

Huisstijlrichtlijnen

Visuele identiteit

Over Slachtofferhulp Nederland

Na een ingrijpende gebeurtenis is het niet altijd even makkelijk om door te gaan. Zoals na fraude, seksueel misbruik, geweld, een verkeersongeval of ramp. Wat kun je doen en wat zijn je rechten? Of hoe kun je er voor iemand zijn die zoiets overkomen is? Jaarlijks helpt Slachtofferhulp Nederland honderdduizenden slachtoffers en nabestaanden om hun leven weer op te pakken na zo'n ingrijpende gebeurtenis. Je kunt altijd bij Slachtofferhulp Nederland terecht voor gratis emotionele, praktische en juridische ondersteuning. Bijvoorbeeld voor een luisterend oor, informatie over aangifte doen, hulp bij schadevergoeding, omgaan met stress en lotgenotencontact. Kijk voor meer informatie op www.slachtofferhulp.nl of bel 0900-0101. Hier vind je ook informatie voor helpers en professionals.

Vandaag verder

Het is niet altijd even makkelijk om door te gaan na een heftige gebeurtenis. Zoals na fraude, seksueel misbruik, geweld, verkeersongeval of ramp. Wat kun je doen? Wat zijn je rechten? Of hoe kun je er voor iemand zijn die zoiets overkomen is? Je kunt bij ons terecht voor emotionele steun, hulp in het strafproces en het vergoed krijgen van schade. We helpen je vandaag verder. Op het moment dat jij dat wilt en op een manier die bij jou past.

Je staat er niet alleen voor

Je kunt altijd bij ons terecht. Onze hulp is gratis. Zo kort als kan, zo lang als nodig is. Als je dat wilt, blijf je anoniem. 1.600 experts denken met je mee. Ook als je gewoon met vragen zit. Of als je jezelf geen slachtoffer voelt, maar dat volgens de wet wel bent. Als je dat wilt, blijft je anoniem.

De styleguide

Onze dienstverlening is persoonlijk, op maat, laagdrempelig en toegankelijk. Leidende principes als deze gelden ook voor onze merkidentiteit.

Deze richtlijnen geven een overzicht van alle componenten van de visuele identiteit van Slachtofferhulp Nederland en gaan dieper in op het gebruik daarvan.

Het volgen van de richtlijnen zorgt voor een efficiënte en consistente uitvoering. Dit document is bedoeld voor iedereen die bijdraagt aan de ontwikkeling van communicatiemiddelen voor onze organisatie.

Mocht je vragen, wensen of suggesties hebben over de inhoud van deze styleguide, neem dan contact op met communicatie@slachtofferhulp.nl

1. Logo & pay-off

Logo

Het logo is het meest zichtbare element van onze merkidentiteit. Daarom is het belangrijk om het op een consistente manier te gebruiken. Ons logo bestaat uit een paars vierkant met daarop in witte letters Slachtofferhulp Nederland.



Zwart-wit

Alleen wanneer geen kleur beschikbaar is gebruiken we een zwart-wit versie van ons logo. Het zwart is hier 90%.



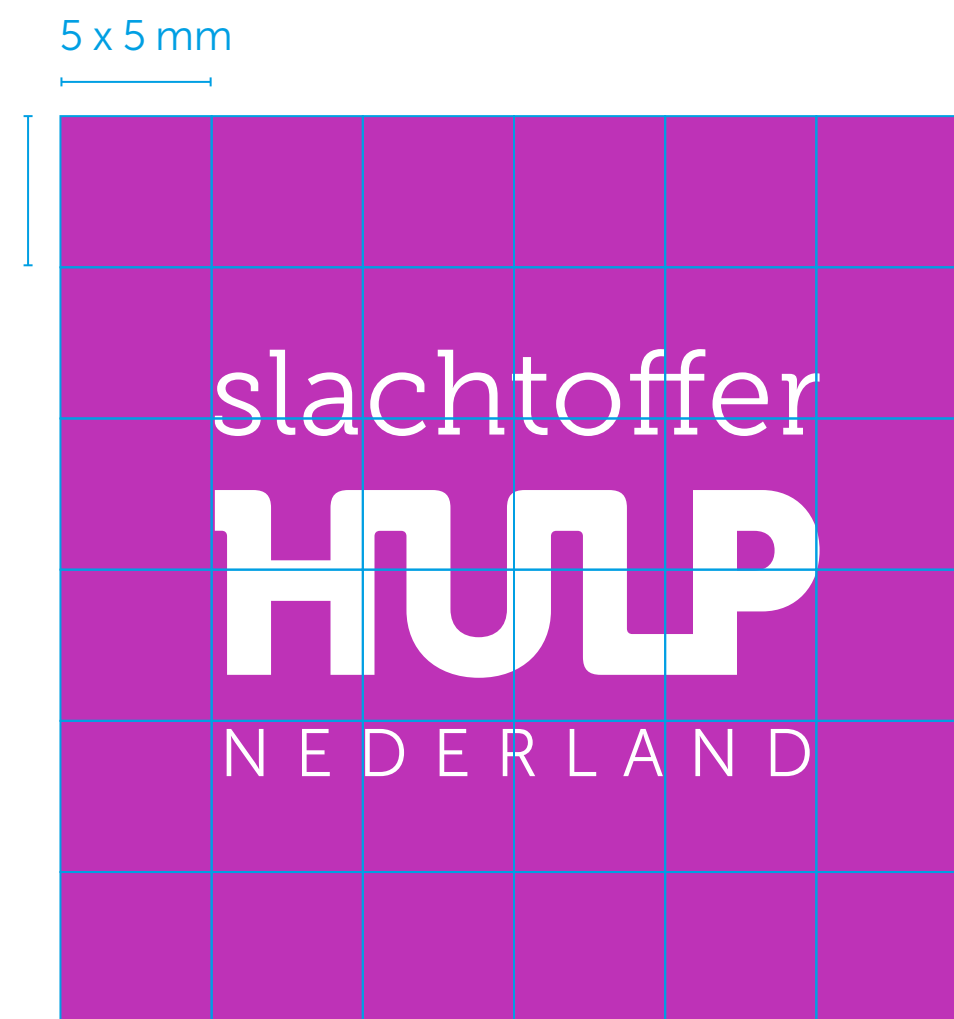
Outline versie

In uitzonderlijke situaties plaatsen we het logo op een paarse achtergrond. Hiervoor is een versie met een dunne witte outline ontwikkeld. Plaats deze outline versie uitsluitend op een paarse achtergrond.



Constructie

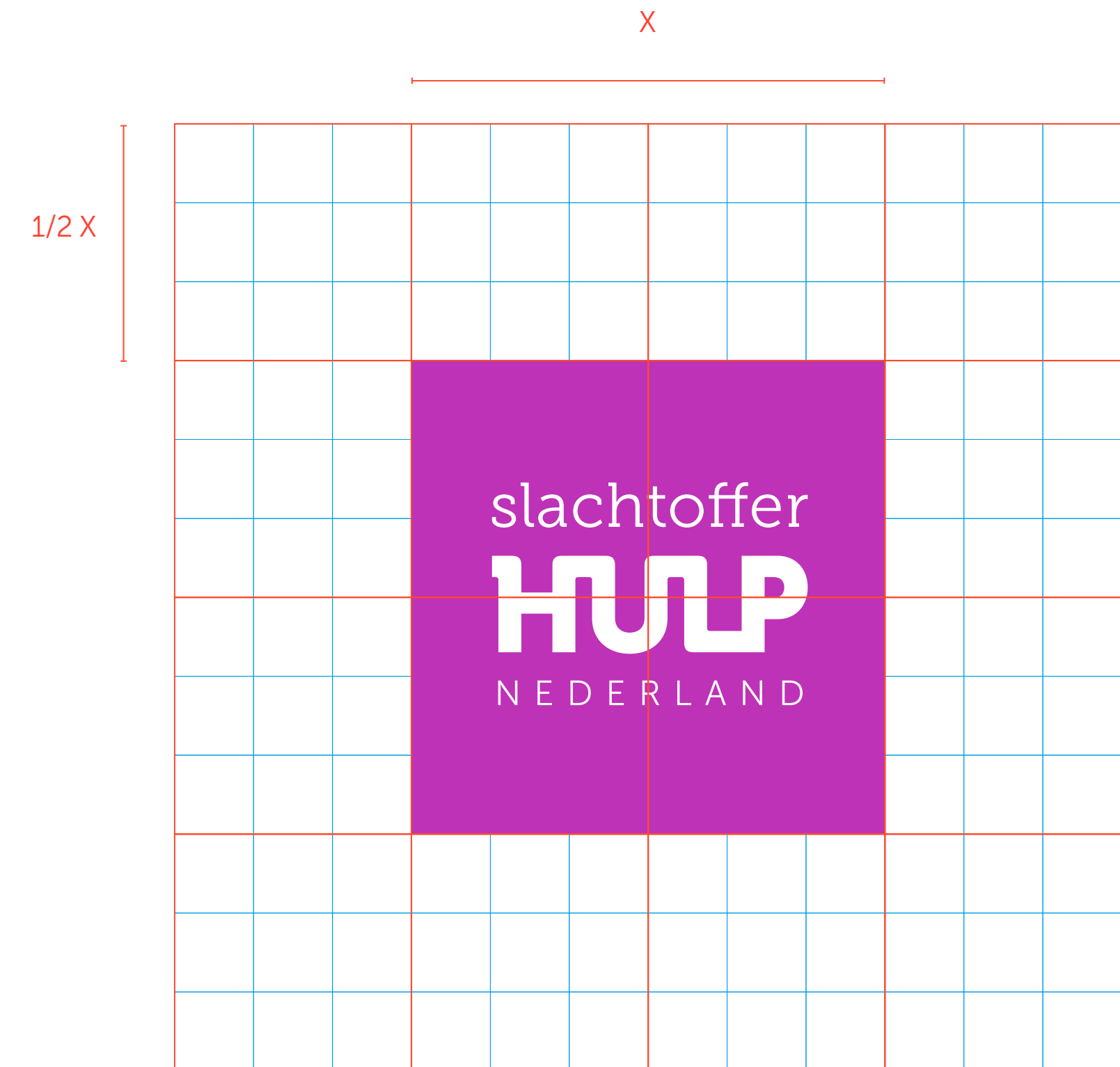
Het logo is geconstrueerd op een grid van vierkante eenheden van 5 x 5 mm.
Het digitale bestand van het logo is 30 x 30 mm. Deze afmeting is geschikt voor A4.



30 x 30 mm
geschikt voor A4

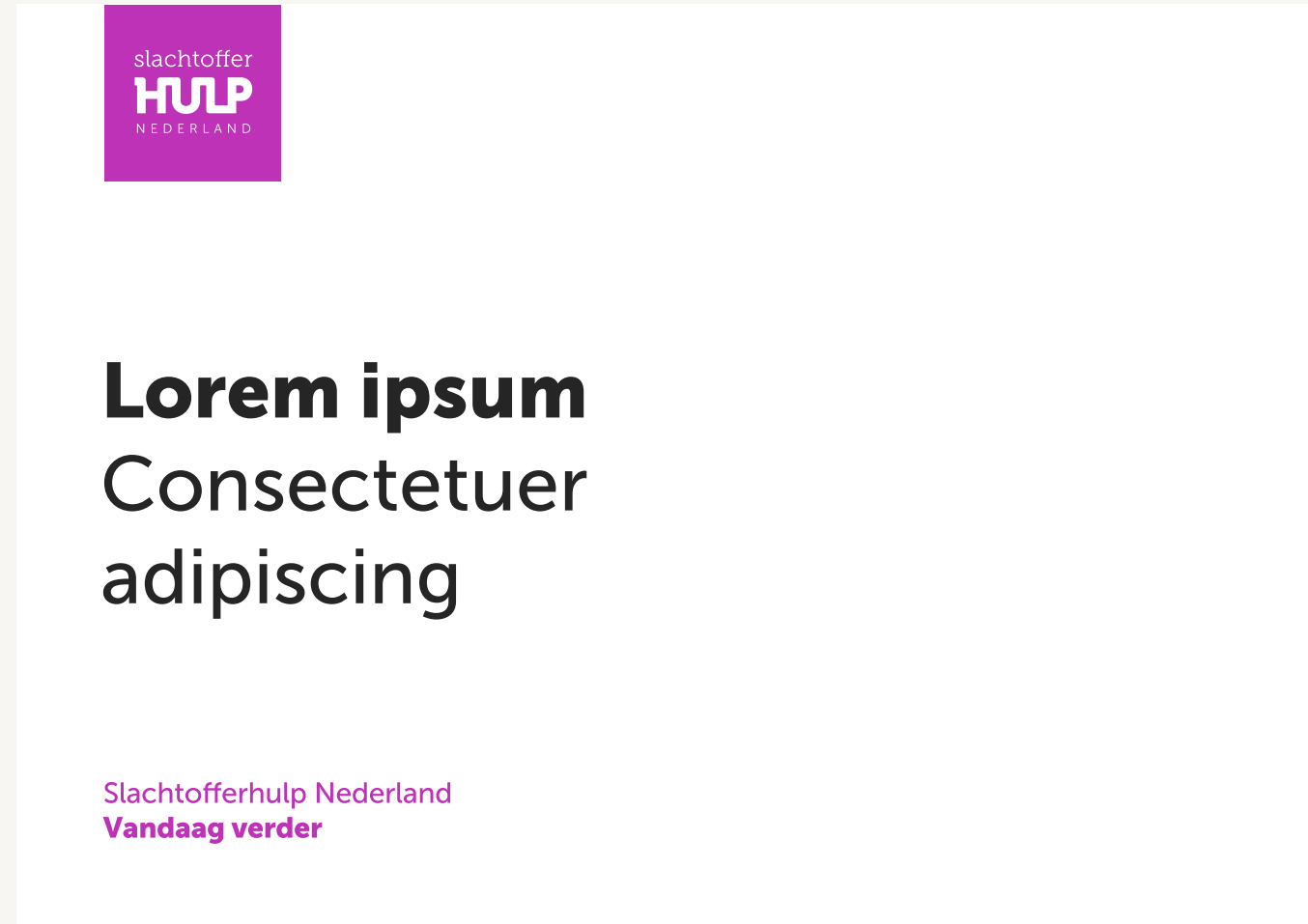
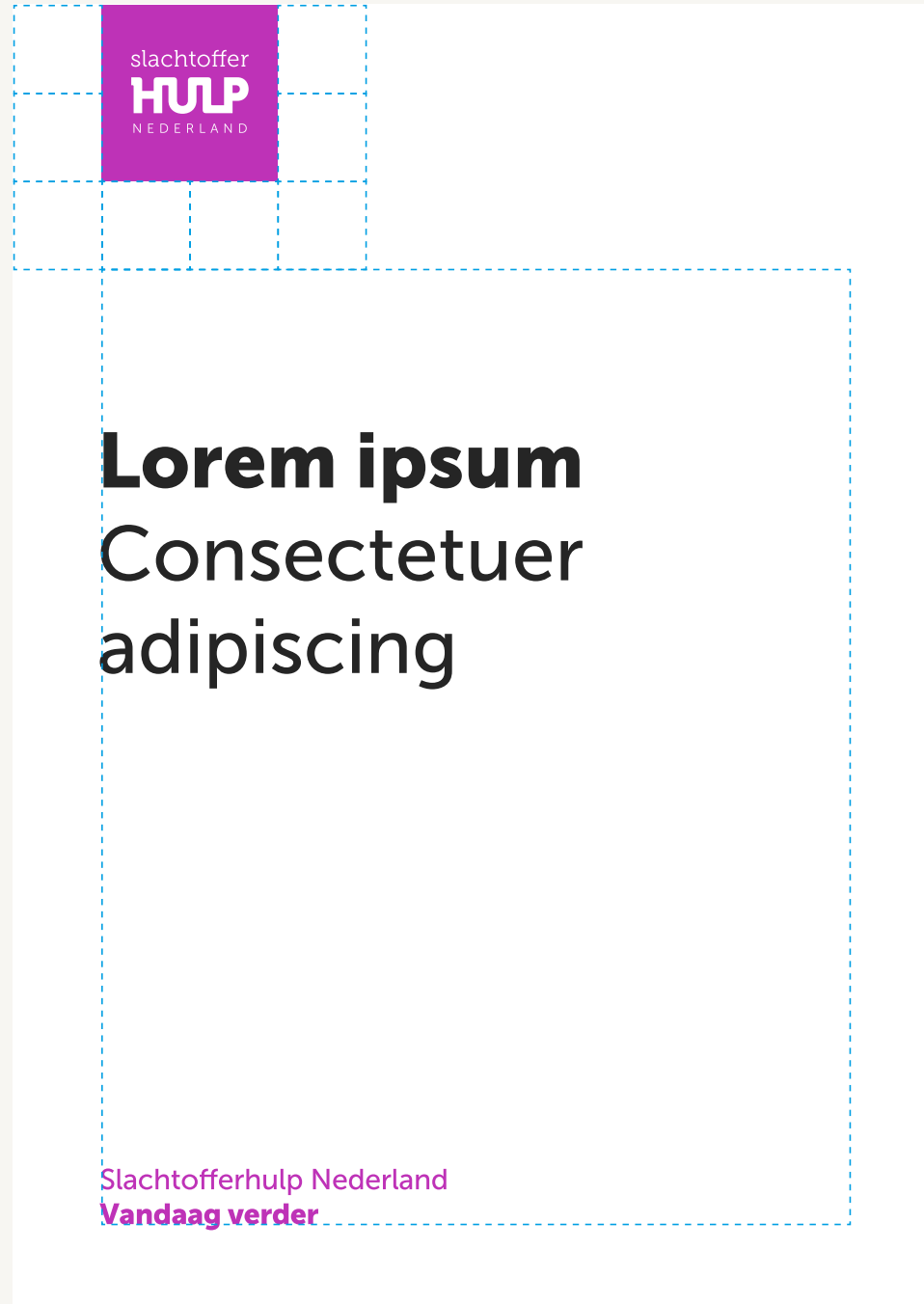
Begrenzingszone

Zorg altijd voor voldoende vrije ruimte rond het logo en plaats geen teksten en andere elementen te dicht bij het logo. Als vuistregel geldt dat de vrije ruimte rondom het logo tenminste de helft van de afmeting van het logo bedraagt.



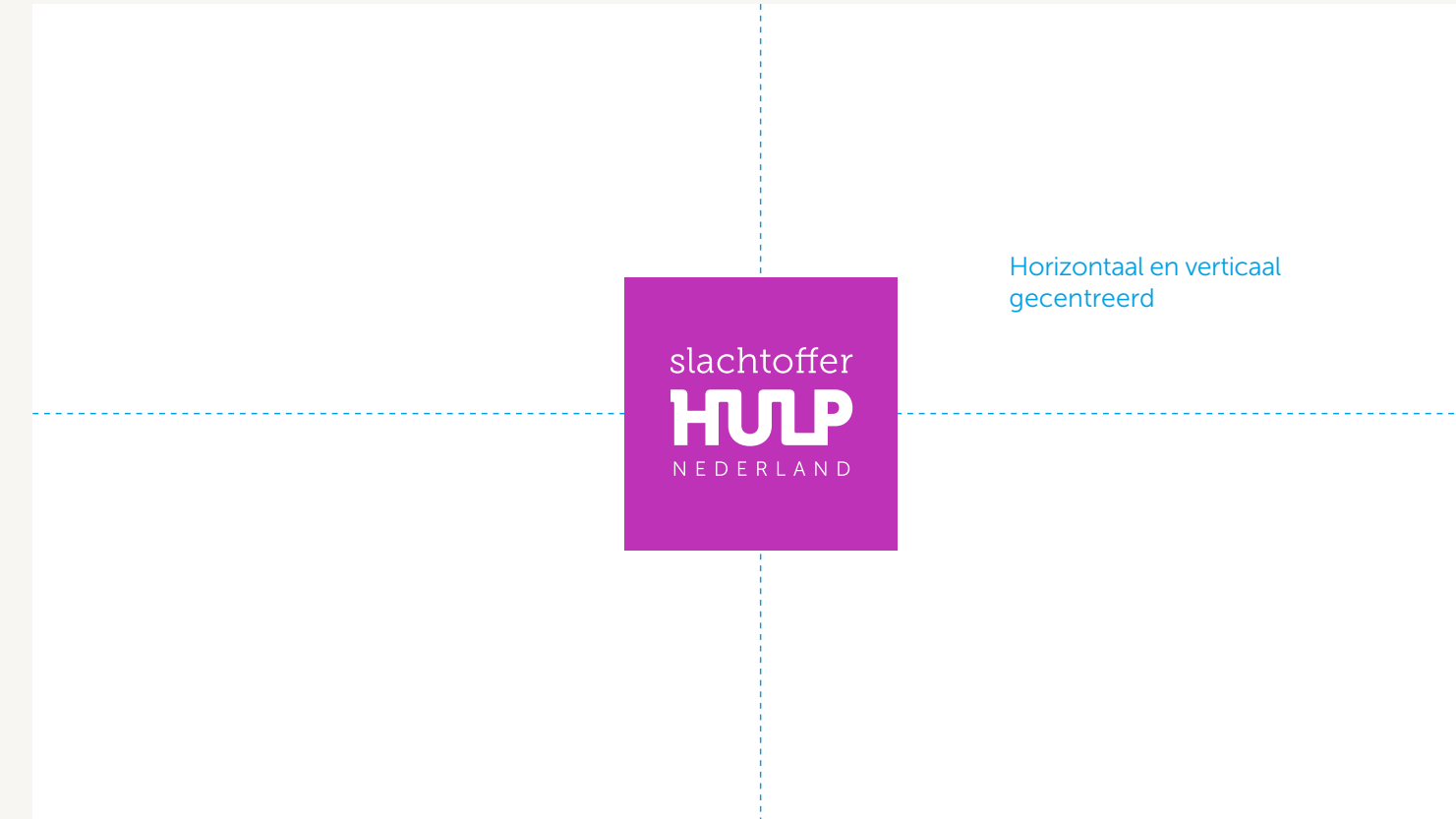
Positie op de pagina

In de meeste toepassingen wordt het logo linksboven geplaatst hangend aan de bovenrand van de pagina. De afstand tussen het logo en de linker kantlijn is minimaal gelijk aan de helft van het logo (de begrenzingszone). Grafische elementen zoals bijv titels of de pay-off worden links uitgelijnd aan het logo.

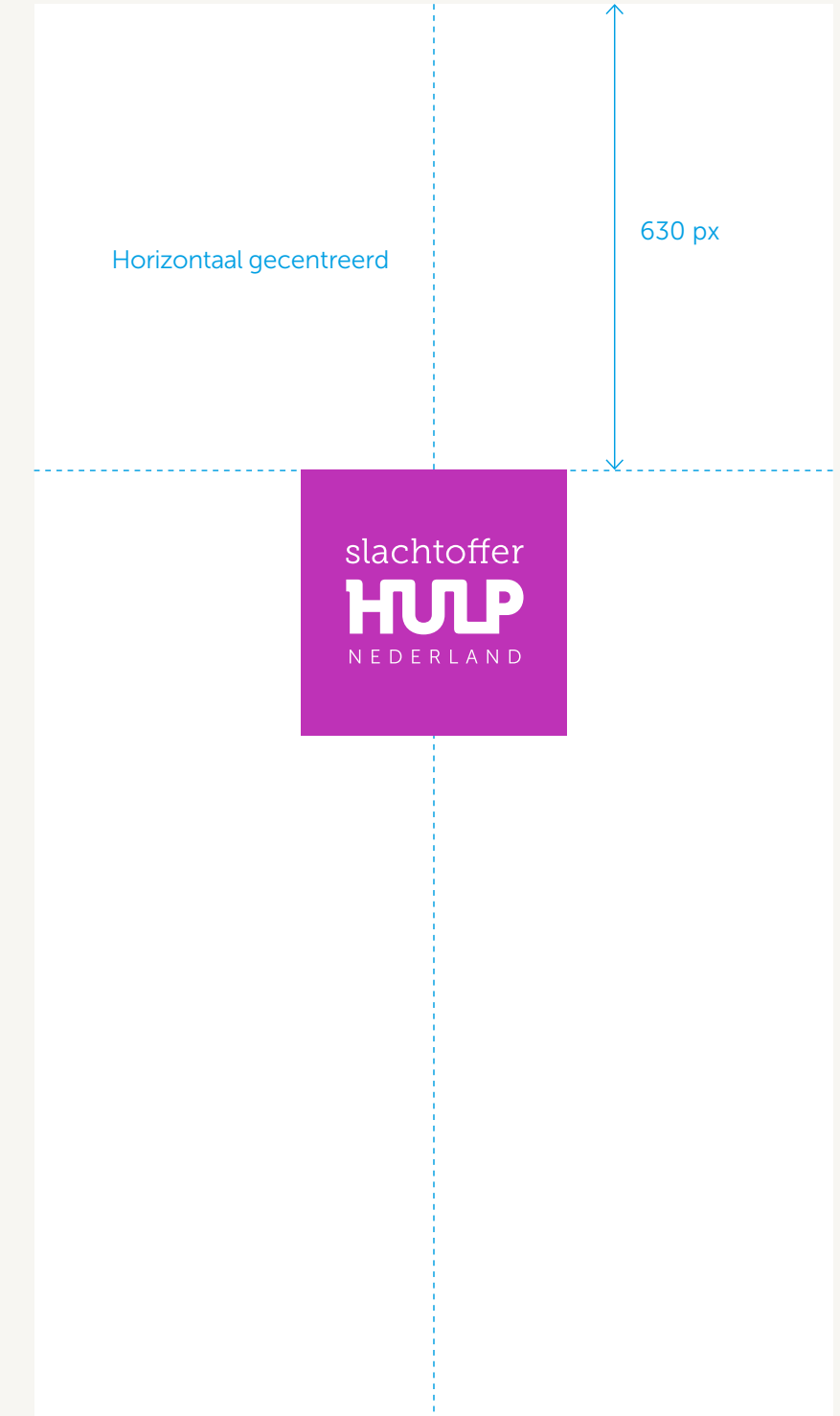


Gecentreerd

In sommige toepassingen mag het logo gecentreerd geplaatst worden. Zoals bijvoorbeeld in intro's en outro's van video's en endcards. Daarin staat het logo horizontaal en/of verticaal gecentreerd. Zie onderstaande uitleg.



Video liggend 1920 x 1080 px
Logo 360 x 360 px, gecentreerd



Video staand 1080 x 1920 px
Logo 360 x 360 px,
Marge boven 630 px

Afmeting logo in drukwerk in mm

Het digitale bestand van het logo is 30 x 30 mm. Dit is de 100% versie, die we gebruiken als uitgangspunt voor vergroten en verkleinen. Schalen gebeurt per 5 mm. Het minimale toegestane formaat is 20 x 20 mm, kleiner dan dit is niet meer leesbaar. Het logo van 30 x 30 mm is geschikt voor toepassing op A4. Voor de meest gebruikte papierformaten staan hier de aanbevolen afmetingen van het logo.

Papier formaat	Afmeting logo
----------------	---------------

A6 (105 x 148 mm) =	20 x 20 mm
A5 (148 x 210 mm) =	25 x 25 mm
A4 (210 x 297 mm) =	30 x 30 mm
A3 (297 x 420 mm) =	40 x 40 mm
A2 (420 x 594 mm) =	55 x 55 mm
A1 (594 x 841 mm) =	75 x 75 mm
A0 (841 x 1.189 mm) =	100 x 100 mm



20 x 20 mm



25 x 25 mm



30 x 30 mm
100% versie
geschikt voor A4



40 x 40 mm

Afmeting logo in digitale toepassingen

Hier vind je afmetingen voor enkele veelgebruikte digitale formaten.

Digitaal formaat	Afmeting logo
------------------	---------------

Instagram

1920 x 1080 px	180 x 180 px
1080 x 1080 px	180 x 180 px
1080 x 1350 px	180 x 180 px
1080 x 1920 px	180 x 180 px

Tiktok

1080 x 1920 px	
Hangend logo (bug)	180 x 180 px
Intro/outro	360 x 360 px

Youtube

1920 x 1080 px	
Hangend logo (bug)	180 x 180 px
Intro/outro	360 x 360 px

LinkedIn

1200 x 627 px	180 x 180 px
627 x 1200 px	180 x 180 px
1080 x 1080 px	180 x 180 px

Powerpoint

960 x 540 px (omslag)	180 x 180 px
960 x 540 px (volg)	90 x 90 px

Website (responsive)

Max	256 x 256 px
Min	160 x 160 px

Email signature

220 x 220 px

E-newsletter

90 x 90 px



180 x 180 px

Niet toegestaan

Het is essentieel dat het logo consistent en correct wordt toegepast. Het logo mag nooit worden vervormd, gekleurd of op een andere manier worden veranderd. Hieronder enkele voorbeelden hoe niet om te gaan met het logo.



Let op dat je niet het oude logo gebruikt, deze heeft een 'lus/vouw' in het woord 'hulp' en een 'oude' kleur paars.



De oude 'HULP'-vorm passen we niet meer toe.



Verander nooit de kleur van het logo.



Plaats geen elementen te dicht bij het logo. Respecteer de begreningszone.



Vergroot of verklein nooit de tekst binnen het vierkant.



Roteer nooit het logo. Het logo staat horizontaal leesbaar.



Zorg altijd voor voldoende contrast met de achtergrond.



Pas geen bewerkingen toe op het logo. Zoals bijvoorbeeld slagschaduw of reliëf.

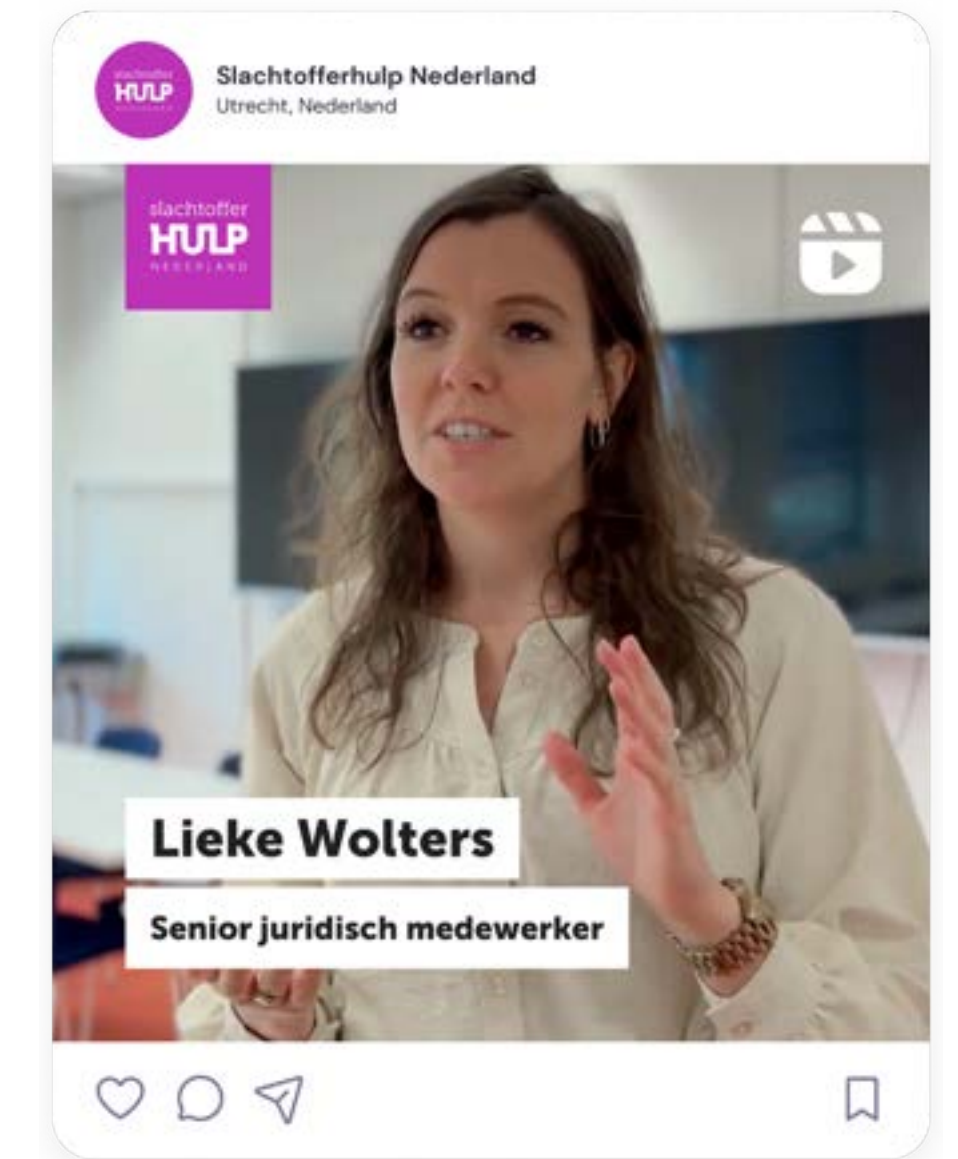
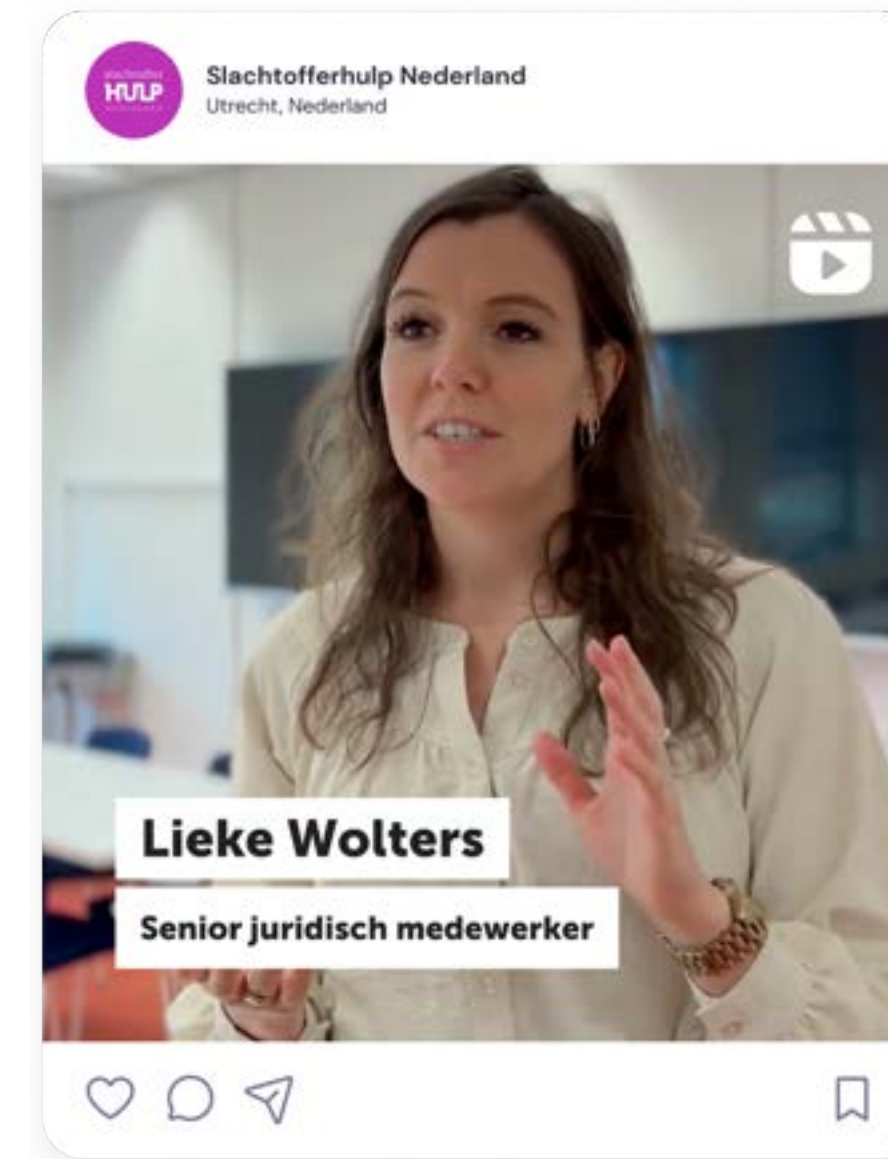
Het logo op social media

Het vierkante logo is tevens geschikt als profiel voor social media zoals LinkedIn. Voor andere social media profielen zoals bijv Instagram is een ronde versie beschikbaar. Gebruik de daarvoor beschikbare bestanden.



Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok

We plaatsen niet een logo in onze organische en betaalde content, omdat ons logo al zichtbaar is als plaatser van de content. Dit geldt voor alle content typen (reels, stories, etc.).



Ons logo is al zichtbaar als plaatser van de content. In de content zelf plaatsen we daarom geen logo, dat zou dubbel zijn.

Woordmerk over één regel

In uitzonderlijke gevallen is er geen ruimte voor het vierkante logo of zou het te weinig zichtbaar zijn. Denk aan bijv. keychords of balpennen. Alleen in zulke gevallen, gebruiken we in plaats van het vierkante logo de naam voluit als woordmerk. Dit woordmerk is paars op wit, of wit op een paarse achtergrond. Hier zie je een voorbeeld van toepassing van het woordmerk over één regel.

Slachtofferhulp Nederland

Slachtofferhulp Nederland

Woordmerk over twee regels

In uitzonderlijke gevallen gebruiken we in plaats van het vierkante logo het woordmerk over twee regels, zoals bij bijv. signing of banieren. Hier zie je een voorbeeld van toepassing van het woordmerk over twee regels.

**Slachtofferhulp
Nederland**

**Slachtofferhulp
Nederland**



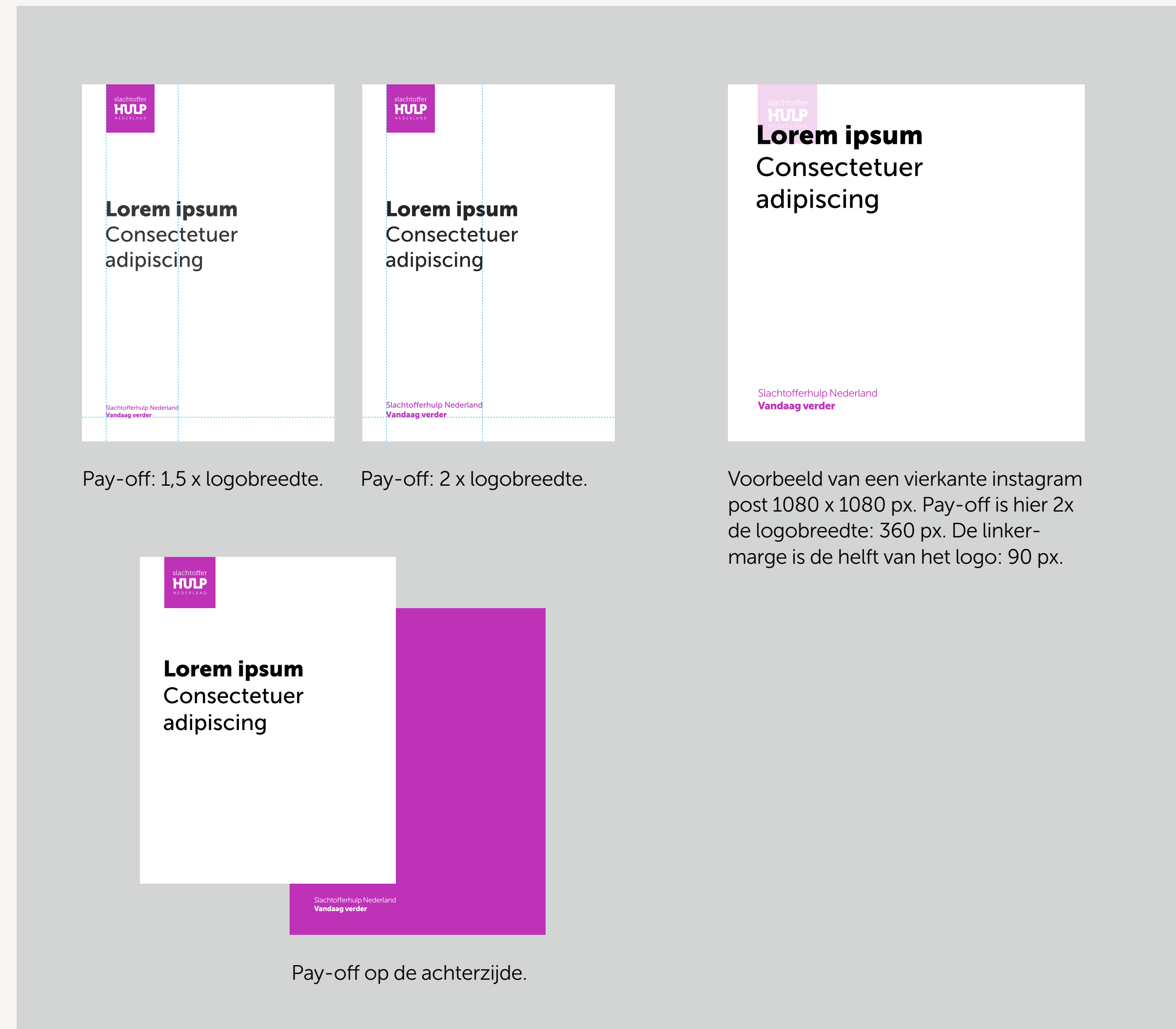
Pay-off

Slachtofferhulp Nederland heeft behalve het logo ook een pay-off: 'Slachtofferhulp Nederland / Vandaag verder'. Deze pay-off heeft een vast woordmerk (zie onder). Het helpt bij het duidelijk communiceren van onze kernboodschap. De pay-off bestaat uit paarse, zwarte of witte tekst afhankelijk van de achtergrond. Kies altijd de versie met het beste contrast i.v.m. leesbaarheid. De pay-off is nooit oranje, maar kan wel als witte tekst op oranje. Vragen over het wel of niet inzetten van de pay-off? Neem contact op met de afdeling Communicatie.



Plaatsing en grootte

De pay-off staat linksonder in de layout en wordt met de linkermarge uitgelijnd aan het logo en/of aan de titel en tekst. Het logo, de inhoud en de pay-off zijn op die manier visueel met elkaar verbonden. De pay-off heeft een breedte van 1,5 x of 2 x het logo afhankelijk van de layout. Wanneer het logo ontbreekt zoals in social media posts, wordt de pay-off uitgelijnd aan de tekst. Als een uiting een voor- en achterzijde heeft zoals een folder, gebruiken we het logo op de voorzijde en de pay-off op de achterzijde.



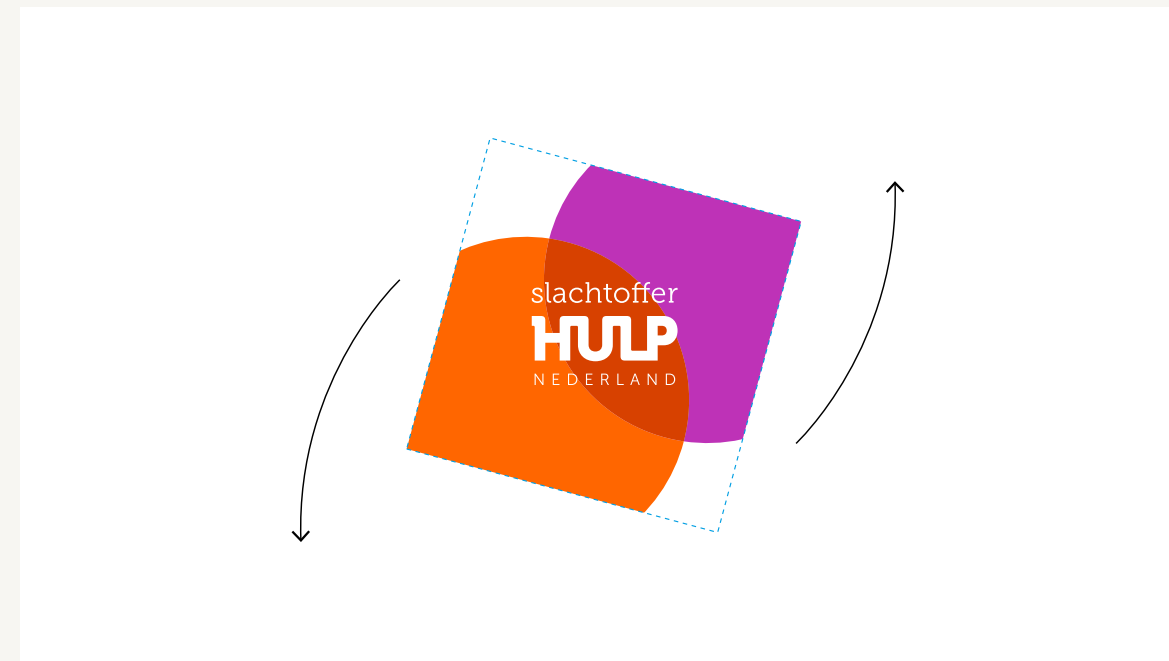
Logo animatie

Intro en outro animaties met het logo zijn beschikbaar via het huisstijlportaal: huisstijl.slachtofferhulp.nl

Ze kunnen respectievelijk voor- en achter het videobestand gemonteerd worden om zodanig onze video's een eenduidige branding te geven.



De cirkels komen van buiten beeld met een roterende beweging in beeld en vormen zo uiteindelijk het logo.



Een onzichtbaar vierkant kader draait mee met de cirkels en vormt zo uiteindelijk het logo. De witte letters staan als op de juiste positie.



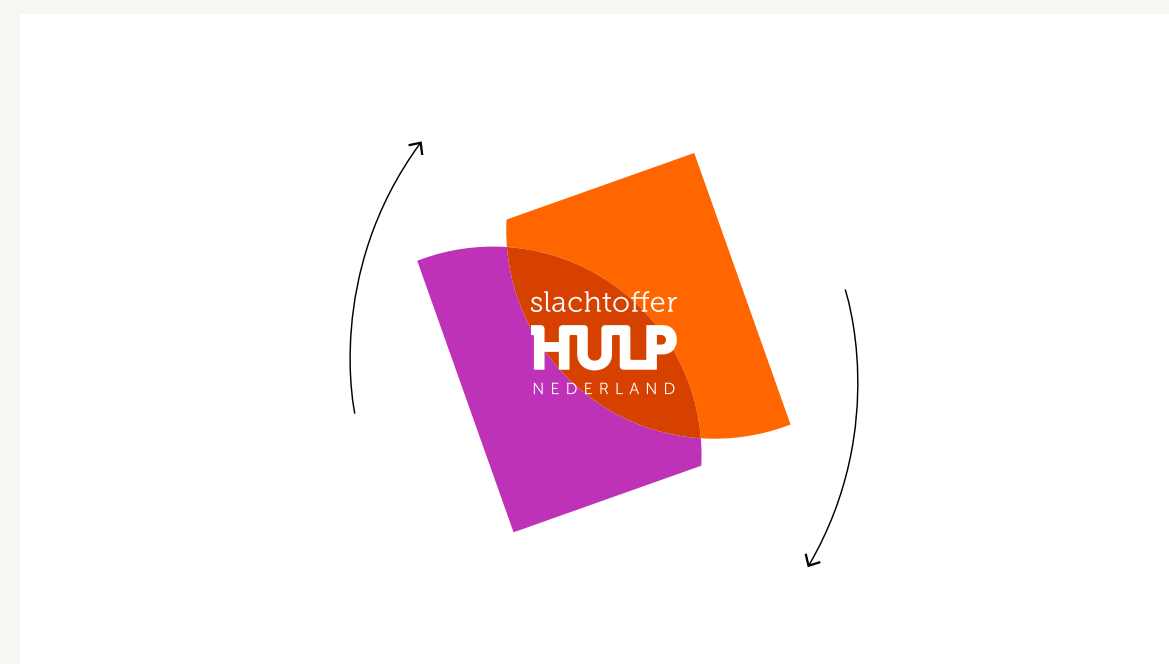
Het logo staat even centraal in beeld (360 x 360 px).



Het centrale logo verdwijnt met een fade-out. Een terwijl de video start met een fade-in, komt het kleine logo (bug) in beeld (optioneel). Het kleine logo is 180 x 180 px.



Na de video zijn de stappen in de omgekeerde volgorde. Het centrale logo verschijnt met een fade-in terwijl de video verdwijnt met fade-out.



Het centrale logo splitst zich in de twee cirkels en met een draaiende beweging roteren het vierkante kader en de cirkels zo uit beeld.



In een vloeiende uitwaartse beweging draaien de cirkels uit beeld.



De URL verschijnt kort in beeld.

Logo

Digitale bestanden

In de logoset van het Slachtofferhulp Nederland vind je verschillende varianten van het logo in verschillende bestandstypes en met verschillende kleuropbouw. De logo's in de map 'print' zijn bestemd voor druk- of printwerk. De logo's in de map 'scherm' zijn bestemd voor gebruik in digitale schermtoepassingen.

Bestandstypen

eps - De .eps logo's zijn vectorbestanden die in grafische bestanden verwerkt kunnen worden. Deze kunnen tot elk formaat vergroot worden zonder kwaliteit te verliezen (geen pixels in beeld).

png - Dit zijn pixelbestanden en kunnen alleen gebruikt worden in digitale toepassingen op het scherm, zoals bijvoorbeeld powerpointpresentaties en video. PNG's kunnen worden verkleind, maar mogen nooit worden vergroot vanwege kwaliteitsverlies van het logo.

svg - De .svg logo's zijn vectorbestanden die geschikt zijn voor het web.

Kleuropbouw

CMYK - Bij zogeheten 'full color' drukwerk worden alle kleuren opgebouwd uit de drukk kleuren Cyaan, Magenta, Yellow en black.

De CMYK logo's zijn geschikt voor dit druk- of printproces.

PANTONE®: Het kleursysteem Pantone Matching System (PMS) is gebaseerd op een kleurenwaaier waarop kleuren worden beschreven. Bij een drukker wordt een voorgemengde inkt in de pers gebruikt waarmee diepere, vollere kleuren te bereiken zijn dan met full color.

color drukwerk. De PMS logo's zijn alleen geschikt voor drukwerk.

Bestandsnaam

variant kleuropbouw
| |
SHN_Naam 1_Paars_CMYK.eps
| |
kleurversie bestandsformaat



Print
SHN_Logo_Paars_CMYK.eps
SHN_Logo_Paars_PMS.eps

Scherm
SHN_Logo_Paars_RGB.eps
SHN_Logo_Paars_RGB.svg
SHN_Logo_Paars_RGB.png



Print
SHN_Logo_Outline_CMYK.eps

Scherm
SHN_Logo_Outline_RGB.eps
SHN_Logo_Outline_RGB.svg
SHN_Logo_Outline_RGB.png



Print
SHN_Logo_Zwart_CMYK.eps

Slachtofferhulp Nederland

Print
SHN_Naam 1_Paars_CMYK.eps
SHN_Naam 1_Paars_PMS.eps

Scherm
SHN_Naam 1_Paars_RGB.eps
SHN_Naam 1_Paars_RGB.svg
SHN_Naam 1_Paars_RGB.png

Slachtofferhulp Nederland

Print
SHN_Naam 1_Wit_CMYK.eps

Scherm
SHN_Naam 1_Wit_RGB.eps
SHN_Naam 1_Wit_RGB.svg
SHN_Naam 1_Wit_RGB.png

Slachtofferhulp Nederland

Print
SHN_Naam 2_Paars_CMYK.eps
SHN_Naam 2_Paars_PMS.eps

Scherm
SHN_Naam 2_Paars_RGB.eps
SHN_Naam 2_Paars_RGB.svg
SHN_Naam 2_Paars_RGB.png

Slachtofferhulp Nederland

Print
SHN_Naam 2_Wit_CMYK.eps

Scherm
SHN_Naam 2_Wit_RGB.eps
SHN_Naam 2_Wit_RGB.svg
SHN_Naam 2_Wit_RGB.png

Slachtofferhulp Nederland Vandaag verder

Print
SHN_Tagline_Paars_CMYK.eps

Scherm
SHN_Tagline_Paars_RGB.eps
SHN_Tagline_Paars_RGB.svg
SHN_Tagline_Paars_RGB.png

Slachtofferhulp Nederland Vandaag verder

Print
SHN_Tagline_Wit_CMYK.eps

Scherm
SHN_Tagline_Wit_RGB.eps
SHN_Tagline_Wit_RGB.svg
SHN_Tagline_Wit_RGB.png

Slachtofferhulp Nederland Vandaag verder

Print
SHN_Tagline_Zwart_CMYK.eps

Scherm
SHN_Tagline_Zwart_RGB.eps
SHN_Tagline_Zwart_RGB.svg
SHN_Tagline_Zwart_RGB.png

2. Kleur

Primaire kleuren

Slachtofferhulp Nederland is onder meer herkenbaar aan de kleur paars. Het is de kleur van ons logo. Hiermee onderscheiden we ons van andere organisaties. Om die reden moet paars in alle uitingen een belangrijke rol spelen. Als er maar één kleur gebruikt kan worden, dan is dat paars. Paars verwijst altijd naar onze organisatie.

Oranje is ook een primaire kleur. We gebruiken oranje echter alleen in combinatie met paars. Tensamen zijn dit beeldbepalende kleuren in onze huisstijl. Oranje is nooit overheersend; dat zou verwarrend zijn met andere organisaties.

Warmrood is de mengkleur van oranje en paars, te zien in de overlap van de cirkels. We gebruiken deze kleur ook op de website voor navigatie (knoppen en pijlen) en kleuraccenten in tekst omdat het voldoet aan de contrast- en leesbaarheid eisen van de overheid (WCAG).

Zwart (90%) is voor tekst. Dit is nadrukkelijk geen 100% zwart. 90% is zachter en op het beeldscherm is het daardoor beter leesbaar.

Wit gebruiken we voornamelijk als achtergrondkleur (papier) of voor tekst op een gekleurde achtergrond (mits voldoende contrast).

Zorg ervoor dat je de juiste kleurformule gebruikt die geschikt is voor het medium:

Drukwerk:

- PANTONE®: Inktkleur voor digitaal en offsetdruk. (Alleen paars en oranje)
- CMYK: Fullcolor digitaal en offsetdruk.

Digitaal:

- RGB: Word, Powerpoint, PDF etc.
- HEX: Webapplicaties

Paars

#BE32B7
R190 G50 B183
C35 M100 Y10 K0
Pantone Purple

Oranje

#FF6600
R255 G102 B0
C0 M65 Y100 K0
Pantone Orange 021

Puur Wit

#FFFFFF
R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0

Warmrood

#D74100
R215 G65 B0
C10 M85 Y100 K0

Zwart (90%)

#212121
R33 G33 B33
C0 M0 Y0 K90

Secundaire kleuren

In aanvulling op de primaire kleuren mogen kleuren uit het secundaire palet worden gebruikt voor specifieke toepassingen zoals hieronder omschreven.

Toepassing

- Tekstkader, kleurvlak of achtergrond.
- Digitaal en drukwerk.

Toepassing

- Tekstkader, kleurvlak of achtergrond.
- Alleen digitaal!! Geen drukwerk. (social media, video, banners, e-mailnieuwsbrief).
- In webapplicaties kan men tinten en schaduwen aanpassen, mits binnen dezelfde kleurenreeks.
- Het gebruik van een secundaire kleur moet van toegevoegde waarde zijn (functioneel, niet enkel decoratief).

Toepassing

- Neutrale grijs tinten ter ondersteuning.
- Alleen digitaal.

Toepassing

- Tekstkader, kleurvlak of achtergrond.
- Digitaal en drukwerk.

Paars (20%)
#F2D6F1
R242 G214 B241
C5 M20 Y0 K0

Oranje (20%)
#FFE0CC
R255 G224 B204
C0 M16 Y20 K0

Kanariegeel (20%)
#FFF5CC
R255 G245 B204

Olijfgroen (20%)
#E6EBCC
R230 G235 B204

Turquoise (20%)
#CCEBEF
R204 G235 B239

Roze (20%)
#FFE5EE
R255 G229 B238

Bruin (20%)
#EDE1D2
R237 G225 B210

Grijs (20%)
#EEEEEE
R238 G238 B238

Gebroken wit
#F7F6F2
R247 G246 B242
C2 M2 Y4 K5

Kanariegeel (40%)
#FFEB99
R255 G235 B153

Olijfgroen (40%)
#CDD699
R205 G214 B153

Turquoise (40%)
#99D7DF
R153 G215 B223

Roze (40%)
#FFCADE
R255 G202 B228

Bruin (40%)
#DBC4A6
R219 G196 B166

Grijs (40%)
#E0E0E0
R224 G224 B224

Kanariegeel
#FFCC00
R225 G204 B0

Olijfgroen
#819900
R129 G153 B0

Turquoise
#009CAE
R0 G156 B174

Roze
#FF7BAC
R255 G123 B172

Bruin
#A56B20
R165 G107 B32

Grijs
#BDBDBD
R189 G189 B189

Kanariegeel +1
#CCA300
R204 G163 B0

Olijfgroen +1
#566600
R86 G102 B0

Turquoise +1
#006E7B
R0 G110 B123

Roze +1
#CC628A
R204 G98 B138

Bruin +1
#724A16
R114 G74 B22

Grijs +1
#757575
R117 G117 B117

Kanariegeel +2
#997A00
R153 G122 B0

Olijfgroen +2
#2B3300
R43 G51 B0

Turquoise +2
#004148
R0 G65 B72

Roze +2
#994A67
R153 G74 B103

Bruin +2
#3F290C
R63 G41 B12

Grijs +2
#424242
R66 G66 B66

3. Typografie

Huisstijl lettertype

De Museo Sans (schreefloze Museo) is onze primaire huisstijl-letter.

Deze passen we toe in alle communicatie uitingen on- en offline. De Museo Sans heeft verschillende gewichten variërend van 100 tot 900. We gebruiken hoofdzakelijk 300 en 900.

De 300 is geschikt voor lopende tekst. De 900 wordt gebruikt voor koppen en tekstaccenten.

De Museo, het oude huisstijl lettertype, wordt niet meer gebruikt.

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,{([@€%&!?

Museo Sans 300

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,{([@€%&!?

Museo Sans 900

**Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,{([@€%&!?**

Tekstbehandeling

Goede typografie helpt bij het creëren van een duidelijke hiërarchie en het ordenen van informatie. Hierdoor zijn teksten gemakkelijk te lezen en te begrijpen. Lettergrootte, regellengte, regelafstand uitlijning en spatiering hebben allemaal invloed op de leesbaarheid van tekst. Zo is tekst altijd linkslijnend. De basiskleur voor tekst is altijd zwart (90%). Hieronder is een voorbeeld van een heldere tekstbehandeling.

Wat is er gebeurd?

Kop
Museo Sans 900

Wil je na een heftige gebeurtenis de draad weer oppakken maar weet je niet hoe? Wij bieden een luisterend oor, emotionele en juridische hulp en ondersteuning bij schadevergoeding. Onze hulp is altijd gratis.

Introtekst
Museo Sans 900

Je kunt contact opnemen met Slachtofferhulp Nederland. Wij bieden ondersteuning op het moment dat jij dat wilt, op een manier die bij jou past. Onze hulp is altijd gratis. Elke situatie is anders. Wat heb jij nodig?

Lopende tekst
Museo Sans 300

Emotionele steun

Als je iets ingrijpends meemaakt, kun je last hebben van emotionele of lichamelijke reacties. Misschien wil je daarover praten. We luisteren naar je verhaal en geven advies om met stress en andere klachten om te gaan. Als je dat wilt, brengen we je in contact met lotgenoten.

Tussenkopjes
Museo Sans 900

Hulp bij aangifte en het strafproces

Aangifte doen is voor veel mensen onbekend terrein. We adviseren je hierin als je twijfelt. Verder bieden we inzicht in het strafproces en helpen je bij het uitoefenen van je rechten. Op mijnslachtofferzaak.nl kun je alle berichten over je strafzaak bekijken.

Schadevergoeding

Als je schade hebt geleden, wil je die graag vergoed krijgen. We adviseren over wie je schade kan vergoeden. Daarnaast helpen we bij het in kaart brengen van schade en het invullen van formulieren.

Regelafstand en spatiering

Regelafstand is de ruimte tussen regels in een tekst. Voor koppen kan men als houvast een regelafstand van 100 - 120% hanteren. Voor lopende tekst is een regelafstand van 125 - 140% gebruikelijk. Lopende tekst op het web heeft een minimale regelafstand van 140%. Hieronder geven we een algemene indicatie van optimale regelafstand en spatiering. Zorg voor optisch goed leesbare tekst.

✘ Regelafstand is de ruimte tussen regels in een tekst. Dit is een voorbeeld van een té kleine regelafstand.

✔ Regelafstand is de ruimte tussen regels in een tekst. Dit is een voorbeeld van een optimale regelafstand.

✘ Regelafstand is de ruimte tussen regels in een tekst. Dit is een voorbeeld van een té grote regelafstand.

✘ Te kleine letterspatie

✔ Optimale letterspatie

✘ Te ruime letterspatie

✘ Tekleinewoordspatie

✔ Optimale woordspatie

✘ Te ruime woordspatie

Tekst in kleur

Tekst kan met kleur worden geaccentueerd om bepaalde informatie te benadrukken. Echter we gebruiken kleur alleen als het écht nodig is. Tekst is hoofdzakelijk zwart (90%). Als je tekst wil benadrukken kun je woorden vet maken. Soms is het essentieel om tekst te kleuren. Maar let wel:

- Paars en oranje zijn de enige toegestane kleuren voor tekstaccenten in drukwerk. Gebruik ze nooit samen tegelijk.
- In digitale toepassingen zoals web hanteren we voor tekstaccenten het warmrood #D74100 (i.v.m. WCAG).

Accentkleur voor tekst in drukwerk.

Aa Aa

Accentkleur voor tekst in digitale toepassingen

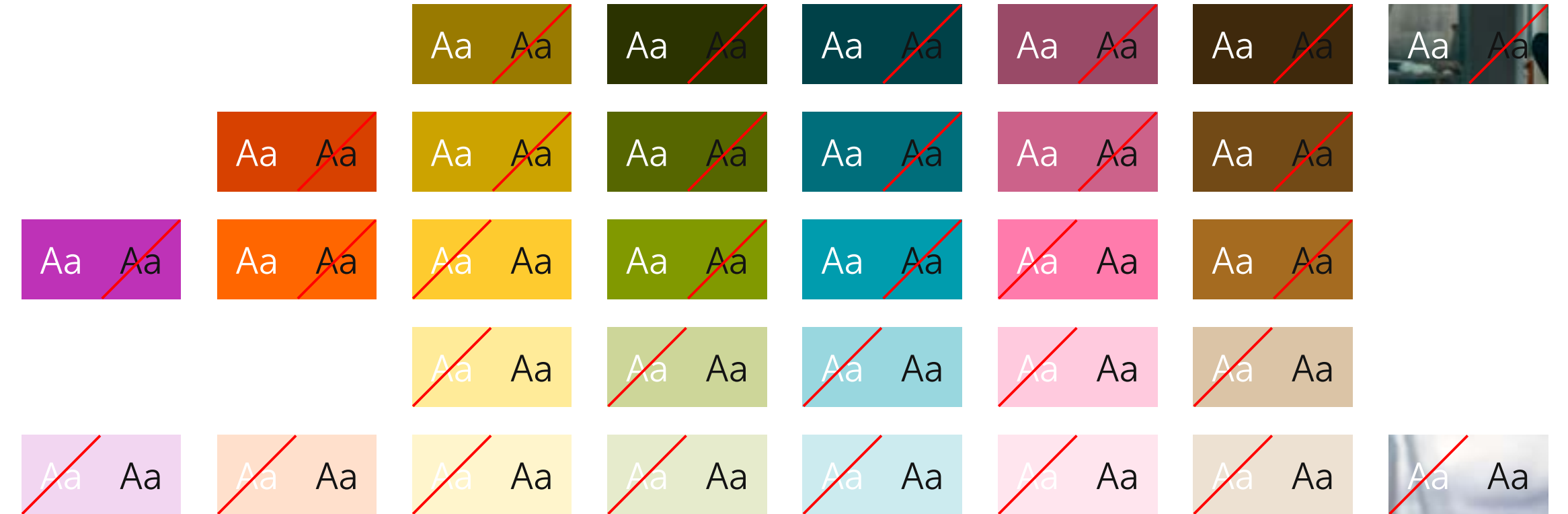
Aa Aa

Warmrood (#D74100) is de kleur voor tekst accenten op het web (i.v.m. WCAG).

Tekst op een achtergrond

Een achtergrond moet voldoende contrast bieden voor leesbaarheid van witte of zwarte (90%) tekst. Dat geldt ook voor een fotografische achtergrond. Onderstaand schema laat zien welke combinaties voldoende contrast bieden en welke niet. Voor webapplicaties geldt een leesbaarheid en contrast norm van de overheid (WCAG). Controleer altijd of het contrast hieraan voldoet met een online contrastchecker.

- Kleur op kleur is NIET toegestaan.



Op de website gebruiken we warmrood (#D74100) voor tekstaccenten.

Voor de helpers

Als je partner, vriend, familielid of collega een ingrijpende gebeurtenis meemaakt, kan je steun veel betekenen. **Ontdek** hoe je er voor een ander kunt zijn op een manier die ook voor jou prettig is.

- > Opsomming tekst is zwart
- > Alleen het pijltje is oranje



In drukwerk gebruiken we paars óf oranje voor tekstaccenten. Nooit allebei tegelijk.

Overleg met een collega

Bespreek je observaties met een collega of bel onze **Advieslijn** voor overleg.

Overleg met een collega

Bespreek je observaties met een collega of bel onze **Advieslijn** voor overleg.



Geen titels, intro's en tussenkopjes in kleur. Alleen tekstaccenten. En nooit twee kleuren tegelijk.

Kennis en advies om beter te helpen

Wil je na een heftige gebeurtenis de draad weer oppakken maar weet je niet hoe? Wij bieden een luisterend oor, emotionele en juridische hulp en ondersteuning bij schadevergoeding. Onze hulp is altijd gratis.

Je kunt contact opnemen met Slachtofferhulp Nederland. Wij bieden ondersteuning op het moment dat jij dat wilt, op een manier die bij jou past. Onze hulp is altijd gratis.

Elke situatie is anders. Wat heb jij nodig?

Emotionele steun

Als je iets ingrijpends meemaakt, kun je last hebben van emotionele of lichamelijke reacties. Misschien wil je daarover praten. We luisteren naar je verhaal en geven advies om met stress en andere klachten om te gaan.



We zijn bereikbaar

Maandag t/m vrijdag: 8.00 tot 20.00 uur
Zaterdag: 10.00 tot 17.00 uur

Bel 0900-0101

(gebruikelijke belkosten)

Stuur een bericht

via slachtofferhulp.nl



Geen kleur op kleur.

We zijn bereikbaar

Maandag t/m vrijdag: 8.00 tot 20.00 uur
Zaterdag: 10.00 tot 17.00 uur

Bel 0900-0101

(gebruikelijke belkosten)

Stuur een bericht

via slachtofferhulp.nl

Wel en niet toegestaan

Het is belangrijk dat typografie consistent en eenduidig wordt toegepast. Hieronder enkele voorbeelden hoe wel of niet om te gaan met typografie.



Tekst is geaccentueerd met vet.



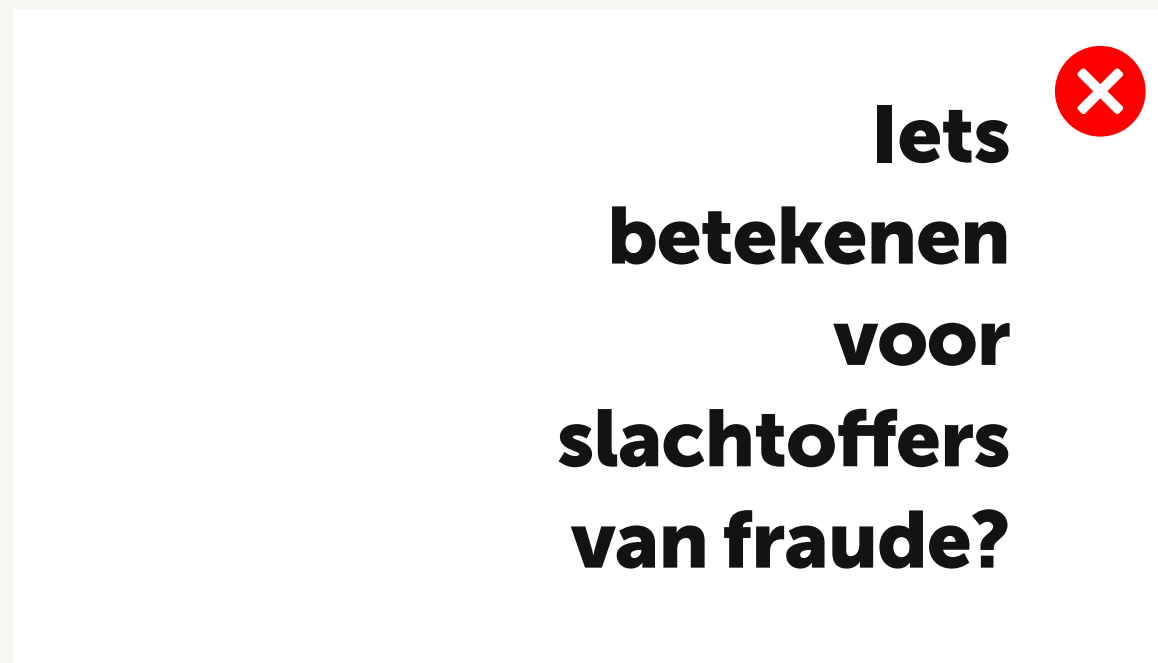
Tussenkopjes zijn vet en zwart (90%).
Bulletpoints zijn ook zwart.



Houd bij het plaatsen van tekst op een foto rekening met voldoende contrast tussen de tekst en de achtergrond.



Gebruik geen slagschaduw voor tekst.



We zetten onze teksten nooit rechte lijnend.



Gebruik geen kapitalen. We zetten titels altijd als een zin; met een beginkapitaal.



Museo is het OUDE lettertype. We gebruiken voortaan alleen Museo Sans en zetten titels niet meer in oranje.



Gebruik geen tekstballonnen.

Vervangend lettertype

Wanneer Museo Sans niet kan worden gebruikt en je bent aangewezen op een systeemlettertype (zoals bijvoorbeeld voor Powerpoints of het typen van brieven in Word) kan de Calibri worden gebruikt. Niet iedere (externe) pc heeft tenslotte de Museo.

De Calibri wordt bijvoorbeeld gebruikt in onze Powerpoints: reden daarvoor is dat die soms op externe computers gebruikt worden die het lettertype Museo niet hebben. Iedere computer heeft Calibri; daarmee ontstaan geen vertekeningen. De meest gebruikte gewichten zijn light en bold.

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,{([@€%&!?

**Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,{([@€%&!?**

Calibri light

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,{([@€%&!?

Calibri bold

**Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890
.,{([@€%&!?**

Tekst en toon

Wil je een tekst schrijven namens Slachtofferhulp Nederland? De volgende regels helpen je daarbij. Een volledig overzicht vind je in de Schrijfwijzer op de Binnenplaats. De Schrijfwijzer helpt om duidelijke en begrijpelijke teksten te schrijven. Het bevat richtlijnen voor de communicatie naar slachtoffers, helpers en professionals. Op de Binnenplaats staat ook informatie over (o.a.) voorkeurstermen, aanspreekvormen en standaardteksten. Heb je geen toegang tot ons intranet? Neem dan contact op met: communicatie@slachtofferhulp.nl.

Ben zo kort mogelijk

Gebruik niet onnodig veel tekst. Veel mensen hebben weinig tijd om te lezen. De meeste zinnen kunnen een stuk korter worden opgeschreven.

Staan in je tekst namen op de juiste manier?

Gebruik nooit de afkorting SHN (die is alleen intern) of onnodig het woord Slachtofferhulp Nederland: dat is al de afzender.

Spreek je mensen op de juiste manier aan?

Slachtoffers, helpers en professionals spreken we op de website aan met 'je'. In persoonlijk contact kan hiervan worden afgeweken.

Sterk en daadkrachtig?

Lijdende vorm en overwegingen klinken vaak minder daadkrachtig dan actieve. Vergelijk 'ik doe' versus 'ik heb me voorgenomen om te doen'. Of 'het beste is' versus 'het zou beter zijn'.

Gebruik je begrijpelijke woorden?

Sommige woorden zijn wel begrijpelijk voor professionals maar niet voor iedereen. Professionals weten bijvoorbeeld wat 'psychosociale hulp' is. Mensen op straat spreken hooguit over 'emotionele steun'.

Gebruik je de juiste woorden volgens Slachtofferhulp?

Bekijk de Schrijfwijzer op de Binnenplaats: debinnenplaats.slachtofferhulp.nl/werkplein/schrijfwijzer

4. Fotografie & video

Fotografie van Slachtofferhulp Nederland

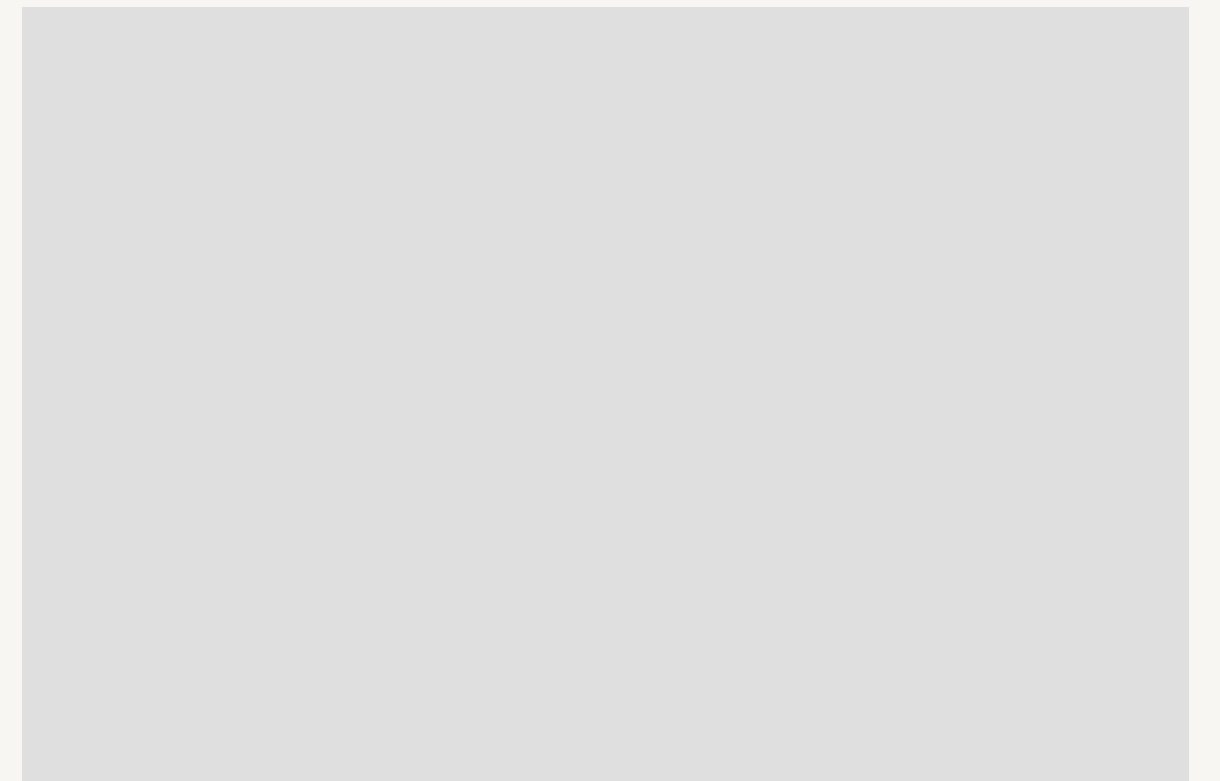
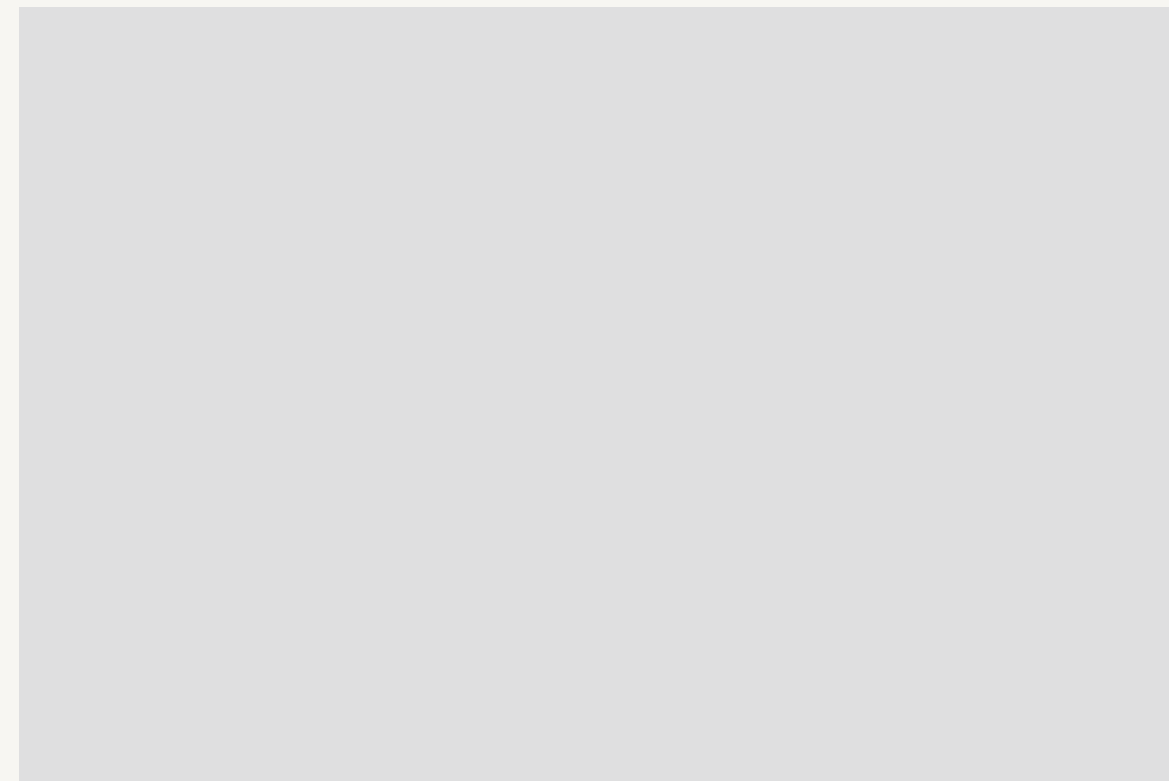
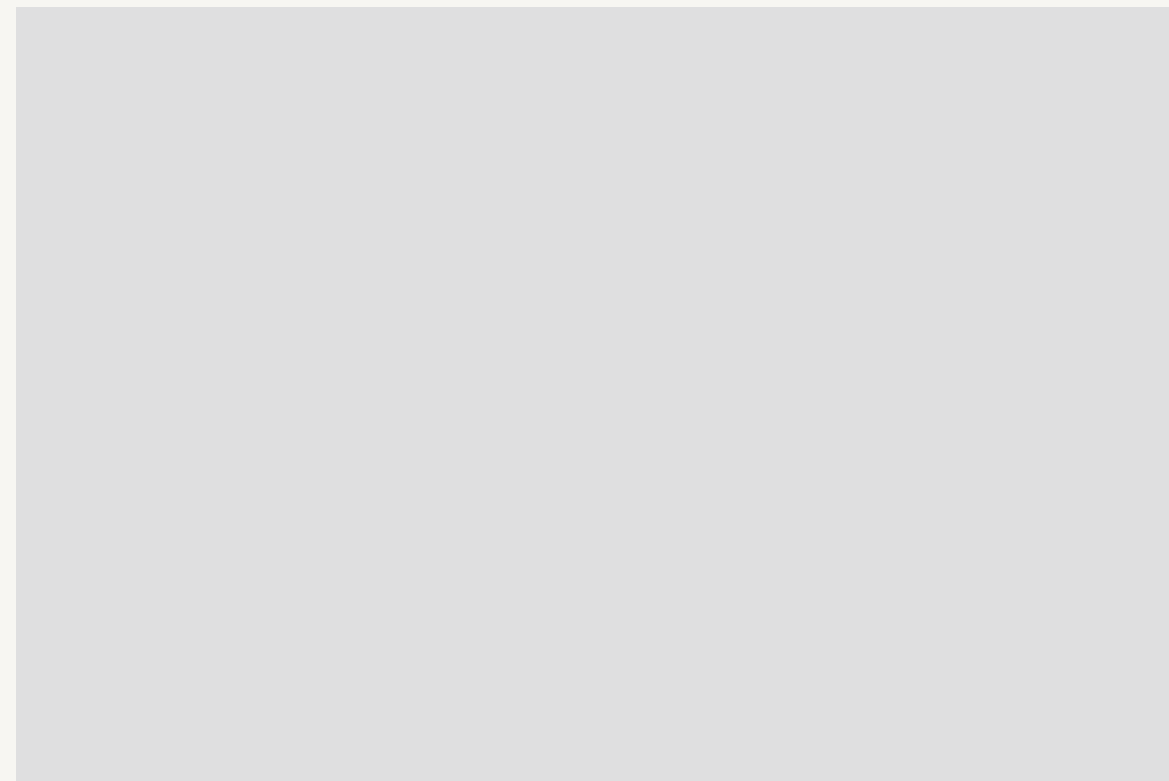
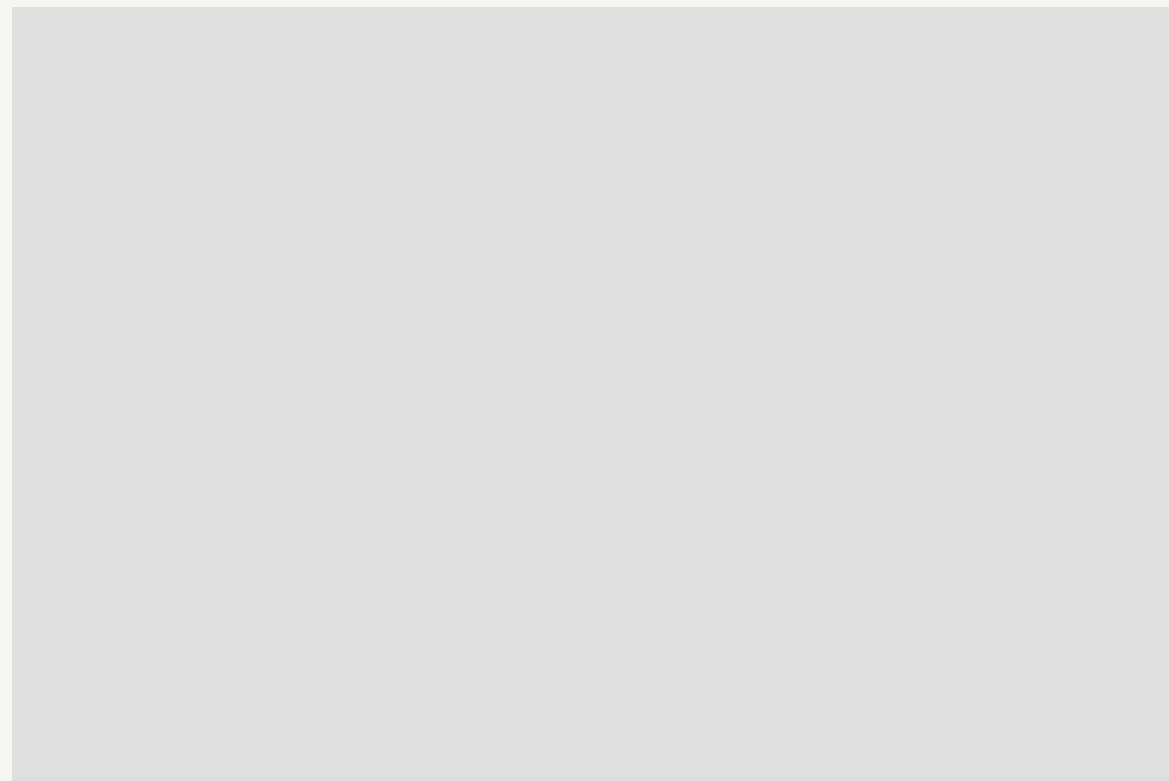
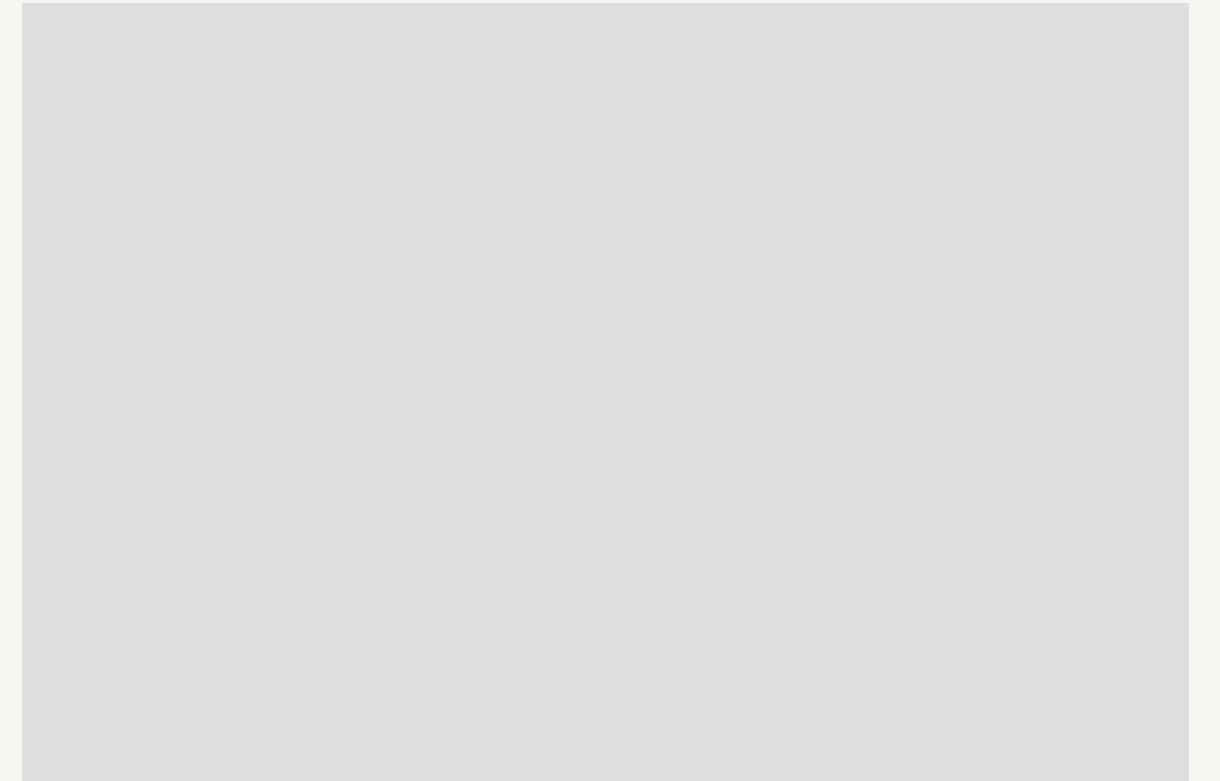
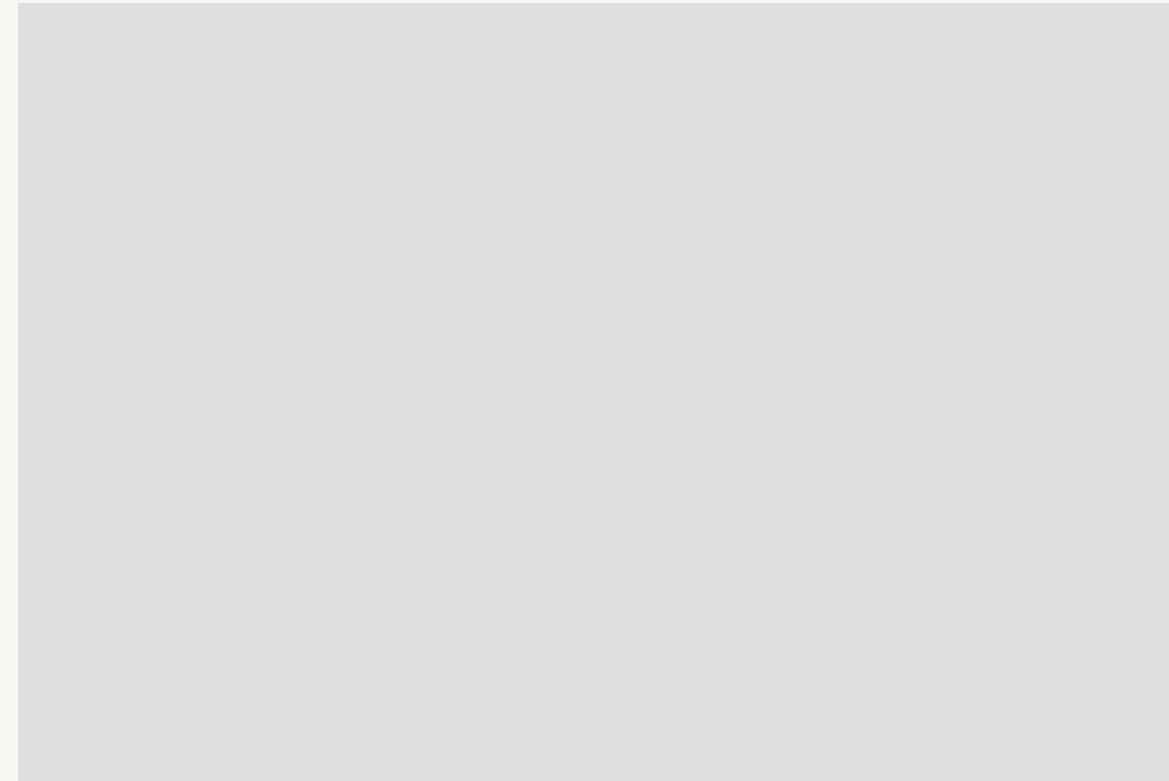
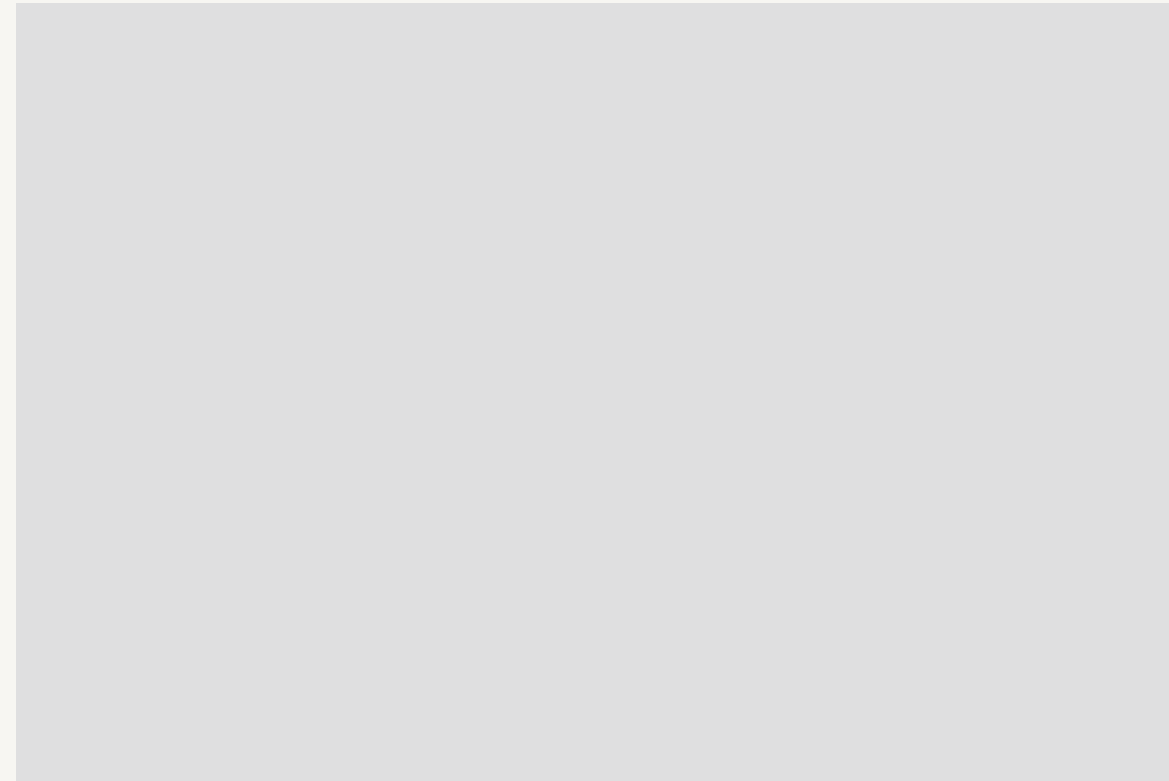
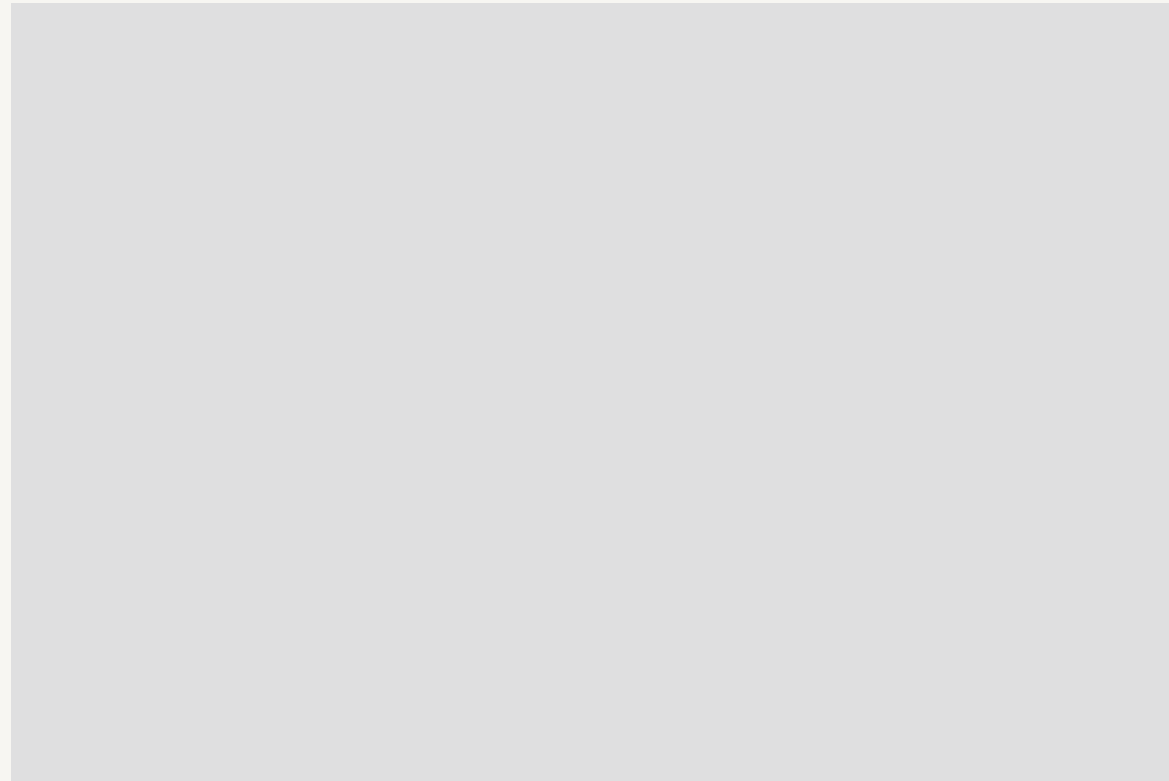
Slachtofferhulp gaat over mensen. Mensen staan daarom in onze fotografie centraal.

Foto's van Slachtofferhulp Nederland zijn krachtig, helder en geloofwaardig. Foto's worden vanuit een natuurlijk perspectief genomen, met natuurlijk licht, échte mensen en niet overdreven geënceneerd.

- Voor personen gebruiken we een afspiegeling van onze organisatie en samenleving.
- Kleding oogt zoveel mogelijk seizoen-onafhankelijk, professioneel en niet opvallend.
- Foto's zijn full colour, contrastrijk en bevatten niet teveel details.
- Beeld straalt warmte uit.
- Mensen en niet achtergronden staan centraal.
- Niet: expliciete weergave van delict: bivakmutsen, wapens, auto-ongelukken, etc.
- Niet: gewelddadige foto's (denk aan: vuisten in beeld).
- Niet: Beertjes en knuffels (uitzondering: onderdeel van herdenkingsplek).
- Niet: Nietszeggende details in beeld gebracht.

Let op: de fotografierichtlijnen worden in 2024 verder aangescherpt.

Neem bij fotografie contact op met de afdeling Communicatie.



Stockfoto's

Stockbeelden zijn toegestaan mits ze voldoen aan deze richtlijnen:

- Beelden van personen moeten echt en authentiek overkomen, geen overdreven poses.
- Let op of de kleding klopt, er geen verouderde apparatuur of zaken in beeld staan.
- Let op of de omgeving passend is (bijv. geen Amerikaans ogende omgeving).

De keuze om voor een Stockfoto te kiezen hangt van een aantal factoren af: hoe snel je de foto nodig hebt, kosten, waarvoor je de foto gaat gebruiken en of het beeld exclusief voor Slachtofferhulp moet zijn (zodat je geen risico loopt dat je het beeld ergens anders tegenkomt).

Slachtoffers (algemeen en jongeren).

- Als we slachtoffers in beeld brengen doen we dat als krachtige mensen (niet somber of zielig).
- Foto's hebben een positieve uitstraling.
- Heldere en natuurlijke belichting.
- Setting en situaties zijn realistisch.
- Foto's zijn vanuit een natuurlijk perspectief genomen, met verschillende camerahoeken en van verschillende afstanden tot het onderwerp.
- De fotograaf is als een 'fly on the wall', foto's zijn niet overdreven geënceneerd en geposeerd.
- Voor portretten geldt; personen staan 'centraal' en zijn met hun gezicht duidelijk in beeld.

Professionals

- Beelden zijn voor iedereen begrijpelijk op het eerste gezicht, ook voor mensen zonder voorkennis.
- Foto's zijn niet geposeerd, maar alsof professionals worden aangesproken tijdens hun werk.
- Kleding oogt professioneel en is vrij van opsmuk.
- De foto toont iemands werklocatie (plaats, rechtbank, ..), thuis of op kantoor.
- Voor portretten geldt; personen staan 'centraal' en zijn met hun gezicht duidelijk in beeld.

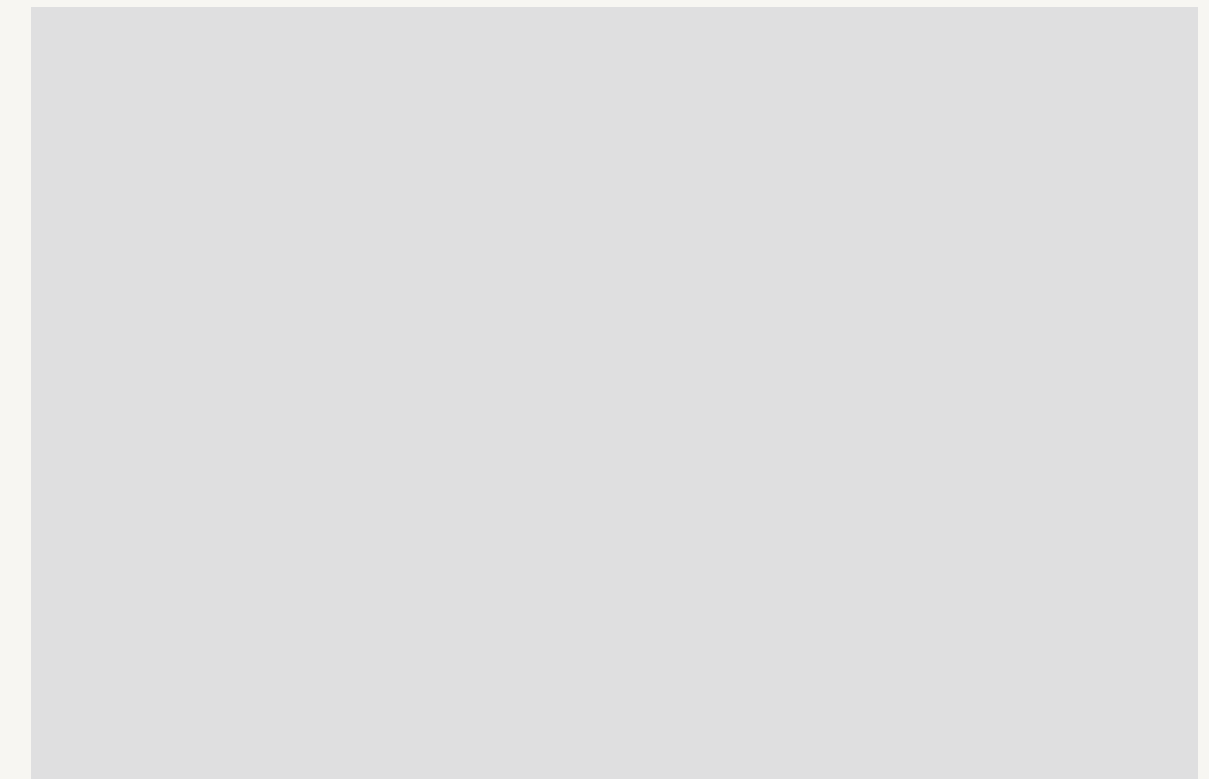
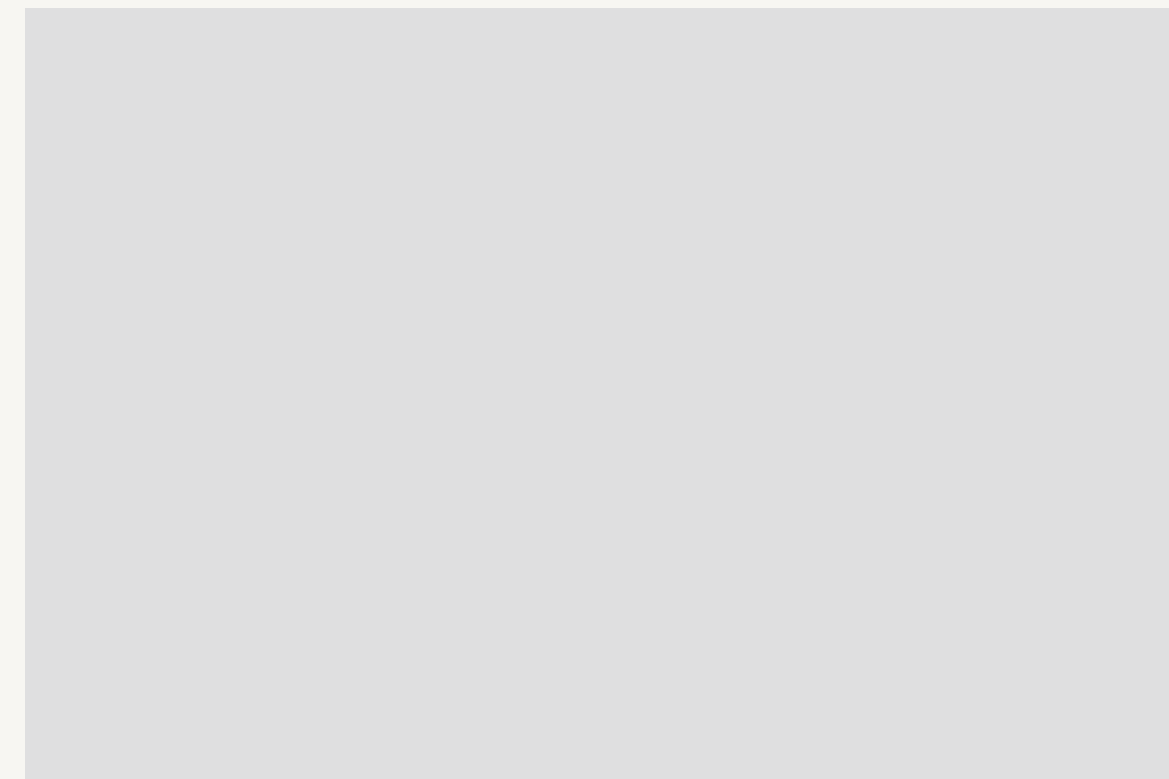
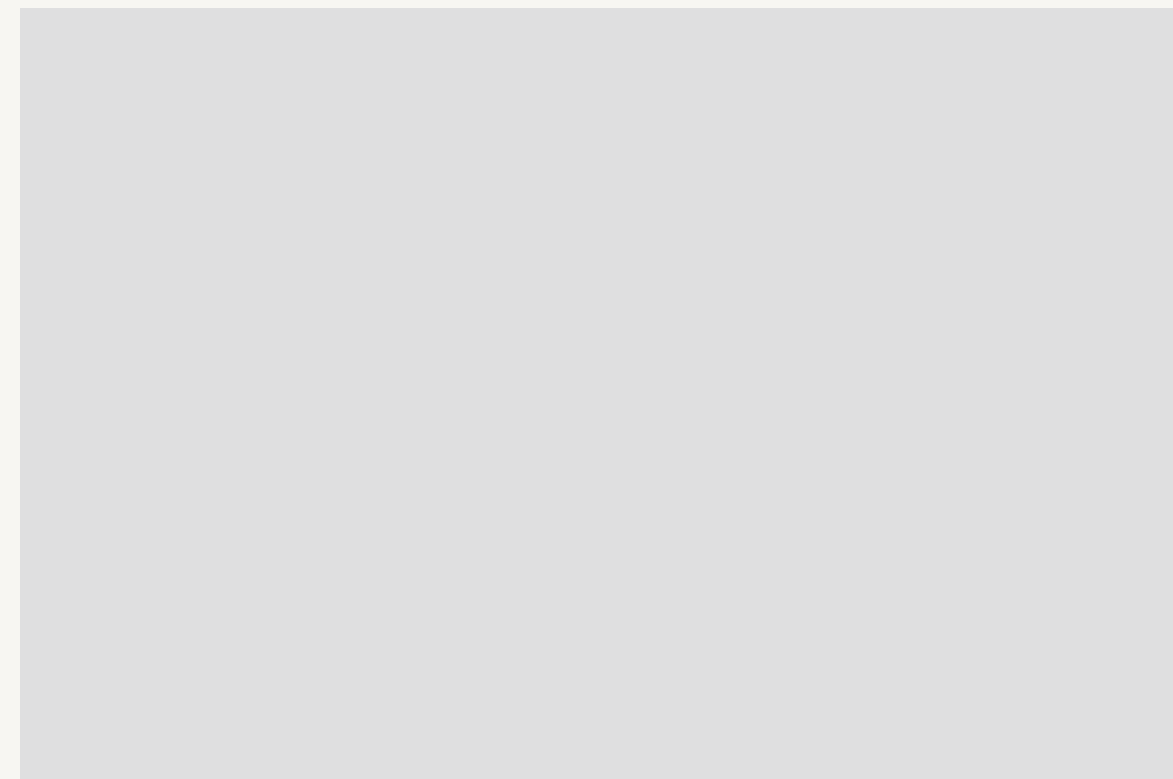
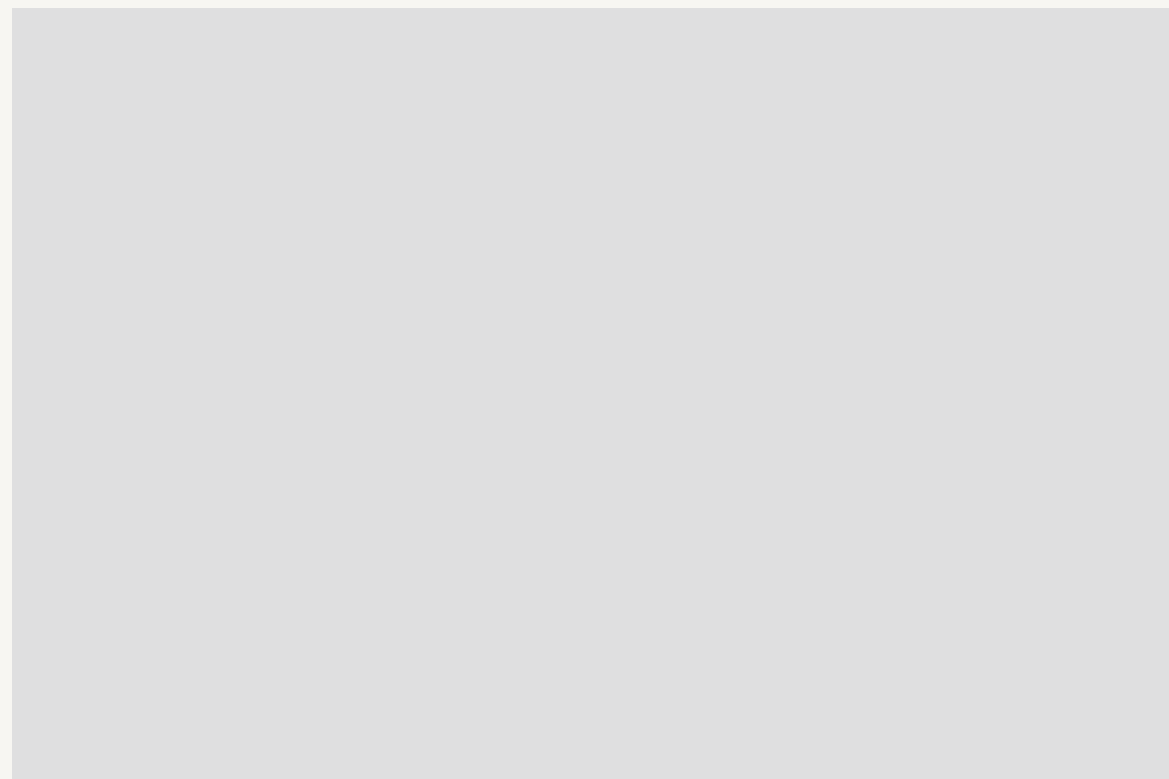
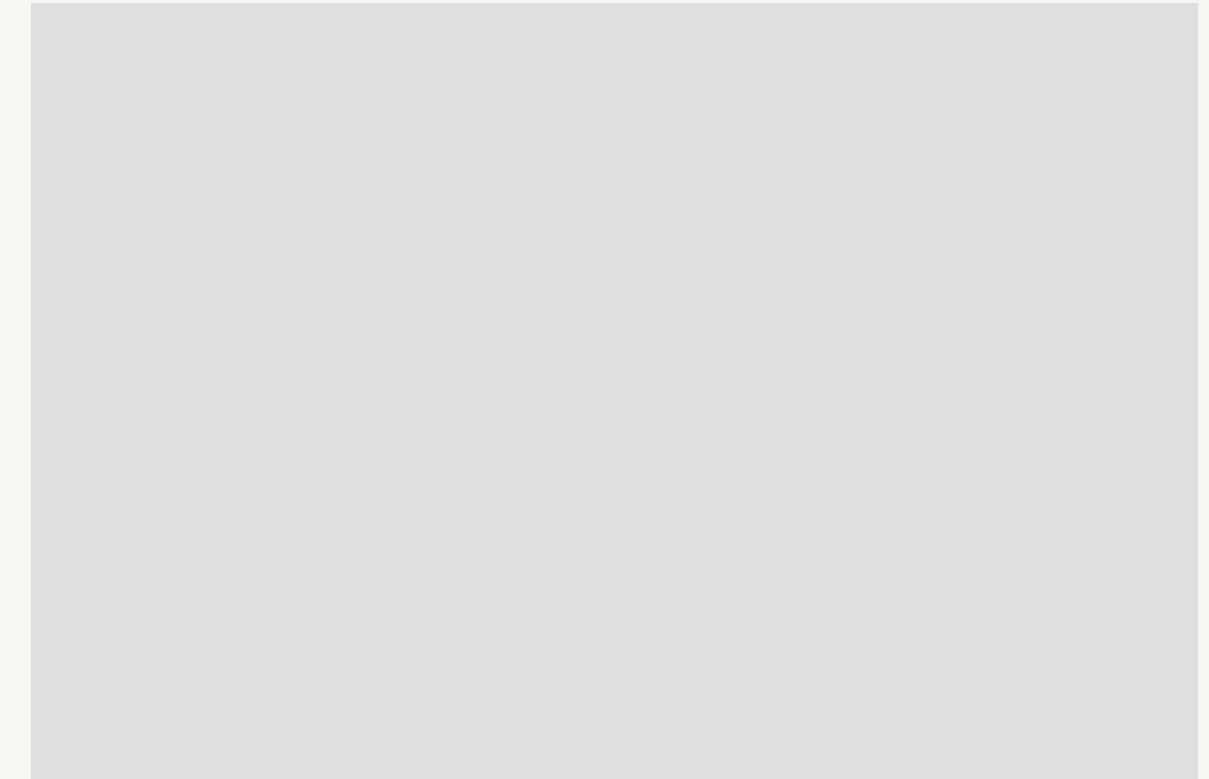
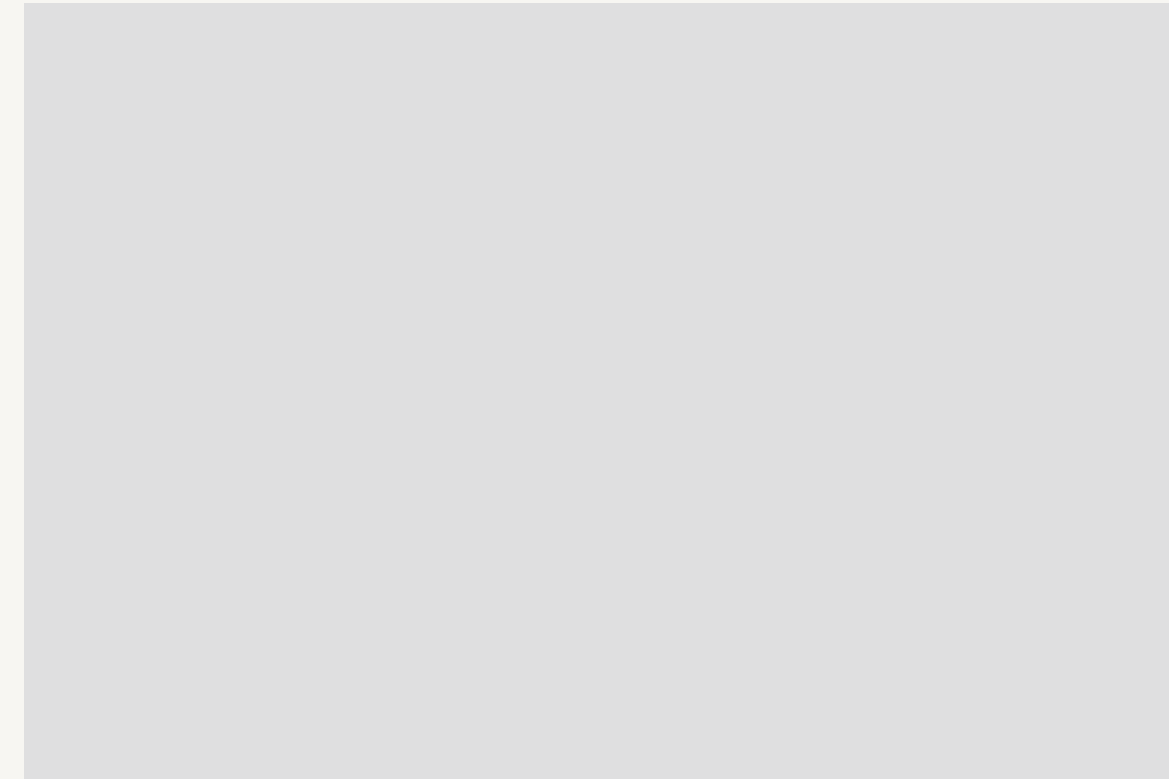
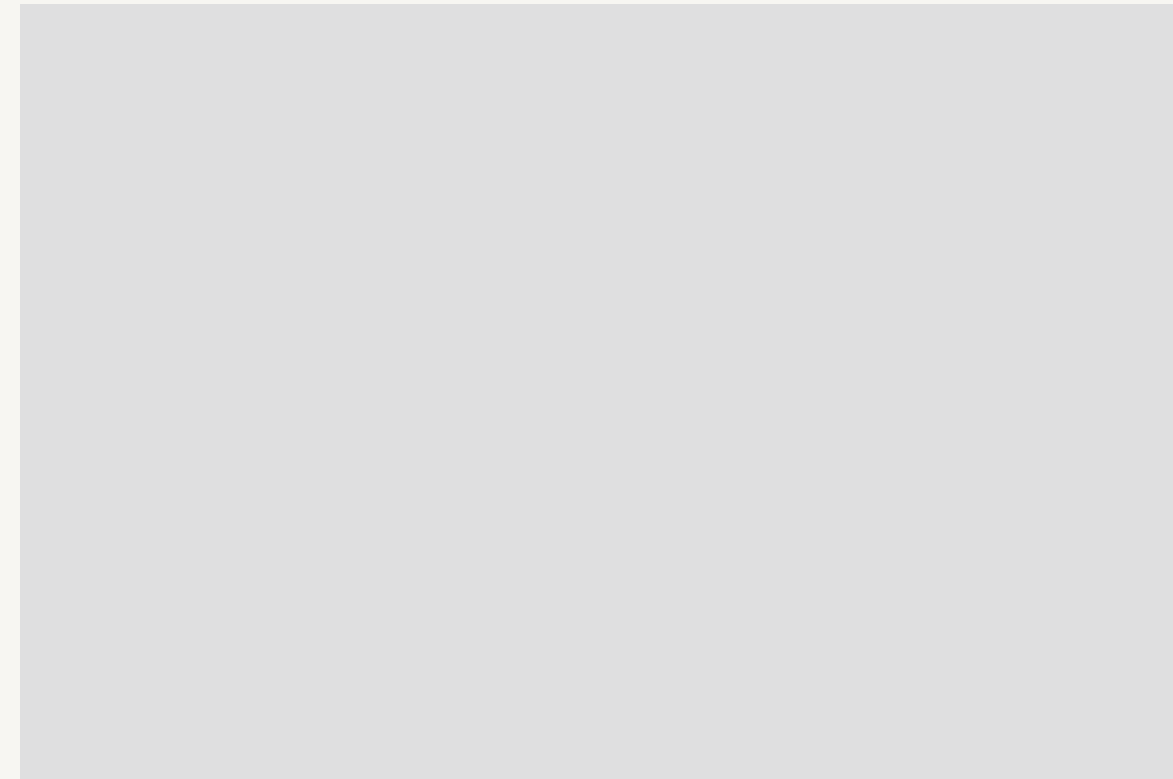
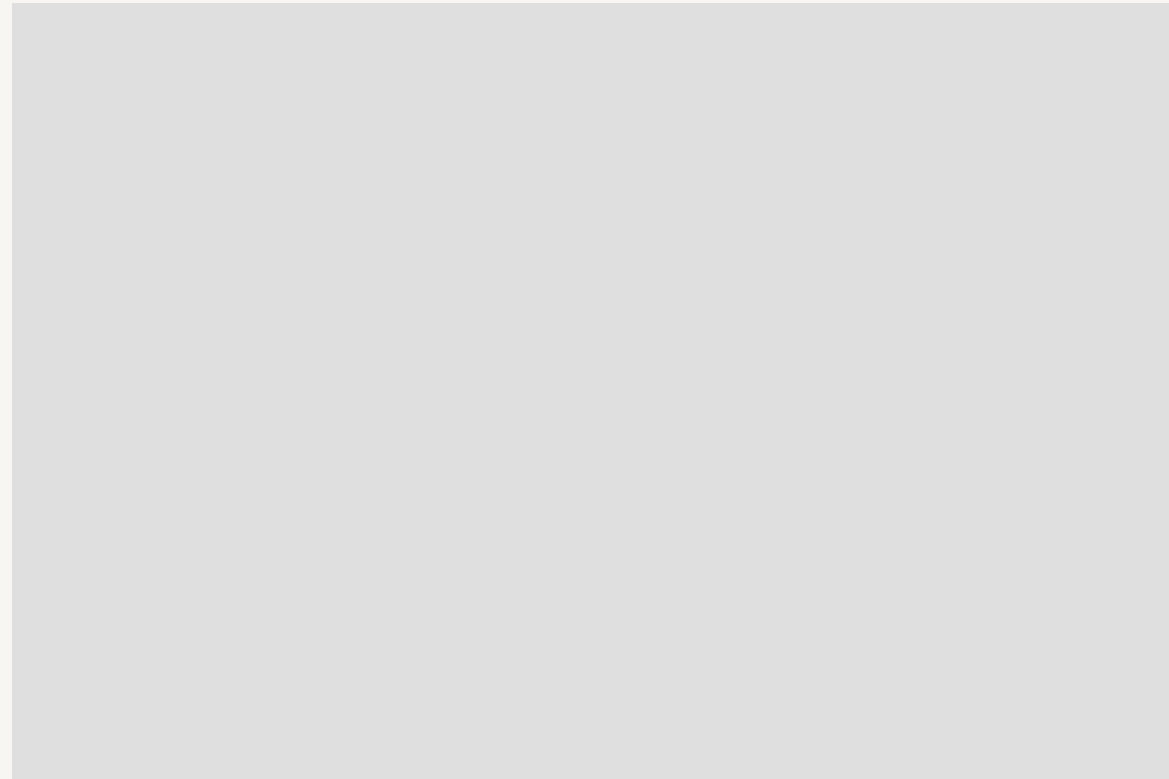
Helpers

- Foto's zijn niet geposeerd, maar alsof je meekijkt met een interactie tussen helper en slachtoffer.
- Voor portretten geldt; personen staan 'centraal' en zijn met hun gezicht duidelijk in beeld.
- Foto's zijn vanuit een natuurlijk perspectief genomen.
- Let op kleding en styling.

Werving

- Foto's zijn niet geposeerd, maar alsof medewerkers worden aangesproken tijdens hun werk.
- Voor portretten geldt; personen staan 'centraal' en zijn met hun gezicht duidelijk in beeld.

Let op: de fotografierichtlijnen worden in 2024 verder aangescherpt. Neem bij fotografie contact op met de afdeling Communicatie.



Studio opnames voor video en fotografie

Studio opnames voor video en fotografie zetten we in als we een groep personen of één persoon in het bijzonder willen uitlichten. Zoals bijvoorbeeld in explainer video's. Onderstaande voorbeelden laten zien dat we werken met een gekleurde studio achtergrond d.m.v. licht. De kleuren uit het secundaire palet kunnen hiervoor worden gebruikt. Maar ook neutrale lichte kleuren of grijs tinten zijn hiervoor geschikt. Het natuurlijke verloop in de achtergrond is fotografisch en ontstaat door licht en schaduw.



Studio opname met gekleurd licht.

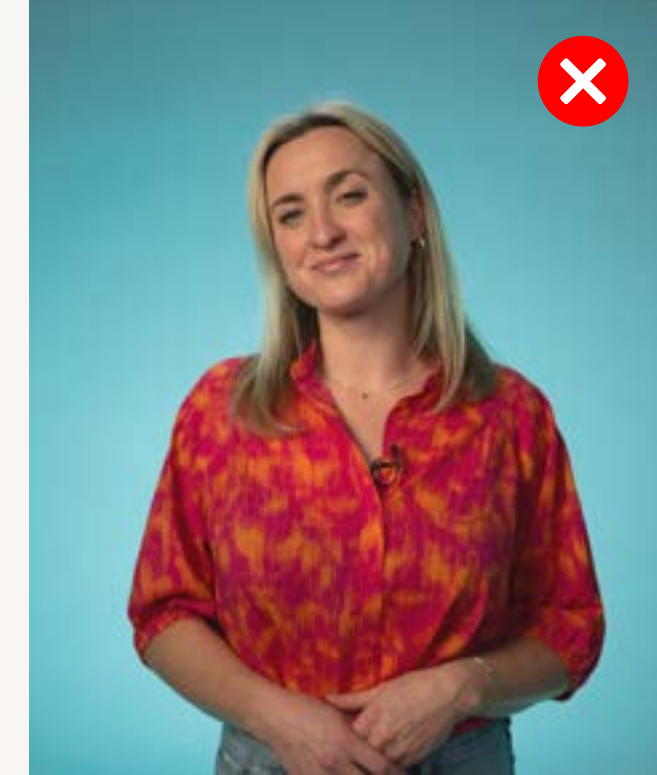


Groepsportret in de studio.

Styling

Let bij studio opnames op de styling van de modellen:

- Geen contrasterende kleding. Neutrale kleuren.
- Geen opvallende patronen of prints. Bij voorkeur uni kleding.



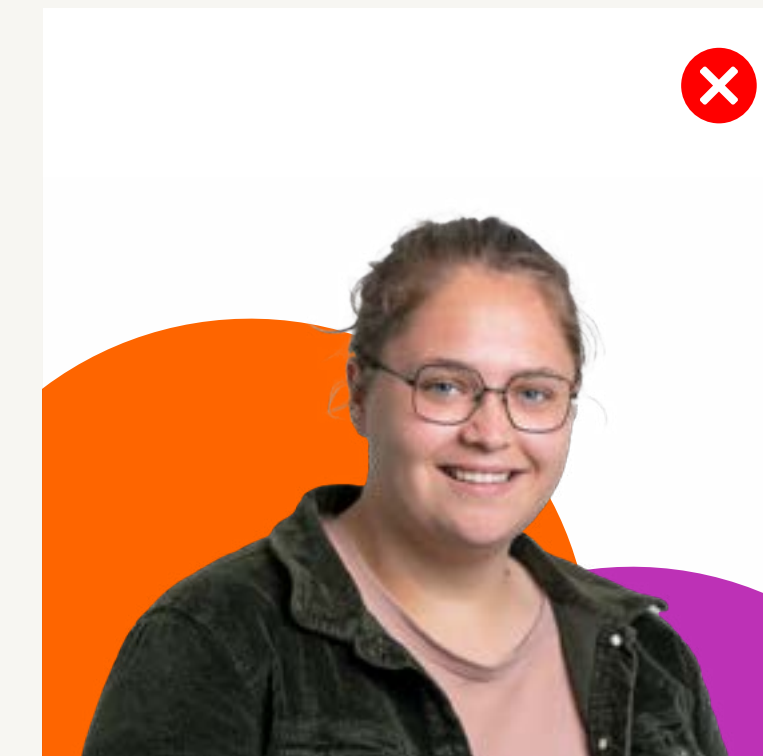
De rode blouse met opvallende print contrasteert met de turquoise achtergrond.

Vrijstaand maken

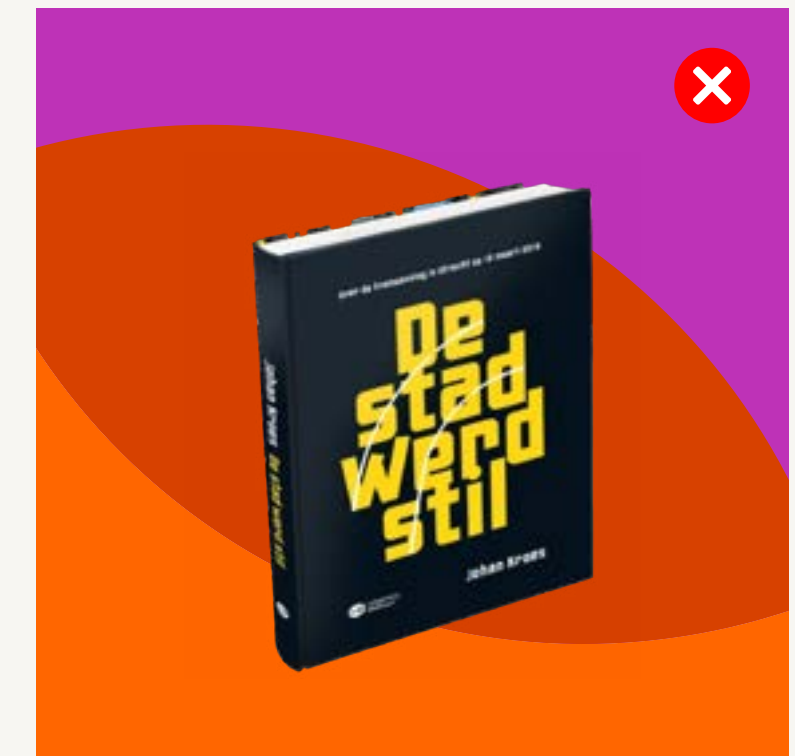
Personen of objecten kunnen m.b.v. fotobewerkingssoftware vrijstaand gemaakt worden. Eenmaal vrijstaand kun je de gewenste achtergrondkleur kiezen. Dat kan een egale steunkleur zijn, of een kleurverloop. Hieronder zie je hoe je een kleurverloop kunt maken. Onderstaande voorbeelden (do's en don'ts) zijn specifiek voor online toepassingen.



Plaats vrijstaande objecten op een rustige achtergrond met kleurverloop.



Plaats geen vrijstaande foto van een persoon over de cirkels.



Plaats geen vrijstaande foto van een object over de cirkels.

Video

Hieronder zie je enkele voorbeelden van stills uit explainer video's op 1920 x 1080 px. De secundaire kleuren worden gebruikt als studio achtergrond. Hierdoor krijgt de hoofdpersoon alle aandacht. De cirkels in paars en oranje spelen geen rol in de inhoud van de video's maar wel in de intro en outro animaties of tussenliggende bumpers die bijvoorbeeld het volgende onderwerp aankondigen



Tekstbalk 100px hoog, wit #FFFFFF.
Padding links en rechts 30px. 10px tussenruimte.
Museo Sans 900, 64pt, #212121.



Naam: Museo Sans 900, 64pt, #212121.
Functie: Museo Sans 900, 40pt, #212121.

Tekst in video

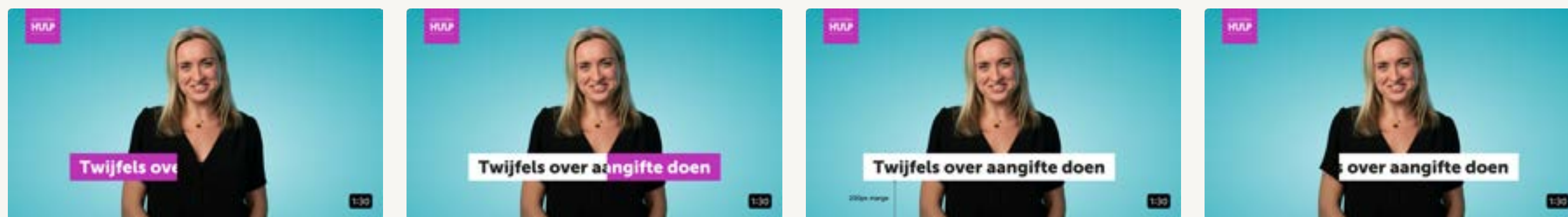
Tekst in een balk proberen we in onze huisstijl te vermijden. We willen immers niet een hoekige stijl. Echter in video's is het soms noodzakelijk om een tekstbalk te gebruiken, omdat het zorgt dat de tekst altijd leesbaar is. Volg onderstaande richtlijnen voor tekst en tekstbalken in video.



Ondertiteling is niet in onze huisstijlletter, maar in een goed leesbaar lettertype geschikt voor ondertiteling.
In dit voorbeeld lettertype Inter, 60pt, wit #FFFFFF, Regelafstand 120%.
Lettercontour zwart #000000, 4pt.



Museo Sans 900, 116pt, wit #FFFFFF.
Horizontaal en verticaal gecentreerd op de pagina.
Hier kunnen de cirkels animerend in- en uit beeld draaien, zoals ook in de logo animatie.



Voorbeeld van animatie van de tekstbalk in 4 stappen.

Tekstbalk 140px hoog, padding 40px.
Paarse balk #BE32B7 met tekst wit #FFFFFF.
Witte balk #FFFFFF met tekst zwart #212121.
Horizontaal gecentreerd op de pagina.
Museo Sans 900, 90pt.



Thumbnails bevatten standaard een tekstbalk en logo voor de uniformiteit, tenzij deze specifiek voor stories/social media worden ingezet, dan is ons logo als plaatser van de content al zichtbaar.



Tekstbalk 135px hoog, padding 40px, 25px tussenruimte.
Wit #FFFFFF met tekst zwart #212121.
Museo Sans 900, 90pt.

5. Cirkelvormen

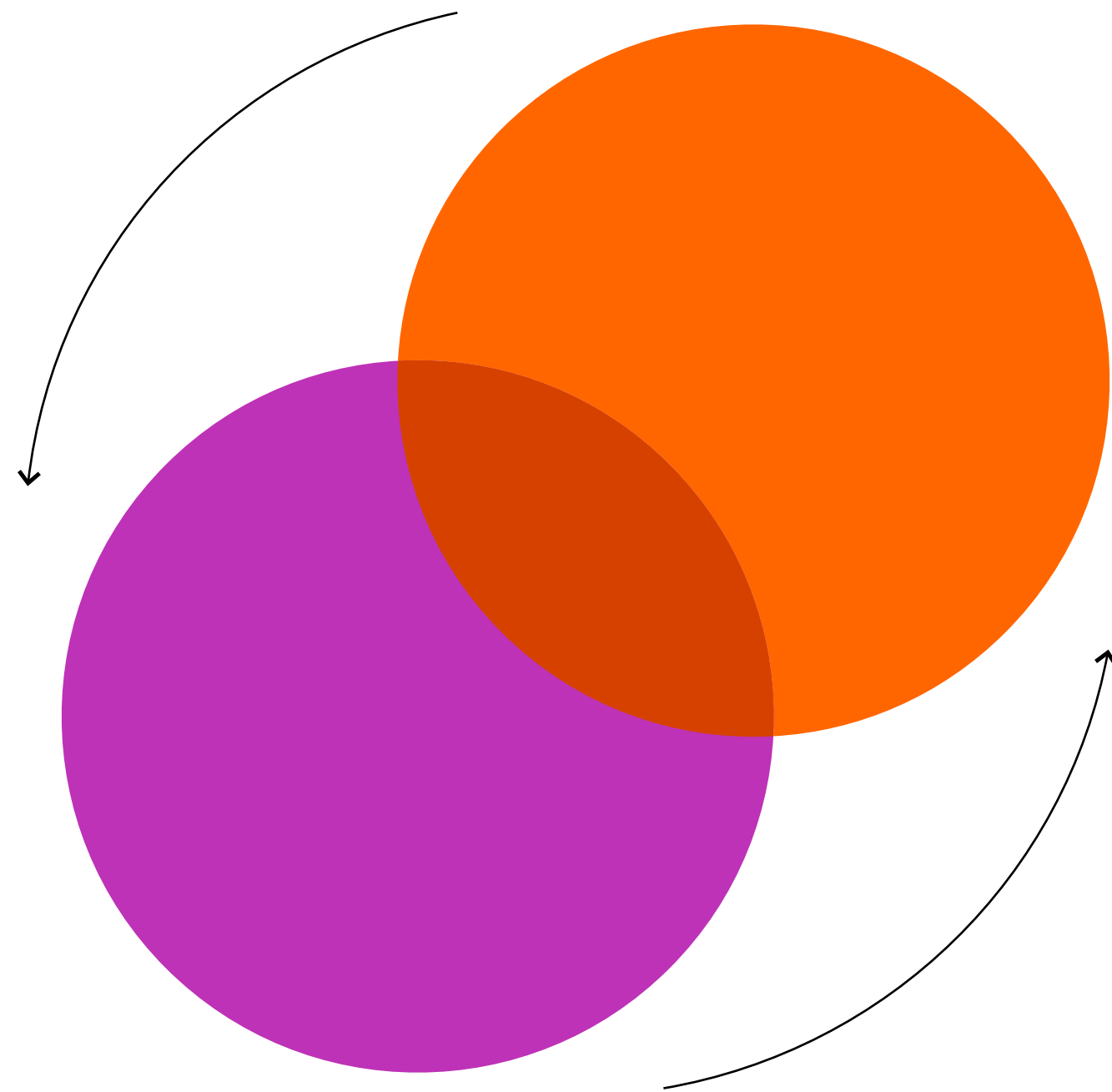
Overlappende cirkels

Twee overlappende cirkels vormen een centraal element in onze huisstijl. Cirkels zijn vriendelijke vormen en geven onze identiteit een menselijk gezicht.

De cirkels vergroten onze herkenbaarheid. Als we het logo met een duim zouden afdekken, dan zouden we aan de cirkels nog steeds onze organisatie kunnen herkennen. Ze helpen tevens om de kleurcombinatie oranje paars in de juiste verhouding aan te brengen.

Probeer het gebruik ervan altijd te relateren aan de inhoud. Reduceer de cirkels niet tot louter decoratie; maar geef ze een functie of een betekenis. Kies de vormgeving zodanig dat de cirkels altijd de inhoud ondersteunen en hou het simpel.

Hoewel de cirkels een belangrijk onderdeel zijn van onze visuele identiteit, hoef je ze niet in elke communicatie te gebruiken. We herhalen ons logo immers ook niet op elke pagina van een brochure. Als ze niets betekenisvol toevoegen of de inhoud in de weg staan, laat ze dan weg.



Een cirkelduo bestaat uit twee proportioneel gelijke cirkels, één oranje en één paarse die elkaar gedeeltelijk overlappen. De overlap is gelijk aan $1/3$ van de doorsnede. Deze vorm is als digitaal bestand vastgelegd. Een cirkelduo staat altijd onder een gradenhoek, nooit volledig horizontaal of verticaal. Ze kunnen afhankelijk van het doel en de toepassing variëren in positie, rotatie en grootte op de pagina.

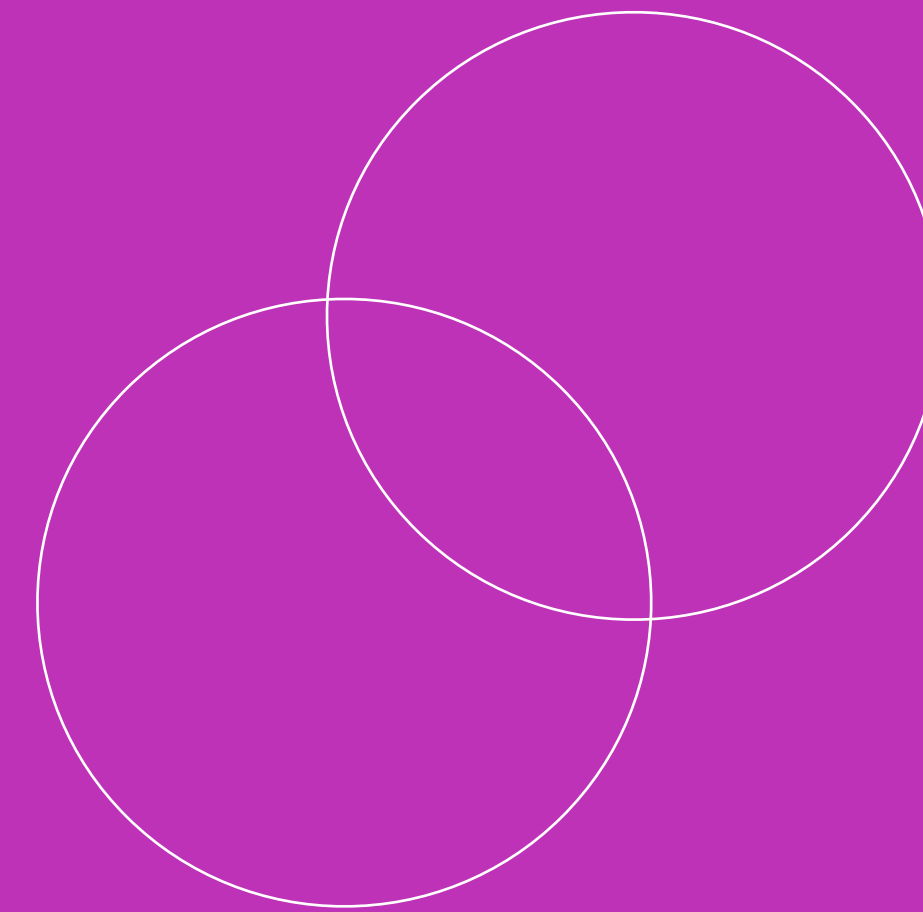
P.S. De variant met witte en paarse cirkel (lila overlap) gebruiken we niet meer!!

Outline variant

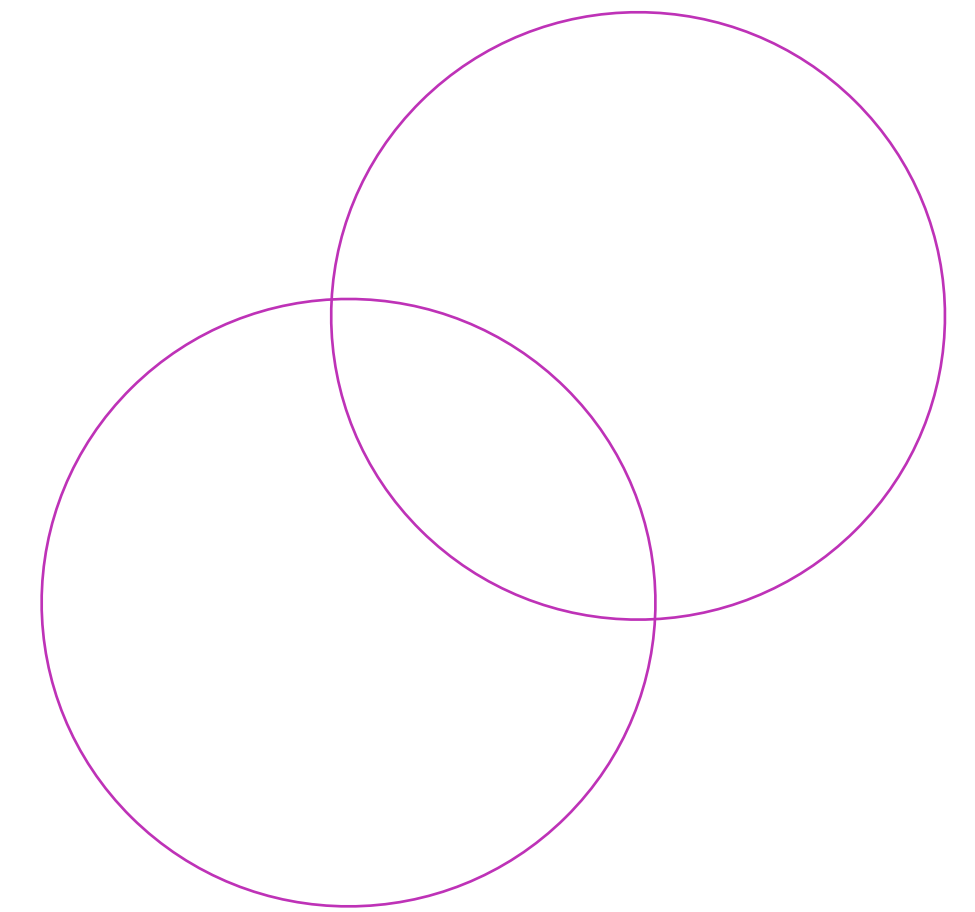
De outline variant kan in tegenstelling tot de overlappende cirkels ook decoratief ingezet worden. De open vorm biedt meer mogelijkheden wanneer het over een foto wordt geplaatst of wanneer de paars-oranje cirkels te druk/overheersend zijn.

We plaatsen geen tekst in de outline variant. Een enkele cirkel (zie p. 36) kan wel fungeren als tekstkader

Outline versie in wit

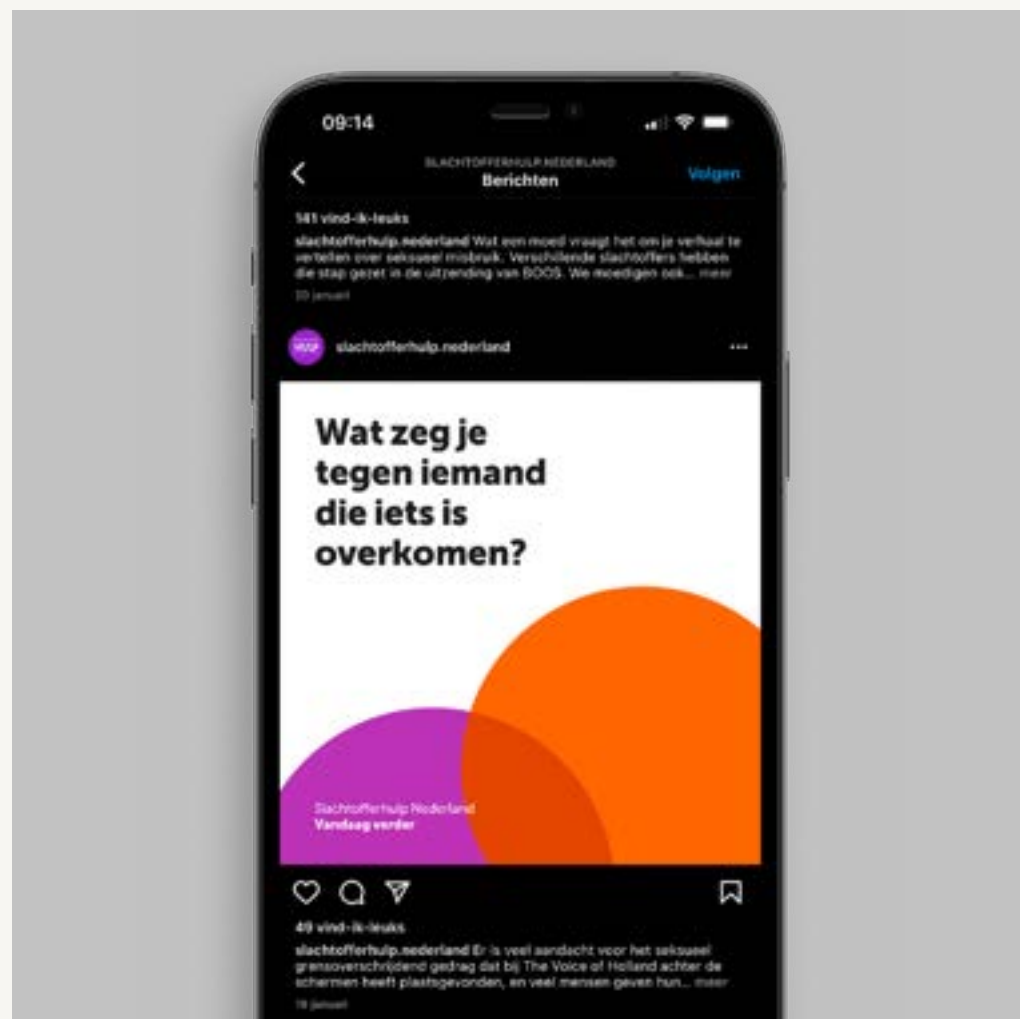


Outline versie in paars



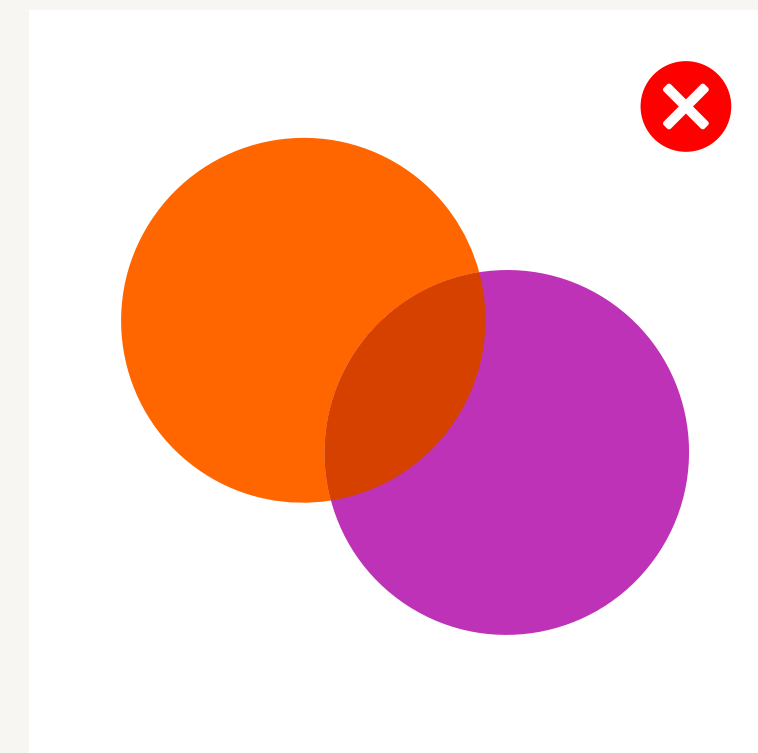
Toepassing

De cirkels geven identiteit en herkenbaarheid aan onze uitingen. Pas ze weloverwogen toe als je ze gaat combineren met tekst en/of fotografie. Wanneer je de cirkels op een foto plaatst om ruimte te creëren voor tekst, zorg dan dat de essentie in de foto niet wordt afgedekt. Je kunt de cirkels bijvoorbeeld inzetten als vorm voor een dialoog, zoals bijvoorbeeld vraag en antwoord of een call-to-action. Maar ook functioneel voor het plaatsen van onze pay-off of contactgegevens.

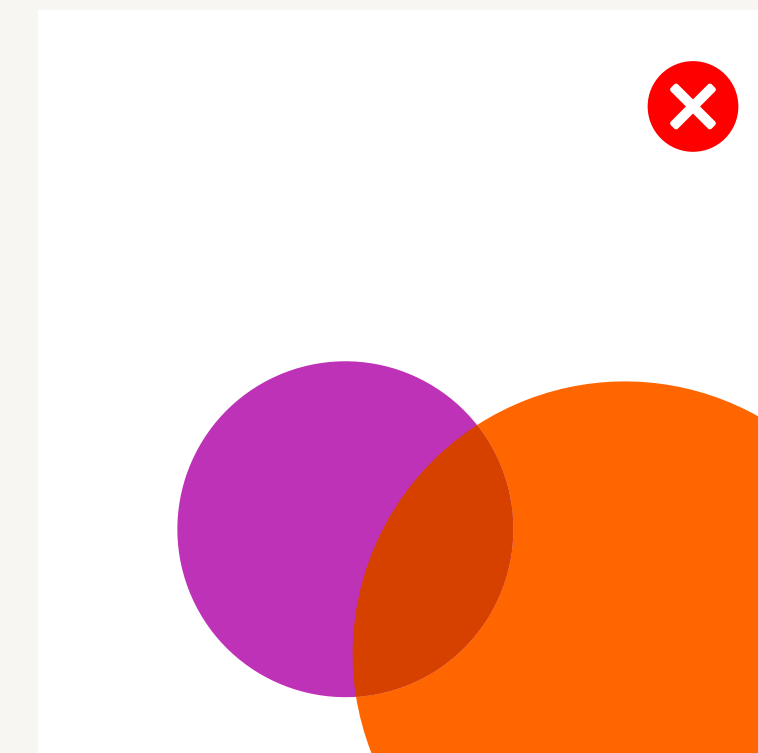


Niet toegestaan

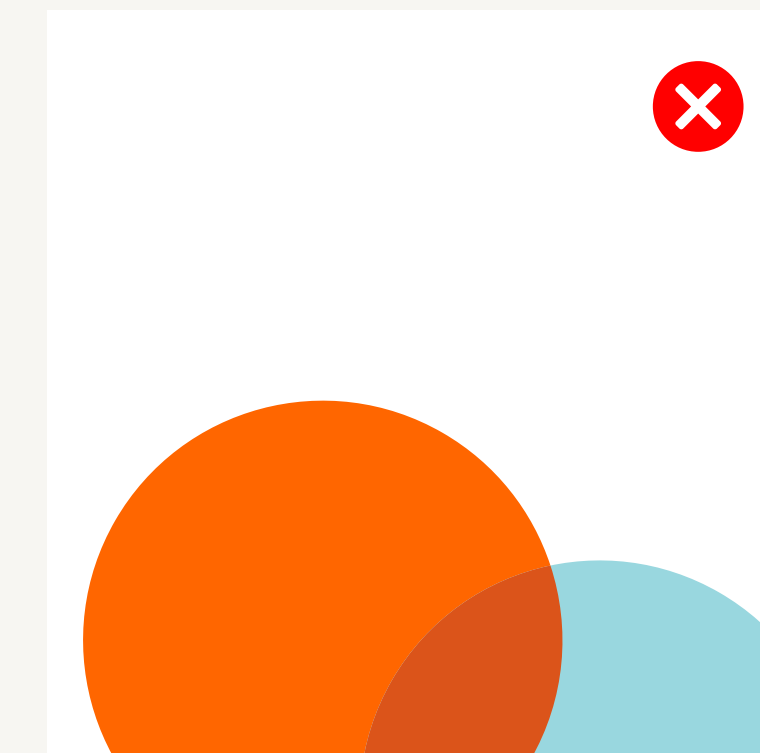
Onderstaande voorbeelden tonen hoe je cirkels niet mag toepassen.



Plaats de cirkels nooit zwevend. Laat ze tenminste aan één zijde uit het kader lopen.



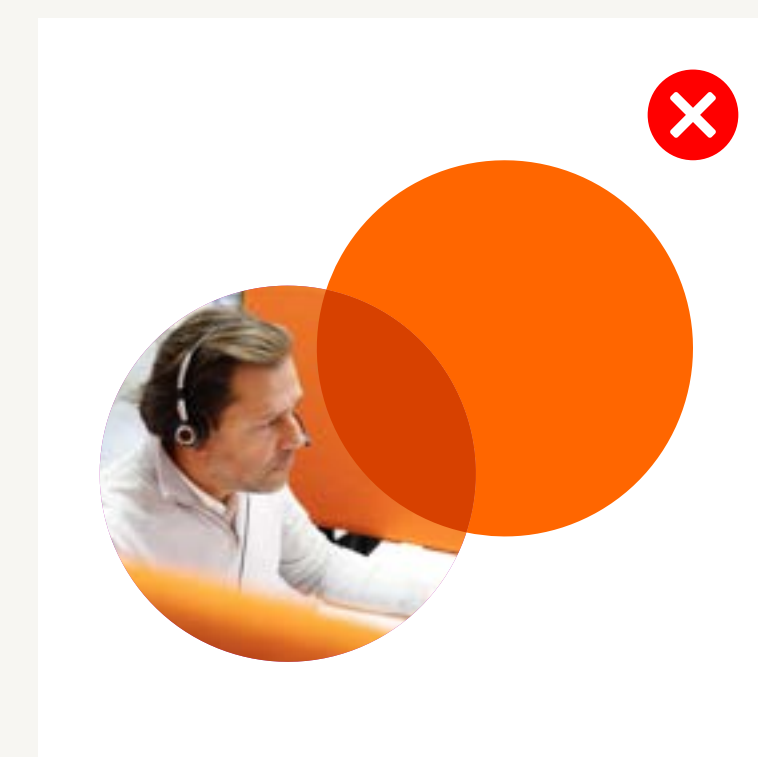
De cirkels zijn nooit verschillend van grootte.



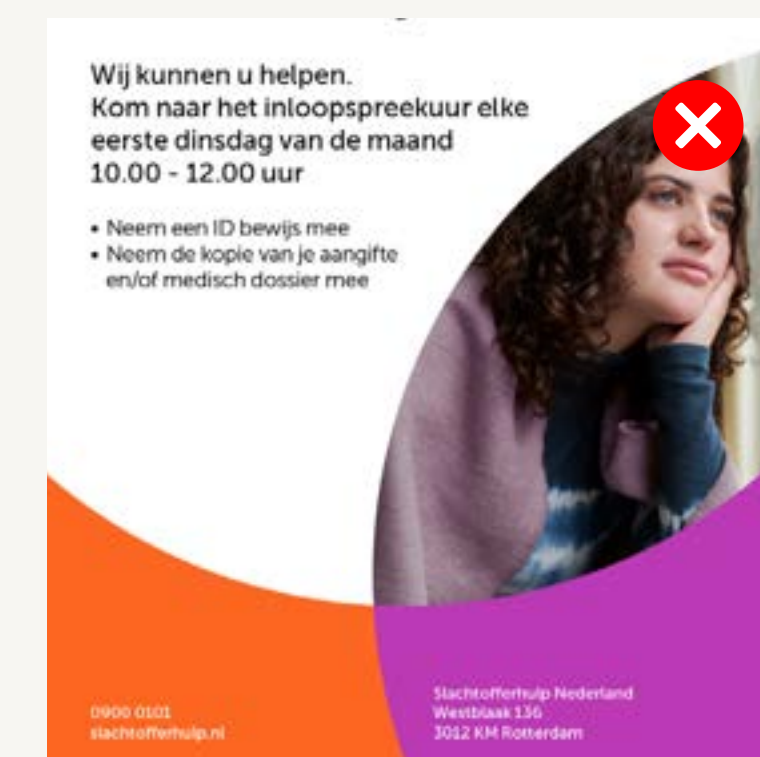
Een cirkelpaar is altijd paars/oranje, nooit een andere kleurcombinatie.



Maak de cirkels niet transparant.



Gebruik nooit één van het paars/oranje cirkelduo als fotokader.



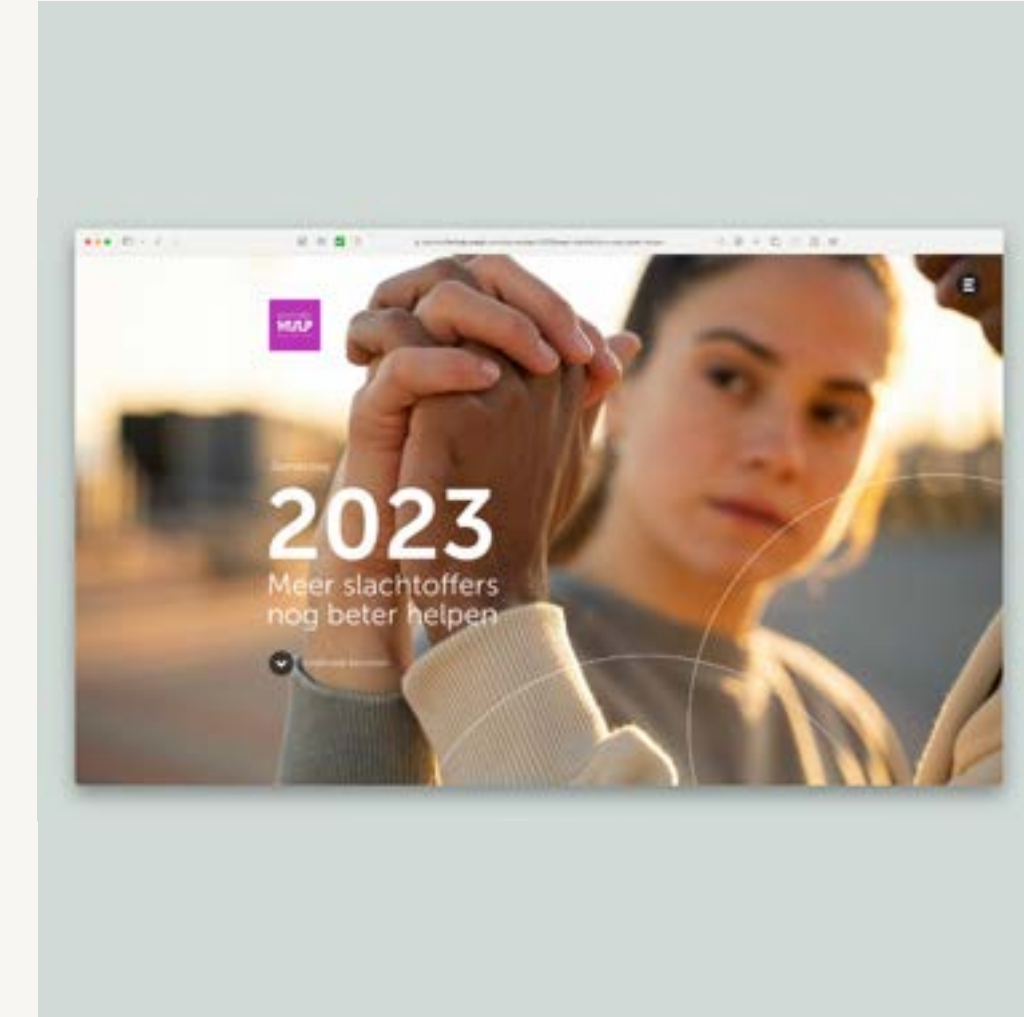
Plaats geen foto in de overlap.

Alternatief: vlakvullend

Een vlakvullende close-up van de cirkels kan dienen als alternatieve toepassing. Bijvoorbeeld als canvas voor tekst zoals in social media posts of de achterzijde van een visitekaartje. Een smalle strip aan de zijkant van een Powerpoint presentatie zorgt ervoor dat we niet op elke pagina het logo hoeven te herhalen.

Alternatief: outline versie

Een andere vorm is het cirkelduo in outline. Dat is veel subtieler en trekt minder de aandacht. In onze kantoren zijn ze toegepast in de glasfolie i.v.m. privacy. Het is een herbevestiging dat je als bezoeker goed zit. Deze vorm is zeer geschikt om op fotografie te plaatsen. Het laat de foto immers in tact.



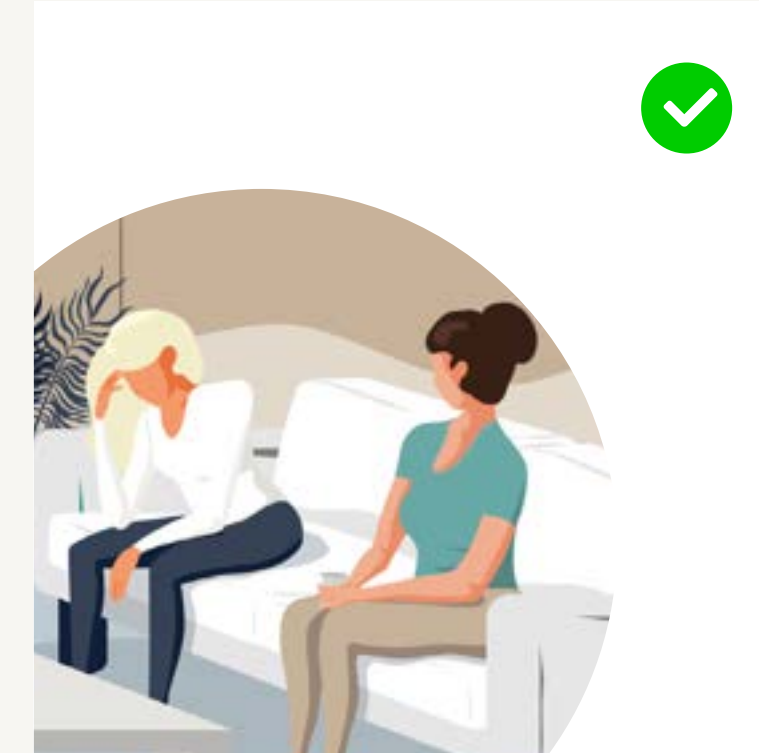
Enkele cirkel

Een enkele cirkel kan men gebruiken als grafisch element in de layout. Bijvoorbeeld als rond vlak achter een pijl of een icoon, maar ook als tekst- of fotokader. Een tekstkader kan ook in outline zoals onderstaand voorbeeld laat zien.



Wel of niet toegestaan

Onderstaande voorbeelden tonen hoe je de enkele cirkel wel of niet mag toepassen.



Een illustratie kan ook in een rond kader.



Combineer de enkele cirkels niet met een paars/oranje cirkelduo. Plaats nooit meer dan twee cirkels op een pagina.



Geef een cirkel geen kleurverloop.



Plaats de cirkel niet in een kleur die niet ons kleurpalet voorkomt.



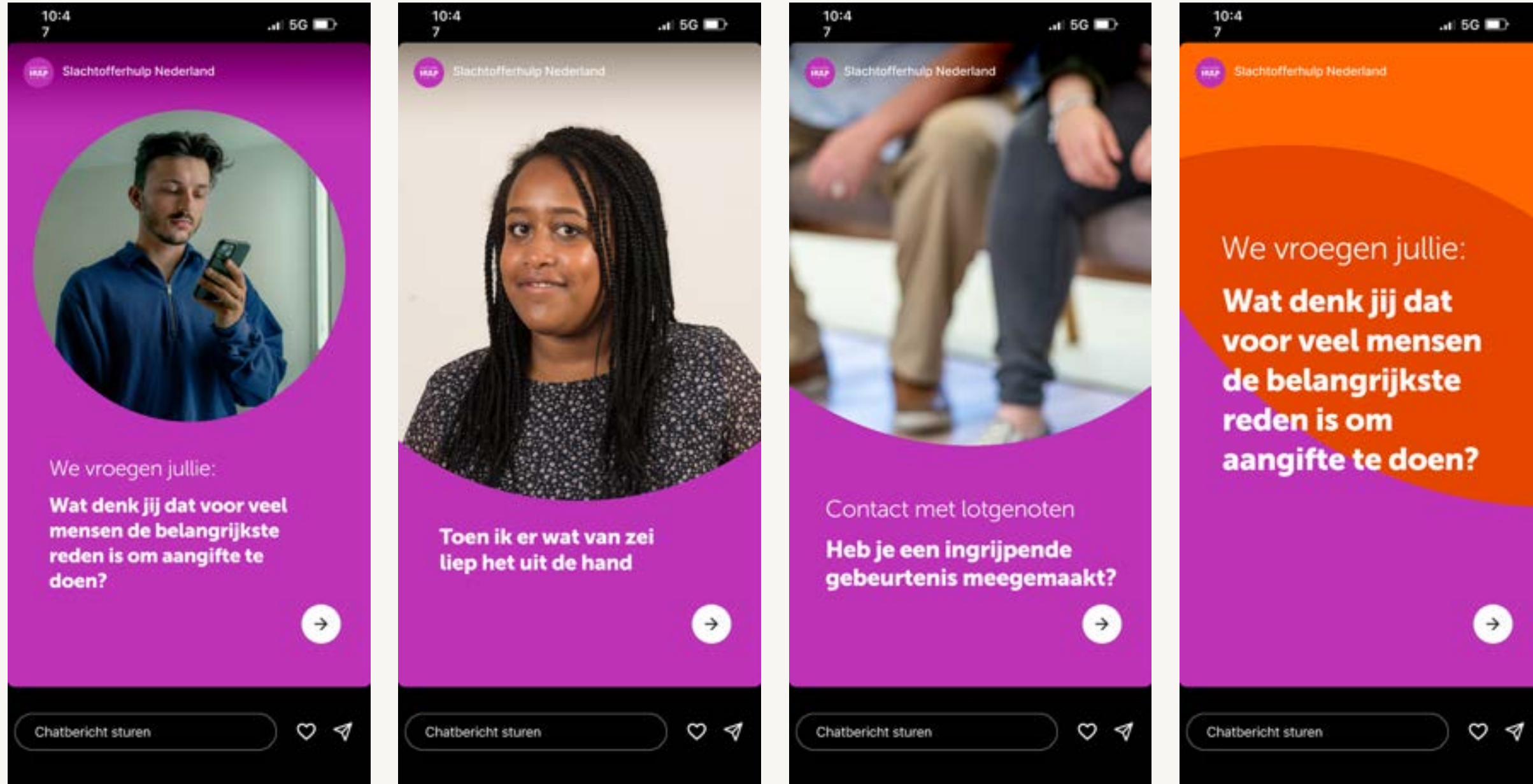
Maak de outline van cirkel niet te dik.



Geef een cirkel nooit een vulling én een outline.

Stories

In stories is het niet altijd mogelijk om de cirkels te plaatsen. Dat is begrijpelijk vanwege het smalle staande formaat. Ze nemen ruimte in wat soms ten koste gaat van de inhoud. Het gebruik van een enkele cirkel als fotokader kan uitkomst bieden. Als je alleen tekst en geen fotografie in je verhaal hebt, kun je de cirkels als canvas gebruiken. Zie hieronder enkele voorbeelden van story slides.



Voorbeelden van een enkele cirkel als fotokader.

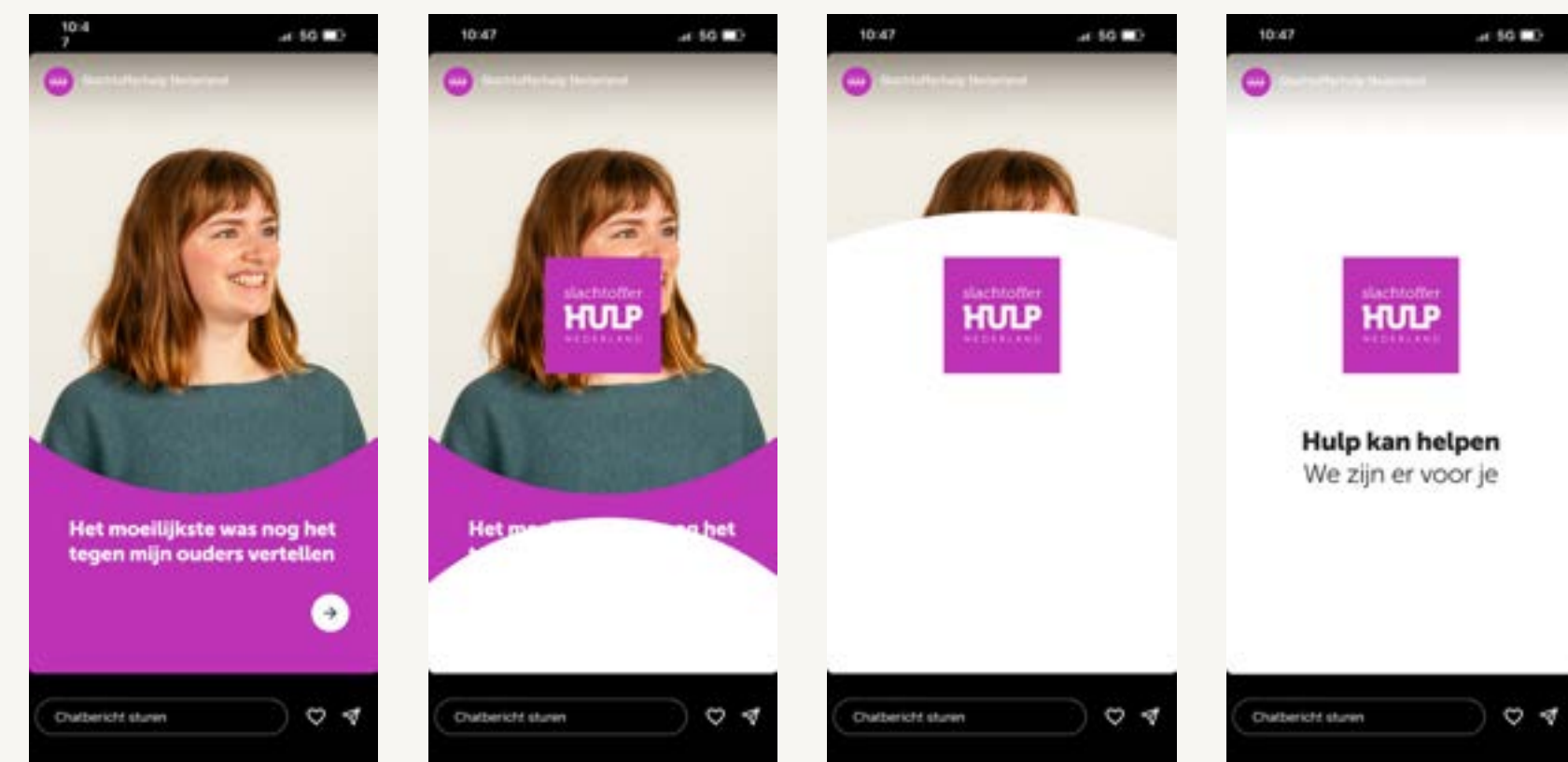
Voorbeeld van de cirkels als canvas.

End cards

Sluit je een carousel of video af met een endcard of outro? Dan bevat deze altijd een logo. Een korte animatie kan gebruikt worden als transitie naar de endcard. Hierbij beweegt een witte cirkel in beeld en onthult het logo en de slogan. De endcard is wit #FFFFFF of gebroken wit #F7F6F2. Plaats voor de helderheid en eenduidigheid niet teveel informatie in de endcard.



De endcard is helder en eenduidig. Het bevat minimaal het logo evt in combinatie met een slogan.



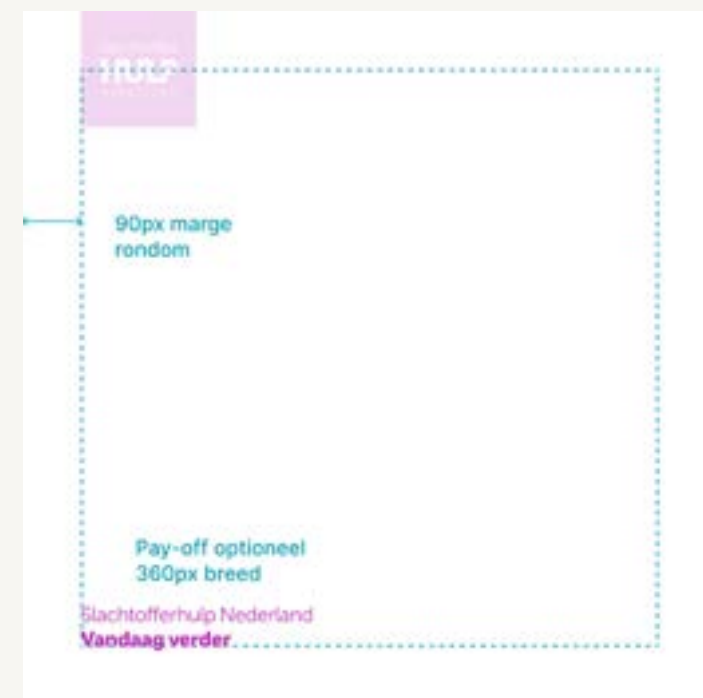
Voorbeeld transitie animatie.

Opmaak social media

We plaatsen veel berichten op social media en daarom is het belangrijk dat we éénduidig en consistent zijn in onze vormgeving. Hieronder is uitgelegd hoe je een vierkante instagram post van 1080 x 1080px kunt opmaken.

Marge

De marge is 90 px rondom. (gelijk aan de begrenzingszone van het logo)
Hierbinnen plaats je je tekst en eventueel de pay-off. De pay-off is niet verplicht. Bedenk of je het nodig hebt. Gebruik het alleen als het een logisch verband heeft met je boodschap.



Tekstkader

Plaats je tekstkader in de marge.
Je tekstkader is 900 x 900px. Tekst is linkslijnend en begint linksboven (of linksonder). De regelafstand is 1.25 (125%). Er zijn twee tekstgroottes waaruit je kunt kiezen, 60pt of 72pt.



Variant A

Wanneer de tekst niet gepaard gaat met een foto, kan een beeldvullende uitsnede van de cirkels als achtergrond dienen.



Variant B

Beoordeel o.b.v. je foto welke tekstgrootte en positie het beste werkt. Er zijn twee tekstposities; linksboven of linksonder met de basislijn op de marge. Evt vergroot je het contrast met een verloop van 100% naar 0% grijs (#BDBDBD).



Variant C

De cirkels kunnen helpen om tekst leesbaar te plaatsen en zorgen voor extra herkenbaarheid. Een liggende foto leent zich hier het beste voor. Zorg dat de essentie van de foto herkenbaar blijft. Let op: de posities van de cirkels staat vast: boven- of onder de foto.



Variant D

Heb je de principes onder de knie dan kun je een stap verder gaan met je vormgeving en bijvoorbeeld met een enkele cirkel en een steunkleur werken zoals in dit voorbeeld. Je kunt andere elementen toevoegen zoals een call-to-action button. Maar hou het simpel. Dit voorbeeld dient ter inspiratie.



6. Iconen & illustraties

Iconen

Iconen kunnen informatie snel vindbaar maken en versimpelen. Iconen moeten daarom altijd eenvoudig te begrijpen zijn.

- Onze iconen kenmerken zich door lijnvormen en hebben een open transparant karakter.
- Ze zijn gelijk van omvang en lijndikte.
- Hieronder staan vermeld welke kleurencombinaties zijn toegestaan.
- Iconen zijn op te vragen via communicatie@slachtofferhulp.nl.



Zwart (90%)
op witte achtergrond



Donkeroranje (#D74100)
op witte achtergrond



Paars
op witte achtergrond



Wit
op paarse achtergrond



Let op!

- Pas geen andere iconenstijl toe. Voor nieuwe iconen neem contact op met de afdeling communicatie.



Mis je een icoon?

Mis je een icoon in de basisset, dan kun je een icoon laten maken. Voor het ontwerp van iconen neem je contact op met de afdeling communicatie.

Als een nieuw icoon moet worden ontworpen, word deze getekend op een vierkant canvas van 100 x 100 px. Rondom houdt men een marge van 10 px vrij zodat iconen die naast elkaar geplaatst worden niet te dicht op elkaar staan. Het zwaartepunt van het icoon zit in een denkbeeldige cirkel. De lijnen zijn 2 pt dik en hebben afgeronde uiteindes. De lijnen hebben openingen, dat geeft onze iconen het open karakter.



Iconen voor web

Voorbeeld van enkele iconen speciaal voor de website ontwikkeld. Het formaat van deze iconen is kleiner (32 x 32 px), hierdoor is er minder ruimte voor detail.

Illustraties

- We gebruiken illustraties onder andere op de website, in online modules, op de Binnenplaats en in checklists.
- De beschikbare illustraties zijn specifiek voor online gebruik, voor specifieke doelen.
- Het kenmerk van illustraties is dat ze begrijpelijk en niet onnodig complex zijn.
- Illustraties zijn functioneel: ze helpen om informatie over te brengen.
- De beelden zijn rustig en herkenbaar.
- Bestanden van bestaande illustraties zijn verkrijgbaar via communicatie@slachtofferhulp.nl.



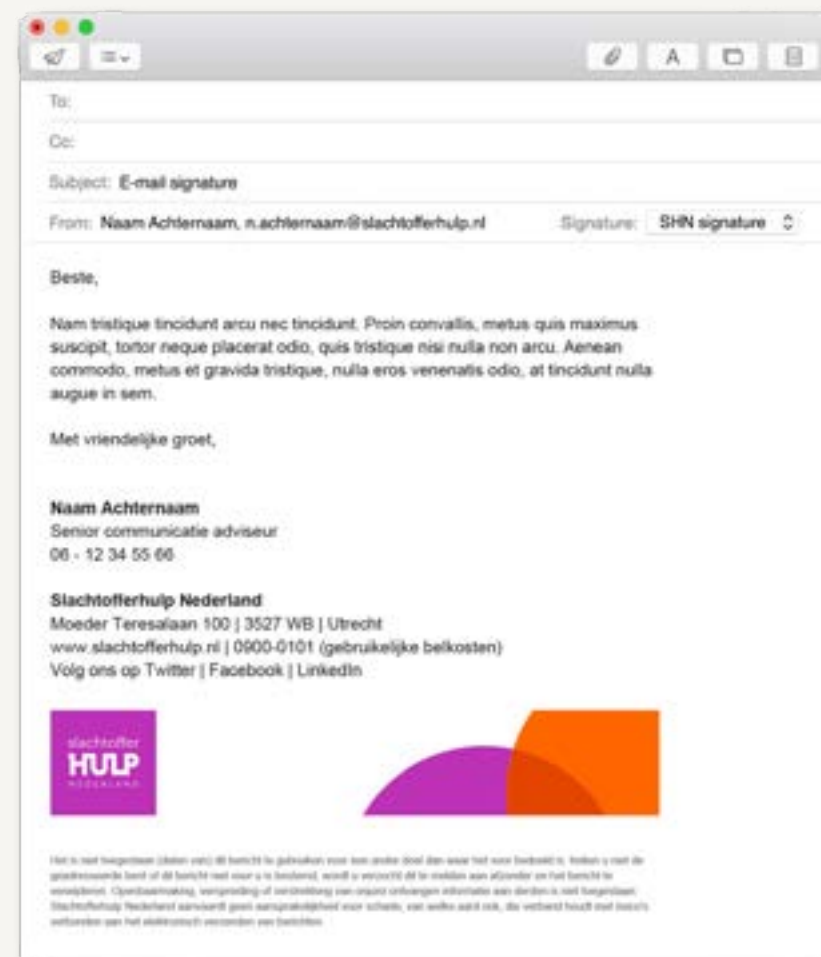
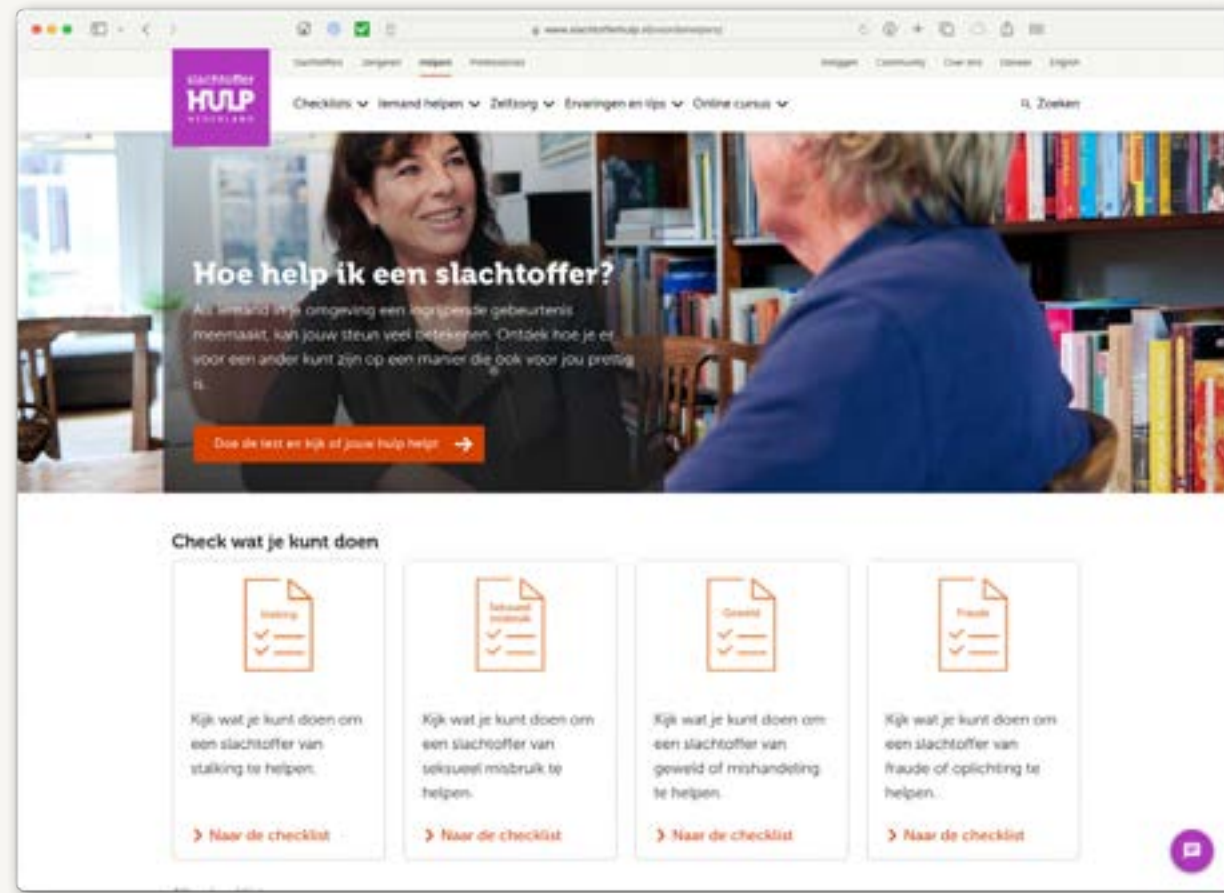
NB: sommige illustraties zijn stills uit animatievideo's.

Let op!

- Pas geen andere illustratiestijl toe. Voor nieuwe illustraties neem contact op met de afdeling communicatie.



7. Diverse voorbeelden



Nieuws voor professionals

Van u naar je

Op ons Platform voor Professionals en in onze nieuwsbrief spreken we u in het vervolg met je aan. Uit onderzoek van Motivaction onder 'onze' professionals blijkt dat slechts 15% de voorkeur geeft aan 'u'. Zo spreken we al onze doelgroepen - slachtoffers, helpers, professionals - op dezelfde manier aan.

In gesprek gaan over aangifte

Krijg je in je werk te maken met iemand die een strafbaar feit heeft meegemaakt? Adviseren om aangifte te doen lijkt dan logisch. De beslissing om aangifte te doen of niet is echter aan het slachtoffer. Wat jij kunt doen, is helpen bij het maken van een weloverwogen keuze. Onze checklist helpt je om in gesprek te gaan over aangifte. Zo kun je samen bepalen welke stap nodig is op weg naar herstel.

[Naar de checklist](#)

Hulp bij doorverwijzen jongeren

Slachtofferhulp Nederland gaat de komende tijd aan de slag om meer jongeren (15-25 jaar) te bereiken. Ook via professionals, bijvoorbeeld in het onderwijs, jongerenwerk of de zorg. Voor hen ontwikkelen we de komende tijd nieuwe middelen om jongeren beter te kunnen helpen. Het eerste resultaat is een pagina met informatie en advies over het doorverwijzen van jongeren die slachtoffer zijn geworden.

[Doorverwijzen jongeren](#)

Stappenplan en stopbrief seksuele expositie



Veel jongeren krijgen te maken met het ongewilde verspreiden van naaktbeelden. Soms wordt er alleen nog maar bedreigd met verspreiding. Dan kan een stopbrief helpen. In die brief staat dat er aangifte wordt gedaan als de ander iets met de beelden doet wat strafbaar is, zoals chanteren, verspreiden of bewaren. Je kunt de leerling wijzen op onze voorbeeldstopbrief. Voor docenten hebben we een stappenplan.

[Naar het stappenplan](#)

