

Gebruik KWF-logo en schrijftips

Hoe schrijf je
fondsenwervende teksten?

Gebruik logo KWF Kankerbestrijding

Kom je in actie voor KWF? Gebruik dan het 'in actie voor'-logo. Het is belangrijk om het logo op correcte wijze te gebruiken. Hoe doe je dat?

- Je mag het 'in actie voor'-logo niet veranderen
- Je mag 'in actie voor'-logo alleen gebruiken voor actie(s) waarvoor je een actiepagina hebt aangemaakt op acties.kwf.nl
- Je mag het algemene KWF-logo niet gebruiken voor jouw actie.
- Ben je een officiële partner? Dan gelden er andere richtlijnen. Neem contact met ons op via acties@kwf.nl.

Er is een horizontale en een verticale variant van het logo:

IN ACTIE VOOR



IN ACTIE VOOR



Leesbaarheid

Om het logo staat een witte band, onzichtbaar op een witte ondergrond, maar zichtbaar op een donkere ondergrond. Hiermee is het logo op elke achtergrond goed leesbaar.



De Kleurcodes zijn:

- **PMS:** rood: Pantone 485, blauw: Pantone 2935
- **CMYK:** rood: M 100% Y 95%; blauw: C 100% M 55%
- **RGB:** rood: R 249 G 15 B 14; blauw R 23 G 86 B 159

Heb je nog vragen over het 'in actie voor'- logogebruik?

Mail Patricia Rempt via acties@kwf.nl

Schrijftips

De volgende standaardteksten kun je gebruiken in je communicatie-uitingen.

Kanker raakt ons allemaal. Eén op de drie Nederlanders krijgt gedurende zijn leven de diagnose kanker. Per jaar zijn dat ruim honderdduizend mensen. Die diagnose betekent niet per se een doodvonnis, maar toch sterven er elk jaar ruim 43.000 mensen aan de gevolgen van de ziekte. Daarmee is kanker doodsoorzaak nummer 1 in Nederland.

KWF Kankerbestrijding is vastberaden om kanker zo snel mogelijk te verslaan. Daarom financieren en begeleiden we wetenschappelijk onderzoek, beïnvloeden we beleid, en delen we kennis over kanker en de behandeling ervan. We stimuleren wetenschap, zorgsector, overheid, bedrijfsleven en publiek om al het mogelijke te doen dat ertoe kan bij dragen dat op een dag niemand meer hoeft te sterven aan kanker. Samen komen we steeds dichterbij.

Voor het schrijven van je eigen teksten kun je de volgende richtlijnen hanteren:

Wees persoonlijk

Vertel waarom je in actie komt. Jouw persoonlijke motivatie trekt mensen over de streep om je actie te steunen.

Wees duidelijk

Gebruik korte, makkelijk te begrijpen zinnen.

Wees positief

Jouw enthousiasme over je actie werkt aanstekelijk. Zorg daarom voor positieve berichtgeving. Deel bijvoorbeeld regelmatig welke resultaten je al hebt behaald. Belangrijk: laat je donateurs weten hoe blij je bent met hun steun.

Wees levendig

Zorg voor voldoende variatie in woordkeus en zinsconstructie. Variatie maakt een tekst levendig en prettiger leesbaar. Bedenk synoniemen als bepaalde woorden vaak voorkomen, zeker als ze dicht bij elkaar staan.

Wees direct.

Schrijf zinnen in actieve en concrete vorm. Vermijd bijvoorbeeld voltooid deelwoorden, bijzinnen, tangconstructies. Gebruik alleen de jij-vorm, niet de u-vorm.

Voor het schrijven van je eigen teksten kun je de volgende richtlijnen hanteren:

Wees beleefd

Hanteer taalgebruik dat jouw doelgroep begrijpt en dat uitnodigt om te reageren.

Wees beknopt. Laat onnodige woorden en zinnen weg, zoals bijvoeglijk naamwoorden en wollige informatie. Woorden zoals 'wel', 'echt', 'even', 'ook', 'dus', 'best', 'weleens' voegen niet altijd iets toe aan de tekst.

Wees consistent. Gebruik bij spelling- en grammaticakwesties: www.woordenlijst.org, het Groene Boekje en de Van Dale.

Wees accuraat. Beschrijf de onderwerpen zoals ze zijn, zoals evenementen en onderzoek. Laat controleren of de informatie klopt.

Veel succes!