



HUISSTIJLHANDBOEK *WAARD OM VOOR TE WERKEN!*

AUGUSTUS 2019

Inhoud

1. Aanleiding	3
2. Inleiding	4
3. Huisstijl	5
4. Doelgroep, boodschap, kernwaarden en tone of voice	7
5. Communicatiemiddelen	8
6. Social media richtlijnen	10

Aanleiding

De mismatch op de arbeidsmarkt van Zorg en Welzijn neemt toe en het tekort aan voldoende gekwalificeerde medewerkers wordt steeds groter. Wanneer we geen extra actie ondernemen kunnen de tekorten in onze regio oplopen tot 6500 in 2021. Daarom introduceerde werkgevers in WZW-verband in 2017 het zorgbrede regionaal actieprogramma *Waard om voor te werken!*

Waard om voor te werken! is het Regionaal Actieplan Aanpak Tekorten (RAAT) van Midden- Zuid en Zuidwest- Gelderland. Met dit zorgbrede Actieprogramma bundelen we onze krachten om de tekorten in Zorg en Welzijn aan te pakken. Een daadkrachtige aanpak met concrete acties gericht op instroom én behoud, voor de korte, middellange én lange termijn. Acties voor de gehele (sub)regio, waar werkgevers, werknemers en studenten nauw bij betrokken zijn.

Samen sterk

In 2017 zijn 20 organisaties gestart en inmiddels zijn zo'n 70 aangesloten zorg- en welzijnsorganisaties, onderwijs, overheid en overige stakeholders aangesloten en maken we ons met ruim 100 partners sterk voor duurzaam voldoende menskracht in Zorg en Welzijn. De resultaten van de intensieve samenwerking geven vertrouwen in de toekomst. Samen maken we ons sterk, zodat we altijd kwaliteit en toegankelijkheid van zorg en maatschappelijke dienstverlening kunnen bieden.

Inleiding

Het is in het gezamenlijk belang van alle deelnemers aan en betrokken bij het regionaal zorgbrede actieprogramma *Waard om voor te werken!* om het actieprogramma zo eenduidig mogelijk te presenteren. Een goede uitstraling in de vorm van huisstijl en communicatierichtlijnen is dan ook belangrijk. Alleen dan kunnen we de impact van *Waard om voor te Werken!* in onze regio het beste voor het voetlicht brengen. In dit huisstijlhandboek staat alle belangrijke informatie over de te gebruiken huisstijl, waaronder het logo, huisstijlelementen en huisstijlkleuren van het actieprogramma *Waard om voor te werken!*. Daarnaast worden in dit huisstijlhandboek de (online) communicatierichtlijnen beschreven.

Huisstijlbewaking

Dit huisstijlhandboek faciliteert projectmanagers en communicatieprofessionals van deelnemende organisaties en andere betrokkenen om de *Waard om voor te werken!*-zodat zij de huisstijl makkelijk, zelfstandig en efficiënt te kunnen hanteren. Nieuwe corporate communicatiemiddelen (banners, website, nieuwsbrief, uitnodigingen, flyers, posters) worden ontwikkeld door communicatie van team WZW.

Ons Actieprogramma: why, how & what

Waard om voor te werken! is het *zorgbrede* regionale actieprogramma waarmee zorg- en welzijnsorganisaties in de regio zich samen sterk maken voor een gezonde arbeidsmarkt in Zorg en Welzijn. We werken in verbondenheid aan deze regionale kans om een duurzame en innovatieve transitie naar voldoende menskracht in Zorg en Welzijn te realiseren, zodat we altijd kwaliteit en toegankelijkheid van zorg en maatschappelijke dienstverlening kunnen bieden (why).

In verbondenheid en met vertrouwen pakken we gezamenlijk de tekorten aan. Dit doen we door een daadkrachtige aanpak en met concrete acties voor de hele (sub)regio, samen met werkgevers, onderwijs, overheid en stakeholders, waar werknemers, studenten en cliënten nauw bij betrokken zijn (how). We werken aan de hand van vier actielijnen waar organisaties zich actief bij kunnen aansluiten (what).

1. Goed werkgeverschap en anders werken
2. Verhogen instroom en opleidingscapaciteit
3. Onderwijsvernieuwing en leven lang ontwikkelen
4. Betekenisvolle beeldvorming

Rollen, verantwoordelijkheden en eigenaarschap

Het eigenaarschap van de acties van het gezamenlijke Actieprogramma ligt bij de deelnemende organisaties. Zij kunnen nieuwe acties inbrengen, aansluiten en hebben gezamenlijk de verantwoordelijkheid voor de verder uitrol, resultaten en impact.

Samen komen wij in actie voor voldoende menskracht in Zorg en Welzijn. Met 'wij' worden in de communicatie vanuit het actieprogramma, de deelnemende organisaties aan het zorgbrede actieprogramma bedoeld.

Team WZW faciliteert en verbindt zorg- en welzijnsorganisaties, onderwijs en overheid in regio Midden-, Zuid- en Zuidwest-Gelderland bij de uitrol van en de communicatie over het actieprogramma. In sommige gevallen fungeert team WZW als kartrekker of aanjager.

Huisstijl

Logo

Het logo van *Waard om voor te werken!* is een woordlogo met een dynamisch karakter. Het logo komt terug op alle off- en online communicatiemiddelen die vanuit *Waard om voor te werken!* worden ontwikkeld. Het logo wordt altijd in kleur geplaatst en moet minimaal 3 millimeter rondom een witruimte hebben.



Iconen per actielijn

Naast het logo maken we gebruik van herkenbare icoontjes per actielijn:



**GOED WERKGEVERSCAP
EN ANDERS WERKEN**



**ONDERWIJSVERNIEUWING
EN LEVEN LANG ONTWIKKELEN**



**VERHOGEN INSTROOM-
EN OPLEIDINGSCAPACITEIT**



**BETEKENISVOLLE
BEELDFORMING**

Huisstijlkleuren

De huisstijlkleuren van *Waard om voor te werken* komen deels overeen met die van WZW. Niet omdat WZW de eigenaar is van het programma, wél omdat WZW de verbindende factor is. De donkerblauwe kleur is binnen *Waard om voor te Werken!* de dominante kleur. De kleurcodes zijn:



Donkerblauw: R18 | G69 | B111 |



Paars/magenta: R176 | G0 | B124 | #b0007c



Groen: R148 | G193 | B31 |



Lichtblauw: R0 | G156 | B223 | #009cdf



Geel: R237 | G192 | B22 | #edc016

Typografie

Digitale teksten worden altijd opgemaakt in lettertype Arial, lettergrootte 10 en regelafstand 0, kleur donkerblauw. Kopjes in Arial lettergrootte 11, kleur: paars/magenta of blauw.

Drukwerk: Helvetica Neue in een aantal stijlvarianten (zie banner→)

Huisstijlelementen

Waard om voor te werken! gebruikt de volgende huisstijlelementen:

- de paars/magenta boog
- gearceerde balk
- ronde hoeken



Fotografie en beeldstijl

Ook in de fotografie en bij het gebruik van afbeeldingen is een eenduidige en herkenbare uitstraling van belang. Deze moeten voldoen aan een aantal richtlijnen.

- De samenwerking en de deelnemers van de actie/ de bijeenkomst staan centraal
- Bij voorkeur gebruikmaken van beeldmateriaal gemaakt tijdens een event/ actie
- Beeldmateriaal de kernwaarden uitstralen: verbondenheid, resultaatgericht, verantwoordelijk en duurzaam
- De afbeelding past bij de boodschap
- De afbeelding heeft een hoge resolutie (minimaal 1mb voor digitaal gebruik)
- Uiteraard moeten de AVG-regels in acht worden genomen.

Doelgroep, boodschap, kernwaarden en tone of voice

Door met elkaar vanuit verschillende kanalen een eenduidig beeld en boodschap over *Waard om voor te werken!* te communiceren, wordt de impact die we samen creëren beter zichtbaar. We communiceren updates over de acties en de resultaten van ons Actieprogramma naar verschillende doelgroepen.

Doelgroep

Er zijn ruim 70 zorg- en welzijnsorganisaties aangesloten (augustus 2019). De communicatie rondom ons Actieprogramma is primair gericht op twee doelgroepen:

1. De eigen deelnemende organisaties in Zorg en Welzijn in Midden-, Zuid- en Zuidwest Gelderland (al dan niet lid van WZW), bestaande uit: bestuurders, HR-professionals, communicatieprofessionals, recruiters.
2. Potentieel deelnemende partijen aan het Actieprogramma (zorg- en welzijnsinstellingen, onderwijs, overheid en stakeholders).

De commissie Werken in de Zorg (VWS) en pers, zijn secundaire doelgroepen.

Boodschap en afzender

In alle communicatie komt duidelijk het waarom van het Actieprogramma aan bod (the why), de regionale opgave. Waarom werken we samen in dit Actieprogramma? Welke oplossingen acties ondernemen we om de tekorten aan te pakken en welke resultaten heeft dat opgeleverd, kwantitatief én kwalitatief. De afzender is waar mogelijk altijd de deelnemende zorg- en welzijnsorganisatie(s) van het Actieprogramma.

Kernwaarden & tone of voice

De eenduidigheid in communicatie zit niet alleen in beeld, ook in taalgebruik. In alle communicatiematerialen gebruiken we de je/ jij-vorm. Het Actieprogramma *Waard om voor te werken!* stelt drie kernwaarden centraal en komen zoveel mogelijk in alle communicatie-uitingen teksten terug:

- Verbondenheid
- Resultaatgericht
- Verantwoordelijk
- Duurzaam

We laten een positief geluid horen gericht op kansen en mogelijkheden, we formuleren actief en positief.

Communicatiemiddelen

Website

Het belangrijkste communicatiemiddel voor het Actieprogramma is waardomvoortewerken.wzw.nl. Op deze website staat alle informatie over het Actieprogramma, de onderliggende onderzoeken, de deelnemers, de actielijnen en de acties.

Wanneer er een update is binnen een van de acties, plaatsten we hierover een nieuwsbericht. De inhoud van het bericht wordt aangeleverd door de projectmanager of een deelnemer van de desbetreffende actie en wordt waar nodig geredigeerd door communicatie vanuit team WZW.

Het je een update?

Mail naar: waardomvoortewerken@wzw.nl



Nieuwsbrief *Waard om voor te werken!*

De nieuwsbrief van *Waard om voor te werken!* is een van de communicatiemiddelen om alle geïnteresseerden en deelnemers verbonden aan het Actieprogramma te informeren over de voortgang alle acties en ontwikkelingen binnen het actieprogramma *Waard om voor te werken!*

Doelgroep

Alle deelnemers aan *Waard om voor te Werken!*, onderwijs, overheid, stakeholders en alle leden van WZW.

Boodschap

Samen werken we actief en daadkrachtig aan oplossingen om de tekorten in Zorg en Welzijn in onze regio terug te dringen.

Welke acties zijn er afgelopen kwartaal gezamenlijk ondernomen om de tekorten aan te pakken? Zijn er ontwikkelingen in het proces die waard zijn om te delen? Welke resultaten zijn er geboekt? Kwalitatief en/of kwantitatief? Wat is de output? De outcome?

Frequentie

Eén keer per kwartaal.

Redactie en verzending

De content van de nieuwsberichten in de nieuwsbrief en op de website worden bepaald door de input van projectmanagers van de acties. WZW faciliteert, coördineert, verzorgt (eind)redactie en verstuurt de nieuwsbrief.

Inhoud

Minimaal 4 en maximaal 10 updates, bij voorkeur minimaal één video of vlog.

Maandelijkse update *Waard om te delen!*

Daarnaast worden er updates geplaatst in de katern *Waard om te delen* in de maandelijkse corporate nieuwsbrief van WZW.

Het je een item voor de nieuwsbrief? Mail naar: waardomvoortewerken@wzw.nl

Uitnodigingen

Officiële uitnodigingen voor bijeenkomsten van een specifieke actie, anders dan een regulier overleg met een werkgroep, worden verstuurd vanuit MailChimp. Uitnodigingen worden voor alle acties op dezelfde manier opgemaakt:

- Links een afbeelding en bovenaan de titel van de uitnodiging
- Rechts het logo van *Waard om voor te werken!*



PowerPoint en Word

Voor PowerPointpresentaties en Word-documenten gebruiken we sjablonen. Maak je gebruik van office 365? Dan kun je het format onder 'documenten' op je pc opslaan. Zo kun je elke keer als je een document maakt, deze automatisch in het juiste sjabloon plaatsen.

Nadat je het hebt opgeslagen:

- Open Word
- Klik op: nieuw
- Klik op: privé
- Daar staat het format opgeslagen

Overige huisstijldragers

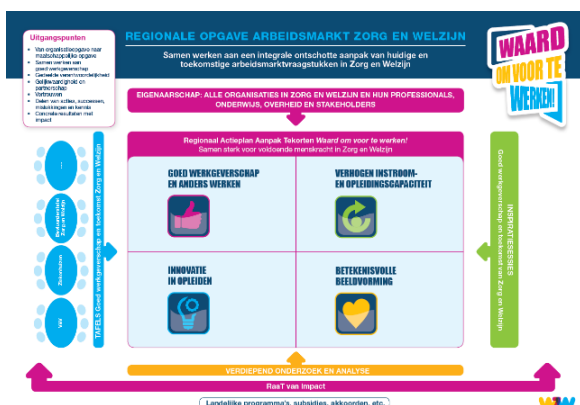
[Drieluik](#)

[Roll-up banner](#)

[Postcard aanmelden](#)

[A1 borden presentatie actielijnen en acties](#)

[Praatplaat](#)



Social media richtlijnen

Op social media is het van belang dezelfde eenduidige boodschap uit te dragen. Team WZW deelt als aanjager en facilitator van (de acties van) het Actieprogramma met trots de acties en resultaten. Deelnemende partijen staan centraal in de berichtgeving.

LinkedIn

We stimuleren elke deelnemer aan een actie updates te delen op LinkedIn. Een aantal aandachtspunten:

- Schrijf eventueel vóórdat je een bericht een kort verslag over de bijeenkomst of update en laat deze plaatsen op www.waardomvoortewerken.wzw.nl: in je LinkedIn-bericht kun je hier naar doorverwijzen
- Resultaten, proces en deelnemende organisaties staan centraal
- Wat heeft het opgeleverd en bijgedragen aan de regionale opgave
- Tag de deelnemende organisaties en deelnemende collega's
- Deel een update waar mogelijk met een foto of gebruik het logo van WOVTW
- Gebruik de hashtag #waardomvoortewerken en #RAAT

Twitter

Wil je een bericht delen op Twitter? Denk daarbij om de #waardomvoortewerken. #RAAT te gebruiken en indien gewenst @wzw_zorgwelzijn, @regioplus en @VWS te taggen. De aandachtspunten voor LinkedIn, gelden ook voor Twitter.