



OVER LOGO EN HUISSTIJL

Als school communiceren we richting uiteenlopende doelgroepen; elke doelgroep vraagt een passende 'toon' van communiceren. Van formeel tot wervend en alles ertussenin. Een kind uit groep 8 spreken we immers anders aan dan een wethouder. Hoe passender de communicatie, hoe beter de boodschap overkomt. Hoe doe je dat zonder een identiteit met twee gezichten te hebben?

Het nieuwe logo en de huisstijl houden hier rekening mee. Het basislogo is een woordmerk: Sevenwolden weergegeven in gestapelde lettergrepen. Helder en vriendelijk door de onderkastletter en makkelijk uit te breiden met de locatienamen. De basis-huisstijlkleur is geïnspireerd op de oorsprong van de locaties: een veenkleur die refereert aan de grond van Heerenveen en Joure (veen) en Grou (klei op veen). Samen creëren dit basislogo en de basis-huisstijlkleur (met wit en zwart) een open, vriendelijke en zelfverzekerde uitstraling.

DE S VAN SMAKEN VERSCHILLEN

De basiselementen worden uitgebreid met een S van Sevenwolden als merkschild. De S-vorm overstijgt onderwijsontwikkelingen: het is gebaseerd op de ontwikkelingsfase van 12-18-jarigen en staat voor hoe we op deze leeftijd onszelf, de ander en de wereld ontdekken. Hoe we onze weg zoeken om onze draai te vinden.

De zeven variaties benadrukken de diversiteit die deze leeftijdsfase kenmerkt. Elke S kent een eigen sfeer en refereert aan groei, energie, vrijheid en houvast, beleven, stuiteren, excitement, zwart-witdenken, gelaagdheid, diversiteit. Kortom, een huisstijl waarin leerlingen zich gezien kunnen voelen. En zo hoort het: school is hun leefwereld en hun basis voor later. Met onze nieuwe huisstijl laten we zien dat we diversiteit en verandering omarmen en dat smaken mogen verschillen.



SEVENWOLDEN
 Postbus 592
 8440 AN Heerenveen
 T 0513 657 385
 www.sevenwolden.nl

ZELFBEWUST EN WERELDWIJS

zelfbewust
 en
 wereldwijs

SEVENWOLDEN



Een nieuwe uitstraling voor onze school

Onderwijs is altijd in ontwikkeling. Bij Sevenwolden ervaren we dat allemaal. De afgelopen jaren zijn deze ontwikkelingen in zo'n stroomversnelling gekomen, dat het zinvol was om ook onze uitstraling en communicatie opnieuw te bekijken. Daarbij is de vraag gesteld in hoeverre deze nog aansluit bij Sevenwolden anno 2018 en bij onze visie op het beste onderwijs voor leerlingen van circa 12 tot 18 jaar. De conclusie was dat het na meer dan 20 jaar tijd is voor een compleet nieuwe uitstraling. Dit drie-luikje praat je bij over de gedachte achter ons nieuwe logo, de nieuwe huisstijl en de nieuwe pay-off.



OVER ZELFBEWUST EN WERELDWIJS

Een *pay-off* is meer dan even een leuk zinnetje. Een goede *pay-off* gaat jaren mee en vertaalt kernachtig en begrijpelijk de abstracte taal van visie, missie en waarden. Tegelijk werkt deze als toetssteen voor ons 'doen en laten', zoals onze vaardigheden en ons zichtbare gedrag. In de les, in vergaderingen, bij de koffieautomaat, in het contact met ouders, in het nieuws, in de sociale media.

Onze nieuwe pay-off is ambitieus. Zelfbewust en wereldwijd gaat over 21^e-eeuwse vaardigheden; om enkele voorbeelden te noemen *character, communication, critical thinking, creativity, citizenship, culture, collaboration, connectivity*. Zelfbewust en wereldwijd is (kennis)niveau-overstijgend en onderstreept het belang van de persoonswording van leerlingen in relatie tot de ander en de wereld.

ZELFBEWUST EN WERELDWIJS

SEVENWOLDEN



SEVENWOLDEN