



# Communicatieplan 2019

Een frisse start

Januari 2020, Hilversum

## Voorwoord

De achterliggende gedachte voor het opzetten van dit document is het versterken en behouden van eenheid binnen de algehele communicatie van de vereniging. We richten op de communicatie in een zo breed mogelijke zin van het woord. Waar nodig verwijzen we naar andere onderwerpen of commissies, om te zorgen voor verbinding tussen verschillende onderdelen.

Dit stuk richt zich onder meer op een juiste huisstijl en geeft verschillende richtlijnen, zodat iedereen weet wat ze kunnen verwachten. We willen een duidelijk beeld naar buiten brengen, waarbij wij allemaal als een vereniging herkend worden. Eén vereniging, één uitstraling! Hiervoor is het belangrijk dat we de juiste namen, sporten en logo's hanteren en ook op dezelfde manier toepassen.

Voor de communicatie naar leden en externen is dit document de leidraad die voor de gehele club geldt.

Het is geen statisch document, de club blijft voortdurend werken aan de verbetering van de communicatie.

De huidige pr-commissie bestaat uit de volgende leden:

Dennis de Wit

Gaetano Budding

Judith Steltman

Marjanne Middelink

Ton den Blanken

# Inhoud

Voorwoord .....	II
Contentstrategie.....	1
Doel van de commissie.....	2
Knelpunten van de commissie.....	3
Doelgroepen en doelen .....	3
Contentbronnen.....	3
Kanalen .....	4
Kanaalrichtlijnen .....	6
Social Media.....	6
Nieuwsbrieven.....	9
Website .....	9
Huisstijlhandboek .....	1
Waarom een huisstijl.....	2
Huisstijl.....	3
Huisstijlgebruik.....	6
E-mailhandtekening bestuur en commissies .....	7
E-mailhandtekening teambegeleiding .....	8
Sjabloon voor korte documentatie.....	9
Sjabloon voor lange documentatie .....	10
Sjabloon voor certificaten.....	11
Sjabloon voor PowerPoint presentaties.....	12
Kledingvoorschriften .....	13
Marketing.....	15
Promotiematerialen.....	15
Sponsoring (Sponsorcommissie) .....	15
Promotieactiviteiten (Sportcoördinatoren).....	15
Persstrategie.....	15

# Contentstrategie

Duiding over hoe de commissie werkt

## Doel van de commissie

---

*De PR-commissie heeft als doel  
de leden op de hoogte te houden en te betrekken.  
Daarnaast om haar activiteiten bij betrokkenen  
en het grote publiek onder de aandacht te brengen.*

---

De huidige taken kunnen in de volgende doelen omsloten worden:

- Informatie en nieuwsberichten delen via alle kanalen.
- Het onderhouden van de algemene communicatiekanalen.  
Op dit moment: website, nieuwsbrieven, Facebook, Instagram, Flickr.
- Het onderhouden van promotiematerialen.  
Op dit moment: flyers, banners
- Het bewaren van eenheid in de huisstijl.  
Op dit moment: logo's, documentatie en communicatie.

## Knelpunten van de commissie

Deze contentstrategie biedt een focus op meerdere doelen, maar een commissie alleen staat niet sterk genoeg om deze doelen tot de volle 100% te volbrengen. De weerstanden tot het maximaal behalen van deze doelstellingen zijn omschreven in verschillende knelpunten:

- Bereik van de kanalen  
Maximum aan social media volgers, nieuwsbriefinschrijvingen en websitebezoekers.
- Beschikbare tijd/capaciteit van de vrijwilligers.  
De commissie én de vereniging wordt gedragen door vrijwilligers. Dit betekent dat van hen niet het uiterste verwacht kan worden.
- Samenwerking en vindbaarheid van andere commissies en het bestuur.  
De PR-commissie faciliteert de spreekbuis van de vereniging. De vereniging, vertegenwoordigd in teams, commissies en bestuur dienen hier zelf proactief aan deel te nemen om het maximale eruit te halen.

Deze knelpunten moeten zoveel mogelijk worden beperkt om een zo hoog mogelijk rendement te halen.

## Doelgroepen en doelen

- Leden en ouders: informeren en betrekken  
via nieuwsbrieven, e-mails, Facebook, Instagram, WhatsApp, evenementen
- Vrijwilligers: binden en betrekken  
via nieuwsbrieven, e-mails, WhatsApp, medewerkersavond, activiteiten
- Nieuwe leden: binden  
via website, Facebook, Instagram, krant, huidige leden, evenementen  
sponsored content FB
- Sponsors: binden en betrekken  
via nieuwsbrieven, Facebook, Instagram
- Partners: informeren  
via e-mails
- Fans: binden  
via website, nieuwsbrieven, Facebook, Instagram, kranten, huidige leden

## Contentbronnen

Waar halen we de content vandaan? Hoe krijgen we het binnen?

De commissie alleen is niet in staat alle informatie en nieuwsberichten te verzamelen binnen de vereniging. Dit behoort dan ook niet tot de taken van de commissie. De commissie moet hierin ondersteund worden door de andere commissies, bestuur en de teams om content te ontwikkelen en te verzamelen. De commissie kan gezien worden als de spreekbuis van de vereniging.

# Kanalen

Elk kanaal staat op zichzelf en heeft eigen content. Verwijzen mag: bijv. Van Facebook naar de website.

## Website

Doel: uitgebreidere berichten en algemene informatie delen met leden en geïnteresseerden.

Knelpunten: geen natuurlijke aantrekkingskracht. Via andere kanalen moet men geïnteresseerd raken om de website te bezoeken.

## Nieuwsbrieven

Doel: leden op de hoogte stellen van de dagelijkse gang van zaken.

Knelpunten: het moment van uitsturen heeft invloed op de openings rate (dus hoe vaak een bericht wordt geopend). Het bericht verdwijnt in de massa.

## E-mails

Doel: leden informeren over aankomende acties.

Knelpunt: spamgevoeligheid of vertrouwen op coaches die het doorsturen.

## Facebook

Doel: human interest, kijkje achter de schermen, verslagen van de website delen met een link, aankondigingen van evenementen en wedstrijden, berichten delen van derden (informatie van de bond). Houd het kort!

Knelpunt: Niet iedereen krijgt alle content te zien. Wij kunnen daar ook geen invloed op uitoefenen. Dit is afhankelijk van logaritmen van Facebook. Likes, comments en shares verhogen het bereik.

## Instagram

Doel: actueel, interessant, weinig informatie. 'On the spot', actueel: wedstrijden, trainingen, events. Een paar # en een korte toelichting.

Knelpunt: Weinig vrijwilligers die dit actueel willen houden.

## WhatsApp

Doel: leden direct benaderen via teamapps om ze te informeren.

Knelpunt: coaches moeten beschikbaar zijn om door te sturen en een bericht verdwijnt in de massa.

Onderstaande kanalen zijn in (mede)beheer van de PR-commissie:

Soort	Locatie	Informatie
Website	<a href="http://www.hurricanes.nl">www.hurricanes.nl</a> <a href="http://www.hurricanes.nl/v3/wp-admin">www.hurricanes.nl/v3/wp-admin</a>	Uitgebreide/algemene informatie. Voor en achteruit in de tijd. De spin in het web. Alles wordt hierheen verwezen.
Testwebsite	<a href="http://www.hurricanes.nl/staging">www.hurricanes.nl/staging</a> <a href="http://www.hurricanes.nl/staging/wp-admin">www.hurricanes.nl/staging/wp-admin</a>	De plek om nieuwe thema's en plugins te testen
Direct Admin	<a href="http://www.hurricanes.nl:2222/config">www.hurricanes.nl:2222/config</a>	Backend bij Easyhosting voor inrichting domain, websites, ftp, database, e-mail
Nieuwsbrief	<a href="http://www.mailchimp.com">www.mailchimp.com</a>	Kort beknopt informeren van leden. Veel links naar de website. Laatste nieuws binnen de vereniging. Up-to-date
Facebook	<a href="http://www.facebook.com/hilversumhurricanes">www.facebook.com/hilversumhurricanes</a>	Human interest, aankondigingen, korte teksten, foto's, linken naar de website
Instagram	<a href="http://www.instagram.com/hilversum_hurricanes">www.instagram.com/hilversum_hurricanes</a>	Human interest, weinig tekst, vooral foto's. up-to-date
Flickr	<a href="https://www.flickr.com/photos/hilversumhurricanes/">https://www.flickr.com/photos/hilversumhurricanes/</a>	Fotodatabase evenementen
Gmail	<a href="mailto:hurricanesilversum@gmail.com">hurricanesilversum@gmail.com</a>	Agenda van de website. Opslag voor belangrijke foto's
Google Drive PR-Database	<a href="https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1JwBUx4DaLzug9rfsNpE1LqHGUAjLGCf">https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1JwBUx4DaLzug9rfsNpE1LqHGUAjLGCf</a>	Opslag van commissie documentatie
Google Drive Fotodatabase	<a href="https://drive.google.com/drive/u/0/folders/11WsXlvTGH_IOPsLu8-7tS_PBDAjmMESf">https://drive.google.com/drive/u/0/folders/11WsXlvTGH_IOPsLu8-7tS_PBDAjmMESf</a>	Opslag van stockfoto's



## Kanaalrichtlijnen

Het opstellen van richtlijnen heeft de volgende doelstellingen:

- Eenheid brengen in de communicatie.
- Leden betrokken houden
- Juiste manier van communiceren

Het opstellen van richtlijnen zal de volgende knelpunten zoveel mogelijk voorkomen:

- De commissie wordt gedragen door verschillende mensen, die kunnen variëren van ervaren tot onervaren. Elk draagt daarbij zijn eigen creativiteit met zich mee. Om een duidelijk beeld van de vereniging naar buiten uit te stralen, is het van belang dat de hele commissie ongeveer dezelfde lijn blijft volgen, waarbij deze richtlijnen een goede basis vormen.
- De kanalen worden door meerdere mensen onderhouden die van tijd tot tijd veranderen. Iedereen heeft zijn eigen ideeën en meningen, maar verschillende manieren van communicatie zullen er voor zorgen dat de vereniging het duidelijke beeld, dat het wil uitstralen, verliest.

## Social Media

- De kanalen zijn in beheer van de pr-commissie.
- Buiten de pr-commissie om mogen er geen andere clubpagina's onderhouden worden. Teampagina's mogen in samenspraak met de pr-commissie bestaan.
- Geen normale competitiewedstrijden als evenement, je loopt het risico dat het op den duur gezien wordt als spam en er ontstaat ongelijkheid in zichtbaarheid.
- Let op de composities in foto's. Bijvoorbeeld geen foto's van mensen die met hun rug naar de camera staan (tenzij dat natuurlijk de insteek van de foto is).

In de tabel op de volgende pagina staan richtlijnen per kanaal.

	Instagram	Facebook
Doelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Om meer leden te werven door de naamsbekendheid van de club te vergroten.</li> <li>• Om foto's en korte video's te delen waarbij de nadruk ligt op amusante content met korte teksten waarbij de leden op de hoogte gehouden worden van gebeurtenissen op de club wat een hechtere relatie schept tussen leden en de club.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Om reclame te maken voor de club door middel van het posten van leuke video's en foto's die een idee geven van hoe het is om een lid te zijn van de Hilversum Hurricanes.</li> <li>• Om aankondigingen te geven voor evenementen en acties op de club. Berichten met veel tekst waardoor de informatie goed wordt overgebracht en meer leden naar de evenementen komen.</li> </ul>
Doelgroep	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leden (jeugd)</li> <li>• Geïnteresseerden in onze sporten in de omgeving van Hilversum en Wijdemeren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leden (volwassen)</li> <li>• Ouders die opzoek zijn naar een leuke nieuwe sport voor hun kinderen.</li> <li>• Volwassenen die opzoek zijn naar een leuke nieuwe sport.</li> </ul>
Hashtags	<p>Dit zijn de algemene #. Bij evenementen kan er voor extra # gekozen worden. Bijvoorbeeld #slowpitch.</p> <p>#honkbal #baseball  #softball #softbal #beeball  #americanfootball #flagfootball  #hilversumhurricanes #hilversum_hurricanes  #sport  #gameon  #training</p>	<p>Dit zijn de algemene #. Bij evenementen kan er voor extra # gekozen worden. Bijvoorbeeld #slowpitch.</p> <p>#honkbal  #baseball  #softball #softbal #beeball  #americanfootball #flagfootball  #hilversumhurricanes #hilversum_hurricanes  #sport  #gameon  #training</p>
Afbeeldingen	<p>Afbeelding resoluties:  Square: 1080 x 1080  Landscape: 1920 x 1080  Portrait: 1080 x 1350  Stories: 1080 x 1920</p>	<p>Afbeelding resolutie:  Aanbevolen resolutie: 1200 x 630  Carrousel post (meerdere foto's achter elkaar):1080 x 1080  Banners: 1640 x 856  Maximaal 5 foto's. Bij meer doorverwijzen naar Flickr.</p>

	<p>Maximaal 5 foto's. Bij meer doorverwijzen naar Flickr.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wedstrijden</li> <li>• Toernooien</li> <li>• Trainingen</li> <li>• Wedstrijd uitslagen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aankondigingen voor evenementen (MVP-avond, Nieuwjaarsborrel etc.)</li> <li>• Acties (Bijv. Grote club actie)</li> <li>• Grote gebeurtenissen op de club</li> <li>• Reclame</li> </ul>
Tekst	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maximaal 2,200 karakters (ideale lengte: ±80 karakters)</li> <li>• Maximaal 300 hashtags (ideaal aantal hashtags: ±10)</li> <li>• Korte berichten (± 2 zinnen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langere berichten met meer informatie, maar bij voorkeur niet meer dan 150 woorden.</li> <li>• Linkje naar de website, als de tekst langer is, of als er meer informatie wordt gegeven op de site.</li> </ul>
Beheerders	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social media werkgroep</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social media werkgroep</li> </ul>
Wanneer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zie content kalender</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zie content kalender</li> </ul>
Video	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Max 60 seconden</li> <li>• Resolutie: Zie Afbeelding resolutie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolutie: Zie Afbeelding resolutie</li> </ul>

## Nieuwsbrieven

- Een maximum van 6 berichten per nieuwsbrief
- Een maximum van 6 regels per bericht
- De nieuwsbrief wordt elke maand verstuurd.

### Lijsten

#### Nieuwsbrief

Algemeen:	Een maandelijks e-mail verstuurt vanaf <a href="mailto:redactie@hurricanes.nl">redactie@hurricanes.nl</a>
Onderwerp:	Nieuwsbrief "maand" "jaar"
Preview Tekst:	De eerste regels van de intro
Privacy:	Openbare lijst, inschrijven via de website

#### Bestuursbrief

Algemeen:	Een e-mail per kwartaal verstuurt vanaf <a href="mailto:secretaris@hurricanes.nl">secretaris@hurricanes.nl</a>
Onderwerp:	Bestuursbrief "Seizoen" "Jaar": "Een pakkende titel"
Preview tekst:	Verwijzing naar de inhoud
Privacy:	Gesloten lijst, alle huidige leden

#### Vrijwilligersbrief

Algemeen:	Een e-mail zonder regelmaat verstuurt vanaf <a href="mailto:secretaris@hurricanes.nl">secretaris@hurricanes.nl</a>
Onderwerp:	Geheel vrij in te vullen
Preview Tekst:	Verwijzing naar de inhoud
Privacy:	Gesloten lijst, alle huidige vrijwilligers

### Templates

Algemeen	Voor de maandelijks nieuwsbrief
Bestuursinformatie	Voor de bestuursbrief, wanneer van toepassing
Uitnodiging	Voor speciale evenementen, geschikt voor alle drie de lijsten. Denk aan Nieuwjaarsborrel, Algemene Leden Vergadering, Brainstormsessie, Vrijwilligersavond
Nieuwsflits	Onverwachts, of gericht op een speciale attentie. Alleen voor de nieuwsbrief

## Website

- Bij jeugdleden worden alleen voornamen gebruikt.
- Maximaal aantal foto's per bericht, anders wordt er verwezen naar Flickr.

# Huisstijlhandboek

Voor al onze merkingen

## Waarom een huisstijl

Om een merk te kunnen herkennen en herinneren is het van belang dat zaken als logo's, kleuren en typografieën elke keer exact hetzelfde zijn. Mensen zien immers dagelijks duizenden merkuitingen, waardoor snel kans is op verwarring. Onbewust hebben mensen oog voor kleine details en zijn we ook in staat deze aan een merk toe te kennen. Daarbij ogen afwijkingen in huisstijlgebruik onprofessioneel en slordig, iets dat ook afstraalt op de mate waarin mensen een merk, product of dienst inhoudelijk beoordelen.

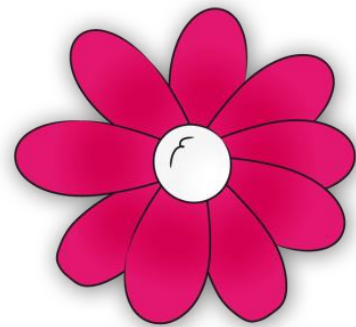
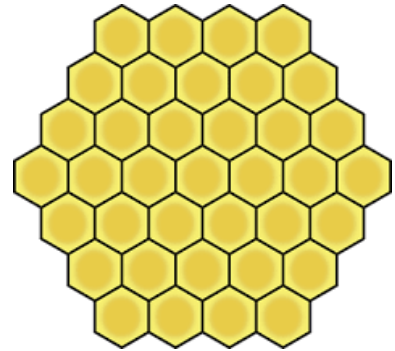
Het consistente gebruik van een huisstijl zorgt daarentegen voor een stapeleffect. Elke merkuiting draagt met de juiste huisstijl bij aan de correcte zichtbaarheid van een merk en draagt bij aan een betere naamsbekendheid en een beter imago. Een huisstijl zorgt voor eenheid, duidelijkheid en herkenbaarheid.

Geen huisstijl is als een honingraat.

Alle merkuitingen worden aan andere merkuitingen geplakt. Elk idee sluit wel ergens op aan, waardoor grote verscheidenheid ontstaat. Er is geen connectie met de basis, waar alles aan getoetst kan worden.

Een huisstijl is als een bloem.

Alle merkuitingen zijn verbonden aan de kern. Hierdoor lijken ze sterk op elkaar, wat eenheid uitstraalt. Nieuwe merkuitingen moeten aansluiten op de kern en worden getoetst.



# Huisstijl

## Naam

De officiële benaming luidt:

*Algemene Sportclub Hilversum Hurricanes*

Bij officiële aangelegenheden wordt de naam altijd voluit geschreven.  
In mailverkeer en langere documentatie kan gebruik worden gemaakt van:

*ASC Hilversum Hurricanes of Hilversum Hurricanes of Hurricanes*

Dit zijn de enige combinaties die toegestaan zijn in de formelere sferen. Andere vormen zijn in de formelere sferen niet toegestaan. We willen een duidelijk beeld naar buiten brengen, waarbij wij als één vereniging herkend worden.

Verkeerd gebruikte vormen zijn bijvoorbeeld:

*A.S.C. Hilversum, ASCH, ASC Hurricanes, Canes, H'sum Hurricanes*

## Sporten

Er zijn twee manieren waarop we aan de sporten refereren:

Bij de Hilversum Hurricanes kunnen de volgende sporten gespeeld worden:

*honkbal, softbal, american football*

Voor algemene informatie adviseert de PR commissie het bovenstaande, omdat deze sporten bij het grote publiek het meest bekend zijn. Flag football en beeball worden daarbij niet genoemd. Het is de basis voor kinderen, voor de drie sporten. De PR commissie vindt het belangrijker dat mensen weten dat ze vanaf respectievelijk 5 en 12 jaar bij de Hurricanes terecht kunnen voor die sporten. Hoe het dan heet is iets minder relevant.

De bovenste schrijfwijze worden gebruikt in logo's en bij vermelding van de naam, om zo een snel en duidelijk beeld te geven aan externen over wat de Hurricanes doen.

*honkbal, softbal, beeball, american football, flag football*

Deze vijf sporten worden benoemd bij de daadwerkelijke sportuitingen. Daar waar wij een uitleg geven over de sporten die wij aanbieden en bij intern gebruik.

## Lettertypen

Counselor Script      Wordt alleen toegepast in logo's en kleding én alleen voor de tekst: *Hurricanes*.

Voor AF: College      Wordt alleen toegepast op kleding en in banners voor de teksten: *Hilversum* en *Hurricanes*.

*Nb: er zijn meerdere College lettertypen. De PR commissie moet het juiste lettertype nog vaststellen.*

Arial Nova Light      Wordt toegepast in het logo voor overige tekstdelen en als kopteksten bij documentatie.

Tahoma                      Schrijfttekst. Voor documentatie en communicatie wordt dit lettertype gebruikt.

#### Kleuren

Blauw	RGB 29 98 175	HEX #1d62af	PMS 286
Geel	RGB 243 224 43	HEX #f3e02b	PMS 102

#### Stijlelementen (extra elementen, die een uiting van 'ons' maakt)

- Ter omkadering of als elementscheiding gebruiken we een gele streep in de huisstijlkleur. Deze wordt onder meer toegepast op de website, in nieuwsbrieven, op drukwerk (promotiemateriaal) en op banners.
- Blauwe koppen en zwarte teksten op een witte achtergrond worden voornamelijk toegepast op de website, nieuwsbrieven en op drukwerk (promotiemateriaal).
- Witte koppen en witte teksten op een blauwe achtergrond worden voornamelijk toegepast in nieuwsbrieven en op drukwerk (promotiemateriaal).
- Bij opsommingen gebruiken we een bolletje (zoals ook deze opsomming is opgemaakt)

#### Fotografie

- We gebruiken eigen foto's van de 'huisfotografen'. De foto's zijn relevant en actueel.
- Geen foto's van ruggen of negatieve situaties.
- Belangrijk is te letten op de privacywetgeving: Is er wel of geen toestemming?
- Stockfoto's van een website met rechten vrije afbeeldingen kunnen een alternatief zijn, maar voorkeur en wenselijk is om zoveel mogelijk foto's van eigen makelij te nemen. **Niet:** willekeurige foto's van internet! Er kunnen rechten op zitten.

#### Logo's

- De swirl wordt te allen tijde in de juiste geeltint getoond.
- De letters staan in de juiste blauwtint, maar mogen, indien de situatie niet anders toelaat, in de juiste geeltint worden toegepast.
- Logo's staan op een eentonige achtergrond met vrije ruimte rondom het logo.



De logo's zijn beschikbaar in EPS, JPEG en PNG. De logo's zijn in een PNG-bestand te downloaden vanaf de website: [www.hurricanes.nl/huisstijl](http://www.hurricanes.nl/huisstijl)



Welke varianten zijn er?



Totaal (Extern gebruik)

Voor mensen en bedrijven in de omgeving net wat extra informatie over wie wij zijn.

Denk aan E-mailsignatures en promotiematerialen.



Compact (Algemeen gebruik – zonder sporten)

Communicatie en documentatie op eigen kanalen en naar leden. Gehanteerd bij kortere teksten. Denk aan de website en korte formulieren.



Breed (Intern gebruik)

Gehanteerd enkel en alleen bij langere teksten. Een groot logo om eenmaal goed de aandacht te trekken en niet teveel af te leiden.

voorbeelden zijn: rapporten, nieuwsbrieven.

Swirl (Algemeen gebruik)

Wordt toegepast waar men al bekend is met ons. Zal door de eenvoud en vormgeving niet storend zijn. Denk aan banners, profielfoto's, presentaties, kleding, etc.



Letters (Algemeen gebruik)

Wordt alleen toegepast op kleding.

“H” (nb: de PR commissie heeft deze H niet in het bezit. Deze wordt opgevraagd bij de leverancier van de petten)

Wordt gebruikt voor kleding

Gehanteerd als petlogo bij de honkbalteams.



## Huisstijlgebruik

Het huisstijlgebruik is strikt vastgelegd om zo een duidelijk en eenduidig beeld naar buiten uit te stralen. Daarnaast moet de huisstijl natuurlijk genoeg aanwezig zijn, maar een overmaat aan huisstijl kan tegelijkertijd weer afleidend zijn en ruimte innemen van de daadwerkelijke inhoud. Een goed evenwicht hierin is dus zeer belangrijk.

Let op detail. Hoe beter de detaillering, hoe beter de huisstijl tot zijn recht komt. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van stijlelementen, wat al eerder is genoemd. Hoe beter de huisstijl overal wordt doorgevoerd, hoe minder huisstijl benodigd is om het gewenste resultaat (dat men aan de Hurricanes denkt) wordt behaald.

Website, nieuwsbrieven en social media dienen ook de huisstijl te volgen, maar worden niet apart genoemd. Dit omdat zij volledig in beheer zijn van de PR-commissie. Nieuwsbrieven en website zijn niet van invloed op grote veranderingen, omdat die worden gemaakt aan de hand van een vaste template.

Alle getoonde sjablonen zijn te downloaden op [www.hurricanes.nl/huisstijl](http://www.hurricanes.nl/huisstijl)

## E-mailhandtekening bestuur en commissies

Onderstaande handtekening gebruik je in combinatie met een Hurricanes e-mailadres. Indien je een dergelijk e-mailadres nodig denkt te hebben, kun je deze opvragen bij het bestuur. Elk bestuurslid en elke commissie (dus niet elk commissielid) heeft een Hurricanes-e-mailadres en onderstaande handtekening.

Voor de overdracht van functies is het belangrijk dat je een Hurricanes e-mailadres gebruikt. Zo hoef je alleen je vervanger te koppelen aan het e-mailadres, wanneer je stopt.

Functies die losstaand bekleed worden binnen de vereniging:

*Voorzitter, Secretaris, Penningmeester,  
Ledenadministrateur, Wedstrijdsecretaris, Vertrouwenspersoon*

Bestuursfuncties die verduidelijking behoeven, dus gevolgd door hun functie:

Coördinator                      *Coördinator Honkbal, Coördinator American football*  
Algemeen lid                      *Algemeen lid Onderhoud, Algemeen lid Sponsoring*

De commissies worden te allen tijde benoemd:

*Voorzitter Activiteitencommissie, Coördinator PR-commissie*

Lettertypen:                      Tahoma  
Namen:                              Blauwtint die het dichtst in de buurt komt van het logo  
    Dezelfde lettergrootte als de schrijfttekst  
Overige gegevens:                Blauwtint die het dichtst in de buurt komt van het logo  
    1 à 2 lettergrootte kleiner dan de schrijfttekst  
Logo:                                300x108 pixels, te vinden op [www.hurricanes.nl/huisstijl](http://www.hurricanes.nl/huisstijl)  
SponsorKliks:                    Schuingedrukt, 1 à 2 lettergrootte kleiner dan de schrijfttekst

Met sportieve groet,

**Voornaam Achternaam**  
Functie (Commissie)

06-12345678  
[voorbeeld@hurricanes.nl](mailto:voorbeeld@hurricanes.nl)  
[www.hurricanes.nl](http://www.hurricanes.nl)



***Sponsor Hilversum Hurricanes gratis!***

*Koop je wel eens online? Vergeet dan volgende keer niet om eerst onze [SponsorKliks](#) site te bezoeken. Je komt uit bij ruim 100 winkels waar je precies hetzelfde betaalt, maar dan gaat er een commissie naar onze club! Je sponsort dus gratis!*

## E-mailhandtekening teambegeleiding

Coaches gebruiken hun eigen e-mailadres, maar kunnen daarbij onderstaande handtekening gebruiken.

De volgende functies worden gehanteerd:

*Trainer/Coach, Trainer, Coach, Teammanager*

De teamnaam wordt op de volgende manier samengesteld:

- Sport *Honkbal, Softbal, Beeball, American Football, Flag Football*
- Leeftijdscategorie *Majors, Pupillen, Cadets, Junioren*
- Rangschikking *1, 2, 3, 4, 5 (indien nodig)*

Voorbeelden: *Honkbal Aspiranten 1, Softbal Dames 3, Beeball Rookies 2, Flag Football Peewees 2, American Football Senioren*

Lettertypen:	Tahoma
Namen:	Blauwtint die het dichtst in de buurt komt van het logo Dezelfde lettergrootte als de schrijfttekst
Overige gegevens:	Blauwtint die het dichtst in de buurt komt van het logo 1 à 2 lettergrootte kleiner dan de schrijfttekst
Logo:	300x108 pixels, te vinden op <a href="http://www.hurricanes.nl/huisstijl">www.hurricanes.nl/huisstijl</a>
SponsorKliks:	Schuingedrukt, 1 à 2 lettergrootte kleiner dan de schrijfttekst

Met sportieve groet,

**Voornaam Achternaam**

Functie Team



***Sponsor Hilversum Hurricanes gratis!***

*Koop je wel eens online? Vergeet dan volgende keer niet om eerst onze [SponsorKliks](#) site te bezoeken. Je komt uit bij ruim 100 winkels waar je precies hetzelfde betaalt, maar dan gaat er een commissie naar onze club! Je sponsort dus gratis!*

## Sjabloon voor korte documentatie

Voor korte documentatie gebruiken we een header. Deze staat boven alle pagina's. Denk hierbij aan agenda's, notulen, verslagen, brieven, facturen

Lettertypen header:            Arial Nova Light in juiste blauwtint onder/in het logo  
   Tahoma in zwart bij de algemene info

Lettertypen tekst:            Geheel in Tahoma

Algemene info:                Maximaal vijf regels, juiste e-mailadres aanvullen

Arcering:                        1,5 dikte, geel

(Indien het sjabloon opgevolgd wordt, moet dit en al het andere goed lopen)

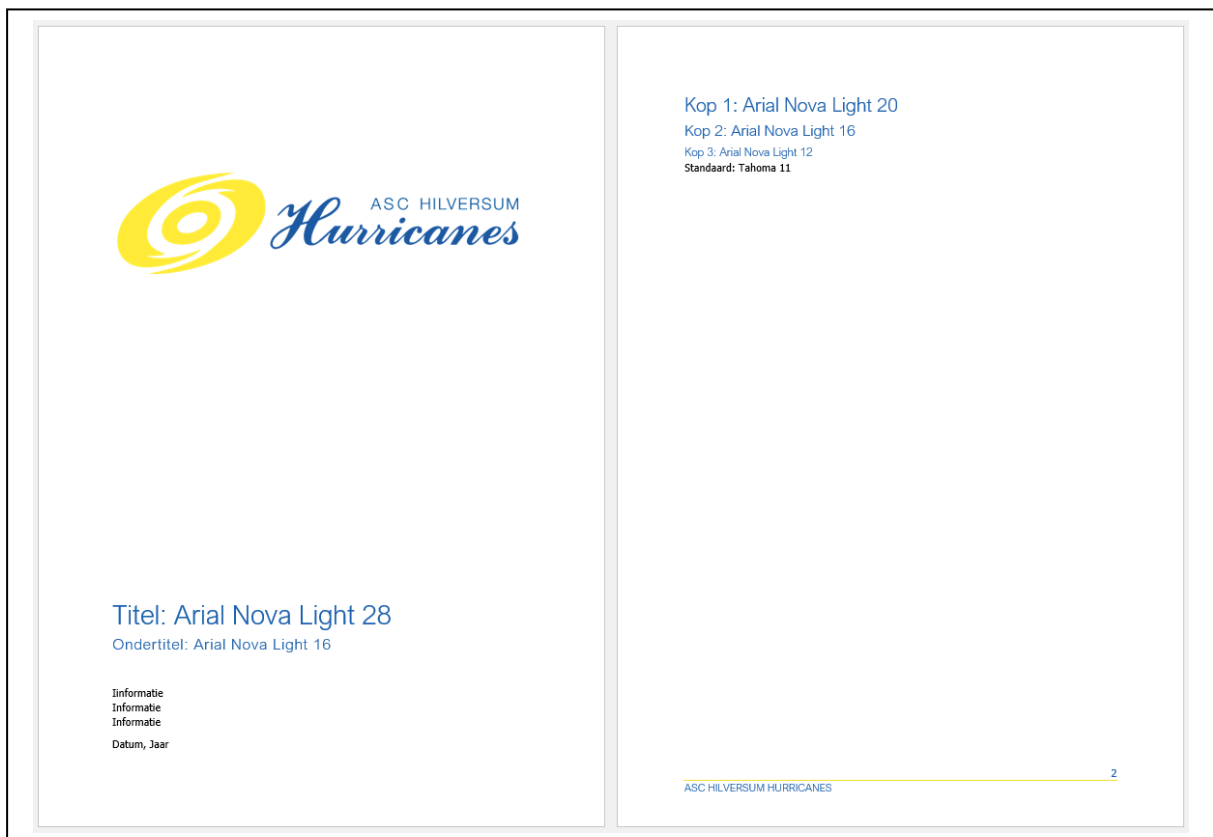
	<p>ASC Hilversum Hurricanes 't Jagerspaadje 32 1231 KJ Loosdrecht www.hurricanes.nl voorbeeld@hurricanes.nl</p>
<hr/>	
<p>Tekst</p>	

## Sjabloon voor lange documentatie

Bij lange documenten gebruiken we een voorblad, koppen en een footer. De footer is aanwezig op alle pagina's, afgezien van het voorblad.

Logo: Vaste plek op het voorblad, gecentreerd  
Lettertypen titels en koppen: Arial Nova Light in juiste blauwtint  
Lettertypen schrijfttekst: Geheel in Tahoma  
Footer: ASC HILVERSUM HURRICANES in Arial Nova Light 11, blauw  
Paginanummer in Arial Nova Light 11, blauw  
Arçering in 1,5 dikte, geel

(Indien het sjabloon opgevolgd wordt, moet dit en al het andere goed lopen)



## Sjabloon voor certificaten

Voor certificaten gebruiken we onderstaand sjabloon.

Logo achtergrond: Verwerkt in het diamodel, volledige hoogte dia, 20%

Lettertypen: Lucida Calligraphy

Lettertypen: Tahoma

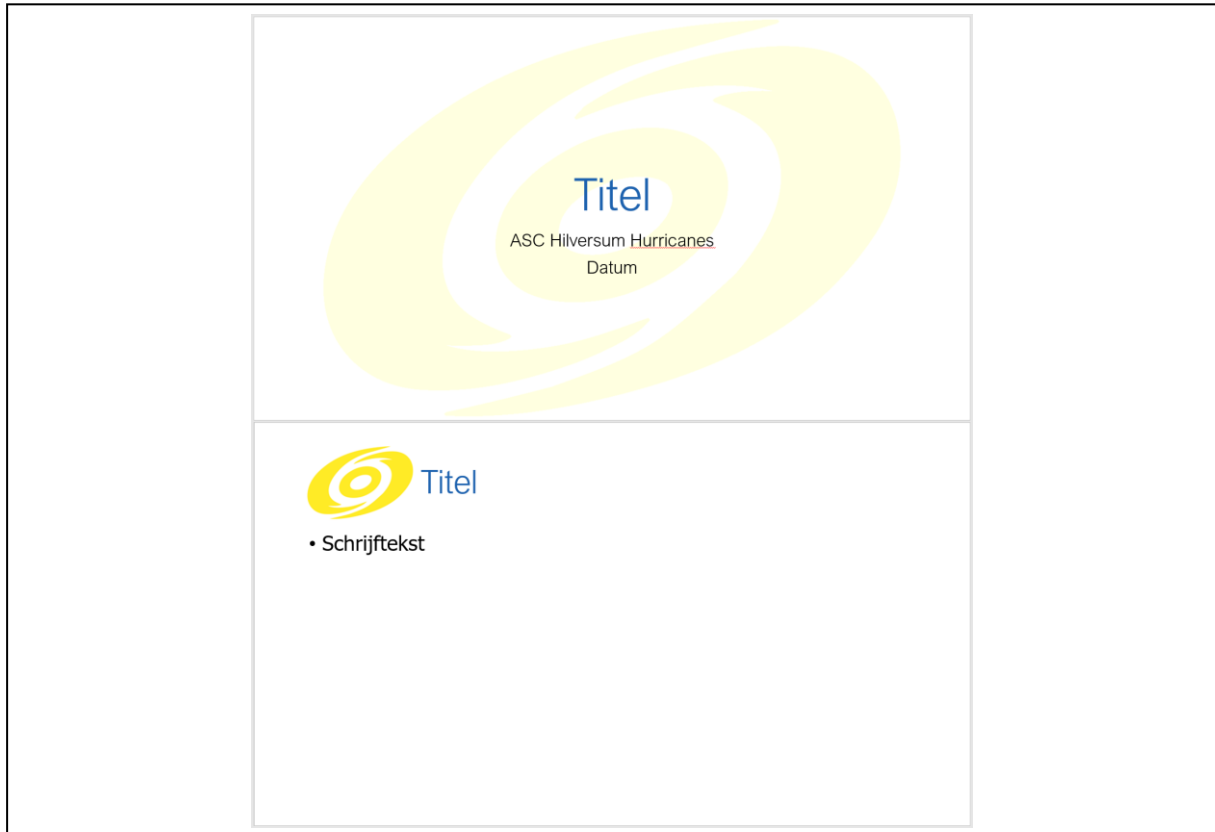
(Indien het sjabloon opgevolgd wordt, moet dit en al het andere goed lopen)



## Sjabloon voor PowerPoint presentaties

Er is een basistemplate, waarin de huisstijl is toegepast. Dit helpt gebruikers om eenvoudig een presentatie in de huisstijl te maken.

- Logo titeldia: Verwerkt in het diamodel, volledige hoogte dia, 20%  
Logo overige dia's: Verwerkt in het diamodel, volledige hoogte titelblok, 100%  
Lettertypen titels en koppen: Arial Nova Light in juiste blauwtint  
Lettertypen tekst: Geheel in Tahoma  
(Indien het sjabloon opgevolgd wordt, moet dit en al het andere goed lopen)





## Kledingvoorschriften

Dit zijn de kledingvoorschriften voor wedstrijdleding én merchandise.

### *Afronding*

De gehanteerde kledingkleuren zijn: (betreft kleding en niet opdruk)

- Blauw
- Geel
- Grijs
- Wit

Algemene kledingbepalingen:

- Teksten en logo's moeten vanaf de basisaangezichten volledig gezien kunnen worden. De basisaangezichten zijn: vooraanzicht, zijaanzicht en achteraanzicht.
- Merchandise mogen niet voorzien worden van sporten. Ze moeten clubbreed gedragen kunnen worden.
- Lettertypen mogen niet in bogen of schuin worden gezet.

Op kleding worden alleen "Hurricanes" en de swirl getoond uit het logo. ASC Hilversum uit het logo wordt niet uitgedragen op de kleding. Zie de huisstijl voor de eisen van beide logo's. (LET OP Heren 1 en AF gebruiken blauwe swirls op de kleding)

"Hilversum" mag in de College lettertype getoond worden op kleding, waar ook "Hurricanes" in hetzelfde lettertype getoond wordt.

"Hilversum" en "Hurricanes" mogen alleen op de volgende afgebakende locaties:

- Borst
- Schouderbladen
- Achterhoofd tussen de oren (op pet of helm)
- Op broekspijpen aan de voorkant

De swirl mag alleen op de volgende afgebakende locaties:

- Schouders vanaf de zijkant gezien
- Deel van de borst vanaf de voorkant gezien
- Borst en buik geheel vanaf de voorkant gezien
- Volledige rug
- Schouderbladen
- Op de kuiten vanaf de zijkant gezien
- Op broekspijpen aan de voorkant
- Op het voorhoofd op de pet
- American Football helmen op de zijkant
- Slaghelmen op de voorkant.

## Voorbeelden van goed en fout



- Logo niet in een aangezicht geheel
- Verkeerd lettertype gebruik
- Geen sporten op merchandise



- Fout logo
- Gebogen lettertype



- Fout lettertype
- Foute spelling
- Gebogen en schuin lettertype

# Marketing

## Promotiematerialen

Worden alleen door de PR-commissie gefabriceerd na goedkeuring bij het bestuur.

Bij promotiematerialen zijn de basiskleuren wit, geel en blauw en kan er fotomateriaal toegepast worden volgens de fotografiehuisstijl. Zwart mag alleen worden gebruikt als tekst.

### *Aanvulling*

## Sponsoring (Sponsorcommissie)

De Hurricanes kan, net als elke andere vereniging, niet zonder sponsoren. Sponsoren zorgen voor inkomsten in ruil voor promotie en naamsbekendheid. Het volledige sponsorbeleid ligt in handen van de sponsorcommissie.

## Promotieactiviteiten (Sportcoördinatoren)

Elk jaar organiseert de club meerdere activiteiten met als doel naamsbekendheid en ledenwerving. Het volledige promotieactiviteitenbeleid ligt in handen van de PR-commissie gezamenlijk met de sportcoördinatoren, maar de uitvoering ligt in handen van de vereniging en haar leden.

## Persstrategie

### *Aanvulling*

Artikelen, adverteren