



Huisstijlhandboek IVN-afdelingen

Oktober 2012

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
1.1 IVN Huisstijl online	4
1.2 Vragen over de huisstijl en promotiemateriaal.....	4
2. Basiselementen huisstijl	5
2.1 Naamsvoering.....	5
2.1.1 Landelijk	5
2.1.2 Provinciale vestigingen	5
2.1.3 Afdelingen	5
2.2 Logo	6
2.2.1 Oude logo's	6
2.2.2 Beeldmerk	6
2.2.3 Woordmerk.....	7
2.2.4 Logo met pay-off	8
2.2.5 Logo CBF-keurmerk.....	9
2.2.6 Logo Nationale Postcode Loterij	9
2.3 Formaat en plaatsing logo	9
2.3.1 Formaat.....	9
2.3.2 Plaatsing logo.....	10
2.4 Typografie	12
2.4.1 Lettertype – basis.....	12
2.4.2 Lettertype – drukwerk.....	12
2.4.3 Lettertype – digitaal (website, e-mailnieuwsbrief).....	13
2.4.4 Lettertype pay-off	13
2.4.5 Opmaak teksten	13
2.4.6 Kleurgebruik tekst.....	13
2.5 Kleurenpalet.....	14
2.5.1 Voor drukwerk	14
2.5.2 Voor digitale toepassingen.....	14
2.5.3 Kleurenpalet	15
2.6 Taalgebruik	15
2.6.1 Spelling.....	15
2.6.2 Manier van schrijven	16
2.7 Fotografie.....	16
2.7.1 Richtlijnen voor fotografie van mensen.....	18
2.7.2 Tips als je zelf fotografeert	18
Huisstijlhandboek IVN-afdelingen	2

2.7.3 Gebruik foto's derden	18
2.8 Checklist huisstijl.....	18
3. Kantoordrukwerk en PowerPoint.....	20
3.1 Briefpapier en enveloppen.....	20
3.1.1 Bestellen kantoordrukwerk.....	20
3.1.2 Papierkeuze	20
3.2 Sjabloon briefpapier	20
3.2.1 Sjabloon installeren op je PC	20
3.2.2 Sjabloon los gebruiken.....	20
3.2.3 Invulvelden briefsjabloon.....	21
3.3 PowerPoint.....	21
3.3.1 Opmaak PowerPoint	21
.....	22
3.3.2 Lettertype en tekstkleur.....	22
3.3.3 Logo	22
4. Promotiemateriaal	23
4.1 Lijst promomateriaal.....	23
4.1.1 Vlaggen	23
4.1.2 Kantoorartikelen	23
4.1.3 Eventmateriaal	24
4.1.4 Kleding	24
4.1.5. Suggesties.....	25
4.2 Bestelformulier	25
5. E-mail.....	26
5.1 E-mail algemeen	26
5.2 E-mail ondertekening.....	26
6. Persbericht.....	28
6.1 Tips voor het opstellen van een persbericht.....	28
6.2 Sjabloon persbericht	28
6.2.1 Gebruik sjabloon	28
6.2.2 Persbericht opslaan.....	29

1. Inleiding

Dit huisstijlhandboek is bedoeld voor iedereen die aan de slag gaat met (visuele en tekstuele) uitingen van IVN. Het handboek biedt inzicht in de opbouw van de huisstijl, en geeft richtlijnen voor gebruik.

Hoewel IVN is opgedeeld in een stichting en een vereniging, presenteert ze zich aan de buitenwereld als één organisatie. Dat betekent dat alle organisatieonderdelen gebruik maken van het IVN-logo, en zich houden aan de huisstijlrichtlijnen. Richtlijnen voor gebruik van de huisstijl zorgen ervoor dat de uitingen van IVN herkenbaar en eenduidig zijn. Een eenduidige huisstijl vergroot de herkenbaarheid van IVN bij onze doelgroepen en levert een belangrijke bijdrage aan de beeldvorming (het imago) van IVN.

Kernwaarden

In de zomer van 2011 zijn zeven kernwaarden vastgesteld. IVN staat voor deze kernwaarden, en wil deze naar de buitenwereld uitstralen:

Natuur, Duurzaam, Bewustwording
Beleven
Dichtbij/Persoonlijk
Verbinding
Ondernemerschap

De wereld van zingeving in de kern (bewustwording, verwondering, duurzaam, begrijpen is weten, respect, wijsheid) met de uitstraling van de wereld van vrijheid (beleving, actief, inspiratie, creatief).

1.1 IVN Huisstijl online

Het huisstijlhandboek is ook beschikbaar via OnsIVN. Dit is het intranet voor IVN-leden en beroepskrachten. Je vindt het handboek via OnsIVN > Informatie > Communicatie > Huisstijl.

URL <https://ivn.nl/afdeling/intranet/informatie/communicatie/huisstijl>

Online stylesheet

In de online stylesheet vind je alle logo's voor on- en offline gebruik, informatie over kleuren en kleurcodes en stralijnen voor de plaatsing van de logo's op A3, A4, A5 en A6-formaat drukwerk.

De online stylesheet is te vinden via deze link: <http://www.kochxbosstudio.nl/ivn/>

1.2 Vragen over de huisstijl en promotiemateriaal

- Afdeling Communicatie van IVN Landelijk Bureau in Amsterdam (ontwikkeling, controle en bewaking huisstijl) via servicedesk@ivn.nl / 020-622 81 15

OF

- Regio Zuid: Marieke Wingens (Communicatieadviseur) m.wingens@ivn.nl
- Regio West: Corine Bok (Medewerker Communicatie) c.bok@ivn.nl

Promomateriaal

Promotiemateriaal kan besteld worden via het 'bestelformulier promotiemateriaal' (zie paragraaf 4.2). De secretarissen van de IVN-afdelingen zijn in het bezit van dit formulier. Het formulier is ook op OnsIVN te vinden via OnsIVN > Informatie > Communicatie.

URL <https://ivn.nl/afdeling/intranet/informatie/communicatie/promotiemateriaal-ivn>

Vragen over promotiemateriaal kunnen worden gesteld via promo@ivn.nl.

2. Basiselementen huisstijl

In dit hoofdstuk alles over het IVN-logo, lettertypen en taalgebruik.

2.1 Naamsvoering

In 2012 is ervoor gekozen opnieuw invulling te geven aan de letters IVN. Voortaan staat IVN voor:

Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid

Deze invulling wordt zowel gebruikt door de stichting als de vereniging.

Waar voorheen gesproken werd van 'IVN Natuur- en Milieueducatie', spreken we nu dus van 'Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid'.

Instituut wordt altijd geschreven met een hoofdletter, *natuureducatie* en *duurzaamheid* worden altijd geschreven in kleine letters.

In teksten kan de naam één keer volledig uitgeschreven worden. Daarna gebruiken we de afkorting *IVN*.

Voorbeelden:

- Bij het Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid (IVN)...
- of
- IVN, Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid, is een landelijke organisatie...

Let op: Vaak wordt er gesproken over *het* IVN. **Dit moet zijn IVN** (dus **zonder *het***). Alleen wanneer de naam voluit wordt geschreven, wordt *het* gebruikt. Dus *het* Instituut...

2.1.1 Landelijk

Het IVN-hoofdkantoor in Amsterdam wordt **IVN Landelijk Bureau** genoemd (dus niet IVN Nederland!).

2.1.2 Provinciale vestigingen

In 2012 is de naam 'consulentschap' komen te vervallen. We spreken nu van **provinciale vestiging**. De naamgeving van de provinciale vestigingen is als volgt:

IVN Drenthe	IVN Noord-Holland
IVN Groningen	IVN Fryslân
IVN Utrecht	IVN Flevoland
IVN Gelderland	IVN Zuid-Holland
IVN Zeeland	IVN Brabant
IVN Limburg	Natuur en Milieu Overijssel

2.1.3 Afdelingen

IVN-afdelingen schrijven hun naam **direct achter 'IVN'**: IVN <Naam afdeling>

Voorbeeld:

IVN Apeldoorn
IVN Best

Als de afdeling 'in oprichting' is, dan wordt de vermelding 'i.o.' toegevoegd.

2.2 Logo

Het logo is het meest beeldbepalende onderdeel van de IVN-huisstijl. Vanaf begin 2012 beschikt IVN over een nieuw logo. Voorheen was dit alleen een beeldmerk (de lelie). Daar is een woordmerk bij gekomen.



De logo's mogen niet worden gewijzigd. Voor gebruik gelden strikte regels. Zo is het IVN-logo altijd terug te vinden op een uitgave van IVN, en mogen alleen de logo's uit de stylesheet worden gebruikt (dus niet knippen en plakken uit websites enz.)

2.2.1 Oude logo's

In de praktijk worden nog allerlei oude logovarianten gebruikt. Voor een eenduidige en sterke uitstraling naar de buitenwereld, en om ons te presenteren als één IVN is het belangrijk dat alle organisatieonderdelen (Landelijk Bureau, provinciale vestigingen en afdelingen) gebruik maken van het nieuwe woord- en beeldmerk. Controleer je website, drukwerk en online uitingen op het juiste logo.

Beschik je nog over een oud logo? Download dan het nieuwe logo uit de online stylesheet, en verwijder de oude van je computer.

Het onderstaande logo (of een variant daarop) wordt **niet meer gebruikt**:



Alle logo's die in dit document zijn afgebeeld, zijn te downloaden via de online stylesheet: <http://www.kochxbosstudio.nl/ivn>

2.2.2 Beeldmerk

Het beeldmerk van IVN bestaat uit een lelie waarin de letters IVN zijn verwerkt. Deze versie van de lelie is een doorontwikkeling van het oude logo, en geeft IVN een meer eigentijdse uitstraling.



3 Pantone® kleuren
CMYK / RGB / HEX



Zwart / vetzwart



Wit (Diapositief)

Gebruik beeldmerk

De lelie wordt voornamelijk ingezet voor zakelijke doeleinden. Zo komt de lelie terug op correspondentiemateriaal (briefpapier en envelop), visitekaartjes, (corporate) brochures, ledenbladen, ledennieuwsbrieven, de website etc.

Het beeldmerk wordt bij voorkeur tegen een witte achtergrond geplaatst, m.u.v. het witte beeldmerk. Dit beeldmerk is speciaal bedoeld voor op een gekleurde achtergrond.

Voorbeeld:



Plaatsing beeldmerk

Het beeldmerk wordt **linksboven** of **rechtsonder** in een hoek geplaatst (drukwerk en online toepassingen). Ook mag het beeldmerk op een afsluitende pagina (bijvoorbeeld de achterkant van een brochure) onderaan in het midden worden geplaatst.

Zie paragraaf 2.3 of http://www.kochxbosstudio.nl/ivn/html/ivn_stramienen.html

2.2.3 Woordmerk

Het woordmerk van IVN is gevormd uit de letters in het beeldmerk. Dit woordmerk is een uitbreiding op het logopakket.



Gebruik woordmerk

Het woordmerk wordt voornamelijk ingezet voor publieke doeleinden. Zo is het woordmerk te vinden op promotiemateriaal en komt het terug in campagnes.

Het beeldmerk is zeer geschikt om tegen een egaal gekleurde achtergrond te gebruiken.

Voorbeeld:



Het gekleurde woordmerk wordt bij voorkeur niet op afbeeldingen met veel verschillende achtergrondkleuren geplaatst. Gebruik hiervoor het woordmerk in diapositief.

Voorbeeld:



Plaatsing woordmerk

Het woordmerk wordt altijd in een **hoek** geplaatst (drukwerk en online toepassingen).

Zie paragraaf 2.3 of kijk op http://www.kochxbosstudio.nl/ivn/html/ivn_stramienen.html

Bij promotiemateriaal wordt gekozen voor de meest logische/gangbare plek (bij t-shirts bijvoorbeeld linkerborst en/of mouw en/of rug).

Let op: het woordmerk en beeldmerk mogen niet in combinatie met elkaar op 1 pagina/in 1 beeld worden gebruikt!

Toelichting beeldmerk zwart en beeldmerk wit voor drukwerk

- Het zwarte logo is er in twee soorten. Het eerste is voor zwart/ wit drukwerk. Het tweede 'Vetzwarte' logo wordt gebruikt voor 4 kleuren drukwerk en heeft naast het zwart ook de kleuren blauw, magenta en geel in zich. Daardoor komt het sterker over als het is gedrukt.
- Logo in diapositief (wit). Dit is een logo voor drukwerk. Diapositief wil zeggen dat de lettervorm is uitgespaard in een gekleurde achtergrond. De letters zijn daardoor wit, of hebben de kleur (steunkleur) van het papier waarop wordt gedrukt.

2.2.4 Logo met pay-off

Een pay-off is een korte zin die de essentie van een organisatie omvat. Deze pay-off kan van tijd tot tijd veranderen. De pay-off die IVN op dit moment hanteert, is *beleef de natuur*.

Natuurbeleving is een van de kernwaarden van IVN: wij willen jong en oud de natuur zelf laten beleven en hun kennis van en interesse in de natuur vergroten. Zo raken zij bewust van de waarde van de natuur, wat bij zal dragen aan een duurzame samenleving.



Gebruik logo met pay-off

Het logo met pay-off wordt zo veel mogelijk gebruikt in publieksuitingen, bij voorkeur in combinatie met het woordmerk.

Bij voorkeur wordt het beeldmerk met pay-off op uitingen gebruikt waarop een lettertype **zonder schreef** wordt gebruikt. (de schreef is het onderdeel van een lettertype dat aan de 'pootjes' van de letters uitsteekt, zie rood AaBbCc).

Plaatsing logo met pay-off

Het logo met pay-off wordt bij voorkeur tegen een witte achtergrond geplaatst, in een hoek (drukwerk en online). Het **beeldmerk** met pay-off mag alleen **linksboven** of **rechtsonder** worden geplaatst.

Zie http://www.kochxbosstudio.nl/ivn/html/ivn_stramienen.html

Op promotiemateriaal wordt gekozen voor de meest gangbare/logische plek (bij t-shirts bijvoorbeeld linkerborst en/of mouw en/of rug).

Alle logo's die in dit document zijn afgebeeld, zijn te downloaden via de online stylesheet: <http://www.kochxbosstudio.nl/ivn>. Op de volgende pagina volgt een toelichting op de soorten bestanden in de stylesheet.

Toelichting op soorten bestanden in de stylesheet:

- **Internet**
 - JPG: een bestandsindeling aangeduid voor het opslaan van rasterafbeeldingen in digitale vorm. JPGs zijn niet transparant, dus je blijft altijd een witte achtergrond zien als je 'em ergens overheen plaatst. Ook treedt er verlies van kwaliteit op bij vergroten en verkleinen.
 - PNG en GIF: deze bestandstypen zijn transparant, en kunnen bijvoorbeeld over beeld worden geplaatst zonder dat je een wit vlak blijft zien.
 - Flash bestanden zijn bewegende animaties geschikt voor digitale uitingen.
Let op: de nieuwe IVN-website ondersteunt geen bewegende logo's.
 - ZIP-bestanden zijn zogenaamde gecomprimeerde bestanden. Dit houdt in dat het bestand in de ZIP is verkleind, zodat die minder ruimte in beslag neemt op de computer of in de mail. Een ZIP-bestand moet je uitpakken om de bestanden te kunnen zien.

- **Drukwerk**
 - Ai: Ai-bestanden (Adobe Illustrator) zijn tot 100 meter nog steeds perfect scherp. Je kunt deze bestanden meestal niet zelf op je computer openen. Vormgevers en drukkers beschikken wel over de juiste programma's om dit bestandstype te openen. Je kunt ze gewoon naar hen doorsturen.
 - EPS: EPS-bestanden zijn geschikt voor complex drukwerk. Ook EPS-bestanden kun je meestal niet zelf op je computer openen. Vormgevers en drukkers beschikken wel over de juiste programma's om dit bestandstype te openen. Je kunt ze gewoon naar hen doorsturen.
 - TIF: het TIF-bestand in de stylesheet kun je wel openen. Let er op dat je niet te veel aan het formaat wijzigt, want dan gaat kwaliteit verloren.

2.2.5 Logo CBF-keurmerk



Stichting IVN heeft in 2006 het CBF-Keur gekregen. Op alle uitingen van de stichting dient daarom het CBF-keurlogo te staan. Meer info: www.cbf.nl

2.2.6 Logo Nationale Postcode Loterij



In principe staat op alle uitingen van de vereniging én stichting vermeld dat IVN één van de goede doelen is van de Nationale Postcode Loterij. Schrijf altijd voluit: Nationale Postcode Loterij. Het mag absoluut **niet** afgekort worden tot NPL. Na de eerste volledige vermelding mag je wel 'de loterij' gebruiken.

2.3 Formaat en plaatsing logo

Het beeldmerk wordt zoveel mogelijk in een vast formaat gebruikt. Dit formaat is tevens belangrijk voor het stramien dat ten grondslag ligt aan alle grafische uitingen.

2.3.1 Formaat

Standaard formaten:

Website	(100%)	= 26 x 22 mm
A4 drukwerk	(100%)	= 33 x 27 mm

Als het logo op een ander formaat moet worden toegepast, dan wordt dit gedaan in logische vergrotings- of verkleiningspercentages: 50%, 75%, 150%, 200% etc.

Percentages. Verkleinen van het logo



2.3.2 Plaatsing logo

Het stramien geeft de marges aan voor de plaatsing van het logo op een pagina.

Als standaard geldt het A4-formaat (297 x 210). Hierbij zijn de marges bij een staand formaat horizontaal **9 mm** en verticaal **12 mm**.

Beeldmerk

Wordt het beeldmerk in een hoek geplaatst, dan loopt de stramienlijn door de punt van het linker- of rechterblad van het beeldmerk (bij positionering links loopt de stramienlijn door de linkerpunt, bij positionering rechts door de rechterpunt) en raakt de punt van het middelste blad de horizontale stramienlijn (bij plaatsing boven). Bij plaatsing rechtsonder staat de pay-off onder de stramienlijn.

Voorbeelden:

Beeldmerk linksboven



Beeldmerk met pay-off rechtsonder



Beeldmerk in midden (alleen op achterkant uiting)



Woordmerk

Bij het woordmerk loopt de verticale stramienlijn langs de **i** en raakt de horizontale stramienlijn de punt van de **i** (bij positionering linksboven). Bij positionering rechtsboven loopt de verticale stramienlijn langs de uiterste bolling van de **n**. Bij positionering onder raakt de horizontale stramienlijn de onderkant van de **v** en de linkerpoot van de **n**. De pay-off staat onder de stramienlijn.

Woordmerk linksboven



Woordmerk met pay-off linksonder



Woordmerk rechtsonder



Woordmerk in midden (alleen op achterkant uiting)



De stramienen voor A3, A4, A5 en A6 zijn ook te vinden in de online stylesheet via http://www.kochxbosstudio.nl/ivn/html/ivn_stramienen.html

2.4 Typografie

Binnen de IVN-huisstijl worden verschillende lettertypen gebruikt.

2.4.1 Lettertype – basis

- Correspondentie, presentaties, tekstverwerking enz. (Office pakket): **Arial**
- De standaard lettergrootte is corps **10** (lineheight 16).

2.4.2 Lettertype – drukwerk

- Koppen: **AG Book rounded**, grootte 22 – 76.

Voorbeeld:

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmno

- Koppen en platte tekst: **Cecilia LT**, koppen 22 – 76, intro's 11 of 13, platte tekst 8,5 of 9.

Voorbeeld:

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmno

- Platte tekst: **Soho Gothic**, grootte 8,5 of 9.

Voorbeeld:

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmno

- **Algemeen gebruik:** Arial, lettergrootte 10.
Bovenstaande lettertypen zijn niet altijd standaard in Word beschikbaar. Wordt het drukwerk opgemaakt door een professional, bijvoorbeeld een vormgever, dan moeten de eerste 3 lettertypen worden gebruikt. Indien het drukwerk niet professioneel wordt opgemaakt, kan Arial worden gebruikt.

De lettertypen voor drukwerk kunnen in combinatie met elkaar worden gebruikt. Let wel op de afwisseling. Gebruik je Cecilia in de kop, wissel de platte tekst dan af met Soho Gothic. Gebruik je Cecilia als platte tekst, wissel de koppen dan af met AC Book rounded. Zie voor een voorbeeld **Mens en Natuur**.

2.4.3 Lettertype – digitaal (website, e-mailnieuwsbrief)

- Platte tekst: **Palatino**, lettergrootte 11,5.

Voorbeeld:

ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklmno

- Koppen: **BP Replay**, lettergrootte 17.

Voorbeeld

ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklm

- Accenttekst (bv. ondertitels, tekst in kaders): **Verdana**, lettergrootte 9.
- **Algemeen gebruik:** Verdana, lettergrootte 10. (wanneer bovengenoemde lettertypen niet voorhanden zijn).

Tip: kijk hoe deze lettertypes worden gebruikt op www.ivn.nl

2.4.4 Lettertype pay-off

Het lettertype van de pay-off *Beleef de natuur!* is **ITC New Baskerville** italic.

Voorbeeld:

ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklmno



2.4.5 Opmaak teksten

Standaard wordt de Engelse regelval gebruikt (links uitlijnen). Teksten staan altijd in onderkast (kleine letter) met een beginkapitaal (hoofdletter).

Vermijd in lopende teksten het gebruik van kapitalen, vette letters en het onderstrepen van woorden.

Deel een tekst in in alinea's en gebruik tussenkopjes om met name lange teksten te structureren. Dit bevordert de leesbaarheid.

2.4.6 Kleurgebruik tekst

De standaardkleur van platte tekst is **zwart**. Koppen op drukwerk en online uitingen zijn toegestaan in een andere kleur dan zwart, mits de kleur onderdeel is van het kleurenpalet in paragraaf 2.5.

2.5 Kleurenpalet

De basiskleur van de IVN huisstijl is **groen**. Daarnaast zijn er enkele steunkleuren vastgesteld.

Kleurcodes basiskleur groen:

- * PMS (Pantone): PMS 382
- * CMYK: 42-8-100-0
- * RGB: 162-191-58
- * HEX: #A2BF3A

Deze codes beschrijven de opbouw van de kleuren. PMS en CMYK-codes zijn geschikt voor drukwerk, RGB en HEX-codes zijn geschikt voor digitale uitingen.

De verschillende kleurcodes geven niet altijd hetzelfde kleurresultaat. Dit komt doordat de kleurcodes naar elkaar 'vertaald' moeten worden. Zo is een de PMS-code van een bepaalde kleur een benadering van de CMYK-code van die kleur (of andersom). En de digitale kleuren zijn een benadering van de drukwerkkleuren (of andersom). Het is meestal niet mogelijk exact dezelfde kleuren samen te stellen met verschillende codes.

2.5.1 Voor drukwerk

PMS staat voor Pantone Matching System en gebruikt maximaal 3 kleuren waarmee alle kleuren kunnen worden samengesteld. PMS wordt veel gebruikt bij drukwerk in *één of enkele kleuren*.

CMYK staat voor Cyaan, Magenta, Yellow en black en wordt vooral gebruikt voor *full color* drukwerk.

De kleurcodes vind je in het kleurenpalet in 2.5.3 op de volgende pagina.

2.5.2 Voor digitale toepassingen

RGB staat voor Rood, Groen, Blauw, de kleuren waarmee de kleuren in een beeldscherm worden opgebouwd. HEX staat voor Hexadecimaal. In principe geven RGB-codes en HEX-codes hetzelfde resultaat.

De kleurcodes vind je in het kleurenpalet in 2.5.3 op de volgende pagina.

2.5.3 Kleurenpalet



Groen 1 (lelie links)

HEX #6EAA28

RGB 110-170-40

CMYK 60-10-100-0

PANTONE 376 U



Groen 2 (lelie midden)

HEX #AAD728

RGB 170-215-40

CMYK 40-0-100-0

PANTONE 382 U



Groen 3 (lelie rechts)

HEX #91B428

RGB 145-180-40

CMYK 50-10-100-0

PANTONE 383 U



Donkergroen steunkleur

HEX #356C24

RGB 53-108-36

CMYK 84-25-79-10

PANTONE 348



Bruin mat steunkleur

HEX #524B3B

RGB 82-75-59

CMYK 49-50-66-22

PANTONE 462



Bruin steunkleur

HEX #604214

RGB 96-66-20

CMYK 40-60-100-50

PANTONE 483



Magenta steunkleur

HEX #D1005E

RGB 209-0-94

CMYK 9-87-24-0

PANTONE Rhodamine Red

U



Oranje steunkleur

HEX #E5912F

RGB 229-145-47

CMYK 0-55-82-0

PANTONE 144 U



Lichtblauw steunkleur

HEX #74CAD8

RGB 116-202-216

CMYK 68-0-11-0

PANTONE 311U

Dit kleurenpalet is ook te vinden in de online stylesheet
http://www.kochxbosstudio.nl/ivn/html/ivn_stylesheet.html

2.6 Taalgebruik

Het taalgebruik binnen de IVN-huisstijl staat grotendeels vrij. Wel zijn er een aantal richtlijnen waar rekening mee gehouden moet worden.

2.6.1 Spelling

Binnen IVN wordt de officiële Nederlandse spelling volgens het Groene Boekje gehanteerd.

Dat betekent dat voor samengestelde woorden die beginnen met IVN, de basisregel geldt dat er een koppelteken wordt gebruikt.

Voorbeelden:

IVN-cursus, IVN-dag, IVN-leden, IVN-medewerkers, IVN-vrijwilligers.

Begint het zelfstandig naamwoord na IVN met een hoofdletter, dan is een koppelteken niet nodig.

Voorbeelden:

IVN Scharrelkids, IVN Natuurgidsencursus, IVN Natuurontbijt, IVN Ledendag.

Let op! Uitzondering: Een bekende Nederlander is een BN'er (er wordt dus geen koppelteken gebruikt). Een IVN-medewerker of IVN-vrijwilliger is dus een **IVN'er**.

2.6.2 Manier van schrijven

Ook een onderdeel van de huisstijl: de manier van schrijven, de *tone of voice*.

U of jij?

In de communicatie naar publiek gebruiken we liever **je/jij** in plaats van u. *Dichtbij* is een van de kernwaarden van IVN. Door je en jij te gebruiken, sta je dicht bij de lezer.

Natuurlijk is het belangrijk goed voor ogen te houden wie de doelgroep is waarvoor je schrijft. Verwacht je dat de lezer liever aangesproken wordt met u, gebruik dan ook u (nooit met een hoofdletter!).

Een handig **trucje** hiervoor is:

Weet je precies wie je lezer is?
Beeld je dan in dat je met hem belt.
Hoe spreek je hem aan: met 'u' of met 'jij'?
Doe hetzelfde in je geschreven communicatie.

Stel de lezer centraal

Stel niet IVN als organisatie centraal, maar degene voor wie je schrijft. Dat kun je bijvoorbeeld doen door vanuit het perspectief van de ontvanger te schrijven.

DUS NIET 'Wij sturen je een...' maar 'je ontvangt van ons een...'

Schrijftips:

- Vermijd omslachtig taalgebruik, wees to-the-point.
- Gebruik geen ouderwetse woorden zoals welke, inzake, derhalve (beter: die, het gaat over, daarom).
- Is de doelgroep een 'leek', gebruik dan geen jargon. Schrijf duidelijk en begrijpelijk.
- Vermijd passieve zinnen. Dus niet: er wordt georganiseerd, maar: wij organiseren ...
- Vermijd moeilijke woorden
- Gebruik liever geen afkortingen (behalve IVN natuurlijk).
- Gebruik geen Engelse woorden, behalve leenwoorden die in het woordenboek voorkomen (bv faxen, racen, downloaden) en woorden die algemeen geaccepteerd zijn, zoals *social media*.

2.7 Fotografie

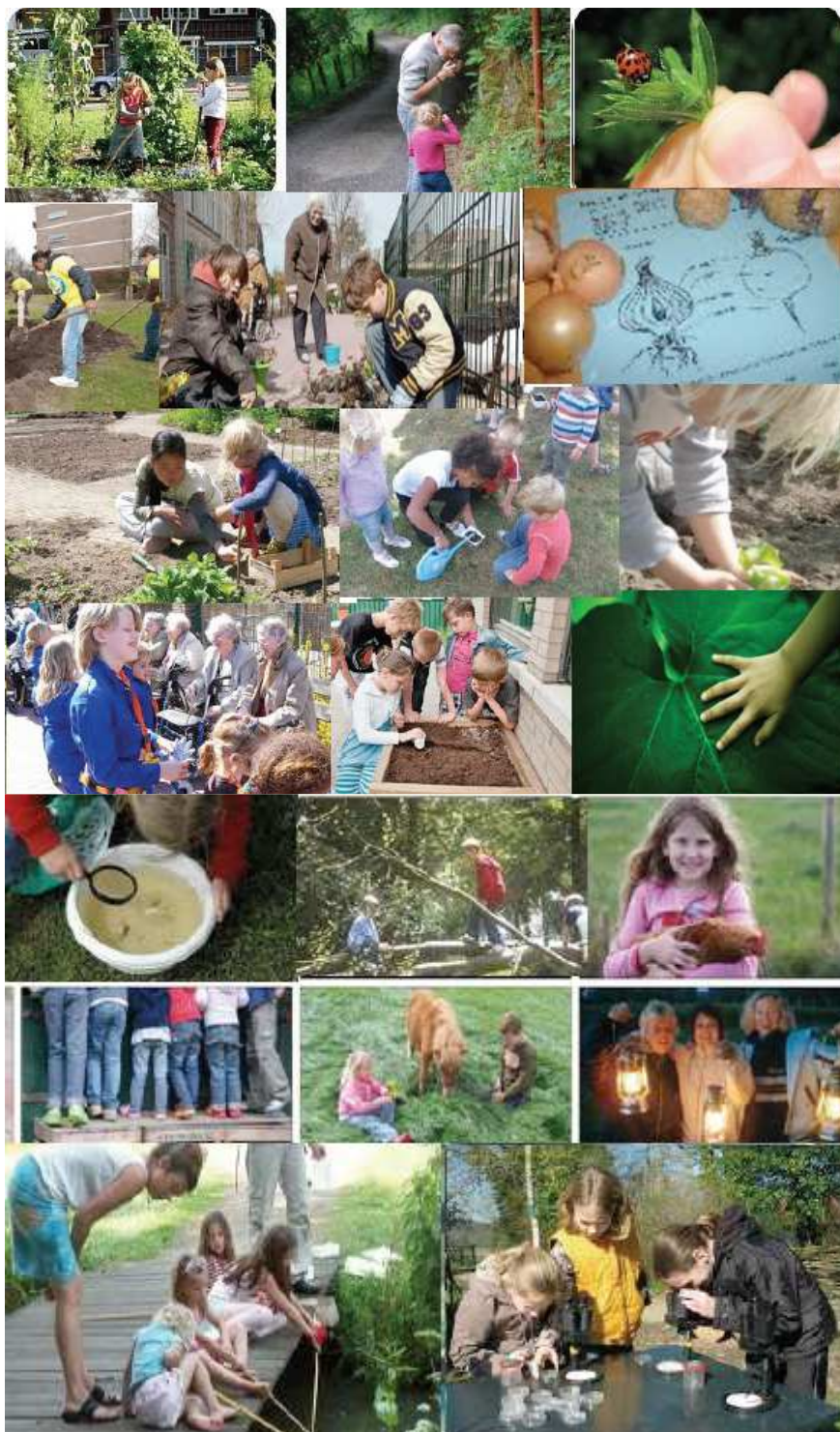
De mens is visueel ingesteld en beeld helpt om de boodschap over te brengen. Fotografie speelt daarom een belangrijke rol in diverse uitingen.

Natuurbeleving in beeld

Natuurbeleving staat bij IVN centraal. Daarom is het belangrijk dat in beeld de mens in relatie tot de natuur/zijn omgeving centraal staat. Dus niet alleen maar foto's van natuur, maar foto's waarin mensen te zien zijn die de natuur beleven.

Dit betekent niet dat er geen afbeeldingen van natuur gebruikt mogen worden. Meestal wordt er een combinatie van foto's gebruikt, waarin een mix is tussen natuurfoto's en mens/natuurfoto's.

Een impressie:



2.7.1 Richtlijnen voor fotografie van mensen

- Voor het werven van leden en het trekken van nieuwe deelnemers voor activiteiten en excursies is het belangrijk aansprekende foto's te gebruiken. Foto's waarop mensen staan. Met een frisse uitstraling, levenslustig, genietend van het leven. Uitstraling van de wereld van vrijheid.
- De geportretteerde is actief met iets bezig in de natuur of toont emotie/ uitstraling (buitenshuis, wandelend, fietsend, lachend, geconcentreerd, etc.).
- De geportretteerde kijkt bij voorkeur in de camera. Dit zorgt voor contact met de ontvanger/lezer. Fotografeer geen mensen 'op de rug'.
- Een bijzondere hoek van waaruit wordt geportretteerd, kan bijdragen aan een minder statisch portret. Of gebruik een afwijkende achtergrond.
- Zorg voor scherpte/diepte.
- Gebruik zo veel mogelijk natuurlijk licht en indien nodig aanvullende belichting.

2.7.2 Tips als je zelf fotografeert

- Controleer de instellingen van je camera voor de beeldkwaliteit en beeldgrootte. Gebruik de hoogste beeldkwaliteit en een zo hoog mogelijke resolutie (het aantal pixels).
- De meeste digitale camera's slaan de foto op als JPG-bestand. Voor drukwerk kun je het beste het originele bestand opsturen, eventueel met een voorbeeld van de gewenste bewerking erbij.
- Voor drukwerk is een foto minimaal 1,5 Mb. Voor websites volstaat een lagere resolutie ook.

2.7.3 Gebruik foto's derden

Wil je gebruik maken van foto's van derden? Vaak heb je dan te maken met portretrecht en/of auteursrecht. Als iemand goed herkenbaar op een foto staat, dan praat je over portretrecht. Je mag deze foto alleen publiceren als je (schriftelijke) toestemming hebt van de geportretteerde. Een fotograaf heeft auteursrecht. Hij of zij moet toestemming geven voor het gebruik van zijn foto's.

Check altijd of je toestemming hebt om een foto van iemand anders te gebruiken! Gebruik niet zomaar foto's van Google of andere websites, behalve van stockfotowebsites. Veel fotografen bewaken actief hun auteursrecht; dit kan leiden tot hoge boetes!

2.8 Checklist huisstijl

Puntsgewijs wordt hier weergegeven waarmee je rekening moet houden bij het gebruik van de huisstijl.

Doel & doelgroep

- Voor je een communicatiemiddel gaat maken, bepaal je eerst het doel, de doelgroep en vervolgens het communicatiemiddel dat hier het beste bij past.

Check basiselementen IVN-huisstijl

Zorg dat de IVN-basiselementen uit hoofdstuk 2 terugkomen in je communicatieproduct(en).

- Kies welk IVN-logo van toepassing is.
- Kies een manier van schrijven die past bij de doelgroep.
- Sluiten foto's/illustraties aan bij doelgroep?

Opmaak & vormgeving

- Als je werkt met externe partijen, zorg dan dat zij deze huisstijlwijzer lezen zodat ze op de hoogte zijn van de do's en don'ts.

Laatste check

- Vraag altijd om een (digitale) drukproef. Ook voor digitale communicatiemiddelen is het aan te raden om eerst een concept-eindproduct te laten maken.
- Laat dit concept-eindproduct ook zien aan een derde persoon. Twee weten & zien meer dan één!

- Lees voor de zekerheid de teksten nog een keer door.
 - Is er niets weggefallen?
 - Klopt de volgorde.
 - Check kopteksten.
 - Zijn juiste lettertype en kleuren toegepast?
 - Check IVN-stramien en formaat logo.
 - Past de opmaak en uitstraling van je product bij de doelgroep?
 - Foto's: gebruik bij voorkeur een mix van mensen en natuur. Klopt de grootte van het beeld?
 - Check bijschriften.
 - I.v.m. auteursrecht is het belangrijk om te checken of er sprake is van naamsvermelding fotograaf.

3. Kantoordrukwerk en PowerPoint

In dit hoofdstuk alles over briefpapier en het PowerPointsjabloon.

3.1 Briefpapier en enveloppen

Alle IVN-afdelingen kunnen briefpapier met IVN-logo bestellen. In november 2012 kunnen zij ook enveloppen met IVN-logo in A4 en A5 formaat bestellen.

3.1.1 Bestellen kantoordrukwerk

Briefpapier en enveloppen (november 2012) kunnen besteld worden via het *bestelformulier promotiemateriaal* (zie ook paragraaf 4.2).

Dit bestelformulier is te vinden op OnsIVN > Informatie > Communicatie > Promotiemateriaal IVN. URL <https://ivn.nl/afdeling/intranet/informatie/communicatie/promotiemateriaal-ivn>

Het ingevulde bestelformulier kan worden gestuurd naar promo@ivn.nl of

IVN Landelijk Bureau
Postbus 20123
1000 HC Amsterdam
o.v.v. bestelling promotiemateriaal

De factuur wordt altijd naar de penningmeester van de afdeling gestuurd.

3.1.2 Papierkeuze



IVN gebruikt alleen FSC-gecertificeerd papier. Het FSC-keurmerk geeft de zekerheid dat grondstof voor het papier afkomstig is uit verantwoord beheerde bossen.

3.2 Sjabloon briefpapier

Speciaal voor IVN-afdelingen zijn er briefsjablonen beschikbaar: een *sjabloon briefpapier afdelingen met logo* en een *sjabloon briefpapier afdelingen zonder logo*. Deze sjablonen zijn meegestuurd op de USB-stick die alle afdelingssecretarissen hebben ontvangen. Daarnaast kunnen ze worden opgevraagd bij de IVN Servicedesk via servicedesk@ivn.nl.

3.2.1 Sjabloon installeren op je PC

Je kunt ervoor kiezen het briefpapiersjabloon op je computer te installeren. Gebruik hiervoor het sjabloon met logo. De handleiding vind je op de USB-stick, en staat op OnsIVN > Informatie > Communicatie > Huisstijl. URL <https://ivn.nl/afdeling/intranet/informatie/communicatie/huisstijl>

Ook kun je de handleiding opvragen bij de IVN Servicedesk via servicedesk@ivn.nl.

Het voordeel van het installeren van het briefsjabloon op je computer is dat je automatisch het logo aan en uit kunt zetten (handig wanneer je bijvoorbeeld wilt afdrukken op het IVN-briefpapier) en dat je het sjabloon niet kunt overschrijven.

3.2.2 Sjabloon los gebruiken

Je kunt er ook voor kiezen de sjablonen los te gebruiken. Gebruik dan het sjabloon zonder logo wanneer je af wilt drukken op IVN-briefpapier, en het sjabloon met logo als je af wilt drukken op blanco papier. Doe dit wel in kleur! Ook kun je het sjabloon met logo gebruiken als je een PDF wilt maken van de brief.

Let op!

Heb je een brief opgesteld in het losse briefsjabloon? Kies bij het opslaan altijd voor **Opslaan als**. Zo blijft het lege sjabloon behouden en kun je 'em een volgende keer weer gebruiken. Kies je voor **Opslaan**, dan wordt het sjabloon overschreven.

3.2.3 Invulvelden briefsjabloon

Het briefsjabloon heeft verschillende velden. Deze zijn rood gekleurd en staan tussen []. Naast het beeldmerk kun je de afdelingsnaam invullen. Doe dit volgens de richtlijnen gesteld in paragraaf 2.1.3 van het huisstijlhandboek (dus alleen de afdelingsnaam, zonder het woord *afdeling*). De rest van het sjabloon wijst zich vanzelf. Let er altijd op of de datum juist is!

Onder aan de brief kunnen contactgegevens worden ingevuld. Niet alle velden hoeven ingevuld te worden. De velden die je niet wilt gebruiken, kun je verwijderen door met de muis te klikken op het veld en op *delete* te drukken.

3.3 PowerPoint

Voor het maken van een PowerPointpresentatie zijn drie sjablonen in IVN-huisstijl beschikbaar. Deze zijn meegestuurd op de USB-stick die de secretaris van je afdeling heeft ontvangen. Ook zijn ze op te vragen via de IVN Servicedesk. Stuur daarvoor een mailtje naar servicedesk@ivn.nl.

3.3.1 Opmaak PowerPoint

De PowerPointpresentatie bestaat uit een aantal sheets: een beginpagina, inhoudspagina's en een afsluitende pagina. De opmaak van deze sjablonen staat vast, er hoeft alleen tekst en beeld ingevoegd te worden.

Knutsel niet aan de opmaak van het PowerPointsjabloon. Dit doet afbreuk aan de eenduidigheid in de communicatie waar IVN naar streeft.

Sheets PowerPoint



Het invoegen van extra *inhoudspagina's* gaat als volgt: Aan de linkerkant van het PowerPoint-programma zie je het overzicht van de dia's. Plaats de cursor op de dia van de inhoudspagina en klik op de rechtermuisknop. Kies voor de optie *dia dupliceren*. (Office 2010)

Let op!

Heb je een PowerPointpresentatie gemaakt in het sjabloon? Kies bij het opslaan altijd voor **Opslaan als**. Zo blijft het lege sjabloon behouden en kun je 'em een volgende keer weer gebruiken. Kies je voor *Opslaan*, dan wordt het sjabloon overschreven.

3.3.2 Lettertype en tekstkleur

Het standaard lettertype dat is ingesteld in het PowerPointsjabloon is **Arial**. De koppen zijn ingesteld op lettergrootte 30, de platte tekst op lettergrootte 20. Bij meer tekst past de lettergrootte zich automatisch aan.

De standaardkleur van de platte tekst is **zwart**, dit is de best leesbare kleur op een witte achtergrond. De koppen zijn groen. Lettertype en kleur worden bij voorkeur niet gewijzigd i.v.m. de leesbaarheid. Wil je voor de koppen tóch een andere kleur gebruiken? Kies dan een steunkleur uit het kleurenpalet in hoofdstuk 2.5.1.

3.3.3 Logo

Het IVN-logo is al in de presentatie ingevoegd. **Het logo mag niet gewijzigd worden!** Ook is het niet de bedoeling dat er extra logo's worden ingevoegd. Het woordmerk en het beeldmerk mogen niet in combinatie met elkaar op 1 pagina worden gebruikt.

Tips voor je begint ...

Zoevende zinnen en vliegende vlakken? Of dia's helemaal vol met tekst.

Dit zijn voorbeelden van hoe het **niet** moet. Dia's in PowerPoint zijn bij voorkeur kort en bondig, en dienen als **leidraad** bij je presentatie. Toehoorders zijn vaak geneigd zich te concentreren op het lezen van de tekst op de dia, en letten niet meer op je verhaal. Gebruik waar mogelijk beeld ter ondersteuning.

4. Promotiemateriaal

Er zijn verschillende promotiematerialen beschikbaar. Dit materiaal is te bestellen via het 'bestelformulier promotiemateriaal' (paragraaf 4.2). Het bestelformulier wordt in november 2012 herzien, i.v.m. het nieuwe BTW-tarief van 21% en andere wijzigingen.

Hieronder vind je informatie over het promotiemateriaal dat beschikbaar is tot eind oktober 2012.

4.1 Lijst promomateriaal

De lijst met promomateriaal is opgedeeld in vlaggen, kantoorartikelen, eventmateriaal en kleding.

4.1.1 Vlaggen

Er zijn twee formaten vlaggen met IVN-woordmerk beschikbaar: de kleine vlag 70 x 100 en de grote vlag 150 x 225. Ook zijn er tafelvlaggetjes met het IVN-beeldmerk ontwikkeld.

De IVN-beachflags zijn in november beschikbaar.

Product	Afbeelding/ beschrijving	Prijs per stuk
Vlag 70 x 100		€ 6,-
Vlag 150 x 225		€ 15,-
Beachflag 230 hoog	(Nog niet leverbaar)	€ 20,-
Beachflag standaard	Met pin en tas (Nog niet leverbaar)	€ 45,-
Beachflag set	doek + standaard (Nog niet leverbaar)	€ 62,50
Tafelvlaggen 10 x 15		€ 1,75
Tafelvlag standaard	Hout	€ 1,-
Tafelvlag set	vlag + standaard	€ 2,50

(Prijzen onder voorbehoud. Wijzigen in november 2012 i.v.m. nieuw BTW-tarief)

4.1.2 Kantoorartikelen

Er zijn pennen, potloden, briefpapier en stickers met IVN-logo beschikbaar. Dit wordt in november 2012 in ieder geval uitgebreid met A4-formaat en A5-formaat enveloppen.

Product	Afbeelding	Prijs
Potloden	 Woordmerk in zwart	€ 0,30
Pennen	 Woordmerk in groen	€ 0,30
Briefpapier	Lelie	€3,50 (100 vel)
Logostickers	Lelie, 34 x 26 mm	€2,50 (50 stickers)

(Prijzen onder voorbehoud. Wijzigen in november 2012 i.v.m. nieuw BTW-tarief)

4.1.3 Eventmateriaal

Voor events waar een stand wordt gebruikt, zijn er speciale IVN-tafeldoeken beschikbaar. Keycords en ballonnen zijn goed te gebruiken als eventmateriaal. Ook kunnen er wervingsflyers en exemplaren van Mens en Natuur worden besteld. Daarnaast is er de IVN-paraplu.

Het Scharrelkids-vouwhoedje is speciaal voor kinderen. Dit hoedje wordt geleverd als ongevouwen vel. Met het hoedje kunnen kinderen (onder begeleiding) op Weidesafari. Op het hoedje staan quizvragen die gericht zijn op het onderwerp: wat zie je in een weiland? Kinderen kunnen bij een goed antwoord een plaatje op de hoed plakken.

Product	Afbeelding	Prijs per stuk
Tafeldoek 2 x 2m Onderste deel hangt als 'flap' over de tafel.		€ 20,-
Paraplu	 Wit bedrukt 'IVN beleeft de natuur!'	€ 6,-
Keycord	 Wit bedrukt 'IVN'	€ 1,-
Ballonnen		€ 0,15
Vouwhoedje		€ 1,-
Oorkonde (gekalligrafeerd: ja/nee)		Nee: €2,30 Ja: €4,55
Certificaat (ingevuld: ja/nee)	Met de gegevens:	Nee: €2,30 Ja: €4,55
Mens en Natuur	Editie:	Portokosten
Wervingsflyer		Portokosten

(Prijzen onder voorbehoud. Wijzigen in november 2012 i.v.m. nieuw BTW-tarief)

4.1.4 Kleding

Voor mannen en vrouwen zijn er aparte modellen t-shirts en polo's met IVN-woordmerk en pay-off beschikbaar. Het logo staat in wit op de linkerborst en op de rug.

Ook zijn er groene windjacks met IVN-logo in zwart ontwikkeld. Deze windjacks zijn gemaakt van 100% gerecycled polyester. De jacks zijn niet op voorraad beschikbaar, dus moeten speciaal besteld worden. Daardoor is de levertijd langer.

Product	Afbeelding *
Polo heren, lime met opdruk in wit borst 'IVN' / rug 'IVN beleeft de natuur'	
Polo dames lime met opdruk in wit borst en mouw 'IVN' / rug 'IVN beleeft de natuur'	
T-shirt heren	
T-shirt dames	
Windjacks (uniseks) Gemaakt van eco-materiaal. Lime, met opdruk borst/rug in zwart 'IVN beleeft de natuur!'	
Tas, gemaakt van eco-materiaal. Zwart, met opdruk in groen 'IVN beleeft de natuur!'	

(Prijzen onder voorbehoud. Wijzigen in november 2012 i.v.m. nieuw BTW-tarief)

4.1.5. Suggesties

Heb je suggesties voor promotiemateriaal? Stuur ze naar promo@ivn.nl

4.2 Bestelformulier

Het bestelformulier promotiemateriaal is te vinden op OnsIVN > Informatie > Communicatie > Promotiemateriaal IVN.

URL <https://ivn.nl/afdeling/intranet/informatie/communicatie/promotiemateriaal-ivn>

Het ingevulde bestelformulier kan worden gestuurd naar promo@ivn.nl of

IVN Landelijk Bureau
Postbus 20123
1000 HC Amsterdam
o.v.v. bestelling promotiemateriaal

De factuur wordt altijd naar de penningmeester van de afdeling gestuurd.

5. E-mail

E-mail is niet meer weg te denken en vervangt tegenwoordig grotendeels de 'gewone' brief of mailing. In opzet verschilt e-mail niet zoveel van een brief of een fax. Je hebt ook een onderwerpregel, een verzender, een ontvanger en een boodschap. Het concept van een e-mail is wel dat deze bondiger is dan een uitgebreide brief of fax.

5.1 E-mail algemeen

E-mailen is sneller en bespaart tijd, het is ook goedkoper dan een gewone brief per post te versturen. Het heeft dus voordelen. Maar het is goed om met een aantal zaken rekening te houden:

- E-mail heeft nog geen (of in mindere mate) juridische bewijskracht. Zo is het niet mogelijk om een e-mail aangetekend te versturen. Voor belangrijke, juridisch onderlegde brieven en documenten is het aan te raden om via gewone briefwisseling of fax te werken.
- Mensen ontvangen helaas ook een hoop spam. De kans bestaat dus dat jouw bericht daarin verloren gaat.
- De telefoon is in vele gevallen sneller als het om eenvoudige zaken gaat. Het is een stuk persoonlijker en directer, en biedt meer mogelijkheid tot interactie en verduidelijking.
- Natuurlijk is persoonlijk contact nog steeds de koning van de communicatie. Ga dus liever eens bij iemand langs, in plaats van alles via e-mail te regelen.

5.2 E-mail ondertekening

Met een uniforme uitstraling van het e-mailverkeer presenteren we ons als IVN naar binnen en buiten als een eenheid. Dit zorgt voor duidelijkheid bij de ontvanger en draagt bij aan een professionele uitstraling.

IVN'ers werkzaam bij de Stichting zijn verplicht een gestandaardiseerde e-mailondertekening te gebruiken. Voor IVN'ers van de Vereniging is dit niet verplicht, maar wellicht interessant om (deels) over te nemen.

Voorbeeld:

Met vriendelijke groet, (afsluiting is persoonlijk, kan bijvoorbeeld ook *hartelijke groet* zijn)

<naam>

<functie> (optioneel)
IVN-<afdelingsnaam>

Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid
afdeling <afdelingsnaam>
<straatnaam + huisnummer>
<postcode> <plaats>
<telefoonnummer>
<e-mailadres> (optioneel)



<url afdelingswebsite> | www.ivn.nl (optioneel)



optioneel, links naar www.facebook.com/IVNbeleeftdenatuur, www.linkedin.com/company/instituut-voor-natuureducatie-en-duurzaamheid, www.twitter.com/IVNNederland Of natuurlijk links naar de Facebook- of Twitterpagina van de eigen afdeling.

Lettertype e-mail

- Lettertype platte tekst e-mail (de inhoudstekst) is Calibri, lettergrootte 11.
- E-mailondertekening:
 - o Naam, functie en afdeling: Arial, lettergrootte 10, dikgedrukt.
 - o Contactgegevens: Arial, lettergrootte 8.

Kleurgebruik

- Tekstkleur is altijd zwart.
- Er worden geen andere kleuren gebruikt (behalve urls die automatisch blauw kleuren).

Voorbeeld:

Karlijn Vos

**Voorzitter
IVN Hoogeveen**

Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid
Afdeling Hoogeveen
Het Zeyvat 29
7908 NT Hoogeveen
0528 – 278474
k.vos@ivn.nl



www.ivn.nl/hoogeveen | www.ivn.nl

Noot Hoewel in paragraaf 2.1.3 is aangegeven dat de term 'IVN afdeling <afdelingsnaam>' niet meer wordt gehanteerd, wordt in de e-mailondertekening wel het woord *afdeling* genoemd. Dit is puur ter verduidelijking.

Gebruik van logo's, plaatjes en aanvullende tekst

Er is bewust gekozen om uitsluitend het IVN-woordmerk met pay-off (Beleef de natuur!) te gebruiken in de e-mailondertekening. Het is niet de bedoeling om logo's en plaatjes (**vooral geen bewegende!**) van andere campagnes in de ondertekening te gebruiken. Bewegende plaatjes leiden erg af en staan niet professioneel.

Er is (naast www.ivn.nl/<afdelingsnaam>) ruimte voor de URL van één andere website. Hier kan eventueel een campagnesite of projectsite worden vermeld.

6. Persbericht

Het meest gebruikte middel waarmee organisaties de pers benaderen, is het persbericht. Soms het enige (bruikbare) medium om een boodschap over te brengen aan de buitenwereld. Simpel doordat er geen of maar een klein budget is voor communicatieactiviteiten.

Het sturen van een persbericht is gratis en vrijblijvend. Via deze weg kunnen organisaties hun gebeurtenissen/ontwikkelingen toch wereldkundig maken. Belangrijk hierbij is dat de redactie het persbericht snel kan overnemen of kan inkorten, maar niet hoeft te herschrijven.

6.1 Tips voor het opstellen van een persbericht

1. Zorg voor een verhaal met **nieuws waarde**.
2. Geef in de kop en eerste alinea van het persbericht een antwoord op de 5 W's + H. Dus: wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe.
3. Geef de details in de volgende alinea.
4. Maak een persbericht niet langer dan een A4-tje: schrijven is schrappen.
5. Maak er geen reclametaal van. Schrijf zakelijk.
6. Klop jezelf niet teveel op de borst, probeer de tekst objectief te houden.
7. Een goed persbericht is in de actieve vorm geschreven. Voorkom woorden als 'worden', 'kunnen' en 'zullen'.
8. Controleer de tekst goed op spelling- en taalfouten. Laat een iemand anders de tekst nog eens kritisch lezen.
9. Vermeld onderaan als 'noot voor de redactie' waar nadere informatie is te verkrijgen.
10. Verstuur een persbericht op naam van een journalist als je hem kent.

6.2 Sjabloon persbericht

Er is een persberichtsjabloon beschikbaar waarmee een persbericht op een makkelijke manier kan worden opgemaakt. Het gebruik van dit sjabloon draagt bij aan de uniformiteit van IVN. Het persberichtsjabloon is meegestuurd op de USB-stick die de secretarissen van alle IVN-afdelingen hebben ontvangen. Ook is het sjabloon op te vragen bij de IVN Servicedesk. Stuur daarvoor een mailtje naar servicedesk@ivn.nl.

6.2.1 Gebruik sjabloon

Het persberichtsjabloon is een sjabloon gemaakt in Word en bevat zogenaamde macro's. Hij kan gewoon geopend worden met Microsoft Word. De volgende pagina verschijnt:



De roodgekleurde tekst kan worden aangepast. Lettertypes en groottes staan vast. Op deze manier kan er op simpele wijze een professioneel ogend persbericht worden opgesteld.

Een ondertitel is niet verplicht. Heeft jouw persbericht geen ondertitel, dan kun je dat invulveld verwijderen.

Bij *Noot voor de redactie* kun je aangeven met wie de pers contact op kan nemen n.a.v. het persbericht.

6.2.2 Persbericht opslaan

Is je persbericht af? **Sla deze op als PDF!** Alleen dan krijg je het definitieve resultaat te zien. Ook heeft een PDF als voordeel dat de opmaak niet meer verspringt.

Hoe maak je een PDF? Simpel. Klik op *bestand* > *afdrukken* en kies bij Printer voor *PDF Creator*. Klik op *Afdrukken* en de rest wijst zich vanzelf. Staat er bij Printers geen PDF Creator? Je kunt gratis een PDF Creator downloaden via <http://www.pdfforge.org/>.

Voorbeeld:



Oud-gedeputeerde Peter Visser nieuwe voorzitter IVN

Amsterdam, 2 juni 2012 - Tijdens een bijeenkomst van de Landelijke Raad van het Instituut van natuureducatie en duurzaamheid (IVN) op zaterdag 2 juni 2012 is ingestemd met de voordracht van Peter Visser als nieuwe voorzitter van het Landelijk Bestuur. Hij volgt hiermee Chris Hofkamp op, voormalig burgemeester van Weesp, die drie jaar voorzitter van IVN was.

Peter Visser was reeds eerder voorzitter van het Goois Natuurreservaat en is momenteel voorzitter van het Regionaal Overlegorgaan IJsselmeergebied. Ook was hij werkzaam als senior adviseur van Advies- en Managementbureau BMC in Amersfoort.

Van 2007 - 2009 was Peter Visser gedeputeerde voor de PvdA in Noord-Holland met in zijn portefeuille o.a. landelijk gebied en klimaat, van 1999 - 2007 lid Provinciale Staten Noord-Holland en tussen 1991 en 2004 zelfstandig adviseur Milieu en Duurzaamheid. Binnen deze laatste functie is hij een jaar gedetacheerd geweest in Lusaka (Zambia) en Dublin (Ierland). Peter Visser is bioloog en vogelliefhebber en verwoordt zijn passie voor IVN als volgt: " *Van jongs af aan ga ik al graag erop uit: de natuur in. Daarom ben ik er trots op om voorzitter te mogen worden van een landelijke vereniging die zich zo inzet voor de Nederlandse natuur. Ook vind ik het zo mooi dat er in al die lokale afdelingen elke keer weer zoveel vrijwilligers klaarstaan om met anderen hun kennis en liefde voor de natuur te delen. Mijn enthousiasme voor IVN werkt nu blijkbaar al zo aanstekelijk dat mijn broer zich heeft aangemeld voor een vleermuisexcursie en ook maar gelijk lid van IVN is geworden*" .

Met Peter Visser versterkt IVN haar Landelijk Bestuur met een betrokken strateeg met brede kennis van duurzaamheid, milieu, klimaat en omgevingsbeleid en met veel inzicht in complexe politiek-bestuurlijke werkomgevingen.

Noot voor de redactie

Voor meer informatie: www.ivn.nl of [Tineke Hoogeboom](mailto:Tineke.Hoogeboom@ivn.nl), IVN Landelijk Bureau Afdeling Communicatie 06 155 29 162 / t.hoogeboom@ivn.nl