

NVVS-huisstijl

Om eenheid naar buiten uit te stralen en daarmee de NVVS een krachtig, vriendelijk en eigentijds gezicht te geven willen wij graag dat alle NVVS'ers zich houden aan de volgende huisstijlelementen en regels. Niet alleen ondersteunt u daarmee ons imago, het bevordert ook de herkenbaarheid en dus onze naamsbekendheid. De kracht van communicatie zit immers in de consequente herhaling.

Sociale huisstijl: onze missie versterken

Huisstijl zit niet alleen in grafische elementen. Huisstijl zit ook in sociale elementen; in hoe wij ons als NVVS'ers naar buiten presenteren en hoe wij onze activiteiten uitvoeren. Om activiteiten zo uit te voeren dat ze bijdragen aan onze missie kunt u zich telkens de volgende vragen stellen:

- Draagt deze activiteit er toe bij dat iemand met een hooraandoening **zo optimaal mogelijk kan functioneren** in een omgeving met horende medemensen en kan participeren in onze samenleving of aan **begrip** voor mensen met een hooraandoening?
- Worden mensen met een hooraandoening **betrokken** bij deze activiteit?
- Past de activiteit bij het **krachtige, vriendelijke, eigentijdse** gezicht van de NVVS?
- Stralen zowel de organisatie, uitvoering als de producten en diensten die horen bij deze activiteit, aan alle kanten **kwaliteit** uit?
- Wordt de **onafhankelijke** positie van de NVVS in deze activiteit gewaarborgd?
- Wat levert deze activiteit aan duidelijke **resultaten** op?

Door uzelf telkens deze vragen te stellen, zullen uw activiteiten alleen maar aan waarde winnen voor iedereen met een hoorprobleem. En daar doen we het toch allemaal voor!

Grafische huisstijl

Onze grafische huisstijl is opgebouwd uit de volgende elementen:

- Kleuren oranje (PMS 144), petrol (PMS 308) en framboos (PMS227). Voor kleurgebruik in full-colour drukwerk of beeldscherm kunt u contact opnemen met het landelijk bureau.
- Het lettertype Arial Bold en Arial Regular worden gebruikt voor PC-toepassingen. En voor drukwerk gebruiken wij MetaPlusBoldRoman en MetaPlusMediumRoman voor koppen en Quadraat regular voor teksten.
- Het NVVS-logo al dan niet met slogan:



of



En onderregel: **Nederlandse Vereniging voor Slechthorenden**

Voor JPEG- of PNG-afbeeldingen geschikt voor drukwerk kunt u contact opnemen met het landelijk kantoor.

Toepassingen grafische huisstijl

NVVS-briefpapier

Als u namens de NVVS een brief wilt doen uitgaan, gebruik dan NVVS-briefpapier en de huisstijl van de NVVS. Voor toezending van een sjabloon kunt u contact opnemen met het landelijk kantoor.

- Alle documenten worden gemaakt met lettertype Arial.
- De brief is in lettergrootte 10, regelafstand anderhalf.
- Op het briefpapier noteert u bovenin de naam van uw afdeling of commissie (bijvoorbeeld Afdeling Regio Den Haag of Commissie Ménière).
- Als voorbeeld in het sjabloon staat er nu Commissie Tinnitus en Hyperacusis. U verandert dit door hierop te dubbelklikken. U komt dan in de koptekst. Nog een keer klikken zodat u in het tekstkader komt.
- Links onderin het sjabloon kunt u de adresgegevens wijzigen door op de ingevulde gegevens te klikken, waarna u in een tekstvak komt. De brief is opgebouwd uit enkele tekstvakken waarbinnen u de tekst noteert.

Persberichten

Persberichten verstuurt u het liefst via een e-mail. U maakt het de journalist dan makkelijker om uw tekst te bewerken op de manier die past bij de krant of het tijdschrift en dus verhoogt u de kans op plaatsing.

Tips voor het schrijven van een persbericht

- Bepaal wie precies je doelgroep is en pas het taalgebruik daarop aan.
- Zet bovenaan met grote, vetgedrukte letters 'PERSBERICHT'.
- Zorg voor een pakkende, maar heldere titel.
- Vermeld in de eerste alinea het belangrijkste van je boodschap (bijv. activiteit, datum, tijd en locatie). Het gaat om vragen als Wie? Wat? Waar? Waarom? En Wanneer?
- Wees kort en bondig in de rest van het persbericht waarin u de vraag Hoe? beantwoordt en nadere toelichting geeft. Bedenk daarbij dat een bericht vaak wordt ingekort. Zet onderaan dus de minst relevante zaken.
- Eindig met onder het bericht een streep te zetten en daaronder een naam, telefoonnummer en/of e-mailadres voor nadere informatie. Zet erbij wanneer deze persoon te bereiken is (bijv. 'alleen tijdens kantooruren').
- Zorg dat het bericht foutloos de deur uitgaat. Laat het altijd door een ander lezen en controleren om te checken of de boodschap duidelijk is en er geen fouten in staan.
- Zet in de begeleidende mail dat u bijgaand persbericht bestemd is voor (invullen naam krant, huis-aan-huisblad of tijdschrift) van (vul datum in).
- Vraag zo nodig om een fotograaf op een bepaalde plaats en tijd aanwezig te zijn
- Lever eventueel zelf een foto of ander beeldmateriaal aan.

Veel gemaakte fouten

- Het persbericht bevat geen actueel nieuws.
- De opbouw is verkeerd.
- Het taalgebruik is te wervend. Het mag geen reclame zijn.
- Het bericht is geschreven vanuit het perspectief van de organisatie en niet vanuit de interessewereld van de lezers.

PowerPoint-presentaties

Als u namens de NVVS een PowerPoint-presentatie gaat maken, maakt u dan gebruik van de voorbeeldsjablonen verkrijgbaar op het landelijk kantoor. En lees de tien tips!

Toelichting op sjablonen

- Links op de pagina staat een blauwe balk, die van boven naar beneden loopt.
- Onderaan de pagina staat een oranje balk, die aan de bovenkant licht gebogen is.
- In de oranje balk staat in wit de naam van uw commissie of afdeling met daarachter in het blauw het website-adres (gemakkelijk te wijzigen door er op te klikken)
- Rechtsboven staat het NVVS-logo met de slogan 'stáát voor horen'.
- Op de eerste pagina, de welkomspagina staat 'Welkom' in het oranje. Op de volgende pagina's worden zwarte letters gebruikt.
- Het lettertype is Arial.
- Bij gebruik van beeldmateriaal moet het logo van de NVVS vrij gehouden worden.

Tien tips

1. Sheets letterlijk voorlezen

Ongeveer een derde van alle sprekers met een PP-presentatie leest zijn/haar sheets min of meer letterlijk voor en staat dus met zijn/haar rug naar het publiek. Niet doen. Kijk de zaal aan en communiceer met uw publiek. Nooit voorlezen. PowerPoint is een hulpmiddel, niet het eigenlijke werk.

2. Het publiek overladen

Veel sprekers overladen hun publiek met wel vijftig tot tachtig sheets in een half uur. Dit is een perfecte manier om de aandacht van uw toehoorders te verliezen. Advies: gebruik per half uur maximaal tien sheets. Loop de zaal in en kijk het publiek aan als u met hen communiceert en zet af en toe het scherm gewoon uit. Hoe minder sheets, hoe communicatiever uw speech.

3. Een paar kilo 'ons'

Begin uw presentatie nooit met een organogram van de NVVS. Veel te saai! Begin meteen met uw verhaal, want daar komt het publiek immers voor.

4. Afsluiten zonder gelegenheid tot vragenstellen

Uw tijd volpraten of zelfs overschrijden en dan meteen weglopen is ongepast. Het is niet alleen een kwestie van beleefdheid om de zaal de ruimte te geven voor het stellen van vragen, maar u peilt daarmee ook de interesse van uw toehoorders. Reserveer 10 procent van uw spreektijd voor vragen uit het publiek.

5. Afsluiten zonder contactgegevens

Zet op de laatste sheet uitsluitend uw e-mailadres en telefoonnummer. Zorg dat uw contactgegevens in de hand-out staan. Laat dus altijd uw gegevens achter.

6. Klunzen met snoertjes

Uw voorganger koppelt de laptop af en de uwe moet eraan. De dagvoorzitter praat ondertussen de boel enthousiast aan elkaar door een paar van uw wapenfeiten de revue te laten passeren. En terwijl het toch zo simpel leek, krijgt u die rotdraden niet aangesloten. Geen geweldige start. Test vooraf de aansluitingen en kijk of uw presentatie goed draait. En neem altijd uw eigen aansluitkabels en adapter mee.

7. Uw bureaublad verschijnt niet

Er is verbinding, maar het beeld blijft helderblauw of zwart. Denk dan niet meteen dat het aan de beamer ligt en zet die vooral niet uit en weer aan. Als u de beamer en laptop van de NVVS gebruikt, zet dan eerst de beamer en dan de laptop aan. Het kan minuten duren voordat de beamer een beeld geeft. Waarschijnlijker is het dat de plug van de beamer toch niet goed in uw laptop steekt (blauw scherm) of dat de resolutie van uw beeldscherm hoger of lager staat ingesteld dan die van de beamer (zwart scherm). Test vooraf niet alleen of de verbinding werkt, maar ook of u bij uw eigen bureaublad komt.

8. Bestand kwijt

U gaat naar de map waarin uw presentatie is opgeslagen en tot uw ontzetting is uw bestand ineens foetsie. De zaal volgt via het scherm uw zoektocht in allerlei mappen op uw laptop. Raak vooral niet in paniek, want de oorzaak is waarschijnlijk dat Windows een specifieke bestandssoort zoekt. Iets anders dan een ppt-bestand in elk geval. Zet het venstertje op `alle bestanden`, zoek naar `alle bestanden`. En neem altijd een kopie van uw presentatie mee op een USB-stick. Voor het geval er echt iets mis is.

9. Klunzen met toetsen

Ze bestaan nog, mensen die een presentatie door een ander laten maken en vervolgens niet weten hoe ze naar de volgende sheet moeten of terug. Deze presentatoren hebben zich steevast voorbereid met de print van de presentatie. Wie niet goed kan navigeren, kan beter eerst wat gaan oefenen. Hetzelfde geldt voor het gebruik van afstandsbedieningen en rode aanwijslampjes. Maak zelf uw presentatie en oefen met Power

10. Hand-outs vergeten

Stel dat u de techniek echt niet aan de praat krijgt of bijvoorbeeld het netwerk plat gaat. Heeft u dan hand-outs bij u, dan kunt u die vooraf aan uw publiek geven in plaats van achteraf. Met wat improvisatie kunt u toch een uitstekende presentatie geven. Bent u ze vergeten, dan staat u pas echt met lege handen. Altijd hand-outs meenemen.

HORENlokaal

Vier keer per jaar kunt u een eigen HORENlokaal laten verschijnen. Een afdelingsblad geheel in NVVS-stijl. Hoe het precies werkt, leest u hier. Een aantal afdelingen gebruikt inmiddels deze lay-out als afdelingsblad, u kunt voorbeelden opvragen bij het landelijk bureau.

Naam

Uw afdelingsblad heeft als werktitel HORENlokaal. In werkelijkheid wordt deze naam per afdeling ingevuld bijvoorbeeld HOREN*Amersfoort*. Deze naam is gekozen vanwege:

- de verbintenis met de inhoud en de doelgroep
- de aansluiting bij het landelijke blad HOREN
- de aanduiding voor het afdelingsgebied.

Doelgroep

HORENlokaal is bestemd voor de geregistreerde leden van uw afdeling.

Doel

Doel van HORENlokaal is een bijdrage leveren aan de communicatie tussen de lokale leden van uw afdeling en uw vrijwilligers op een dusdanige wijze dat het blad bijdraagt aan een positief imago van de NVVS, motiveert en stimuleert om je als vrijwilliger in te zetten voor de NVVS. En inzage geeft wat er lokaal speelt op hoorgebied.

Oplage

HORENlokaal wordt vermenigvuldigd in een oplage gelijk aan de optelsom van de geregistreerde leden van uw afdeling.

Frequentie

HORENlokaal verschijnt maximaal vier keer per jaar.

Omvang

HORENlokaal kan in dubbelzijdig A3- of dubbelzijdig A4-formaat verschijnen.

Inhoud

HORENlokaal bevat informatie over hooraandoeningen of aanverwante zaken die betrekking hebben op uw afdelingsgebied of die vanuit landelijk vertaald worden naar een afdelingsgebied: o.a. promotie van lokale activiteiten (op het gebied van voorlichting, belangenbehartiging en lotgenotencontact), bekendmaking contactgegevens lokale vrijwilligers, aankondiging en verslaglegging ledenvergaderingen, oproep nieuwe vrijwilligers en nieuwe leden, relevante meningen of activiteiten van derden, vertaling van NVVS-beleid en standpunten naar afdelingsniveau, nieuwe ontwikkelingen in de hoorbranche met lokale relevantie, gegevens landelijk bureau.

Het is niet mogelijk om in HORENlokaal advertenties te plaatsen!

Sjabloon met rubriekenbeleid

Voor HORENlokaal is een sjabloon ontwikkeld waarin rubrieken zijn opgenomen. Daarbij worden richtlijnen afgegeven aan lokale vrijwilligers voor het aanleveren van kopij en beeldmateriaal.

Nieuwsgaring

Kopij voor HORENlokaal wordt aangeleverd door u als lokale afdelingsbestuurders, vrijwilligers, redacteurs of tipgevers.

Vormgeving

HORENlokaal wordt door een externe vormgever opgemaakt. De vormgeving sluit aan op de huisstijl van de NVVS en op de vormgeving van het landelijk tijdschrift HOREN.

Vermenigvuldiging

Voor vermenigvuldiging van HORENlokaal wordt 140 grams mat papier dubbelzijdig in twee kleuren (oranje en blauw) voorgedrukt en per uitgave in zwart ingeprint. Het A3-formaat wordt dubbelgevouwen tot A4.

Verspreiding

HORENlokaal wordt in principe als bijlage bij het landelijk tijdschrift HOREN meegezonden. Wanneer er gegronde redenen zijn om hiervan af te wijken kan het ook via de post worden verspreid. In beide gevallen wordt HORENlokaal op het geregistreerde afleveradres van leden bezorgd.

Productie

Het productieproces ziet er als volgt uit:

- vervaardigen voordrukken
- nieuwsgaring lokaal en landelijk
- schrijven van artikelen en verzamelen van beeldmateriaal
- afstemming artikelen, beeld en advertenties tussen lokaal/landelijk
- vormgeving
- controle vormgeving
- correctieronde
- vervaardigen pdf's
- inprinten
- adressenbestanden aanleveren
- insteken en verzending.

Het gehele proces beslaat een periode van ongeveer 4-5 weken.

Planning

Er wordt voor het tijdschrift HOREN een jaarlijkse planning opgesteld. De planning van HORENlokaal hangt daarmee samen.

Kosten

De basis is dat het landelijk bureau in Houten geen kosten doorberekent aan de afdelingen voor de Horenlokaal. In plaats daarvan wordt er een (deel van) de contributiegelden van de afdelingen ingehouden.

Van de contributie van een lidmaatschap is 20% voor de afdelingen. Van die 20% wordt 50% ingehouden als een afdeling HorenLokaal wil hebben. Met andere woorden de afdeling stelt 50% van haar contributie ter beschikking aan Horenlokaal.