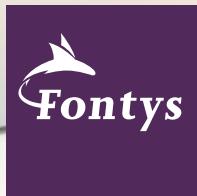


# FONTYS HUISSTIJLGIDS

FONTYS.NL/HUISSTIJL



FOR SOCIETY

# INHOUD

## FONTYS

<b>Inleiding</b>	<b>03</b>
- Koers en ambities Fontys	03
- Merkmanifest: waar staat Fontys voor!	03
- Monolithisch kader Fontys: Eén merk, één logo, één pay-off	04
<hr/>	
<b>Merkpositionering</b>	<b>05</b>
<hr/>	
<b>Kleurgebruik</b>	<b>07</b>
- Hoofdkleuren	07
- Ondersteunende kleuren	08
- Kleurcodes	09
<hr/>	
<b>Monolithisch merk Fontys</b>	<b>10</b>
<hr/>	
<b>Logo</b>	<b>11</b>
<hr/>	
<b>Typografie</b>	<b>12</b>
<hr/>	
<b>Beeld</b>	<b>13</b>
<hr/>	
<b>Beeldlijnen</b>	<b>16</b>
<hr/>	
<b>Beeldstijl</b>	<b>20</b>
<hr/>	
<b>Communicatiestijl</b>	<b>21</b>
<hr/>	
<b>Do's &amp; Don'ts</b>	<b>23</b>
<hr/>	
<b>Fontys Creatief Platform</b>	<b>24</b>

# INLEIDING

## MERK FONTYS

### KOERS EN AMBITIES FONTYS

**Welkom bij Fontys van 2025. Vandaag de dag staat de o in hbo voor meer dan alleen onderwijs. Voor onderzoek bijvoorbeeld. We zijn uitgegroeid tot een belangrijke thought leader in de regio; een bron van kennis en partner in onderzoek. Het is een wezenlijk onderdeel van onze leeromgeving, het nieuwsgierig zijn naar praktijkontwikkelingen.**

Daarmee komen we (naast onderwijs en onderzoek) bij de derde, misschien wel belangrijkste betekenis van o in hbo: ontwikkeling. Meer dan ooit zijn we de ontwikkelpartner voor mens en maatschappij. We leren van, met én in de praktijk. Studenten en medewerkers werken samen met organisaties aan vraagstukken die betekenisvol zijn voor de maatschappij en het bedrijfsleven. Vanwege de complexiteit die de levensrechte wicked problems met zich meebrengen, is multidisciplinariteit een absolute voorwaarde. Iets wat wij - als grote en brede speler - kunnen waarmaken. Zo werken we met heel Fontys aan impact.

### MERKMANIFEST: WAAR STAAT FONTYS VOOR!

#### ONS MANIFEST

De wereld kent veel uitdagingen. De een nog complexer dan de ander. De antwoorden beginnen bij het talent en de kennis die wij samen ontwikkelen. Wij denken dat dit alleen kan als onderwijs en onderzoek samensmelten. Als je over grenzen heen kijkt. Multidisciplinair is ons toverwoord. Overstijg je eigen specialisme en maak verbinding. Ontdek het verschil tussen samen werken en samenwerken. Studenten, docenten en het werkveld; we vormen één gemeenschap waarin we samen leren in, van én met de praktijk. Zij aan zij creëren we een wereld om van te houden. Met initiatieven die onze samenleving vitaler, inclusiever en duurzamer maken. Vandaag van betekenis voor morgen. Heel Fontys werkt aan impact.



# INLEIDING

## MERK FONTYS

### MONOLITHISCH KADER FONTYS: ÉÉN MERK, ÉÉN LOGO, ÉÉN PAY-OFF

De centrale belofte in de koers en ambities van Fontys is:

Heel Fontys werkt aan impact.

Deze belofte vraagt om een positionering vanuit het perspectief van een 'monolithisch merk'. Dat wil zeggen dat de organisatie één naam en één visuele identiteit voor alle producten heeft. De naam van de organisatie is tevens de merknaam op alle uitingen (één merk, één logo). Daarmee wordt het merk Fontys krachtiger geladen en is het nog sterker herkenbaar.

#### **Uitgangspunten monolithische kader:**

1. Fontys heeft één centrale belofte, verpakt in één centrale pay-off: 'For Society'. Alle onderdelen van Fontys dragen bij aan het invullen en onderbouwen van die belofte en boodschap.
2. We communiceren vanuit Fontys perspectief en niet vanuit het perspectief van de organisatie-entiteit. Hiermee streven we naar eenheid en coherentie in onze uitstraling.

> [www.fontys.nl/forsociety](http://www.fontys.nl/forsociety)



# MERKPOSITIONERING

## FONTYS

### DE KRACHT VAN FONTYS

Fontys sterker positioneren rondom de unieke combinatie van persoonlijke aandacht enerzijds en inhoudelijke breedte in aanbod en kennis anderzijds. Deze combinatie stelt ons in staat om impact te hebben op de samenleving en een betekenisvolle bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van mensen en kennis.

Dit doen we in 'levensechte' leer- en onderzoeksgesprekken, waarin studenten, medewerkers en het werkveld leren in, van en met de praktijk.

### EEN PAY-OFF

For Society is de pay-off van Fontys. Deze pay-off is de kernachtige en unieke verpakking van onze merkbelofte: Heel Fontys werkt aan impact. Deze positionering is in lijn met de nieuwe koers en ambities van Fontys.

#### Richtlijnen gebruik pay-off

Een aantal uitgangspunten voor het gebruik en de visuele uitwerking van de pay-off 'For Society':

#### › FOR SOCIETY

### WANNEER GEBRUIKEN?

- › We gebruiken de pay-off altijd in alle uitingen die qua inhoud en uitstraling bijdragen aan de profiling van Fontys.
- › Daarbij gaat het om de momenten en middelen waarin onze studenten, medewerkers, werkveldpartners vertellen over studeren en werken bij Fontys. En de betekenis ervan. We gebruiken hem dus niet alleen om herkenbaar te zijn (profielen) maar vooral om onze maatschappelijke betekenis over het voetlicht (beeldvorming) te brengen.
- › We gebruiken de pay-off als zelfstandig element enkel in de middelen die we inzetten in het kader van representatie en afzender. Daarbij moet je denken aan standaard powerpointpresentaties, campusaankleding, visitekaartje, diploma- en omslagmap, rollup banners en andere representatiematerialen.
- › We gebruiken de pay-off niet in instructieve, functionele of instrumentele communicatie zoals de Fontyspas, in de bewegwijzering, in handleidingen, etc.
- › We gaan NIET aan namen of titels van centre of expertises, kenniscentra events of projecten 'for society' toevoegen. Dit is niet toegestaan omdat het gebruik van de pay-off in dit soort combinaties en communicatie ervoor zorgt dat de kracht van één pay-off afneemt. Dus bijvoorbeeld niet Health for Society, of Automotive for Society. Er is één uitzondering: de minor AI for Society, deze naam bestond al voor de introductie van de pay-off.

# MERKPOSITIONERING

## FONTYS

### MET OF ZONDER FONTYS LOGO

De betekenis van het logo staat nog steeds als een huis. Fontys betekent in latijn Bron, bron van kennis, ontwikkeling, vernieuwing en dynamiek. In combinatie met het beeldmerk: de vliegvis; een bijzondere vis met de eigenschap af en toe boven het water uit te stijgen en daarmee boven zijn soortgenoten. De vinnen van de vis vormen bovenmaatse vleugels.

We koppelen de pay-off aan het Fontys logo omdat we bekendheid willen creëren voor onze positionering en For Society willen claimen en we op deze manier Fontys en onze betekenis verbinden, Fontys for Society.

**Wanneer we de pay-off > For Society wel gebruiken in combinatie met het Fontys logo dan:**

- › Staat For Society *altijd* achter het Fontys logo
- › Staat For Society op hoogte van het woordmerk Fontys



› FOR SOCIETY



› FOR SOCIETY



› FOR SOCIETY



› FOR SOCIETY



› FOR SOCIETY

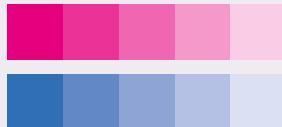
# KLEURGEBRUIK

FONTYS



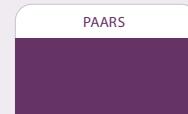
## HOOFDKLEUR

Hoofdkleur is een blijft paars. Dat is de huiskleur van Fontys waar Fontys op herkend wordt. In de uiting is paars duidelijk en zichtbaar aanwezig.



## ACCENT/SIGNAAL KLEUREN

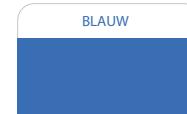
Met een accent of signaal kleur wordt een boodschap of een actie extra onder de aandacht gebracht. Deze kleuren worden gebruikt op de Fontys website. Aan de voorkant (covers, omslagen, sjablonen, templates etc.) zijn deze kleuren in aanvulling op Fontys paars te gebruiken. Ook komen deze kleuren voor bij bijv. call-to-action communicatie.



FONTYS - P - PAARS  
■ CMYK C84 - M100 - Y45 - K5  
Hex #663366  
RGB R102 - G51 - B102



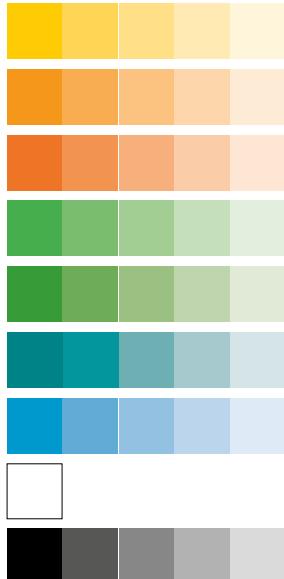
SIGNAALKLEUR MAGENTA  
■ CMYK C0 - M100 - Y0 - K0  
Hex #E5007D  
RGB R230 - G0 - B126



FONTYS PROFESSIONALS - BLAUW  
■ CMYK C93 - M63 - Y5 - K0  
Hex #0076E0  
RGB R0 - G118 - B224

# ONDERSTEUNENDE KLEUREN

## FONTYS



### SECUNDAIRE KLEUREN

Nieuw is het palet aan ondersteunende kleuren. Indien gewenst, kan de vormgeving verlevendigd worden door dit kleurenpalet. Voorwaarde is wel dat deze kleuren 'in binnenswerk' gebruikt worden, ze zijn altijd ondergeschikt aan paars, magenta en blauw. Het is niet de bedoeling dat Fontys in haar communicatie herkend gaat worden op deze kleuren. Wel is het mogelijk om een bepaalde kleur in de toegestane gradaties te gebruiken om de boodschap extra kracht bij te zetten. Bij duurzaamheid is bijvoorbeeld de kleur groen van toegevoegde waarde. Deze kleuren behoren niet tot het web-kleurgebruik.

# KLEURCODES

FONTYS

	Gradaties van een kleur in beeld				Pantone	C	M	Y	K	RGB	WEB/HEX/#
					525 C	84	100	45	5	102 - 51 - 102	#663366
						0	100	0	0	230 - 0 - 126	#E5007D
						93	63	5	0	0 - 118 - 224	#0076E0
						78	22	8	0	0 - 153 - 204	#0099CC
						100	25	50	0	0 - 131 - 135	#008387
						78	12	100	1	51 - 153 - 51	#339933
						72	0	88	0	57 - 181 - 74	#39B54A
						0	64	90	0	238 - 116 - 37	#EE7425
						0	48	93	0	255 - 153 - 0	#FF9900
						0	21	93	0	255 - 204 - 0	#FFCC00
					wit	0	0	0	0	255 - 255 - 255	#FFFFFF
					zwart	0	0	0	100	0 - 0 - 0	#000000

## TITEL

- **PANTONE:** kleurgebruik in de drukindustrie / wordt ook wel PMS genoemd.
- **RAL:** kleurgebruik in de verfindustrie (o.a. belettering).
- **CMYK:** vertaling van Pantone kleuren naar 4-kleurendruk.
- **HEX:** kleurcodes voor websites.
- **RGB:** vertaling naar de drie basiskleuren Rood, Groen en Blauw.

[› DOWNLOAD KLEURSTALEN MET KLEURCODES](#)

# INLEIDING

## FONTYS

### MONOLITHISCH MERK FONTYS

De koers en ambities van Fontys for Society kent de volgende centrale belofte: Heel Fontys werkt aan impact. Deze belofte vraagt om een positionering vanuit het perspectief van een ‘monolithisch merk’.

Bij een monolithisch merk gebruikt de organisatie één naam en één visuele identiteit voor alle producten. De naam van de organisatie is tevens de merknaam op alle uitingen. Daarmee wordt het merk Fontys krachtiger geladen en sterker herkenbaar.

**De basis van dit zogenaamde monolithische kader zijn twee uitgangspunten:**

- Fontys heeft één centrale belofte en boodschap, verpakt in één centrale pay-off. Alle onderdelen van Fontys dragen bij aan het invullen en onderbouwen van die belofte en boodschap.
- We communiceren vanuit Fontys perspectief en niet vanuit het perspectief van de organisatie-entiteit. Hiermee streven we naar eenheid en coherentie in onze uitstraling.

### BETEKENIS FONTYS LOGO

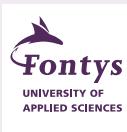
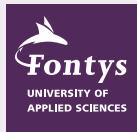
Het logo bestaat uit het woord '**Fontys**' én het beeldmerk '**vliegende vis**'. Het woord 'Fontys' betekent 'bron' van kennis. De 'vliegende vis' is 'buitengewoon', nl. deze vis kan zowel vliegen als zwemmen. Onze merkbelofte 'Heel Fontys werkt aan impact', vertaald in de pay-off For Society, staat immers voor een betekenisvolle bijdrage leveren aan onze samenleving.

# LOGO

## FONTYS



FONTYS LOGO  
NEDERLANDS (NL)  
PAARS EN WIT



FONTYS LOGO ENGELS (UK)  
PAARS EN WIT

Zie voor verhoudingen, positie, kleur- en plaatsingsmogelijkheden pagina 9.



Toevoeging van instituutnamen, lectoraten, ecentres of expertise, kenniscentra aan het Fontys logo is niet meer toegestaan

Hieronder een voorbeeld van de formaten. Dit is een leidraad. Beeld- en woordmerk Fontys dienen altijd leesbaar te blijven.

Formaten	Logo plaatsing %	Afstand card linkerzijde (voorkeur)
A6 en kleiner dan A6	25%	5 mm
A5	35%	5 mm
A4	45%	10mm
A3	50%	10mm

## TECHNISCHE KENMERKEN

### Logo met vlak

Het gebruik van het logo zorgt ervoor dat de afzender duidelijk zichtbaar is. Positie van het logo is afhankelijk van het middel en de boodschap.

### Logo zonder vlak

Vermelding van logo zonder vlak is bij uitzondering mogelijk, bijvoorbeeld voor sponsoring, relatiegeschenken en websites.

## VOORWAARDEN GEBRUIK FONTYS LOGO

- Plaatsing van het Fontys logo is vrij.
- De hoogte en breedte van het logo blijven gelijk. Het is altijd een paarse vierkant vlak met witte tekst Fontys met vliegende vis, of een wit vierkantvlak met paarse tekst en vliegende vis.
- Beeld- en woordmerk Fontys mogen nooit los van elkaar worden gebruikt, de 'vliegende vis' en 'Fontys' is een vaste combinatie.
- Verkorte weergave van het Fontys logo: het monogram (print, drukwerk) of de favicon (digitale uitingen).
- Zwart-wit gebruik van het logo is ook toegestaan.

# TYPOGRAFIE

FONTYS

## NIEUW HUISSTIJLLETTER

Roboto is de huisstijlletter van Fontys en beschikbaar op de Fontys werkplekken (MS Office, Sharepoint, internet). Dit open font wordt door alle devices geaccepteerd. Verschillende devices staan in 2022 het gebruik van een eigen lettertype niet meer toe. Daarom faseren we Fontys Frutiger uit. Roboto vervangt in 2022 ook het lettertype Arial in de 'kantooromgeving'. Sjablonen in MS Office worden dan aangepast.

› [Download Roboto](#)

Roboto

**A**b

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Roboto Condensed

**A**b

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Arial

**A**b

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789



# BEELD

## FONTYS

### VISUALE UITSTRALING

**Bij de positionering en aangescherpte profiling van Fontys hoort een sterke en herkenbare visuele uitstraling.**

**In dit concept rondom de pijl is een veelvoud van toepassingen mogelijk, waardoor eigenheid en variatie mogelijk is en het tegelijk een geheel vormt.**



### PIJL IN VISUELE UITSTRALING

Een herkenbare look & feel die oogt als één familie met eenzelfde dna, maar die in gebruik en toepassingen veel diversiteit heeft.

De pijl heeft in de look & feel een sleutelrol, staat symbool voor 'richting' en zegt iets over wat de koers van Fontys betekent. Het pad dat we samen lopen. Door de pijl worden we gewezen op een doel. De pijl spoort ons aan om in beweging te komen. Kortom: actie, verandering, nieuwe gezichten...

In het licht van de pay-off For Society zegt de pijl vooral: we gaan verder, vooruit, de toekomst is deze kant op.

In dit concept rondom de pijl is een veelvoud van toepassingen mogelijk, waardoor eigenheid en variatie mogelijk is en het tegelijk een geheel vormt.

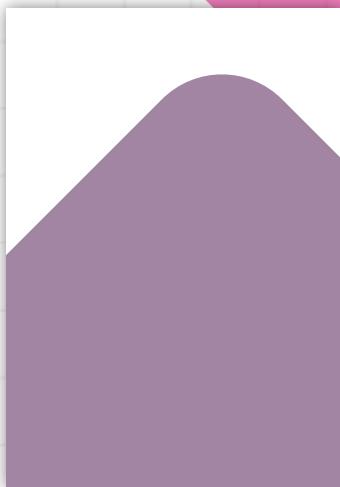
Een voorbeeld van de look & feel met diverse toepassingen zie je op pagina 14 en 15.

# BEELD

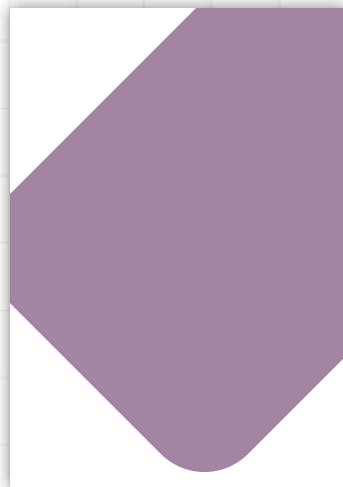
## FONTYS

### TOEPASSING CHEVRON/PIJL PAARS IN LAY-OUT

Een voorbeeld van de look & feel met diverse toepassingen zie je hieronder.



Pijl vol paars



# BEELD

FONTYS



## TOEPASSING CHEVRON/PIJL WIT IN LAY-OUT

Een voorbeeld van de look & feel met diverse toepassingen zie je hieronder.



Pijl wit 60% Transparency

# BEELDLIJNEN

## FONTYS FOR SOCIETY

In kader van bouwen aan bekendheid onder bepaalde doelgroepen hebben we een aantal beeldstijlen ontwikkeld:

- Fontys Professionals, met als doel te laten zien dat wij onderwijsaanbod hebben voor werkenden, werkzoekende, up-to-date professionals, carrièreswitchers en andere professionals. Als student bij Fontys werk je aan je ontwikkeling, voor jezelf én de maatschappij van morgen.
- Onderzoekscommunicatie om bedrijven, instellingen en organisaties te laten zien hoe studenten, medewerkers en werkveldpartners oplossingen bedenken voor maatschappelijke vraagstukken. Iedereen werkt samen en leert van elkaar. Samen maken wij impact.
- Werken bij Fontys om als werkgever te laten zien welke bijdrage jij als medewerker bij Fontys hebt. Op talentontwikkeling van studenten of op ontwikkeling van kennis bijvoorbeeld via onderzoek. Zo draag jij bij aan een betekenisvolle samenleving.



FONTYS PROFESSIONALS



FONTYS CORPORATE



FONTYS ONDERZOEKSCOMMUNICATIE

# BEELDLIJNEN

## FONTYS FOR SOCIETY



BANNER WIDE



A5 DM KAARTEN



ROLL-UP BANNER

## > DOWNLOAD VISUELE INSPIRATIE



COVER BOEKWERK



COVER MAATWERK BOEKWERK

# BEELDLIJNEN

## FONTYS PROFESSIONALS



INFOMONITOR CORPORATE



A5 OMSLAG VERSIE 1 (OPLEIDING)



A5 OMSLAG VERSIE 2 (OPLEIDING MET BEELD WERKVELD)

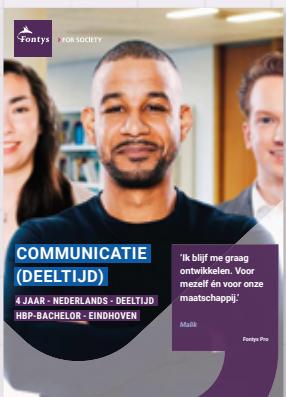


FRAMEDOECK (CORPORATE)

> BRANDBOOK FONTYS PRO



POSTER (CORPORATE)



A4 OMSLAG (OPLEIDING)



ROLL-UP BANNERS (OPLEIDING OF DOMEIN)



HEADER MAILCHIMP (CORPORATE OF DOMEIN)



HEADER MAILCHIMP (CORPORATE ZONDER KOMMA)

# BEELDLIJNEN

## FONTYS ONDERZOEKSCOMMUNICATIE



INFOMONITOR



INFOMONITOR



SOCIAL MEDIA



A4 OMSLAG



FACTSHEET



SOCIAL MEDIA



NIEUWSBRIEFHEADER



ROLLUP BANNER

# BEELDSTIJL

## FONTYS

### FOTOGRAFIE EN VIDEO

Fontys is een 'mensenorganisatie', daarom zijn échte mensen het belangrijkste kenmerk in fotografie en video. We gebruiken liever geen stockfoto's. Veel stockfoto's zijn in het algemeen te glad: mooie mensen met een nep glimlach en stralend witte tanden. Deze foto's vertellen niet ons verhaal en mensen herkennen zich niet in deze foto's. Authentieke foto's van onze eigen studenten, medewerkers en werkveldpartners zorgen juist voor herkenning en dragen bij aan trotse ambassadeurs die het verhaal van Fontys op hun eigen wijze inkleuren.

### GOED OM TE WETEN

- Beeldmateriaal laat de sfeer en beleving van studeren bij Fontys zien
- Daar horen authentieke, échte, inspirerende beelden bij met lichte en heldere kleuren
- Beeld is relevant en past bij de boodschap
- In onze communicatie ligt de focus op de ontvanger. We leven ons in in onze doelgroep, in woord maar ook in beeld.
- Goede kwaliteit van beeldmateriaal vinden we belangrijk. Het geheel

(vormgeving/beeldmateriaal) is professioneel.

- Focus op studenten (inzoom) is vertrekpunt. Omgeving en achtergrond zijn vager waardoor accent nog meer op de mensen voor in beeld ligt
- We gebruiken bij voorkeur full colour foto's.
- De Fontys for Society styling stelt eisen aan de beeldfotografie en toepassingen ervan in verschillende middelen
- Bovendien is de Fontys website responsive. Dat betekent dat de foto voldoende ruimte boven, onder en aan zijkanten (=voldoende vlees) moet hebben. Voor elke toepassing kan dan een gewenste uitsnede door onze vormgevers gemaakt worden en kan het doelbeeld goed verwerkt worden

**Meer informatie of advies nodig?**

Stuur een mailtje naar: [huisstijl@fontys.nl](mailto:huisstijl@fontys.nl)

# COMMUNICATIESTIJL

FONTYS

## TONE OF VOICE

Door alle technische ontwikkelingen heeft de communicatiestroom een enorme vlucht genomen. De grenzen tussen interne en externe communicatie vervagen. Communiceren doen we allemaal. Op allerlei verschillende manieren staan we in contact met de buitenwereld, onze stakeholders en studenten. De communicatiestijl, de manier waarop je als organisatie communiceert, maakt onderdeel uit van de stijl van het huis.

### Fontys hanteert de volgende uitgangspunten:

- In de communicatie gebruiken we als aanspreekvorm 'je'
- Tone of voice is betrokken, vriendelijk, uitnodigend
- De schrijfstijl bestaat uit jip & jannektaal (kort & compact - helder & duidelijk)

### Storytelling

De vele (beeld)verhalen van onze medewerkers en studenten vormen de corporate story en kleuren het verhaal van Fontys. Via deze verhalen laten we zien wie we zijn, wat we doen en hoe we dat ervaren. Wat studeren en werken bij Fontys betekent. Hoe je als student, medewerker samen met werkveldpartner een betekenisvolle bijdrage levert aan de maatschappij van morgen. Immers, heel Fontys werkt aan impact. We stimuleren onze ambassadeurs dit te delen en geven hun verhalen en voorbeelden in onze communicatiemiddelen en -kanalen een plek. Online en offline. Onze potentiële studenten, de ouders, intermediairs, bedrijven, organisaties en andere stakeholders vormen zich een beeld van Fontys aan de hand van wat ze horen, zien, lezen en ervaren. Samen maken wij

# COMMUNICATIESTIJL

## FONTYS

Fontys, samen werken wij aan impact. #wijzijnfontys

### TEKSTASSISTENT

Om eenduidig taalgebruik bij Fontys te stimuleren heeft dienst Marketing en Communicatie een lijst samengesteld van veelgebruikte onderwijs-termen en Fontyswoorden. Deze tekstassistent is een dynamisch online document dat steeds geactualiseerd kan worden. Een eenduidige schrijfwijze draagt bij aan de kwaliteit die we als hogeschool nastreven. Je vindt de tekstassistent op de Fontysconnectpagina van dienst Marketing en Communicatie. Klik [hier](#) voor naar de tekstassistent te gaan.

### COMMUNICATIEGRID

For Society moet gaan leven. Dat doen we zo authentiek mogelijk: door studenten, medewerkers en werkveldpartners te laten vertellen over hun ervaringen en projecten. We laten in deze voorbeelden en (beeld)verhalen zien hoe we 'For Society' waarmaken.

We willen we ervoor zorgen dat al die voorbeelden en (beeld)verhalen bijdragen aan eenduidigheid, herkenbaarheid en betekenis geven aan impact. Immers, ieder verhaal staat op zichzelf.

Daarom hebben een communicatiegrid ontwikkeld, een format als checklist om ervoor te zorgen dat alle content die we op allerlei plekken delen optelt en bijdraagt aan de gewenste profilering:

➤ [Download het communicatiegrid, zie huisstijlsite](#)

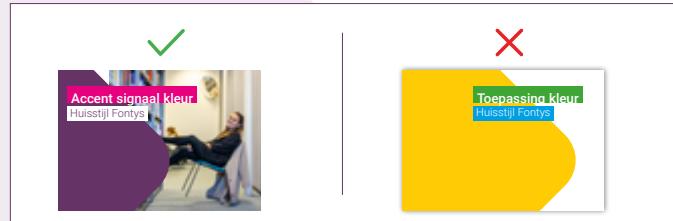
# DO'S & DON'TS

## FONTYS



### GEBRUIK LOGO

- › Het logo bestaat uit het woord '**Fontys**' én het beeldmerk 'vliegende vis' samen met de pay-of For Society.
- › De chevron/pijl wijst altijd naar rechts.



### TOEPASSING KLEUR

- › Hoofdkleur is en blijft paars. Dat is de huiskleur van Fontys waar Fontys op herkend wordt. In de uiting is paars duidelijk en zichtbaar aanwezig.
- › Met een accent of signaal kleur wordt een boodschap of een actie extra onder de aandacht gebracht.



### LETTERTYPE

- › Roboto is de huisstijlletter van Fontys en beschikbaar op de Fontys werkplekken (MS Office, Sharepoint, internet).



### COMPOSITIE PAY OFF

- › De payoff > for society wordt altijd rechts van het Fontys logo geplaatst, in kapitalen.
- › We gaan in onze communicatie geen titels of namen van events in combinatie met 'for society' gebruiken. Dus bijvoorbeeld niet Health for Society, Automotive for Society etc.

# CREATIEF PLATFORM

## FONTYS

**Met Adobe Express (voorheen Spark) en Canva Pro op een laagdrempelige manier uitingen creëren voor social mediakanalen, web, mailchip, infomonitoren en tal van andere middelen.**

Met behulp van templates, ontwerpen in Fontys stijl. Voor mobiel en desktop. De eindgebruiker kan aan de slag met professioneel ogende uitingen zonder daar grafische kennis voor nodig te hebben.

- › Adobe Spark en Canva
- › Socialmedia templates
- › Header voor mailchimp
- › Diverse templates voor web (GX)
- › Diverse templates voor infomonitoren

Gebruik Creative Cloud applicaties om toegang te krijgen tot eigen bibliotheken. Bestanden kunnen opgeslagen worden in de cloud van Adobe. Op de pagina staan veel tips over hoe je dit kunt doen op de verschillende systemen.

- › [Handleiding Adobe Creative Clouds](#)
- › [Fontys templates voor professionals](#)



A screenshot of the Adobe Express (formerly Spark) interface. At the top, it says '1 Fontys Digitale Styling (RGB)' by 'Doro Maria Palens' with '162 elementen'. Below this are buttons for 'Weergeven op type' and 'Weergeven op groep'. A large button on the right says 'Bewerken van jouw bibliotheek'. The main area is titled 'Bibliotheken' and shows a grid of 10 template cards. Each card has a preview image and a caption starting with 'Infomonitoren-Liggend-'. The cards are arranged in two rows of five. The first row includes 'Infomonitoren-Liggend-Uitrekken...', 'Infomonitoren-Liggend-Uitrekken...', 'Infomonitoren-Liggend-V1', 'Infomonitoren-Liggend-V10', and 'Infomonitoren-Liggend-V12'. The second row includes 'Infomonitoren-Liggend-V3', 'Infomonitoren-Liggend-V4', 'Infomonitoren-Liggend-V5', 'Infomonitoren-Liggend-V5', and 'Infomonitoren-Liggend-V6'.



› FOR SOCIETY

› Datum

Januari 2023

› Social media

- @fontys
- @fontyshogenscholen
- @fontyshogenscholen

› Contact

- 08850 80000
- info@fontys.nl
- fontys.nl