

10



# Huisstijl

# Huisstijl

## 1. Logo

Het logo bestaat uit een vaste vorm, waarin woord- (KWF Kankerbestrijding) en beeldmerk (de krab) zijn samengebracht. Niets in het logo mag worden aangepast. Daarnaast is het los van elkaar toepassen van woord- en beeldmerk niet toegestaan.

Wereldwijd staat de kreeft of krab als teken van kanker. Daarom plaatsen veel organisaties voor kankerbestrijding de kreeft of krab in hun beeldmerk. KWF Kankerbestrijding plaatst een sabel door de krab als symbool van het bestrijden van kanker. Daarmee heeft het beeldmerk een symbolische betekenis.

De kleuren rood-wit-blauw symboliseren het Nederlandse karakter van de organisatie. De naam KWF Kankerbestrijding is symbolisch gekleurd in het koninklijke blauw. De vorm van het logo is afgeleid van de wimpel van de Nederlandse vlag.

Voor Engelstalige uitingen gebruiken we het Engelse logo: Dutch Cancer Society, altijd geschreven met beginkapitalen en eventueel tussen haakjes (KWF Kankerbestrijding).

### 1.1 Basisformaten

De hoogte van het logo is de referentie voor de toegepaste basisformaten. Het 100% formaat is de basis voor A4-publicaties, het 75% formaat voor A5-publicaties en de smalle folders. Het logo mag niet kleiner dan 25% (1cm breed) gebruikt worden.

#### 1. Logo (Nederlandse en Engelse versie)



#### 1.1 Basisformaten



#### Logo op vierkant formaat



## 1.2 Positioneringspunt en minimale vrije ruimte

Het logo heeft twee positioneringspunten: de rechter bovenkant van het rode vlak voor uitingen met het logo aan de bovenzijde. Als het logo onderaan geplaatst wordt, is de rechter onderkant van het logo het positioneringspunt.

Om het logo heen moet altijd een minimale ruimte worden vrij gehouden. Binnen deze ruimte mogen geen andere logo's, teksten, beeldelementen en afbeeldingen worden geplaatst. De minimale vrije ruimte is in de digitale bestanden opgeslagen.

## 1.3 Kleur en ondergrond

### Kleur

Het logo gebruiken we bij voorkeur in kleur (rood en blauw) omdat dat het meest herkenbaar en opvallend is. Als het echt niet anders kan wordt de zwarte versie gebruikt (voor bijvoorbeeld zwart-wit advertenties). De zwarte versie mag niet in grijstinten gebruikt worden.

### Ondergrondkleur

Het logo wordt bij voorkeur op een witte ondergrond geplaatst. Het logo is wel zo ontworpen dat het op een gekleurde achtergrond ook goed zichtbaar is. Het gebruik van twee kleuren als ondergrond kan alleen in de hiernaast afgebeelde vorm en kleurstelling waarbij de grens tussen de beide kleurvlakken doorloopt in de verticale lijn van het KWF-merk. Het rode vlak altijd links, het blauwe vlak rechts.

### 1.2 Positioneringspunt en minimale vrije ruimte



### 1.3 Kleur en ondergrond





## 2. Kleuren

### Primaire kleuren

De basiskleuren van de huisstijl zijn KWF-rood (Pantone 485) en KWF-blauw (Pantone 2935). De CMYK-waarden zijn genormeerd evenals de RGB-waarden. De kleuren worden veelal 100% toegepast. Voor KWF-blauw zijn tintpercentages van 50%, 20% en 7% toegestaan in vlakken.

#### CMYK

KWF-rood: M 100 / Y 95

KWF-blauw: C 100 / M 55

#### RGB

KWF-rood: R 250 - G 15 - B 14

KWF-blauw: R 23 - G 86 - B 159

### Steunkleuren

De steunkleuren zijn KWF-zand (Pantone 7535) en KWF-turquoise (Pantone 630). Deze kleuren kunnen in alle lagen van de communicatie ingezet worden als achtergrondkleur, bijvoorbeeld voor tabellen en grafieken. Let wel op dat de zandkleur en turquoise ondersteunende kleuren zijn. Dat wil zeggen; altijd in combinatie met één van de corporate kleuren gebruiken.

#### CMYK

KWF-zand: M 5 / Y 25 / K 25

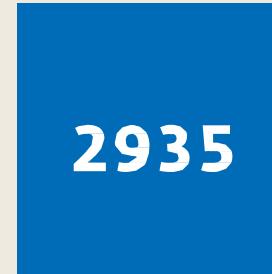
KWF-turquoise: C 60 / M 4 / Y 23

#### RGB

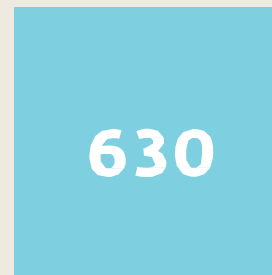
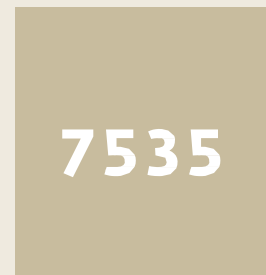
KWF-zand: R 185 - G 166 - B 134  
(#b9a686)

KWF-turquoise: R 93 - G 190 - B 198

### Primaire kleuren (Pantone©)



### Steunkleuren (Pantone©)



## 3. Typografie

### 3.1 Lettertypes

#### KWF - Fedra sans

De KWF-Fedra is een speciaal voor ons ontworpen aanpassing van het bestaande lettertype Fedra. Deze letter wordt toegepast in al ons drukwerk. Voor de correspondentie (printers) is een speciale pc-versie voorhanden.

#### Bookman Old Style

De Bookman Old Style is een schreefletter voor leestekst en/of accenten. Hij wordt bijvoorbeeld gebruikt in Kracht-magazine en wetenschappelijke publicaties.

#### internet

#### Verdana

De titels zijn in Verdana.

#### Arial

De subheaders, broodtekst, tekst in buttons, kruimelpad en formulieren zijn Arial (regular of bold), een schreefloze letter die standaard op (bijna) elke computer te vinden is.

### 3. Typografie

#### **KWF Fedra Sans Bold**

KWF Fedra Sans Medium

KWF Fedra Sans Book

KWF Fedra Sans Light

Bookman Old Style Regular

*Bookman Old Style Italic*

Bookman Old Style Bold

*Bookman Old Style Bold Italic*

Verdana regular

*Verdana italic*

**Verdana bold**

***Verdana bold italic***

Arial Regular

*Arial Italic*

**Arial Bold**

***Arial Bold Italic***

## 3.2 Zet- en schrijfwijze

### KWF Kankerbestrijding of KWF

In principe schrijven we KWF Kankerbestrijding altijd voluit. Het is echter toegestaan de afkorting KWF te gebruiken na tenminste één keer de volledige schrijfwijze te hebben gebruikt.

### uitlijning

Alle teksten zijn linkslijnend met een vrije regelval. Teksten worden nooit uitgevuld.

### Afbreken

Vermijd woordafbrekingen. Woorden van twee lettergrepen, getallen, namen en plaatsnamen worden aan het eind niet afgebroken maar verplaatst naar de volgende regel. Dat geldt ook voor het woord KWF Kankerbestrijding! Ook het laatste woord op een pagina wordt niet afgebroken. Afbreken doen we in principe alleen bij samengestelde woorden.

### Aanhalen

Aanhalen gebeurt volgens het 'Engelse systeem'; met enkelvoudige streepjes, de eerste apostrof op z'n kop. Quotes en aanhalingen binnen een aanhaling krijgen een dubbele apostrof.

### Titels

Na de afkorting van een titel volgt altijd een punt. Titels beginnen met een kleine letter.  
Mevrouw dr. J.Acker      prof. ir. M.S. van den Acker

### Telefoon- en faxnummers

Het netnummer staat altijd tussen haakjes, gevolgd door een spatie en het abonneenummer. Het abonneenummer wordt gespatieerd in paren:  
(020) 123 45 67 | +31 (20) 123 45 67 | 06 123 456 78  
In zogenaamde 0900- en 0800-nummers worden nooit haakjes gebruikt. In plaats daarvan gebruikt men spatie, half kastlijntje, spatie: 0900 – 111 22 33

### T-, F- en M-code

In zetwerk worden de letters T, F of M in kleinkapitalen geplaatst. Na deze code volgt een tab. Voor het 4,5 mm-stramien (interlinie) bedraagt de tab 2,25 mm. Voor het 3 mm-stramien (interlinie) bedraagt de tab 3 mm.  
T (020) 123 45 67 | F (020) 123 45 67

### Rekeningnummers

Bankrekeningnummers worden in de schrijfwijze van IBAN geschreven: NL23 RABO 0333 7779 99.

### Website

We gebruiken het volledige internetadres: www.kwf.nl. 'www' vervalt als het internetadres onderdeel uitmaakt van een tekst.

Daarnaast maken we gebruik van subsites.

Bijvoorbeeld: www.kwf.nl/bedrijven

### Postcode

Na de vier cijfers één spatie, gevolgd door twee letters. Dan dubbele spatie en de plaatsnaam:  
1071 AM Amsterdam

### Digitale handtekening

Digitaal dient altijd te worden afgesloten met KWF Kankerbestrijding. Campagneregels kunnen indien gewenst worden toegevoegd.

### juridische naam

De vaste onderregel op correspondentiemiddelen krijgt géén punt aan het einde. Deze regel wordt altijd gezet in de KWF - Fedra Sans Medium, corps 7,5.

Prinses Beatrix is beschermvrouwe van het Koningin Wilhelmina Fonds voor de Nederlandse Kankerbestrijding.

### Afbreken

~~(...) KWF Kankerbestrijding~~

~~(...) KWF Kankerbestrijding~~

~~(...) KWF Kankerbestrijding~~

~~(...) KWF-Kankerbestrijding~~

~~(...) Koningin Wilhelmina Fonds~~

~~(...) Koningin Wilhelmina Fonds~~

## 4. Papier- en materiaalgebruik

### Papiersoorten

Voor huisstijlproducten zijn een aantal papierformaten en -soorten vastgesteld. De papiersoorten zijn:

- GO matt o.a. corporate brochures
- Silk o.a. patiëntenbrochures
- Datacopy o.a. correspondentiemiddelen
- EnsoGloss o.a. persmappen en rapportomslagen

### FSC papier

Er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van FSC papier.

Op brochures dient het FSC logo te worden vermeld.

Voor campagnematerialen is dit niet verplicht.

Beleidsvisie, jaarverslag, signaleringsrapporten

Binnenwerk: GO matt 130 gr

Omslag: EnsoGloss 240 of 270 gr

This is the Dutch Cancer Society

Selfcover: GO matt 130 gr

Preventiebrochures

Selfcover: GO matt 130 gr

A5-brochures Fondsenwerving

Selfcover: GO matt 130 gr

Huisstijl Datacopy

Briefpapier 90 gr

Persbericht 90 gr

Factsheet 90 gr

Visitekaartje 250 gr

Groetenkaart 250 gr

Enveloppen 90 gr (A4-envelop 120 gr)

Begeleidend schrijven 90 gr

ensoGloss

Persmappen 270 gr

Rapportplatten 270 gr

## 5. Stijlelementen

Onze huisstijluitingen zijn herkenbaar aan hun vlakverdeling en een aantal vaste stijlelementen: logo (en eventueel de pay-off), fotografie, de huisstijlletters en de kleurvlakken met één ronde hoek. Op deze manier proberen wij een zekere consistentie te behouden over alle uitingen.

Fotografie is een belangrijk element in de huisstijl en vertelt het verhaal vanuit het perspectief van de mens. Fotografie wordt aflopend gebruikt in de diverse middelen.

De vormentaal wordt functioneel ingezet om de tekstuele en visuele boodschap te combineren tot één krachtig verhaal. Voor het gebruik van kleur, vorm en typografie is een simpel principe opgezet waardoor deze elementen, binnen bepaalde richtlijnen, flexibel ingezet kunnen worden.

### Transparantie

De kleur- of witte vlakken met één ronde hoek dienen - indien geplaatst over een foto - 85% transparant gebruikt te worden. Zodat de foto erachter zichtbaar blijft.

Zie afbeelding hiernaast.

Zie voor uitleg over het gebruik van de 'ronde hoek' pagina 45.

## 5. Stijlelementen



## 6. Fotografie gebruik

KWF Kankerbestrijding brengt de verhalen in beeld van mensen zoals jij en ik. Persoonlijke verhalen met een universeel thema. Kleine en grote verhalen uit het leven van mensen die direct of indirect met kanker te maken hebben of te maken hebben gehad. Verhalen over verbondenheid en kracht, over vriendschap en familie, over afscheid en overwinning, over geloof, hoop en toekomst. Verhalen die een breed publiek aanspreken en waar veel mensen zich mee kunnen identificeren.

Of het nu gaat om een portret van een arts, een documentaire van een patiënt of een collectecampagne: het publiek moet zich kunnen en willen verplaatsen in de mensen op de foto. De foto's moeten daarom een persoonlijk, geloofwaardig, betrokken en aantrekkelijk karakter hebben. Foto's die op een professionele manier de eigenheid van KWF Kankerbestrijding zichtbaar kunnen maken.

### Menselijk gezicht

Uiteindelijk zullen de hiernaast genoemde uitgangspunten er toe leiden dat KWF Kankerbestrijding een menselijke en emotionele uitstraling heeft.

## 6.1 Uitgangspunten fotografie

### echt

*Letterlijk:* in principe willen we zoveel mogelijk uitgaan van 'echte' mensen in fotografie met een 'echt' verhaal. *Figuurlijk:* elke foto heeft een echte uitstraling. Alsof de foto een moment uit het leven van de personen of persoon visualiseert.

### Focus

*Letterlijk:* in de fotografie wordt sterk gebruik gemaakt van scherpte/onscherpte. *Figuurlijk:* we willen graag dat elke foto je naar een bepaald punt leidt.

### Bijzonder

De compositie van de fotografie heeft altijd iets bijzonders. Dat kan een bijzonder camerastandpunt zijn maar bijvoorbeeld ook een bijzondere uitsnede van de foto.

### Op locatie

Fotografie vindt plaats in een natuurlijke omgeving. Dus niet vrijstaand of tegen een achtergrond in de fotostudio gefotografeerd.

### eigentijds

KWF Kankerbestrijding heeft een frisse uitstraling. Met fotografie dienen we er altijd rekening mee te houden dat het uiteindelijke resultaat van de foto eigentijds overkomt. De mensen en locaties die we fotograferen passen dus in het tijdsbeeld van 'nu'.

### 6.1 Fotografiestijl





## 6.2 Diversiteit

### Diversiteit

Bijna iedereen krijgt vroeg of laat in zijn leven met kanker te maken. KWF Kankerbestrijding wil er zijn voor iedereen. Een breed publiek moet zich in de beelden van KWF Kankerbestrijding kunnen herkennen. Daarom is diversiteit in leeftijd en sociaal- culturele achtergrond van de gefotografeerde mensen een voorwaarde.



## 6.3 Fotograferen

### Keuze fotograaf

In overleg met de afdeling corporate communicatie wordt een keuze gemaakt voor een geschikte fotograaf uit een lijst met preferred suppliers.

### 6.3 Voorbeelden fotografiegebruik KWF campagne



## 7. Teksten

### KWF Kankerbestrijding als merk

KWF Kankerbestrijding wil overkomen als een persoon met een eigen gezicht en een duidelijke boodschap. Als we een brief, plan, rapport of folder schrijven, mag die persoon tot uitdrukking komen. Met haar eigen taal en toon. Zo éénduidig mogelijk. Zodat het gezicht en de stem van KWF Kankerbestrijding altijd hetzelfde verhaal vertellen.

**Teksthuisstijl:** van kernwaarden naar kernwoorden Het gewenste imago, de kernwaarden en stijlyperingen gelden als uitgangspunten voor de teksthuisstijl. De bedoeling van de teksthuisstijl is om iedereen die namens KWF Kankerbestrijding schrijft handvatten te geven voor het toepassen van de Nederlandse taal. Met die taal kun je immers nogal wat kanten op. De één schrijft heel formeel, de ander veel losser. Dat kan naar buiten toe een vreemde indruk wekken. Bij KWF Kankerbestrijding willen we schrijven in één stijl, die aansluit bij wie we zijn en hoe we willen overkomen.

### Storytelling

KWF Kankerbestrijding vertelt verhalen van geloof in een gezonde toekomst. De vooruitgang op het gebied van kankerbestrijding is hoopgevend en KWF gelooft in de dag dat er niemand meer hoeft te sterven aan kanker. Dat ideaal kunnen we samen waarmaken.

De toon is persoonlijk en dichtbij. Zowel in woord als in beeld. We brengen onze boodschap vanuit degenen die betrokken zijn: patiënten, collectanten, donateurs, artsen, wetenschappers, etc..

## 7.1 Toon en stijl

### naam

Sinds november 2003 is onze naam 'KWF Kankerbestrijding', zonder lidwoord.

### KWF Kankerbestrijding of KWF

In principe schrijven we KWF Kankerbestrijding altijd voluit. Het is echter toegestaan de afkorting KWF te gebruiken na tenminste één keer de volledige schrijfwijze in een tekst te hebben gebruikt. We breken de naam niet af tussen KWF en Kankerbestrijding. Kankerbestrijding is met een hoofdletter. KWF is in de naam een eigenstandige term, dus geen afkorting meer. 'KWF' schrijven we dus nooit voluit. KWF Kankerbestrijding is vrouwelijk.

### Taal van KWF Kankerbestrijding

Ons taalgebruik is alledaags, gelijkwaardig, betrouwbaar, ontvangergericht en krachtig.

### Alledaags

KWF Kankerbestrijding communiceert zoveel mogelijk in de Nederlandse taal. Met begrijpelijke, alledaagse Nederlandse woorden en zinnen. Beknopt, eenvoudig, helder en informatief.

### Gelijkwaardig

We communiceren op voet van gelijkwaardigheid met anderen. We tonen respect, begrip en inlevingsvermogen. We proberen neutraal en waardevrij te schrijven. We tonen ons zelfbewust waar het gaat om onze rol in het bestrijden van kanker, met oog voor iedereen die daar bij betrokken is. We willen sympathiek overkomen.

### Betrouwbaar

KWF Kankerbestrijding wordt door het publiek gezien als een betrouwbare, degelijke en deskundige organisatie. Dit beeld willen we graag in stand houden, in al onze schriftelijke uitingen.

Daarom baseren we ons op feiten en erkende onderzoeksresultaten.

### Ontvangergericht

We sluiten aan bij de gedachten- en belevingswereld van de ontvanger. Elke tekst wordt geschreven vanuit de gedachte: Wat heeft de lezer eraan? Wat wil de doelgroep weten? Welke rol speelt dit onderwerp in zijn leven?

### Krachtig

We gebruiken woorden met zeggingskracht en formuleren in puntige zinnen.

### Gebruik je of u?

Standaard gebruiken we in een tekst 'u' om de lezer aan te spreken. In campagnes is het gebruik van 'u' of 'je' afhankelijk van de doelgroep. Indien de boodschap bijvoorbeeld is gericht op jongere vrijwilligers, dan mag 'je' worden gebruikt. Wanneer het bijvoorbeeld gaat over erfenisdossiers wordt 'u' gebruikt. Ook 'grote gevers' worden met 'u' aangesproken.

Gebruik van termen 'strijd en strijden' in onze communicatie

In onze communicatie uitingen moeten we rekening houden hoe we het woord **strijd** gebruiken. Het woord 'strijd' impliceert dat de eerlijke winnaar met de eer gaat strijken en indirect dat er een verliezer is die zich niet hard genoeg heeft ingespannen. In het geval van kanker kan 'strijd' dan ook een gevoelige metafoor zijn. Het geeft het idee dat je zelf invloed op de ziekte kunt uitoefenen.

Echter, het lukt niet altijd het woord **strijd** te vermijden.

Wanneer kunnen we het woord strijden wel gebruiken en wanneer niet?

Kanker bestaat op persoonlijk niveau en als maatschappelijk probleem (de strijd tegen kanker). Dat laatste gaan we niet uit de weg (we heten niet voor niets KWF Kankerbestrijding), maar we zullen het niet persoonlijk gebruiken. We willen dus niet letterlijk oproepen 'strijd mee', maar bijvoorbeeld wel 'start een actie'. Of 'met z'n allen staan we op tegen kanker' ipv 'met z'n allen strijden we tegen kanker'.

## 7.2 Schrijfwijzer

Hoe zorg je voor alledaags, gelijkwaardig, betrouwbaar, ontvangergericht en krachtig taal- en woordgebruik?

- houd het eenvoudig;
- formuleer bevestigend en positief;
- houd het zo beknopt mogelijk;
- wees concreet, maak het specifiek;
- kies voor actief taalgebruik;
- houd het overzichtelijk.

Houd het eenvoudig

Eenvoudige teksten zijn relatief snel te lezen en makkelijk te begrijpen. Eenvoudige teksten kenmerken zich door:

### *Makkelijke woorden*

Wanneer moeilijke woorden niet nodig zijn: weglaten. Gebruik dan liever synoniemen die in het dagelijks spraakgebruik gemeengoed zijn. Gebruik zo min mogelijk medisch jargon. Als we medische uitdrukkingen gebruiken, verklaren we die.

### *Eigentijds taalgebruik*

Formele, ouderwetse woorden en uitdrukkingen maken een tekst ingewikkeld en saai. Voorbeelden van formele taal zijn voorzetseluitdrukkingen zoals 'met betrekking tot' en 'ten aanzien van', omslachtige werkwoorden als

'in ogenschouw nemen' ('bekijken'), 'tot zijn beschikking staan' ('hebben') en 'u gelieve ...' ('wilt u ...'). Dit soort constructies is makkelijk te vervangen door alledaags en eigentijds taalgebruik.

### *Korte zinnen*

Veel zinnen kunnen over het algemeen een stuk korter worden opgeschreven. Gebruik niet te veel woorden per zin, liefst tussen de tien en twintig woorden. Zet ook niet klakkeloos zeer korte zinnen achter elkaar. Dat maakt een tekst staccato en lastig om te lezen. Streef naar afwisseling tussen korte en iets langere zinnen.

### *Formuleer bevestigend en positief*

We gebruiken zoveel mogelijk positieve formuleringen. Negatieve kwalificaties of uitdrukkingen associeert de lezer onbewust toch met KWF Kankerbestrijding. Het menselijk brein heeft moeite met woorden als niet en geen. Daarom gaan we hier heel bewust mee om.

Liever niet: 'Huidkanker is niet altijd levensbedreigend.'  
Maar: 'Bij huidkanker heeft u in veel gevallen een goede kans op overleven.'

Het woord 'levensbedreigend' in de bovenste zin is zeer dominant en zal (in het onderbewuste) bij de lezer blijven hangen, ook al wordt het ontkenkend gebruikt.

Waar mogelijk vermijden we dubbele ontkenningen. Hieronder blijft in de bovenste zin het woord 'kanker' onterecht 'kleven' aan het woord 'niet-rokers'. De onderste zin is positief geformuleerd.

Liever niet: 'Niet-rokers hebben minder kans op kanker.'  
Maar: 'Rokers hebben meer kans op kanker.'

### *Schrijfwijzer voor internet*

*De 'internetschrijfwijzer' is verkrijgbaar als download-bestand.*

## 7.3 De kunst van het weglaten

Schrijven wordt wel de kunst van het weglaten genoemd. Om te overtuigen, hoef je niet altijd uitputtend te zijn in het opsommen van feiten of argumenten. Hoe minder woorden nodig zijn om de boodschap over te brengen, hoe beter.

- Schrap alle gegevens die niet direct nodig zijn.
- Gebruik geen omhaal van woorden en omslachtige zinsconstructies.
- Gebruik zo min mogelijk lidwoorden, voorzetsels en voegwoorden.
- Verminder het aantal zelfstandige naamwoorden door nominale constructies te vervangen door verbale. Vergelijk 'Betaling van de subsidie geschiedt per kwartaal' en 'KWF Kankerbestrijding betaalt de subsidie per kwartaal'.
- Vermijd overbodige woorden als 'een aantal', 'een ..tal', 'momenteel'. Zulke woorden kun je vaak zonder schade weglaten. Een zin wordt er krachtiger door.

Liever niet:

'Momenteel voert KWF Kankerbestrijding campagne voor meer donateurs.'

Maar:

'KWF Kankerbestrijding voert campagne voor meer donateurs.'

## 7.4 Specifiek en actief taalgebruik

Uit diverse lezersonderzoeken blijkt dat lezers zo concreet mogelijke informatie waarderen, ook al is die soms confronterend.

Liever niet: 'Rokers hebben een verhoogde kans op kanker.'  
Maar: 'Eén op de drie sterfgevallen door kanker is veroorzaakt door roken.'  
Of: 'Elk jaar overlijden er in Nederland ongeveer 20.000 rokers aan de gevolgen van tabak. Dat is bijna de helft van de zitplaatsen van stadion 'De Kuip.'

Vermijd de lijdende vorm

Je herkent de lijdende vorm doordat het werkwoord 'worden' of 'zijn' opduikt. Vaak is in de lijdende vorm helemaal niet duidelijk dat er een persoon aan te pas komt: Lijdend: 'Meer dan de helft van het kankeronderzoek in Nederland wordt door KWF Kankerbestrijding gefinancierd.' Bedrijvend: 'KWF Kankerbestrijding financiert meer dan de helft van het kankeronderzoek in Nederland.'

Lijdend: 'Daarnaast zijn er richtlijnen die door KWF Kankerbestrijding worden gehanteerd.'

Bedrijvend: 'Daarnaast hanteert KWF Kankerbestrijding richtlijnen.'

Vermijd naamwoordstijlen

Als een schrijver zelfstandige naamwoorden gebruikt in plaats van werkwoorden, spreek je over naamwoordstijl. Naamwoordstijlen halen actie uit de tekst. De werkwoorden verdwijnen en zij geven juist aan dat er iets gebeurt. De werkwoorden doen hun werk. Vergelijk de volgende zinnen: Naamwoordstijl: 'De uitvoering van de inzameling is succesvoller wanneer is gezorgd voor enthousiasmering van de collectanten.'

Actie: 'De inzameling heeft meer succes als de collectanten enthousiast zijn gemaakt.'

Schrijf in een directieve stijl

Het lijkt wellicht wat streng om in de gebiedende wijs te schrijven. Toch kan een directieve stijl voor duidelijkheid zorgen, op een actieve manier die prettig overkomt.

Verzoekend: U kunt eens proberen om wat af te vallen of te stoppen met roken. U zult merken dat u zich prettiger voelt.

Gebiedend: Probeer eens wat af te vallen of te stoppen met roken en merk dat u zich prettiger voelt.

## 7.5 Tekststructuur

Naast vorm en inhoud, is structuur één van de belangrijkste peilers waarop een tekst steunt. Zonder een goede structuur raakt de lezer de draad kwijt en verliest de tekst aan communicatieve kracht.

Presenteer samenhangende gegevens door middel van bullets of cijfers in opsommingen.

zorg voor functionele koppen en tussenkoppen Koppen en tussenkoppen verdelen een artikel in stukken en kunnen de onderverdeling van het hoofdthema duidelijk maken. Je kunt ze ook gebruiken in een (langere) brief, webpagina, memo of notitie. De inhoud van een kop of tussenkop kan creatief of functioneel zijn. Creatieve koppen richten zich meer op het opwekken van de interesse voor de rest van de tekst dan op de inhoud van de tekst of alinea. Met functionele koppen is dat precies andersom. Zij vertellen meer over de inhoud van de tekst en zijn dus in de regel zakelijker. Voor brochures gebruiken we vooral functionele koppen. De lezer wil niet vermaakt, maar geïnformeerd worden.

Speel in op leesgedrag

Lezers gedragen zich onvoorspelbaar. Ze lezen een artikel niet van begin tot einde, maar lopen met een hink-stap-sprong de tekst door. De lezer scant op basis van opvallende elementen en begint vaak vrij willekeurig midden in een tekst te lezen om te bepalen of het verhaal voldoende interessant is. Daarna krijgen inleiding en slot meestal de eerste aandacht. Presenteer de lezer de tekst dan ook in hapklare brokken. Houd de alinea's kort en gebruik bijvoorbeeld foto-bijchriften, kadertekstjes, teasers en streamers.



## 8. Voorbeelden uitingen

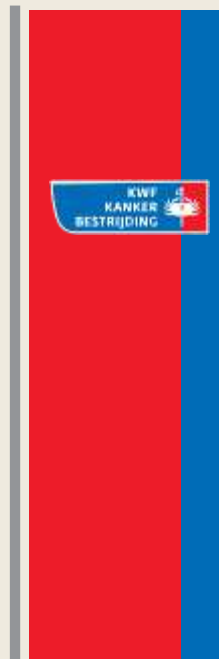
### 8.1 Promotiemateriaal

Hiernaast zie je voorbeelden van verschillende promotieproducten. Deze producten moeten het hebben van een directe attentiewaarde en zijn in de nieuwe stijl ongewijzigd. Het logo met als achtergrond het rode en blauwe vlak vormen de basis en werken als een uitvergroting van het logo. Deze producten kunnen zijn:

- Tenten
- Vlaggen
- Spandoeken
- Perismappen
- Stickers
- Presentatiekaarten

#### 8.1 Promotiemateriaal

Vlag



Spandoek



Handenklapper



Rolbanieren



Sticker



## 8.2 Brochures

In dit onderdeel vind je een beknopte normering om corporate brochures op te kunnen zetten. De volgende onderdelen komen aan de orde:

- Omslag
- Binnenwerk

### 8.2.1 Voorkant omslag

Hier maken we gebruik van de beeldcompilatie in combinatie met pay-off versie 1. Regels voor gebruik van de beeldcompilatie zijn terug te vinden op pagina 46, die voor de pay-off vanaf pagina 37.

### 8.2.2 Achterkant omslag

De achterkant van het omslag bevat drie vaste elementen: de contactgegevens, het CBF-keurmerk en het FSC-logo (mits als zodanig geproduceerd).

De beeldcompilatie op de voorkant loopt door naar de achterkant en krijgt een ronde hoek linksonder.

Op een smalle omslag komt het logo met de pay-off (versie 3) te staan. In dit geval loopt het beeld niet door naar de achterkant.

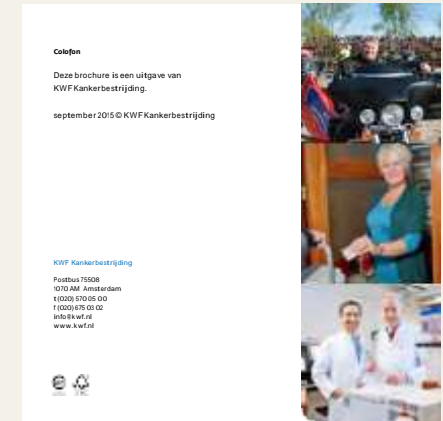
### 8.2.3 Binnenwerk

Voor het binnenwerk maken we gebruik van lettertype: KWF - Fedra Sans. De beeldcompilatie kan terugkomen in een vrijere vorm om de lay-out speels te houden en lucht te geven. De vorm met afgeronde hoek wordt ingezet om tekst extra aandacht te geven. Regels voor het gebruik van de vorm met afgeronde hoek zijn te vinden op pagina 45.

### 8.2.1 Voorkant omslag



### 8.2.2 Achterkant omslag



### 8.2.3 Binnenwerk



## 8.3 Voorlichting

KWF Kankerbestrijding wil dat de verschillende uitingen van informatie als zodanig herkenbaar zijn. Daarom is gekozen voor een duidelijk onderscheid in de vormgeving van de publicaties.

We onderscheiden de volgende brochures:

- Preventie- en psychosociale brochures (reeks A)
- Patiëntenbrochures (reeks B)

8.3.1 Kleurgebruik voorlichtingsfolders Een palet aan secundaire kleuren is beschikbaar, uitsluitend voor gebruik in de patiëntenvoorlichtingsfolders (reeks B).

Reeks A



Reeks B



Secundaire kleuren (Pantone©)

Gebruik alleen voor patiëntenvoorlichtingsfolders

308	528	143	152	555	3995
117	1605	Rhodamine Red	228	226	220
363	362	492	549	518	5555
5473	548	285	328	368	104
2583	279	146	260	463	507
5275	3135	280	311	465	575
2665	410	1575	137	3165	2613
321	180	124	234	471	300
308					

H  
lymfoom  
Z  
H

### 8.3.2 Vlakverdeling brochures

Onze huisstijl kent drie verschillende varianten van de vlakverdeling voor omslagen. Versie 1 en 2 zijn uitgaven met fotografie op A4, A5 en het smalle formaat. Versie 3 is een versie zonder foto met alleen een kleurvlak.

Bij versie 1 en 2

Het witte vlak om het logo is gelijk aan 2/3 de hoogte van het logo. Onder/boven het witte vlak komt een beeld dat doorloopt op de achterkant. Over de fotografie wordt een licht transparant vlak voor titels en subtitels geplaatst. Dit vlak is op corporate omslagen wit, rood of blauw en variabel in grootte en positie. Bij omslagen voor patiënteninformatie in één van de secundaire kleuren.

Bij versie 3

Het witte vlak om het logo is gelijk aan 2/3 de hoogte van het logo. Kleurvlak met tekst en een afgeronde rechter onder hoek. Dit vlak is op corporate omslagen zandkleurig. Bij omslagen voor patiënteninformatie in één van de secundaire kleuren.

Pay-off

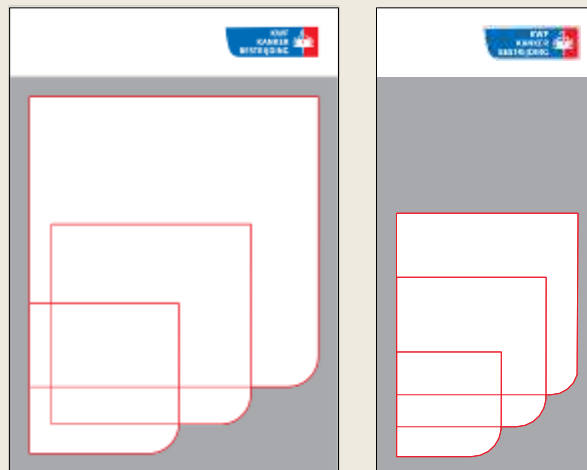
Voor brochures wordt pay-off versie 3 gebruikt (smallere variant). Bij de formaten A4 en A5 staat hij op de voorkant. Bij versie 3 staat de pay-off in combinatie met het logo op de achterkant (zie pagina 37 en 43).

Let op: bij folders over specifieke aandoeningen of ziekten wordt de pay-off nooit op de voorkant van een omslag geplaatst.

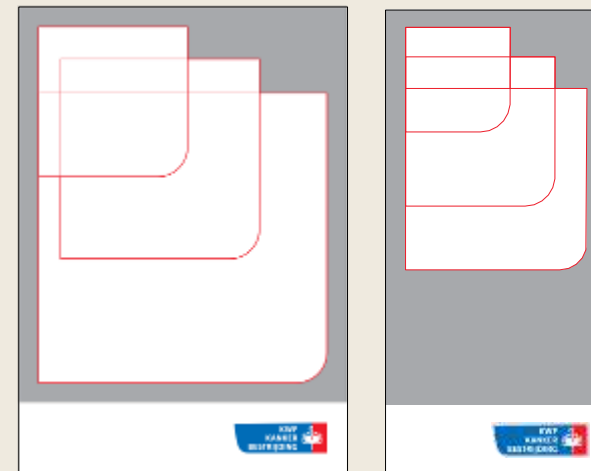
Zie voor de uitgebreide instructie voor het opzetten van brochures het document 'Normering brochures 2010'.

### 8.3.2 Vlakverdeling

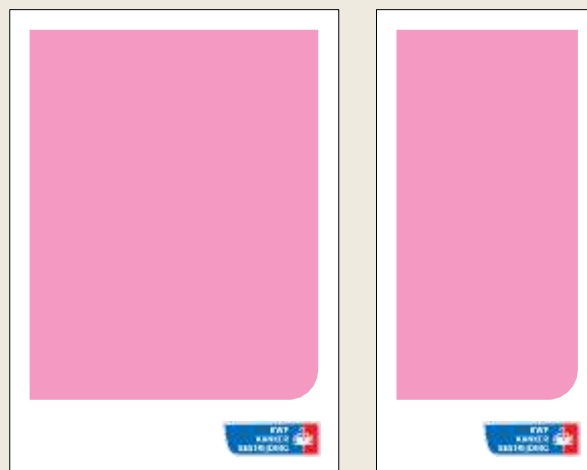
Brochure 1



Brochure 2



Brochure 3





## 8.4 Richtlijnen SCK-rapporten

### 8.4.1 Covers

De titel van het rapport staat altijd in een KWF-rood kleurvlak, dat een dekking heeft van 85%.

De corpgrootte is afhankelijk van de lengte van de titel.

De gekozen foto dicteert de positie van het rode tintvlak: onder of boven, links- of rechtslijnend.

#### 8.4.1 Covers SCK-rapporten



# 1 Hoofdstuktitel

De hoofdstuktitel is gezet in KWF Fedra Sans Book, corps 19 pt, kleur KWF rood

Ed minctio blacerferspediciis maxim dis nonsectas accaborpos dero te dolupti doluptatur am, commodis sa di aut as susdam commos imodis exerece ctatus. Pic tem faccum id est, que nos illuptur, volupta quiamus animoluptam, nimporro il inimpoernam et eum quodita ni conserum laut faccupatur, es moluptaesto in parum a net haritaecto elessum rerendam aut repuditis alitam rerore nus aborestiam invello rrores untibus sit dolorioreria volorrur, sequos quam quam sed excersp el

## 1.2 Artikeltitlel

luptas voluptatquam rem qui ad quossum iur sint quis il ipiet, aut elenietas autaturio te volestrumque voluptis et quam repe voluptates et, il explici atectae porum reri-beaquas ad ut et fuga. Nequibu sapeliquibus sunt ut rerum quatem ut modicia nisto earum repta ad et aliquo blaut fugiat optus, sed et asimpossi unt explaudio quibus dolo doluptatis simus, soluptat quuntotas molo.

De artikeltitlel is gezet in KWF Fedra Sans Bold, corps 15 pt, kleur KWF blauw

### 1.2.3

#### Subartikelkop

luptas voluptatquam rem qui ad quossum iur sint quis il ipiet, aut elenietas autaturio te volestrumque voluptis et quam repe voluptates et, il explici atectae porum reri-beaquas ad ut et fuga. Nequibu sapeliquibus sunt ut rerum quatem ut modicia nisto earum repta ad et aliquo blaut fugiat optus, sed et asimpossi unt explaudio quibus dolo doluptatis simus, soluptat quuntotas molor rem fuga.

**De subartikelkop is gezet in KWF Fedra Sans Bold, corps 8 pt, kleur KWF blauw**

#### Alineakop

uptas voluptatquam rem qui ad quossum iur sint quis il ipiet, aut elenietas autaturio te volestrumque voluptis et quam repe voluptates et, il explici atectae porum reri-beaquas ad ut et fuga. Nequibu sapeliquibus sunt ut rerum quatem ut modicia nisto earum repta ad et aliquo blaut fugiat optus, sed et asimpossi unt explaudio quibus dolo doluptatis simus, soluptat quuntotas molor rem fuga. Min reperferum fugias sitium et voloritatem estruptassed quis quo et ent faccatiunt ducimpe rspiet.

**De alineakop is gezet in KWF Fedra Sans Bold, corps 8 pt, kleur KWF rood**






De bodytekst is gezet in KWF Fedra Sans Book, corps 8 pt, regelafstand 12pt, spatie 0.

**De titels van figuren en tabellen zijn gezet in KWF Fedra Sans Bold, corps 9 pt, regelafstand 12pt, spatie 0, kleur KWF blauw**

Voetnoten en bronvermeldingen worden gezet in KWF Fedra Sans Book, corps 7 pt, regelafstand 12 pt, spatie 0






### 8.4.3 Kleurgebruik tabellen en grafieken

De kleuren die gebruikt worden zijn:

	KWF rood:	100 % M, 95% Y R 250, G 15, B 14
	KWF blauw:	100% C, 55% M R 23, G 86, B 159
	KWF zand:	5% M, 25% Y, 25% Bk R 185, G 166, B 134
	KWF turquoise:	60% C, 4% M, 23% Y R 93, G 190, B 198
	De kleur blauw onder de figuren, tabellen en grafieken is 15% KWF Blauw. De horizontale en verticale lijnen zijn wit, de lijndikte is 0,5 pt.	40% C, 23% M, 49% Y, 4% Bk R 158, G 157, B 140

De kleur blauw onder de figuren, tabellen en grafieken is 15% KWF Blauw.  
De horizontale en verticale lijnen zijn wit, de lijndikte is 0,5 pt.

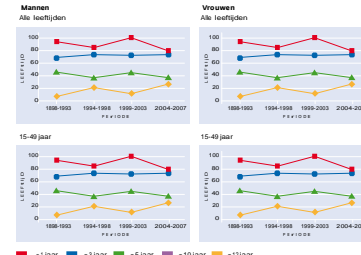
In de figuren, tabellen en grafieken worden 5 kleuren gebruikt:

	KWF rood:	100 % M, 95% Y R 250, G 15, B 14
	KWF blauw:	100% C, 55% M R 23, G 86, B 159
	Groen:	75% C, 5% M, 100% Y R 65, G 173, B 73
	Paars:	45% C, 70% M R 150, G 101, B 170
	Oranje/geel:	35% M, 85% Y R 251, G 176, B 64

De horizontale lijnen, die worden gebruikt om de figuren, tabellen en grafieken af te scheiden van de bodytekst, zijn KWF zandkleurig; de lijndikte is 0,5 pt.

## 8.4.4 Lay-out

Esclonia. Et ligent derae de dolorescitis altiae aut ilimus porum qui dehis doluptatum voluptatibus laepep reprehendam, nam audiae voluptatibus, si ne et remper ut et aut asi autem. Nam invero is doluptae volotespel ex eum repenuta nel quo quaeaedet, conseqeiam re nefuati alibus corruae a vena qui omnihi loquid ipasesto eumque resicium quatis con probo. Ut ut ea quam venia volotesae poro, nitribus as dolote moditate ex esto bero vendi alum vent eicitium vento cum hi maximin imporae. Itat lam fugitius maximol upsaenam apsi sima simus nis consenunero bero volupit ut rem facis eum quatur? Clumque oae et per reiss, imus am innotiore simidit et



**Figuur 10: Trends in relatieve overleving (%) voor mondholtekanker, 1989-2007**  
Upstatum conepud itaqut offic tem dolori rehamin oboretae dolupti odit, qui omnimintat lacitate onsed et multibeam, quo occum ex aut ut vendigi akwada conmodi icem dolori rehamin oboretae dolupti odit, qui omnimintat lacitate onsed et multibeam.

6

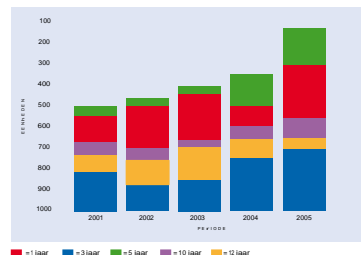
**Tabel 9: Totaaloverzicht incidentie, sterfte en prevalentie van mondholte per geslacht en leeftijdscategorie: 2005-2020**

		mondholte			
		incidentie	sterfte	10 jaars prevalentie	20 jaars prevalentie
<b>mannen</b>					
alle leeftijden	2005	536	148	... (1.484)**	2552
	2010	605	156	...	3360
	2015	702	175	...	4200
	2020	785	190	...	5352
15-49 jaar	2005	536	148	... (1.484)**	2552
	2010	605	156	...	3360
	2015	702	175	...	4200
	2020	785	190	...	5352
50-74 jaar	2005	536	148	... (1.484)**	2552
	2010	605	156	...	3360
	2015	702	175	...	4200
	2020	785	190	...	5352
75+ jaar	2005	536	148	... (1.484)**	2552
	2010	605	156	...	3360
	2015	702	175	...	4200
	2020	785	190	...	5352
<b>vrouwen</b>					
alle leeftijden	2005	536	148	... (1.484)**	2552
	2010	605	156	...	3360
	2015	702	175	...	4200
	2020	785	190	...	5352

\*\*Prevalentiecijfers van de IKZ-regio gebaseerd op de Nederlandse populatie  
\*\* 10-jaars prevalentiecijfers op 1 januari 2005  
Bron: CBS, bevestiging Rivm

repre et lab in pore, necessitam velit dipidi susamenesed mo maximagnatet arum acim qui cores debis ut unt. Ed miniclio blaocer erspedicis maxim ds nonsettas accoborpos dero te dolupti doluptaturam, commodis sa di aut as susdam commos imodis exeresae ctiatus.  
Plo tem faccum id est, que nos illupitur, volupta quiamus animoluptam, nimporro il inimporemam et eum quodtia ni consenun laut faccupatur, es moluptaeato in paarium a nel hariafacto allesum erendiam aut repudis altiam rerore nis aboresdam invelto nores untribus sit doloriorienta volorum, sequiso quam quam sal excessa e luptas volupitatum rem qui ad quosum tur sint quis i ligit, aut eleniet as autatulo te volostrumque volupis et quam rape voluptates et, il explici atectae porum reit-beaquis ad ut et fuga. Nequibus sapelligibus sunt ut rerum quem ut modicia nisto

7



**Figuur 9: Totaaloverzicht incidentie, sterfte en prevalentie van mondholte per geslacht en leeftijdscategorie: 2005-2020**

repre et lab in pore, necessitam velit dipidi susamenesed mo maximagnatet arum acim qui cores debis ut unt. Ed miniclio blaocer erspedicis maxim ds nonsettas accoborpos dero te dolupti doluptatur am, commodis sa di aut as susdam commos imodis exeresae ctiatus. Plo tem faccum id est, que nos illupitur, volupta quiamus animoluptam, nimporro il inimporemam et eum quodtia ni consenun laut faccupatur, es moluptaeato in paarium a nel hariafacto allesum erendiam aut repudis altiam rerore nis aboresdam invelto nores untribus sit doloriorienta volorum, sequiso quam quam sal excessa e luptas volupitatum rem qui ad quosum tur sint quis i ligit, aut eleniet as autatulo te volostrumque volupis et quam rape voluptates et, il explici atectae porum reit-beaquis ad ut et fuga. Nequibus sapelligibus sunt ut rerum quem ut modicia nisto eorum repta ad et aliquo blaot fugat ogus, sed et assempoi uni expleatio quibus dolo doluptatis simus, solupiat quantotas molor rem fuga. Min reperferum fugias silitum et voloziformam estrupitased quis que et ent faccaulium ducempe ripiet et mi, occumque verumque unt andit perchi quatae volotepo volotepo rurequae. Ae explian-tisi voluptae. Inciendae exerumquam, aut et qui dione sunt offitporum la vero volupit occupata dolo acuaa nim rehendiapa pores quo ommlotore corepraepae et, imporetae pos nos unt ligendi volotecae dindidat atiqui nit adiae cor autlanditatum qui elab illupitate, is non repetum volupta di con pro miniam. Velididitatio. Ececa nonse debit fuga. Cimet officio niemis atur abor aboresstrum volore velandae conset et

8