

BDF ADVIES BOOTCAMP

Het is belangrijk om de doelgroep heel specifiek op het netvlies te hebben bij wervingsacties voor een vak of project. Dat en meer leren vmbo-docenten tijdens de bootcamp Branding die BDF op 31 oktober 2017 organiseerde in de Gelderlandfabriek in Culemborg.

“Het is moeilijk een keuze te maken voor een specifieke doelgroep, omdat je het liefst alle leerlingen wil binnenhalen, zegt **Loes Wernsen**. “Je wil niemand buitensluiten. Maar een focus leggen op een specifieke groep, bijvoorbeeld creatieve meisjes, betekent niet dat je denkt dat alle anderen te stom zijn om mee te doen. Het betekent dat je van deze doelgroep alles weet, dat je weet wat hen aanspreekt en hoe je ze moet benaderen. Als dat ook bij anderen succes heeft, dan is dat alleen maar gunstig.”



Bootcamp Branding // De focus op de doelgroep

Vorm is inhoud

Loes Wernsen is merkadviseur en -ontwikkelaar. Samen met redactioneel grafisch ontwerper **Mischa Pranger** leidt zij de bootcamp Branding. “Ik wil de deelnemers leren hoe ze zich kunnen bewegen in het veld tussen merk en doelgroep”, zegt Loes. “Hoe reageert de doelgroep, welke associaties komen er bij de doelgroep boven als ze een bepaald logo zien?”

Vorm is inhoud en inhoud is vorm. Mischa vindt het belangrijk dat de deelnemers kennis opdoen over beeldtaal. “Er is een wisselwerking tussen taal en beeld. Het visuele wordt steeds belangrijker. Beeldtaal moet je leren lezen. Eigenlijk vind ik dat beeldtaal in het curriculum van een school terug moet komen.”

Stappen van een professional

BDF organiseert de bootcamp voor docenten die lesgeven in een vak in ontwikkeling, zoals Media, Vormgeving en ICT (MVI), Dienstverlening & Producten, of Design en Innovation (Informatietechnologie). De bootcamp Branding wordt bijgewoond door dertien vmbo-docenten. “Het gaat erom dat docenten hier zelf de stappen zetten die de professional zet. In dit geval de professionele conceptontwikkelaar”, zegt **Carla van den Brandt van BDF Advies**. “Leraren kijken altijd hoe ze de vertaalslag kunnen maken naar hun lespraktijk, maar het is belangrijk dat ze dat nu even niet doen en zich concentreren op het ontwikkelen van een merk.”

Meiden binnenhengelen

Maar natuurlijk is dat merk wel gerelateerd aan hun onderwijs of aan hun school. Zo geeft **Stan Vissers** ICT op het Blariacumcollege in Venlo. “ICT maakt deel uit van het nieuwe vak MVI. Wat ik hier wil leren, is hoe ik meer meiden kan binnenhengelen voor MVI. We organiseren twee keer per jaar een kennismakingsmiddag. Daar wil ik een logo voor maken. Ook wil ik er aansprekende opdrachten voor ontwikkelen. Zelf heb ik geen grafische achtergrond, dus vind ik het belangrijk om te leren hoe je het aanpakt als je bijvoorbeeld een huisstijl ontwerpt.”

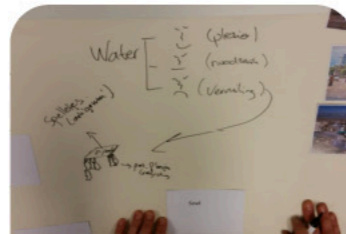


Module

Wim Crielaard, docent ITTL (Informatietechnologie voor de Theoretische Leerweg, red.) aan het Willem van Oranjecollege in Waalwijk, overweegt om van 'branding' een module te maken binnen ITTL. "Ik heb geen kaas gegeten van media en marketing", zegt hij. "Hier leer ik hoe de professional denkt. Ik denk wel dat ik er in de les iets mee kan, maar de vertaalslag naar mijn onderwijsaanbod komt later wel."

Leerproces van leerlingen

Laura van Creij, die lesgeeft in onder meer digitale vaardigheden aan het Scala in Breda, is opgeleid als interieurarchitect. Zij wil graag dat haar leerlingen het hele traject doorlopen van marktonderzoek doen, product ontwikkelen, marketing. "Ik krijg hier concrete opdrachten aangereikt", zegt ze. "Niet alles is nieuw voor mij. Maar je maakt tijdens de bootcamp wel een leerproces door, en datzelfde proces maken je leerlingen ook door. Het is nuttig om je dat te realiseren." Laura ontwikkelt graag samen met bedrijven opdrachten voor leerlingen. "Doordat ik vormgevingsopdrachten voor bedrijven doe, heb ik een groot netwerk. Momenteel ben ik bezig met Invito, die willen hun schoenenwinkel opnieuw profileren, met een uitbreiding naar kleding. Mijn leerlingen mogen een 'goodiebag' voor klanten ontwerpen. Op die manier zien leerlingen beter wat een bepaald beroep inhoudt, het wordt concreet voor ze."



//Quotes

Pippi Langkous

Belangrijk bij het ontwikkelen van een passende uitstraling is beeld. Mischa laat de groep plaatjes selecteren en legt uit welke sfeer een bepaalde keuze laat zien. De kleuren van de plaatjes die **Sophie Vrolijk** van het Duinzigt Teylingen College heeft gekozen zijn toevallig rood, wit, blauw en oranje. "Je moet je ervan bewust zijn, dat je dan in een heel 'Hollands' kleurenpalet terecht komt", zegt Mischa. Laura van Creij heeft dromerige beelden gekozen. "Ik heb gelet op sfeer", zegt ze. Veel deelnemers kiezen het plaatje met Pippi Langkous erop. Mischa: "Dat staat voor eigenzinnig, iets durven. Je kunt meeliften op een bestaande associatie."

Professionals

Karel te Lintel Hekert, Design & Innovation-docent van het Elzendaal College, ziet zichzelf wel een lessen-serie over 'branding' ontwikkelen. "Het gaat erom dat ze over zichzelf nadenken. Hoe stel je je zelf voor. Dat is branding. Ik leer hier onder meer hoe ik over beeld kan praten. Het is inspirerend om deze merk- en beeldprofessionals aan het werk te zien. Als docent kom je over het algemeen vooral andere docenten tegen."

Leerlingen infecteren

Ronnie Peters, docent aan het Blariacumcollege, gaat het erom leerlingen te kunnen enthousiasmeren voor een vak als ITTL. "Leerlingen vinden het leuk als je als docent ook nieuwe dingen leert en nieuwe dingen mee de klas in neemt. Het is mijn doel leerlingen zo breed mogelijk te infecteren met mijn ICT-passie." De bootcamp die BDF in september organiseerde over programmeren met Arduino heeft hij al met succes vertaald naar zijn klassen. "Ik heb leerlingen al helemaal gek gemaakt van Arduino."

Voeding en inspiratie

Het laatste deel van de bootcamp is gewijd aan de softwareprogramma's die je kunt gebruiken bij beeldbewerking, Photoshop, Illustrator en Indesign. De deelnemers leren direct toepasbare handigheidjes. **Mick Oorthuizen** van Duinzigt Teylingen College: "Daar ga ik liever een keer rustig voor zitten. Wat ik hier kom halen is vooral voeding, inspiratie. Die werkvorm met die plaatjes bijvoorbeeld is interessant, die neem ik mee."



mischa pranger
mood image story

Colofon

Fotografie: Carla van den Brandt

Tekst: Susan de Boer

Vormgeving: Bureau Kunststof

©BDF Advies, Amsterdam, februari 2018 www.bdfadvies.nl