond vlakken van tabellen en inzetjes mag je een vrij percentage van de primaire kleuren toepassen.



Primair

Ondersteunend



KLEURPALET

KLEURCONTRAST

Digitale toegankelijkheid

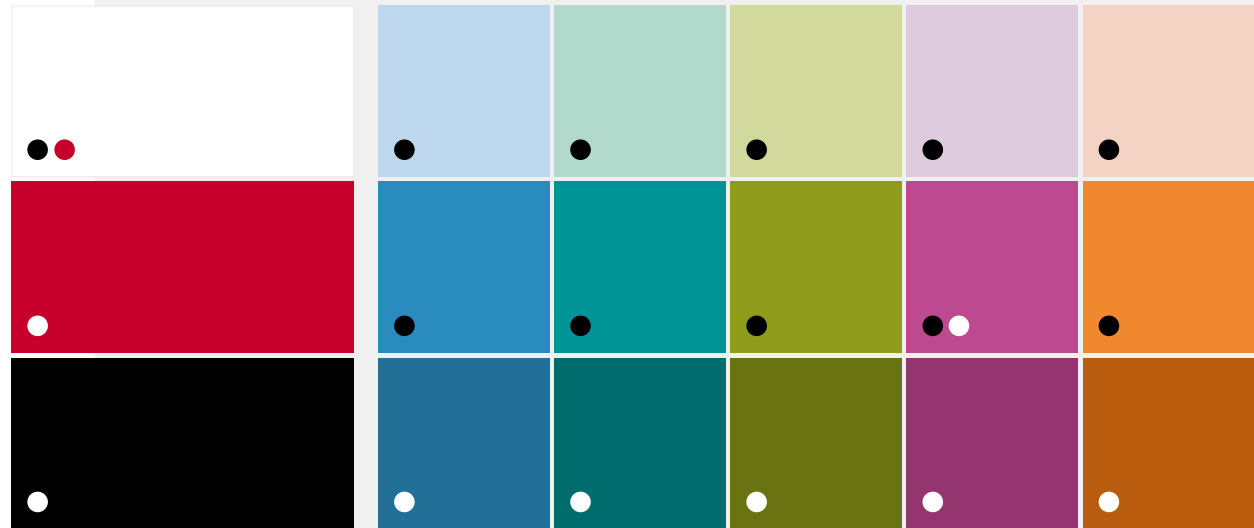
Om voor iedereen toegankelijk te zijn, hanteren we voor online uitgaven de WCAG2.1 richtlijn (niveau AA). Hierin wordt een bepaald kleurcontrast voorgeschreven tussen tekst en ondergrond voor een goede leesbaarheid.

Deze norm komt overeen met de toegankelijkheidsstandaard 'Digitoegankelijk', die wettelijk is verplicht vanuit de onderwijsinspectie.

In het overzicht hiernaast geven de stippen aan welke kleurcombinaties aan de norm voldoen met een normale kleine leesletter. Dit is de meest strenge toepassing. De norm versoepelt met de toename van lettergrootte.

Tip: Gebruik een WCAG-tool, om te controleren of jouw ontwerp aan de norm voldoet.

Voor meer informatie:



KLEURPALET

KLEURGEBRUIK

Herkenbaarheid vs. vrijheid

Het aanvullend kleurpalet geeft meer vrijheid om eigenheid te creëren en helpt om uitingen levendiger te maken.

Rood is de dragende kleur van de visuele identiteit en is daarom verplicht in iedere uiting. De balans tussen rood en een steunkleur is zelf te bepalen en hangt sterk af van tot wie je je richt. Herkenbaarheid is hier het sleutelwoord.

Wanneer je doelgroep onbekend is met Avans, bijvoorbeeld in een publiekscampagne, gebruik dan enkel rood, wit en zwart. De primaire kleuren zijn onmiddellijk herkenbaar als Avans.

Als je doelgroep beter bekend met Avans is, dan kun je meer vrijheid nemen in de verhouding hoofdpalet versus aanvullende kleuren.

Hierbij blijft het van belang om steeds per uiting te kijken/onderzoeken in hoeverre het nog steeds 'herkenbaar Avans' is voor de doelgroep.



Direct herkenbaar
















100% hoofdkleuren.
Doelgroep is niet bekend met Avans Hogeschool.

Niet direct herkenbaar

95% aanvullende kleur
Doelgroep is zeer bekend met Avans Hogeschool.

KLEURPALET

KLEURWAARDEN

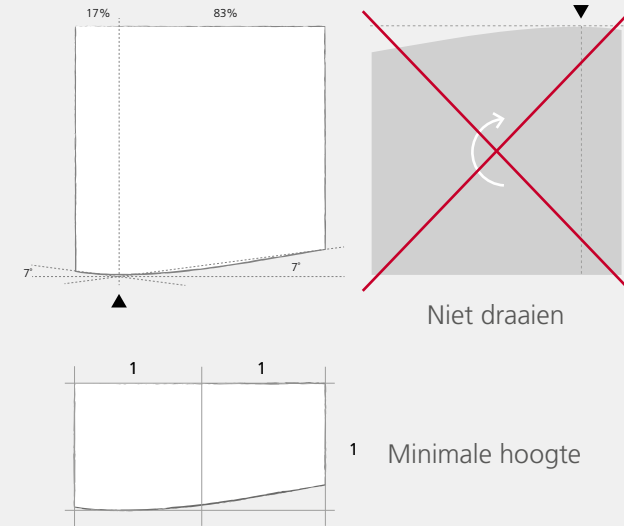
	Kleurnaam	Pantone®	C	M	Y	K	R	G	B	Web #	RAL
	Avans Rood	1935 U en C	0	100	57	5	198	0	42	C6002A	3027
	Zwart		0	0	0	100	0	0	0	000000	
	Wit		0	0	0	0	255	255	255	FFFFFF	
	Donker blauw		84	46	23	7	34	111	152	226F98	
	Blauw		77	33	9	0	42	139	191	2A8BBF	
	Licht blauw		33	8	4	0	189	216	238	BDD8EE	
	Donker turquoise		86	33	49	23	0	108	110	006C6E	
	Turquoise		80	20	42	4	0	148	151	009497	
	Licht turquoise		33	0	26	0	178	218	204	B2DACC	
	Donker olijfgroen		59	36	100	25	105	115	17	697311	
	Olijfgroen		50	23	100	7	143	156	27	8F9C1B	
	Licht olijfgroen		22	6	43	0	210	217	157	D2D99D	
	Donker paars		44	89	23	9	148	52	112	943570	
	Paars		28	81	5	0	189	74	145	BD4A91	
	Licht paars		15	24	5	0	222	204	222	DECCDE	
	Donker oranje		21	69	100	11	185	92	13	B95C0D	
	Oranje		0	57	87	0	240	136	48	F08830	
	Licht oranje		0	24	24	0	244	210	196	F4D2C4	

BOOGVORM

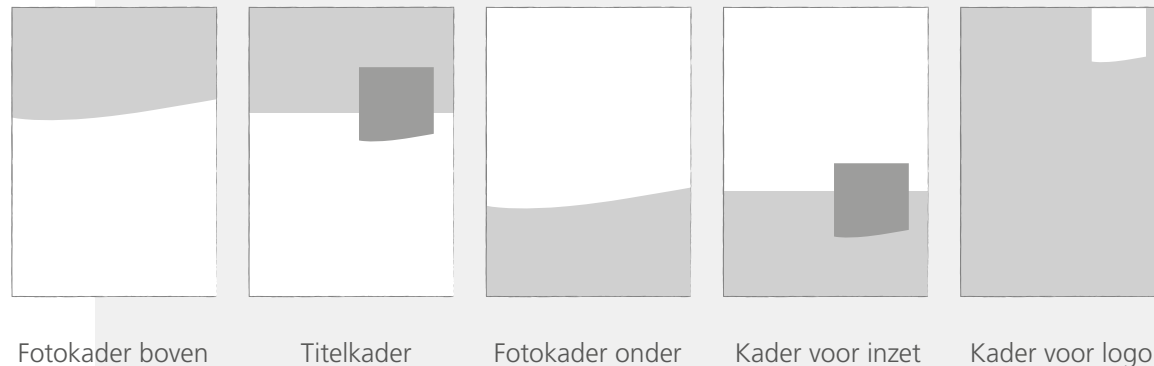
De boogvorm is ontleend aan de opgaande lijn in het logo. Het gebruik van dit element zorgt voor een natuurlijke, positieve uitstraling en brengt visueel meer wendbaarheid en veerkracht in de vormtaal. Daarmee brengt het balans in combinatie met de daadkrachtige rode kleur en overige strakke elementen.

Toepassing

- Slechts 1 boogvorm per pagina.
Wanneer het totaalkader de boogvorm heeft, gebruik je rechthoekige kaders voor inzetjes. Wanneer het totaalkader rechthoekig is, dan kan een inzet de boogvorm hebben.
- De boogvorm niet draaien. De 'knik' zit altijd links. Wanneer de boogvorm de pagina vult, mag je zowel aan de onder- als bovenzijde van de opgaande lijn een beeld plaatsen.
- Het vlak met de boogvorm heeft geen vaste hoogte en breedte verhouding. De absolute minimale hoogte is de helft van de breedte (dus $1B \times 0,5H$ –of– $2B \times 1H$). De voorkeursverhouding is vierkant ($1B \times 1H$), of hoger.



De boogvorm in verschillende toepassingen



Fotokader boven

Titelkader

Fotokader onder

Kader voor inzet

Kader voor logo

FOTOGRAFIE

Beeldtaal

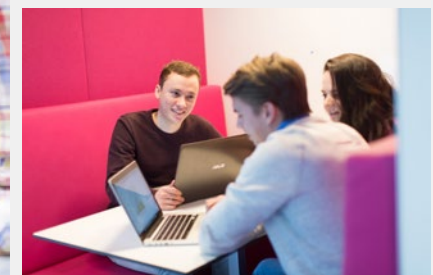
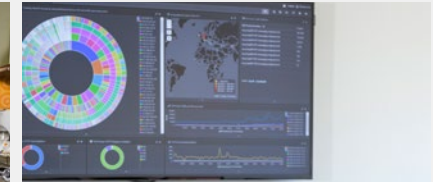
Fotografie heeft een belangrijke functie voor ons merk. Daarom houden we regie op de beelden die je in combinatie met de naam Avans Hogeschool gebruikt. Zo zetten we het merk op een eenduidige manier in de markt.

Het onderwijs bij Avans onderscheidt zich, ondanks de grootte van de instelling, door persoonlijk contact en veel interactie. In de beeldtaal komt dit terug door zoveel mogelijk echte studenten, docenten, alumni en beroepsprofessionals te laten zien.

Digitale beeldbank Avans Hogeschool

De Avans Hogeschool beeldbank bevat beelden die voldoen aan de richtlijnen van de merkstrategie en beeldwijzer van Avans.

De beeldbank wordt regelmatig voorzien van nieuwe beelden. Wil je specifieke foto's laten maken voor jouw uiting? Ook dat kan. Neem hiervoor contact op met de studio.



FOTOGRAFIE

Beeldbepalende fotografie

Denk bij beeldbepalende foto's aan foto's voor de homepage van de website, een omslag van een brochure of voor een roll-up banner.

In beeldbepalende fotografie staan 1 of meerdere personen centraal. Personen (dit zijn altijd studenten en medewerkers van Avans) worden op een niet geconstrueerde manier in beeld gebracht. De combinatie van personen en hun omgeving of context laat een begin of een deel van een authentiek verhaal zien.

Richtlijnen

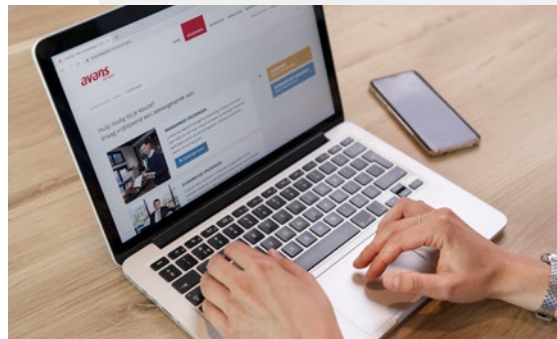
- Zorg voor authentieke situaties, vermijd stockbeelden die te ver af staan van de werkelijkheid.
- De foto's zijn natuurlijk en levendig. Vermijd gekunstelde composities of poses en symbolische beeldtaal. Waarbij in de camera kijken mag, zolang het op een natuurlijke en niet té geposeerde houding is.
- Vermijd montages, onnatuurlijke kleurcorrectie of manipulatie in beeld.



FOTOGRAFIE

Niet-beeldbepalende fotografie

Niet beeldbepalende (redactionele) fotografie toont het resultaat van het verhaal. Bijvoorbeeld een specifieke foto van een opleiding, voorstelling, expertisecentrum, een product of project. Je gebruikt dit bijvoorbeeld in het binnenwerk van een brochure of op een vervolgpagina van een website.



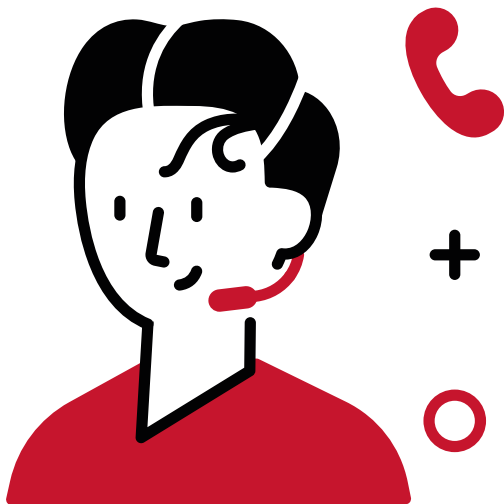
STICKERS

Stickers zijn kleine illustraties die je op een ontwerp kunt plakken. Met stickers kun je een wat meer persoonlijke touch aan uitingen geven, zonder foto's te gebruiken.

Alle personen in de stickers hebben een gezicht en zijn nooit gezichtloos, hiermee benadrukken we het persoonlijke karakter van Avans.

Beperk het aantal stickers tot maximaal 2. Met uitzondering van bijvoorbeeld een infographic, daar mag je meerdere stickers voor gebruiken.

De stickers zijn beschikbaar in de hoofdkleuren: rood, zwart en wit. Deze worden niet in een andere kleur toegepast. Alle stickers zijn te vinden in de beeldbank van Avans.



STICKERS

OVERZICHT



KLEURBALKEN & CTA

Kleurbalk

Makkelijk leesbare tekst is een minimum vereiste voor een toegankelijke huisstijl. Wanneer de letters wat kleiner zijn t.o.v. de foto is de tekst vaak slecht leesbaar. In dat geval kun je kleurbalken toepassen. Je gebruikt ze dus als het de leesbaarheid ten goede komt.

De rechthoekige onderlegger die zich per regel aanpast, geeft kleur en variatie aan een pagina. Bovendien is deze vorm goed toepasbaar in office software en daarmee toegankelijk voor iedereen in de organisatie.

Gebruik de Frutiger Bold Condensed met regeltransport van 110%. De onderliggende kleurbalk heeft de twee keer de X-hoogte en wordt per regel gecentreerd. Houd aan beide zijden van de regel de X-hoogte als marge aan.

Call-to-action (CTA):

Een CTA vraagt een bezoeker een bepaalde handeling uit te voeren. Een goede CTA valt op t.o.v. de overige pagina elementen. De afgeronde vorm, uniek in de huisstijl, draagt bij aan het onderscheidende karakter. Kies voor extra attentiewaarde een contrasterende kleur.

Voor offline media kun je een balk met afgeronde hoek plaatsen. Zorg dat deze vanuit de pagina-rand naar binnen steekt.

Kleurbalk

The diagram illustrates the application of color bars. A large red bar at the top contains the text 'LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET CONSECTUR ADI PISCING ELIT'. Below it, three columns show different color combinations for text and bars. The first column shows a red bar with white text. The second column shows a green bar with white text. The third column shows a red bar with white text, a blue bar with white text, and an orange bar with white text. A dashed red line indicates that the red and orange bars should not be combined. The text 'Secundaire kleur is prima..' is placed below the second column, and 'maar niet combineren.' is placed below the third column.



Call to action



Offline media

Interactieve media (button)

ONLINE TOEPASSINGEN

DISPLAY ADVERTENTIES

Display banners worden weggezet in een groot netwerk van aangesloten websites, bijvoorbeeld het google display network. Hierdoor zijn de banners 'te gast' op een andere website in een willekeurige context. (Denk bijvoorbeeld aan nu.nl.) Daarom moet een banner altijd op zichzelf staan en met kracht visueel aanwezig zijn, zodat het de aandacht op zich vestigt.

Algemene uitgangspunten:

- Rood is de dominante kleur. Deze kleur draagt bij aan de merkherkenning.
- Zorg altijd voor hoog contrast, zodat het goed leesbaar blijft voor iedereen en op alle devices.
- Gebruik korte tekst met duidelijke boodschap.
- Duidelijke button op een logische plek. Een korte CTA-tekst werkt het best: 'bekijk', 'inschrijven' etc.

Meer informatie

Neem contact op met ons online-advertentie team voor inzichten en tips over onze online advertentie strategie, campagnes, advies voor doelgroep i.c.m. media keuze en optimalisatie van bereik en respons.



Volledige foto



Deels met foto



Zonder foto

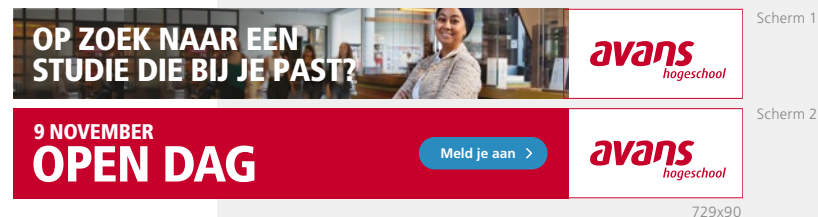
BANNER

VOLLEDIGE FOTO

De banner heeft een animatie van ongeveer vijf seconden, waarbij het volledige beeld verandert. Het eerste scherm trekt de aandacht door een vraag of stelling die aansluit op een (algemene) behoefte met daarbij een full-screen foto. Het tweede scherm laat het aanbod of de oplossing zien.

Kies een een foto met een rustige achtergrond die links van het onderwerp veel ruimte heeft.

Zorg voor voldoende contrast tussen tekst en achtergrond door bijvoorbeeld in photoshop de achtergrond extra donker te maken. Let hierbij op dat de foto realistisch blijft. Dus de achtergrond moet in het origineel al donker zijn. Een persoon voor een heldere blauwe wolkenlucht is niet geschikt.



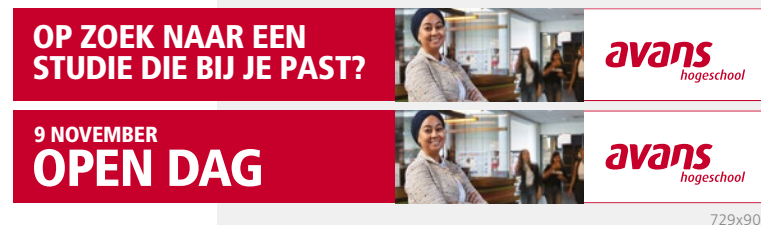
BANNER

DEELS MET FOTO

De banner heeft een animatie van ongeveer vijf seconden, waarbij alleen de tekst verandert.

Als er geen geschikte foto is voor een volledig beeld, dan is deze versie een alternatief. Let op; Gebruik alleen een foto als dit meerwaarde geeft aan de banner. Zorg dat de foto duidelijk, relevant en aantrekkelijk is.

Kies een foto met een duidelijk onderwerp en voldoende ruimte rondom.



BANNER

ZONDER FOTO

Gebruik je tekst in plaats van een foto? Houd de tekst dan kort en krachtig, zodat het ook visueel aantrekkelijk blijft.

Middels animatie kun je meerdere teksten communiceren.



SOCIAL MEDIA

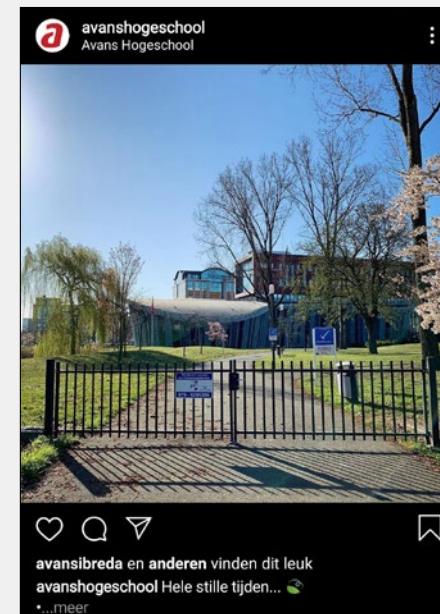
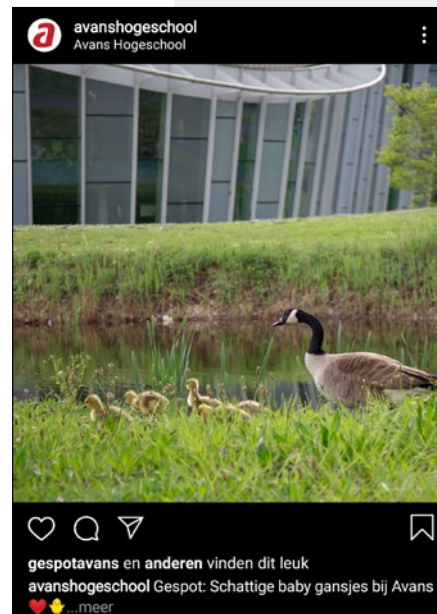
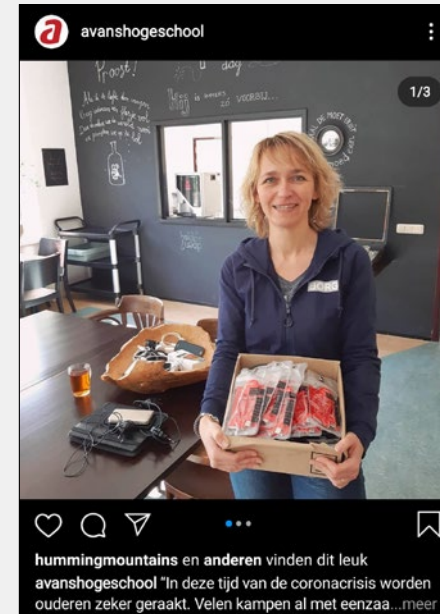
Social media zijn een krachtig middel om zowel interne als externe doelgroepen te bereiken. Het geeft de mogelijkheid om een authentiek en geloofwaardig verhaal te vertellen met directe waardevolle feedback in de vorm van comments en dialoog.

Gebruik social media niet als reclamezuil, maar plaats content dat bij dat specifieke platform past. Instagram en Facebook, zijn platformen waar beeld (foto of video) de hoofdrol speelt. We zien dat posts die volledig uit beeld bestaan het grootste bereik en de meeste interactie hebben.

In enkele gevallen is tekst in de afbeelding gewenst. Bijvoorbeeld voor een aankondiging van een evenement. Het is bij social medianiet nodig om het logo in de post te plaatsen, omdat bij iedere post Avans Hogeschool als afzender wordt vermeld.

Meer informatie

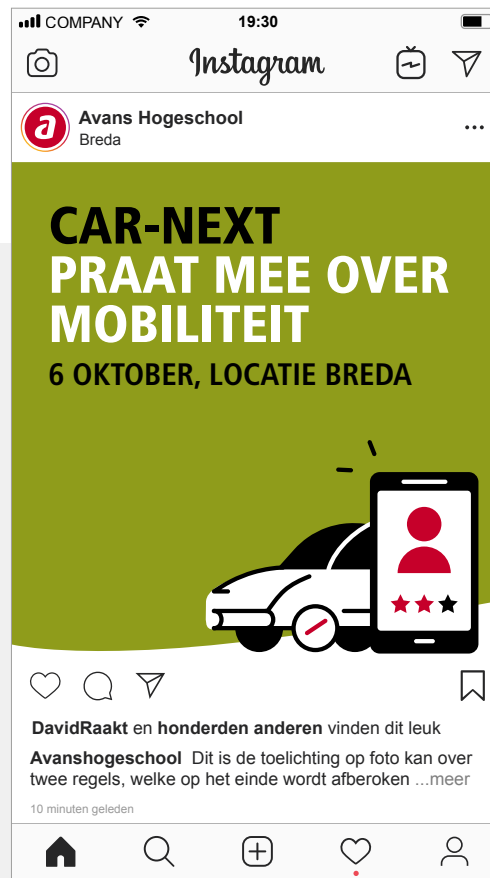
Neem contact op met ons social-media team voor inzichten en tips over onze online strategie, doelgroepen en advertentiemogelijkheden.



INSTAGRAM

AANKONDIGING

Hier staan enkele voorbeelden van een aankondiging voor een evenement. Omdat social media ook voor interne doelgroepen kan worden gebruikt, is er hier meer vrijheid om het ondersteunend palet te gebruiken. Houd rekening met de doelgroep; voor doelgroepen die onbekend zijn met Avans Hogeschool moet het hoofdpalet worden gebruikt.



INSTAGRAM

REDACTIONELE MEDEDELING

Hoewel Instagram en Facebook de voorkeur geven aan posts die volledig uit beeld bestaan, kan het soms nodig zijn om tekst in het beeld te plaatsen. Leesbaarheid staat altijd voorop. Gebruik de kleurbalk als onderlegger en zorg voor voldoende kleurcontrast tussen tekst en achtergrond.

Voor extra attentiewaarde kun je de boogvorm gebruiken om de post een afwijkend formaat te geven. Eventueel aangevuld met een icoon of sticker.



SOCIAL ADS

STATIC

Tips voor design social ads (static):

- Houd rekening met native schermgrootte en mobiel gebruik.
- Werk met zo min mogelijk tekst in de afbeelding. Gebruik de 20% regel van facebook en instagram.
- Zorg voor goeie 'framing' van mensen in fotografie. Beter een goede close-up dan een groepsfoto van verder af.
- Zorg voor voldoende herkenbaarheid door Avans rood als dominante kleur te voeren. Zie ook het hoofdstuk over kleuren.
- Zorg altijd voor hoog contrasterende vlakken met oog op de leesbaarheid voor mensen met een visuele beperking.
- Voeg een call-to-action button toe aan de afbeelding (dit is geen echte button) om click-through rate te verbeteren.
- Maak deze button niet te klein. (houd rekening met punt 1).
- Een korte duidelijke call-to-action tekst werkt het best; 'bekijk', 'inschrijven' etc.
- De beste positie voor een button is rechtsonder.

Voorbeeld social static:

- Weinig tekst.
- Golvende beweging gebruikt.
- Contrasterend en kenmerkend kleurgebruik (rood op wit).
- Button rechtsonder.
- Logo niet nodig in social beeld.



20%

Newsfeed



Mobile



Right hand

SOCIAL ADS


CARROUSSEL ADVERTENTIE

Enkele kenmerken

- Zorg dat de hoofdkleur (rood) altijd aanwezig is.
- Een stickers kan ook als hoofd illustratie worden ingezet. Als je dit doet, mag je de kleuren aanpassen.
- Leesbaarheid staat voorop. Gebruik zonodig de kleurbalk als onderlegger en zorg voor voldoende kleurcontrast tussen tekst en achtergrond.

a Avans Hogeschool
Sponsored


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam aliquet tortor in nulla.



24 NOVEMBER
KOM EEN DAGJE PROEFSTUDEREN

Proefstuderen
24 november


Aanmelden



PROEFSTUDEREN
DOE EEN WORKSHOP OF VOLG EEN PROEFCOLLEGE

Proefstuderen
24 november

Aanmelden




PROEFSTUDEREN
LEER ANDERE STUDIEKIEZERS ALVAST KENNEN

Proefstuderen
24 november

Aanmelden

a Avans Hogeschool
Sponsored


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam aliquet tortor in nulla.



31 MAART
ONLINE OPEN AVOND

Online Open Avond
31 maart

Meer info




ONLINE OPEN AVOND
ASK-ME-ANYTHING & VR RONDKIJKEN

Online Open Avond
31 maart

Meer info

a Avans Hogeschool
Sponsored


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam aliquet tortor in nulla.



24 SEPTEMBER
KOM EEN DAGJE PROEFSTUDEREN!

Proefstuderen
24 november


Aanmelden



PROEFSTUDEREN
DOE EEN WORKSHOP OF VOLG EEN PROEFCOLLEGE

Proefstuderen
24 november

Aanmelden



PROEFSTUDEREN
LEER ANDERE STUDIEKIEZERS ALVAST KENNEN

Proefstuderen
24 november

Aanmelden

SOCIAL ADS

VIDEO

Tips

- Hanteer een logische opbouw voor je video: Trek de aandacht in de eerste 3 seconden, vertel je verhaal, zet aan tot actie.
- Duur social video; niet meer dan 20 seconden.
- Zorg voor goeie 'framing' van mensen in de video. Beter een goede close-up dan een beeld van veraf.
- Zorg voor snelle 'cuts' om de aandacht vast te houden.
- Kies voor het startscherm een kleur die opvalt in de feed (geen wit).
- Zorg altijd voor hoog contrasterende vlakken, ook met ook op de leesbaarheid voor mensen met een visuele beperking.
- Voeg een Call-to-action toe aan de video om de click-through-rate te verbeteren.

Meer informatie

Je kunt voor social ads ook gebruik maken van de videogrids die worden gebruikt voor de standaard Avans video's. Wil je meer hierover weten? Neem dan contact op met Jeroen Davidse.



VIDEO

ALGEMEEN

Afzender Avans

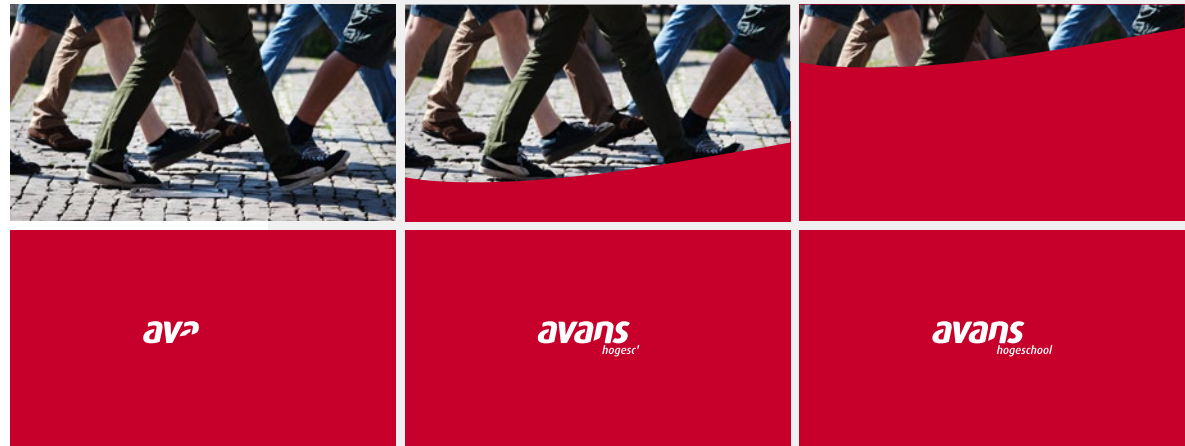
Bij alle video's die in opdracht van Avans worden gemaakt is Avans Hogescholen altijd herkenbaar als afzender.

Sub-profilering

Een academie of organisatieonderdeel mag zich niet direct onder het logo vermelden. Zorg voor voldoende onderscheid. De meest eenvoudige oplossing is om eerst het Avans beeldmerk te tonen en daarna de naam van het organisatieonderdeel.

Maar met layout zijn ook mogelijkheden; bijvoorbeeld het Avans beeldmerk in een boogvorm (klein, rechtsboven) en de titel links.

Outro naar rood



goed

niet goed

VIDEO

Enkele voorbeelden van titelschermen en naamblokjes.



Productie titel (hoofd)



Quote (Font: Nanum Pen)



Naamblok



Naamblok + Ondertiteling



Naamblok



Hoofdstuktitel (sub)



Hoofdstuktitel (sub)



Hoofdstuktitel (sub)



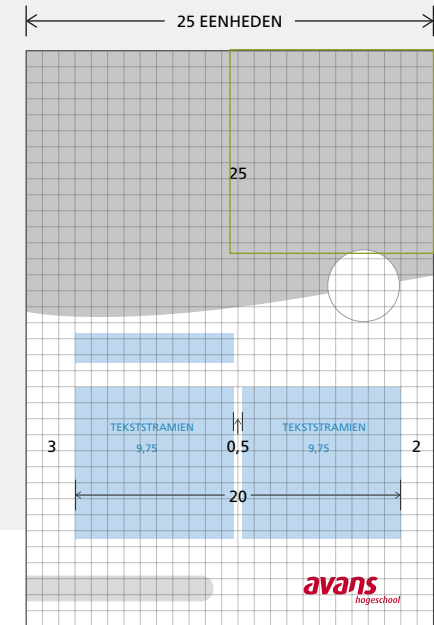
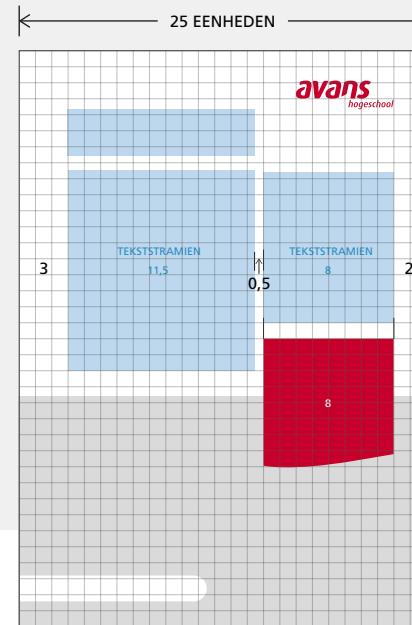
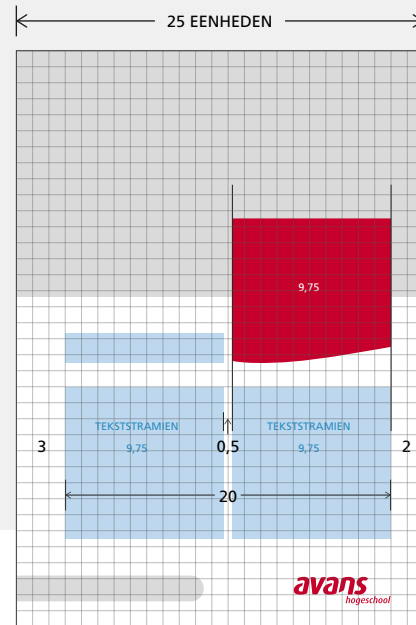
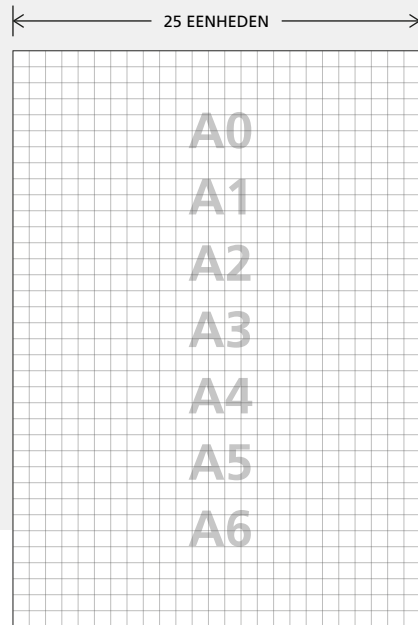
Hoofdstuktitel (sub)



Hoofdstuktitel (sub)

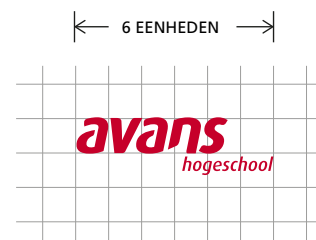
OFFLINE TOEPASSINGEN

BASISGRID



25 Horizontale eenheden

A-formaten (staand) worden in 25 horizontale eenheden verdeeld. Dit basisstramien bepaalt de grootte van diverse pagina-elementen, zoals marges, kolombreedte en grootte van het logo.



Formaat logo

De grootte van het logo hangt samen met het formaat van het medium. Het logo heeft altijd de breedte van 6 eenheden. De minimale logobreedte is 15 mm.

Formaat boogvorm

De boogvorm kan als los kader, of paginabreed worden gebruikt. Houd rekening met de minimale relatieve hoogte van de boogvorm.

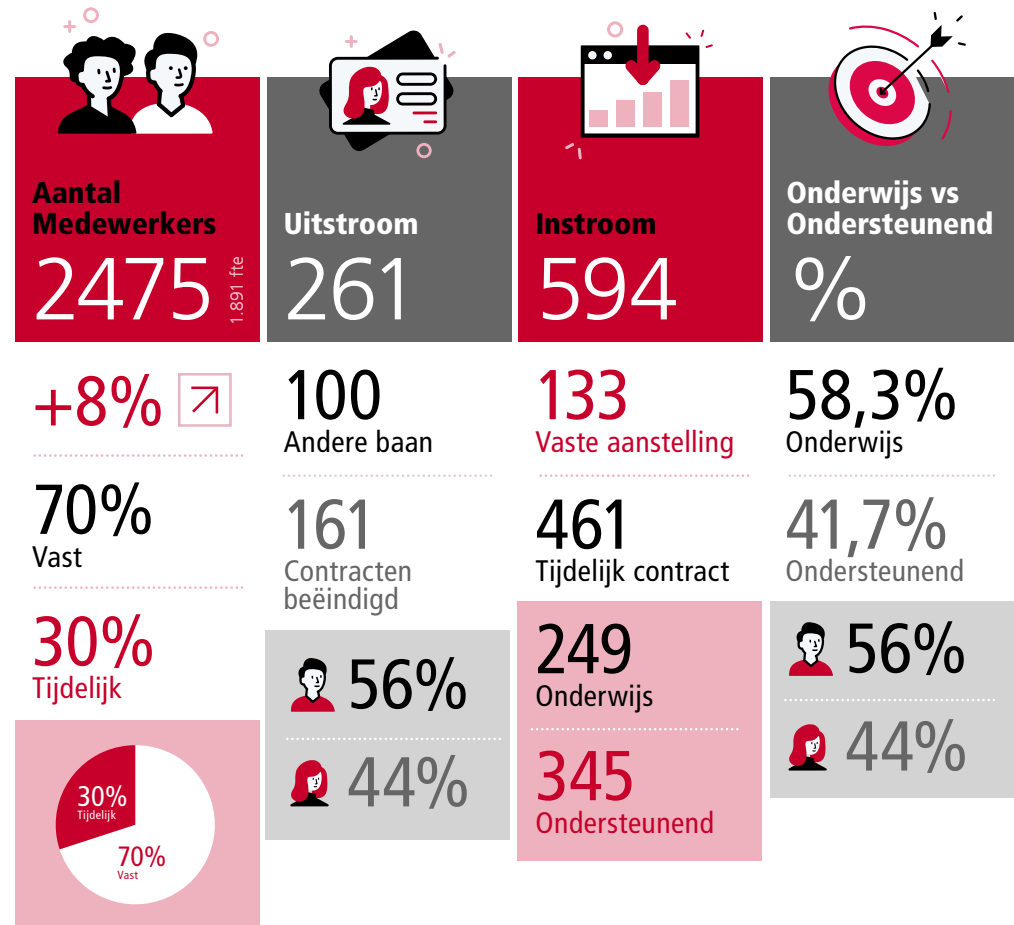
INFOGRAPHICS

Een infographic is een grafische weergave van informatie over een bepaald onderwerp, bestaande uit tekst en beeld. Het is een mooi middel om een verscheidenheid van informatie overzichtelijk in beeld te brengen.

Op deze én de volgende pagina tonen we voorbeelden van de infographic nieuwe stijl.

De infographics kunnen ook in ondersteunende kleuren worden uitgevoerd, waarbij de stickers altijd in de hoofdkleuren blijven (zie volgende pagina).

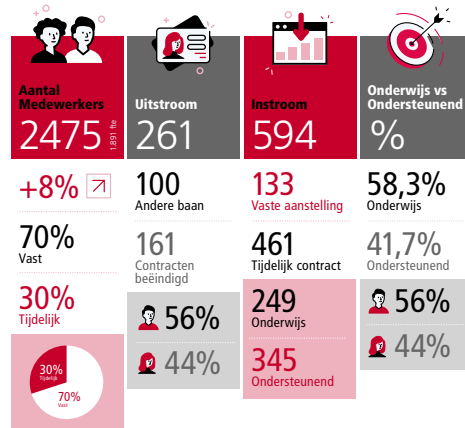
OVERZICHT MEDEWERKERS



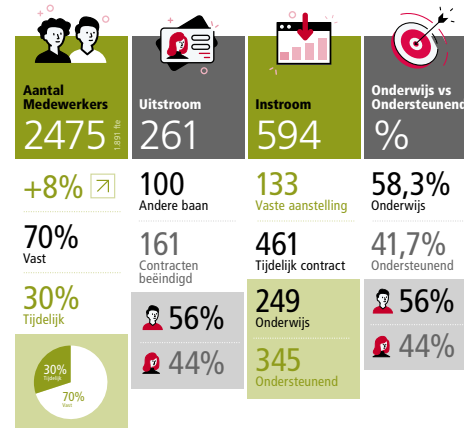
INFOGRAPHICS

KLEURVARIANTEN

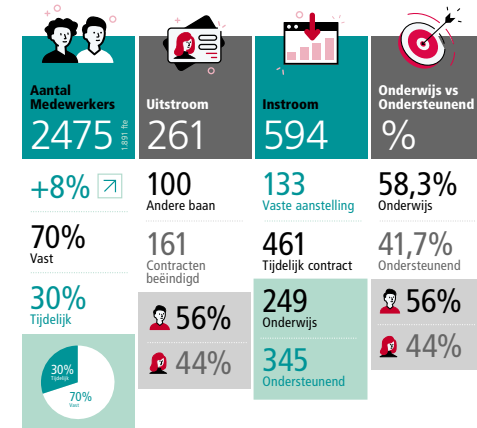
OVERZICHT MEDEWERKERS



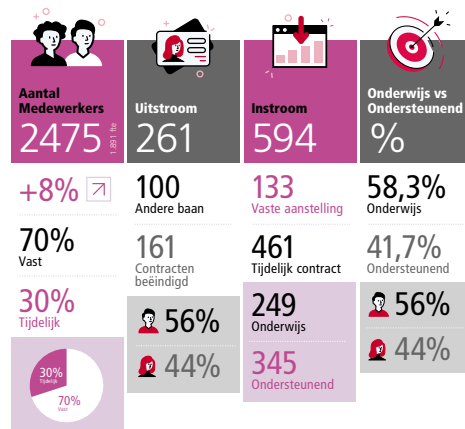
OVERZICHT MEDEWERKERS



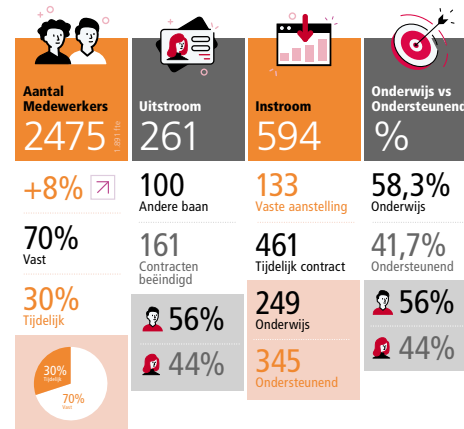
OVERZICHT MEDEWERKERS



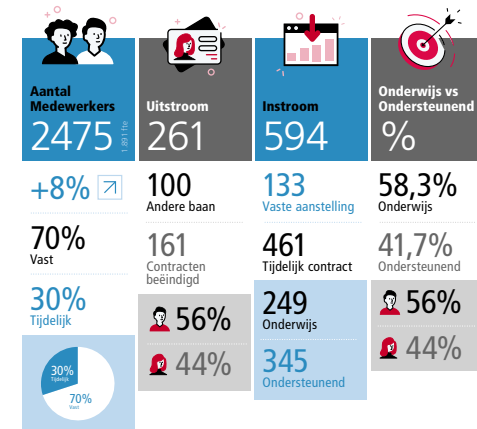
OVERZICHT MEDEWERKERS



OVERZICHT MEDEWERKERS



OVERZICHT MEDEWERKERS



A4 FLYER



STAY CURIOUS

CHEMISCHE TECHNOLOGIE
% Hertogenbosch

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Kijk op: avans.nl/shortcut




STAY CURIOUS

CHEMISCHE TECHNOLOGIE
% Hertogenbosch

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Kijk op: avans.nl/shortcut




Volrijd - Breda

avans hogeschool

ELECTROTECHNIEK

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Kijk op: avans.nl/shortcut




Volrijd - Breda

avans hogeschool

ELECTROTECHNIEK

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Kijk op: avans.nl/shortcut



Voorzijde

Achterzijde

Door de basiselementen verschillend toe te passen ontstaat een brede diversiteit aan mogelijkheden met behoud van merkherkenning. Zoals de voorbeelden hiernaast illustreren.

Enkele kenmerken

- Zorg dat de Avans rood altijd aanwezig is.
- Het logo heeft geen vaste positie.
- Slechts 1 boogvorm per pagina.
- Boog niet draaien.
- Gebruik stickers spaarzaam.



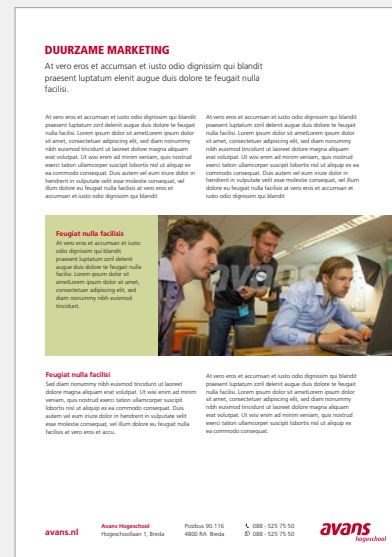
DUURZAME MARKETING

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Kijk op: avans.nl/shortcut


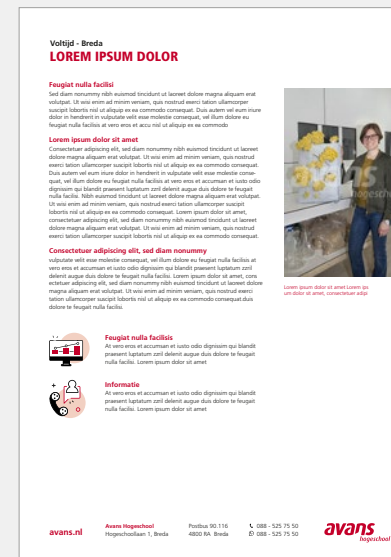
DUURZAME MARKETING

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Kijk op: avans.nl/shortcut

Volrijd - Breda

LOREM IPSUM DOLOR


Feugiat nulla facilisis

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Ut vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

At vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum...

Kijk op: avans.nl/shortcut



POSTERS

Door de basiselementen verschillend toe te passen ontstaat een brede diversiteit aan mogelijkheden met behoud van merkherkenning. Zoals de voorbeelden hiernaast illustreren.

Enkele kenmerken

- Zorg dat de Avans rood altijd aanwezig is.
- Een sticker mag je ook als hoofdillustratie gebruiken.
- Als je een sticker als illustratie gebruikt mag je de kleuren aanpassen.
- Zorg voor voldoende kleurcontrast bij voor een goede leesbaarheid.



ROLL-UP



avans
hogeschool

**DAAR KRIJG
JE ENERGIE
VAN**

Praktijkgericht onderzoek
bij het lectoraat Smart Energy

A man in a maroon shirt and blue jeans stands outdoors, looking at his smartphone. In the background, there are wind turbines and a cloudy sky.



avans
hogeschool

**EIGEN
MERK
BOUWEN**

Ondernemerschap &
Retail Management

A man in a black t-shirt and grey trousers sits on a wooden stool, smiling while working on a laptop.



avans
hogeschool

**IT'ERS
WERVEN
IN INDIA**

Human Resource
Management

A man in a dark blue shirt and blue jeans stands in a modern office environment, smiling.



avans
hogeschool

**WEET WAT
MENSEN
BEWEEGT**

Fysiotherapie, Breda.

A solid red background with white text.

BROCHURE

Door de basiselementen verschillend toe te passen ontstaat een brede diversiteit aan mogelijkheden met behoud van merkherkenning. Zoals de voorbeelden hiernaast illustreren.

Enkele kenmerken

- Zorg dat de Avans rood altijd aanwezig is.
- Omslagen mogen volledig typografisch zijn, maar je kunt ook een sticker als hoofdillustratie gebruiken.
- Als je een sticker als illustratie gebruikt, mag je de kleuren aanpassen.
- Zorg voor voldoende kleurcontrast bij voor een goede leesbaarheid.



BROCHURE



avans hogeschool

HEALTH & SOCIAL WORK

's-Hertogenbosch

IPSUM DOLOR SIT AMET CONSECTUR CONSTRUCT RUER

2020-2021

IPSUM SIT AM CON

2020-2021

IPSUM SIT AM CON

2020-2021

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET CON.

Dolore te feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

EUGAIT NULLA FACILISI DOLOR SIT AMET CON.

At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Duis autem vel eum

dolore te feugait nulla facilisi dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET CON.

At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.

Saccumsan et iusto odio

dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

ACCUMSAN RET IUSTO NIT AUGUE DUIS

At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Dignissim qui blandit praesent

Luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam

quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

At vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Nu ik de goede richting heb gevonden ben ik nog meer gemotiveerd.

Saccumsan et iusto odio

dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



Ut wisi enim ad minim veniam

dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipi veliam, quis feugait nulla facilisi adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

CONTACT

De studio

Voor vragen over visuele identiteit van Avans, logogebruik, richtlijnen en (digitale) middelen:

Redactie

Wil je meer weten over de Avans schrijfstijl voor communicatie naar onze doelgroepen en stakeholders:

Social media

Voor vragen over onze socialmedia-strategie, socialmedia-monitoring en de corporate kanalen:

Video

Voor vragen over video & videogrids: