



DE STIJL VAN GGD HART VOOR BRABANT

November 2018



Hart voor Brabant

Huisstijlelementen

[Kleuren](#)

[Letterfonts](#)

[Expertisegebieden](#)

[Pay-off](#)

[Design diagonaal](#)

Toepassingen

[A4-pagina](#)

[A5-pagina](#)

[A3 advertentie](#)

[Abri](#)

[Visitekaartjes](#)

[A4 informatieposters](#)

[PowerPoint](#)

[Online banners](#)

Schrijfwijzer

[Introductie](#)

[Waarom we doen wat we doen](#)

[Wie we zijn](#)

[Gezond² doet leven!](#)

[Onze expertises](#)

INHOUD



Primaire kleuren

Geel en blauw zijn de 2 primaire kleuren.

Secundaire kleuren

Lichtblauw, oceaanblauw en groen zijn de secundaire kleuren die worden gebruikt om de expertisegebieden te benadrukken.

Kleurspecificatie

- Pantone en CMYK voor drukwerk
- RGB en HEX voor digitaal gebruik

Primaire kleuren



GGD geel

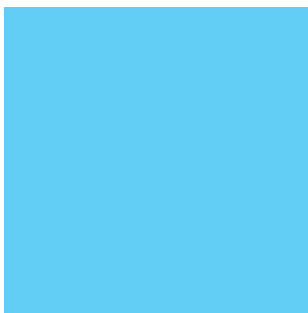
PMS 7406
cmyk 0 / 18 / 100 / 0
rgb 254 / 200 / 15
hex #FEC80F



GGD blauw

PMS 282
cmyk 100 / 72 / 0 / 56
rgb 26 / 44 / 84
hex #1A2C54

Secundaire kleuren



Lichtblauw Preventie

cmyk 51 / 1 / 2 / 0
rgb 14 / 213 / 255
hex #72D5FF



Oceaanblauw Gezonde omgeving

cmyk 88 / 25 / 8 / 5
rgb 0 / 138 / 191
hex #0089BE



Groen Inzicht

cmyk 46 / 0 / 94 / 0
rgb 151 / 202 / 70
hex #8BCA35

Letterfonts

Voor alle drukwerkuitingen wordt het font Montserrat gebruikt. Dit font is te downloaden via de Google fonts bibliotheek.

Voor alle online uitingen gebruiken we Roboto.

In correspondentie gebruiken we Verdana.

Montserrat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Montserrat Semi Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Roboto Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Roboto Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Expertisegebieden

De expertisegebieden worden aangegeven door middel van de zogenaamde expertisebanner. Deze banner bestaat uit drie secties die een eigen kleur en expertisegebied vertegenwoordigen; Preventie, Gezonde omgeving en Inzicht. Indien het onderwerp van een communicatiemiddel één specifiek expertisegebied bevat, dient het desbetreffende gedeelte in wit te worden uitgelicht.

Op [pagina 13](#) vindt je een toepassingsvoorbeeld van de expertisebanner.

Alleen voor partners

De expertisegebieden worden alléén toegepast in communicatie richting partners, dus niet richting het brede publiek.



(Uitgelicht onderwerp: Preventie)



(Uitgelicht onderwerp: Gezonde omgeving)



(Uitgelicht onderwerp: Inzicht)

Pay-off

De pay-off 'Gezond² doet leven!' kan gebruikt worden in een aantal varianten:

- kleur positief: GGD blauw en GGD geel
- diapositief: wit
- lijn: zwart

Gebruik van pay-off

We gebruiken de pay-off op ieder middel minimaal op de cover. De pay-off hoeft derhalve niet op iedere pagina terug te komen.

Het element wordt aan de linkerzijde van het design geplaatst op dezelfde hoogte als het logo.

Gezond² doet leven!



Pay-off positief (GGD geel)

Gezond² doet leven!



Pay-off positief (GGD blauw)

Gezond² doet leven!



Pay-off diapositief (wit)

Gezond² doet leven!



Pay-off lijn (zwart)

Gezond² doet leven!



Hart voor Brabant



Voorbeeld plaatsing

Design diagonaal

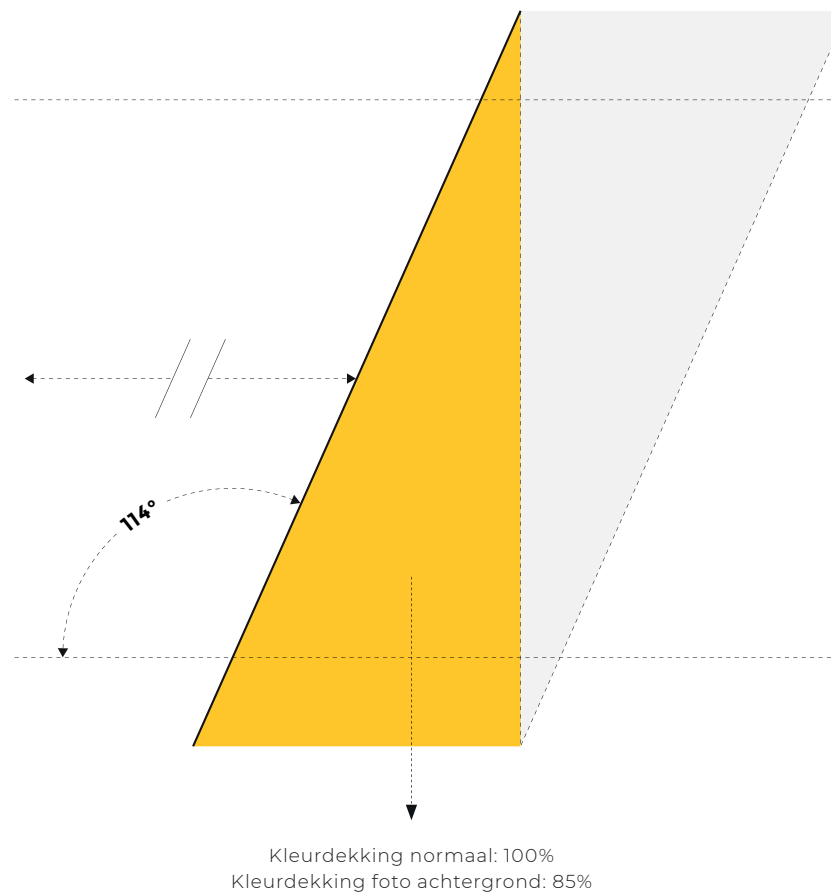
Om de GGD een eigen stijl te geven, maken we gebruik van de 'design diagonaal'. De diagonaal heeft altijd een hoek van 114° .

De breedte van het diagonaalvlak is variabel en kan bepaald worden op basis van de designtoepassing. De breedte wordt bepaald door de diagonaal te verschuiven.

Wordt er een doorlopende foto geplaatst onder de diagonaal, dan krijgt de diagonaal een (kleur) vulling van 85%. Staat de diagonaal op zichzelf, dan krijgt hij een vulling van 100%.

Aangepaste kleuren

De design diagonaal mag qua kleur aangepast worden aan een kleur uit de achtergrondfoto.



Design diagonaal in combinatie met GGD logo

De design diagonaal dient als drager voor het logo. De positionering van het vlak kent 2 varianten:

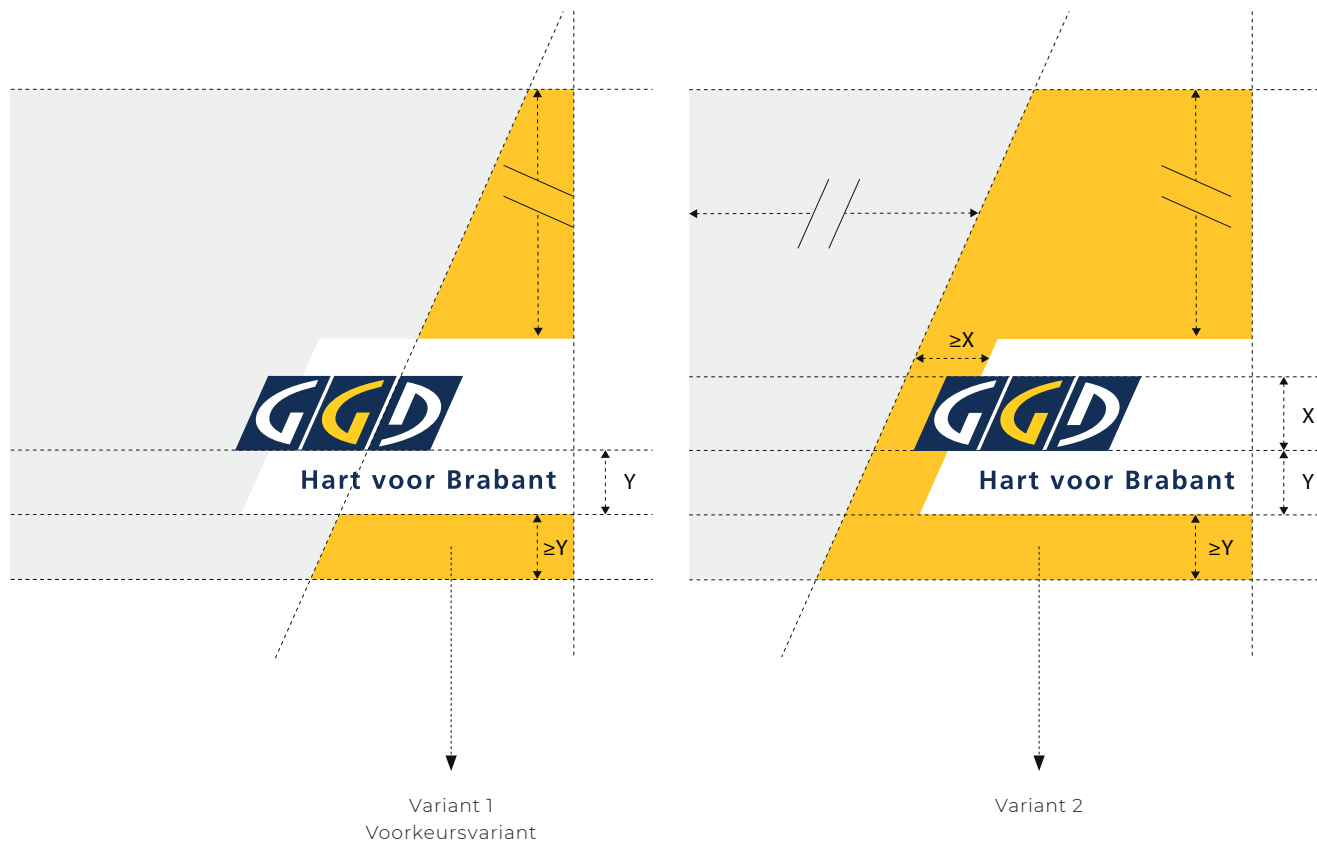
1. Voorkeursvariant

Het logo valt gedeeltelijk in de design diagonaal, lijnend met de 'D' uit het GGD logo.

2. Het logo valt geheel in de design diagonaal waarbij de minimale breedte van het diagonale vlak wordt bepaald door X.

De positie van de diagonaal met het GGD logo is altijd rechts onderin de hoek.

De design diagonaal hoeft niet op iedere pagina terug te komen. Wel **minimaal** altijd op de cover te gebruiken.



Design diagonaal in combinatie met GGD logo en expertisegebieden

De design diagonaal dient als drager voor het logo en expertisegebieden. We gebruiken de combinatie van logo en expertisegebieden alléén in communicatie richting partners, dus niet richting het brede publiek.

De positionering van het vlak kent 2 varianten:

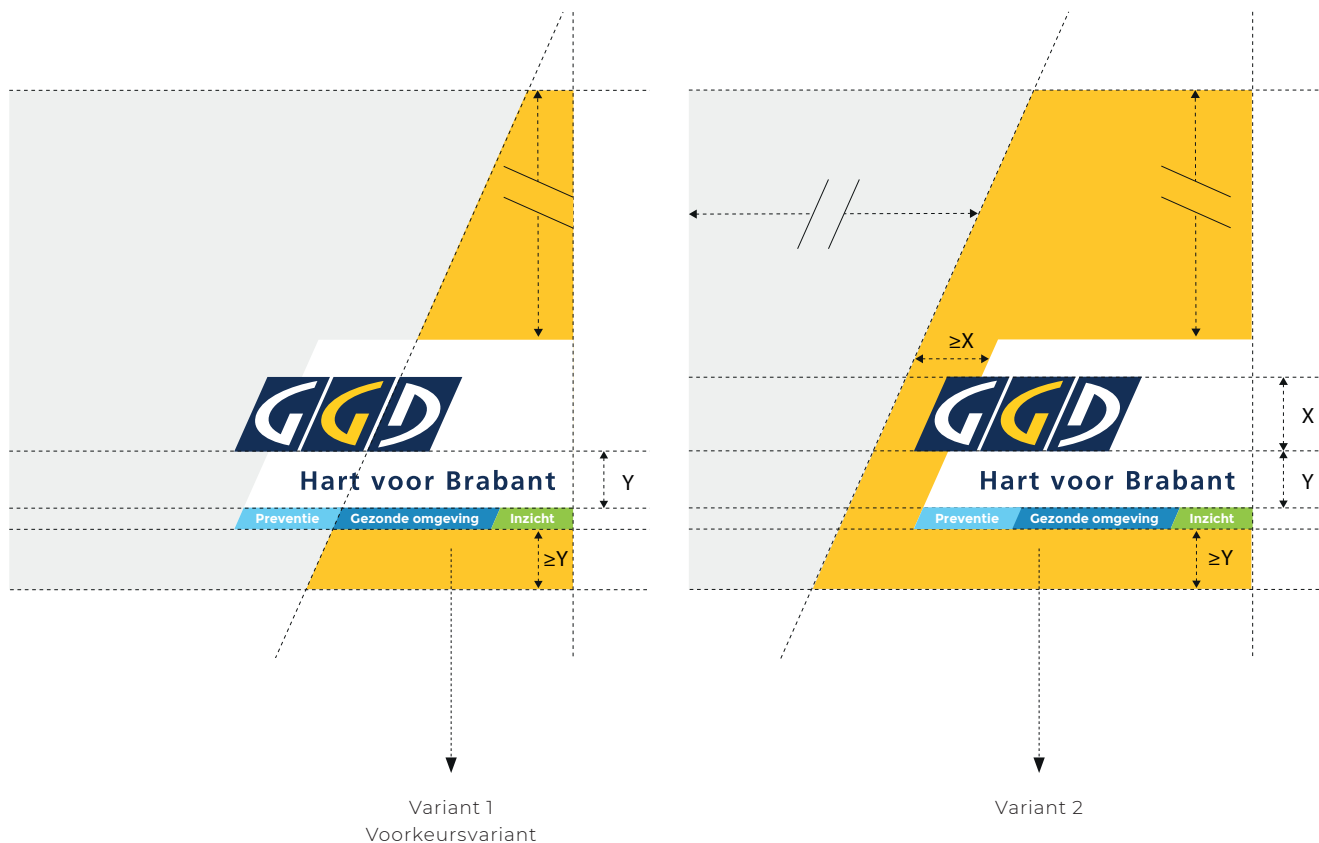
1. Voorkeursvariant

Het logo en expertisegebieden vallen gedeeltelijk in de design diagonaal, lijnend met de 'D' uit het GGD logo.

2. Het logo en expertisegebieden vallen geheel in de design diagonaal waarbij de minimale breedte van het diagonale vlak wordt bepaald door X.

De positie van de diagonaal met het GGD logo met expertisegebieden is altijd rechts onderin de hoek.

Indien het onderwerp van een communicatiemiddel één specifiek expertisegebied bevat, dient het desbetreffende gedeelte in wit te worden uitgelicht.



Expertisegebieden uitgelicht

Design diagonaal in combinatie met logo en foto

Wordt er een doorlopende foto geplaatst onder de diagonaal, dan krijgt deze een (kleur)vulling van 85%, GGD geel of een van de secundaire kleuren.

De design diagonaal mag qua kleur aangepast worden aan een kleur uit de achtergrondfoto.



Kleurbedekking 85%
GGD geel



Kleurbedekking 85%
GGD geel



Kleurbedekking 85%
secundaire kleur groen



Kleurbedekking 85%
kleur uit achtergrondfoto

Design diagonaal toegepast op grid A4

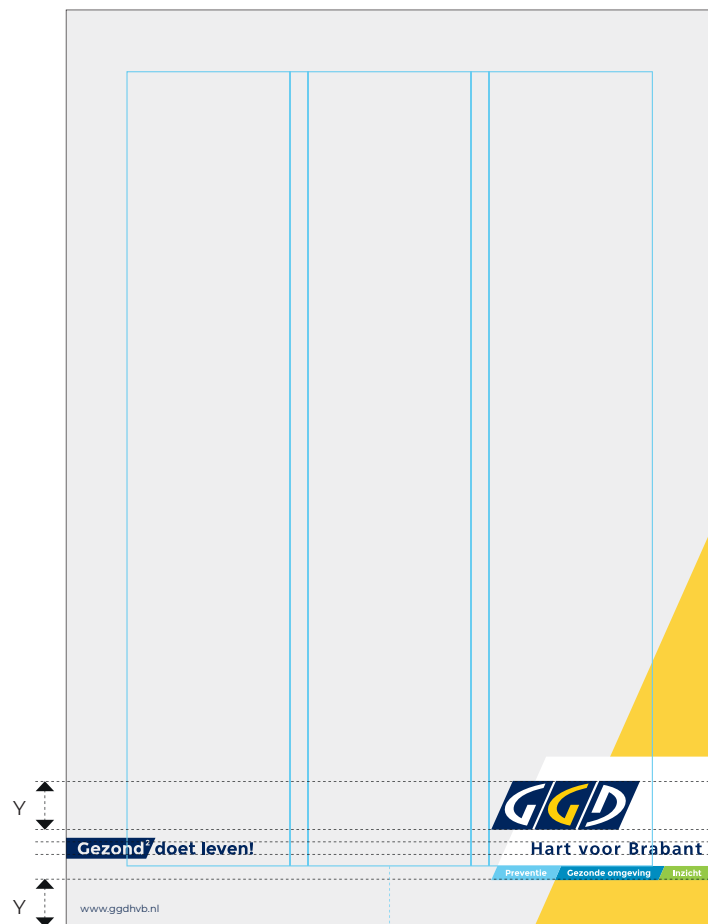
Afbeelding A en B tonen een voorbeeld van het logo en de design diagonaal gepositioneerd op een A4-pagina. Het logo en de diagonaal worden in de rechteronderhoek geplaatst.

Afbeelding A logo met expertisegebieden, afbeelding B logo zonder expertisegebieden.

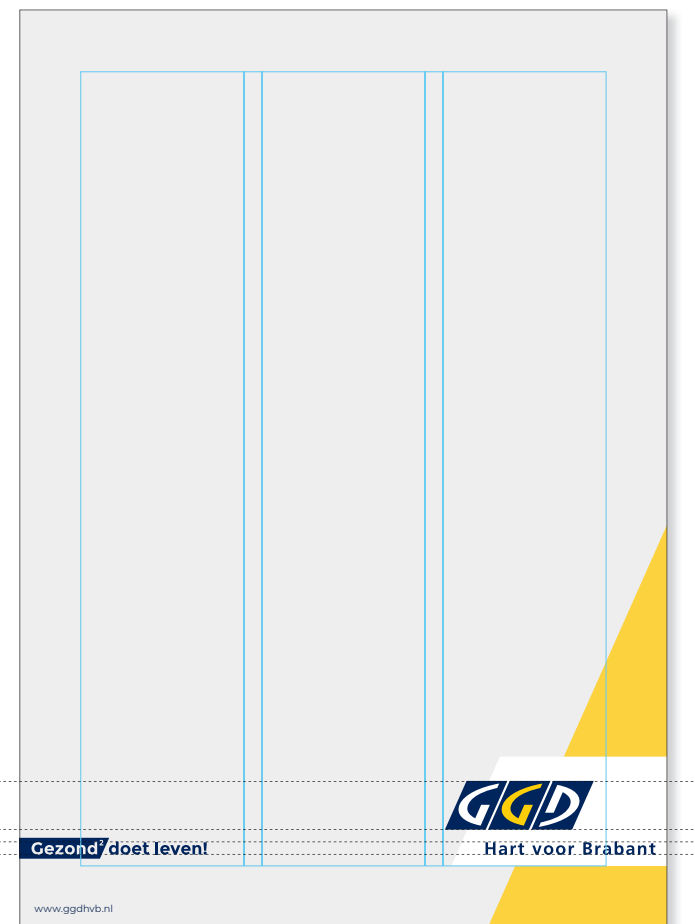
Alleen voor partners

De expertisegebieden worden alléén toegepast in communicatie richting partners, dus niet richting het brede publiek.

Afbeelding A



Afbeelding B



Grid A4:
marges 20 mm rondom
3 kolommen met tussenruimte 6 mm



TOEPASSINGEN

A4-pagina

Afbeelding A en B tonen een voorbeeld van het logo en de design diagonaal gepositioneerd op een A4-pagina. Het logo en de design diagonaal worden in de rechteronderhoek geplaatst.

Afbeelding A logo met expertisegebieden, afbeelding B logo zonder expertisegebieden.

Alleen voor partners

De expertisegebieden worden alléén toegepast in communicatie richting partners, dus niet richting het brede publiek.

Afbeelding A



Afbeelding B



A5-pagina

Afbeelding A en B tonen een voorbeeld van het logo en de design diagonaal gepositioneerd op een A5-pagina. Het logo en de diagonaal worden in de rechteronderhoek geplaatst.

Afbeelding A logo met expertisegebieden, afbeelding B logo zonder expertisegebieden.

Alleen voor partners

De expertisegebieden worden alléén toegepast in communicatie richting partners, dus niet richting het brede publiek.

Afbeelding A



Afbeelding B



A3 advertentie

Hierbij geven we een voorbeeld van een A3 opmaak advertentie, waarbij we bodycopy in lijn met de design diagonaal plaatsen.

Voor de tussenkoppen gebruiken we afgeschuinde rechthoeken als stijlelement.



OMHEL!

**je familie en vrienden
zonder bang te hoeven zijn
om ziek te worden.**

Gezond doet leven!

www.ggdhvb.nl

Gezond denken.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

Gezond doen.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

GGD
Hart voor Brabant

Abri

Hierbij geven we een voorbeeld van een Abri formaat poster (1185 x 1780 mm).



Visitekaartjes

Formaat 85 x 55 mm.

Keuze uit verschillende afbeeldingen op achterzijde.

Anouk de Vaan
Strategisch communicatieadviseur

E a.de.vaan@ggdhvb.nl

T 088 - 368 75 24

M 06 - 21 86 64 39

 @anoukdevaan | @ggdhvb

 linkedin.com/in/anoukdevaan

www.ggdhvb.nl



Hart voor Brabant

Voorkant

Achterkant



A4 informatieposter

Afbeelding A en B tonen een voorbeeld van het logo en de design diagonaal gepositioneerd op een A4 pagina. Het logo en de diagonaal worden in de rechteronderhoek geplaatst.

Afbeelding A logo met expertisegebieden, afbeelding B logo zonder expertisegebieden.

Alleen voor partners

De expertisegebieden worden alléén toegepast in communicatie richting partners, dus niet richting het brede publiek.

Deze opmaak is in Word.

Afbeelding A



**JONGEREN EN
MIDDELENGEBRUIK**
Vooraankondiging theaterbijeenkomst

Welke middelen gebruiken jongeren? Wat zijn risico's?
Hoe kun je als ouder middelengebruik bespreekbaar maken bij je kind?

Maandag 1 oktober 2018
19.30 - 21.30 uur

Wijkcentrum De Heyhoef, Tilburg

Informatie bij Hanneke Duijkers GGD Hart voor Brabant
06 53 88 96 64 of h.duijkers@ggdhvb.nl




GGD
Hart voor Brabant
Preventie Gezonde omgeving Inzicht

Gezond² doet leven!
www.ggdhvb.nl

Afbeelding B



**JONGEREN EN
MIDDELENGEBRUIK**
Vooraankondiging theaterbijeenkomst

Welke middelen gebruiken jongeren? Wat zijn risico's?
Hoe kun je als ouder middelengebruik bespreekbaar maken bij je kind?

Maandag 1 oktober 2018
19.30 - 21.30 uur

Wijkcentrum De Heyhoef, Tilburg

Informatie bij Hanneke Duijkers GGD Hart voor Brabant
06 53 88 96 64 of h.duijkers@ggdhvb.nl




GGD
Hart voor Brabant

Gezond² doet leven!
www.ggdhvb.nl

PowerPoint

Formaat 16 : 9

Getoonde afbeeldingen tonen verschillende Powerpoint dia's.



2. Heading GGD present over twee regels

- Opsomming

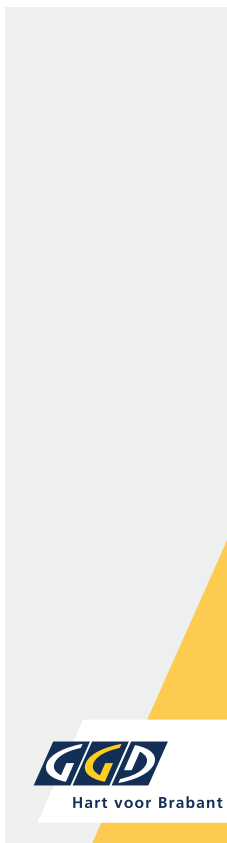
Naam presentatie, versie nr.



Online banners

Afbeeldingen A, B en C tonen voorbeelden van logo en diagonaaltoepassingen op afwijkende (banner-)formaten.

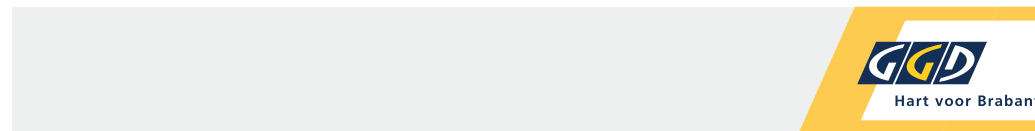
Afbeelding A
160x600px



Afbeelding B
300x250px



Afbeelding C
728x90px



TROTS!

op ons werk.

Hoe vertel je daarover?



POSITIEF, OPEN, EIGENTIJDS EN DESKUNDIG

Dat zijn wij! Onze GGD Hart voor Brabant is een betekenisvolle organisatie. Dat voelen we niet alleen als medewerkers, maar staat ook in de Wet publieke gezondheid. Hierin staan de taken waarvoor gemeenten verantwoordelijk zijn. Een deel van deze taken leggen gemeenten bij onze GGD. Als GGD spreken we uit wat we belangrijk vinden, werken we vanuit positieve energie en denken we in mogelijkheden. Daar zijn we trots op en dat willen we intern én extern uitdragen. Betrokkenheid en consistentie spelen hierin een sleutelrol.

Samen vormen we één stem

Dit document is een praktische handleiding en vormt de basis van alle communicatie: intern én extern. Hieruit kunnen we als ambassadeurs van onze GGD allemaal putten. Het helpt ons, jou en mij, om onze identiteit en boodschap nog beter uit te dragen in alles wat we doen. Zo komen we als organisatie met één stem naar buiten. En dat is belangrijk, want dan weten inwoners, gemeenten en andere partners wie we zijn en wat ze van ons kunnen en mogen verwachten.



ONZE MISSIE

Mensen gezonde kansen bieden, om het maximale uit hún leven te halen.

Dat is ons doel; waarom wij doen wat we doen.

Onze positionering

Wat we doen: wij bewaken, beschermen en bevorderen de gezondheid van iedereen (publieke gezondheid). *Preventie*, dat is onze kernactiviteit. Vanuit het individu en gericht op het collectief; de Brabantse volksgezondheid. Daarbij zetten we in op een *gezonde omgeving*, die bijdraagt aan preventie. En onderbouwen we keuzes en activiteiten met *inzicht*.

Waarom we het doen: we streven ernaar dat iedereen zo gezond en veilig mogelijk kan opgroeien en leven. Want als mensen gezond zijn, kunnen ze meedoen en op hun manier alles uit het leven halen. Dát maakt mensen gelukkiger, zelfredzamer en minder afhankelijk van instanties.

Voor wie we het doen: wij werken in opdracht van en voor gemeenten. Zij bieden al hun inwoners collectief publieke gezondheid. Actief en deels ongevraagd, gericht op preventie. Deze maatschappelijke taak voeren wij deels voor hen uit. Iedere dag zetten we ons in voor de gezondheid van ruim 1 miljoen inwoners van de 25 gemeenten in Midden-Brabant en Brabant-Noord. Daarbij hebben we aandacht voor mensen die meer hulp nodig hebben.

Met wie we dat doen: gezondheid is een groot goed en een complexe, collectieve verantwoordelijkheid. Dat kunnen we niet alleen. Daarom werken we samen met *gemeenten*,

zorgpartners (zoals (huis)artsen, ziekenhuizen, zorginstellingen, scholen en zorgverzekeraars), *veiligheidspartners* (zoals de politie en brandweer) en *andere partners* (zoals scholen, kinderopvang, welzijn en soms commerciële of niet voor de hand liggende organisaties). Maar ook met *onze inwoners*. Zo komen we samen tot oplossingen door krachten te bundelen en betrokkenheid te creëren.

Hoe we het doen: Positieve gezondheid is de basis voor ons handelen. Wij zijn *positief, open, eigentijds* en *deskundig*. Een GGD, die de wensen en behoeften van mensen centraal zet. We zijn flexibel, toegankelijk en weten mensen écht te raken. We leggen verbinding met de regio, spelen in op nieuwe ontwikkelingen en maken slim gebruik van nieuwe technieken.

Onze overtuigingen

Iedereen moet kunnen meedoen.

Gezondheid maakt meedoen makkelijker.

Meedoen is één van de belangrijkste pijlers van een evenwichtige en kansrijke maatschappij. Wij streven naar goede en gelijke kansen op gezondheid voor iedereen. Daarbij gaan we uit van wat mensen wel kunnen (positieve gezondheid).

Meedoen draagt bij aan het geluk en welzijn van mensen.

Als mensen kunnen meedoen, zijn ze gelukkiger en gezonder en is de kans het grootst dat ze dit ook blijven. Als mensen niet meedoen, is het moeilijker gezonde kansen te pakken.

In staat stellen is beter dan helpen.

Je leven zoveel mogelijk in je eigen handen hebben en houden (zelfregie). Dat geeft meer voldoening, heeft een structureel effect op je gezondheid en vergt minder van de maatschappij.

Voorkomen is beter dan genezen.

Het voorkomen van ziekten en gezondheidsbeperkingen voorkomt veel leed, problemen en bespaart ook kosten.

Samen is beter dan alleen.

Als mensen en organisaties hun krachten bundelen, komen ze verder. We zetten in op het collectief, zoeken naar trends en creëren kansen waar iedereen gebruik van kan maken. Dat doen we samen met inwoners, gemeenten en andere partners. Hierbij richten we ons op beleid, het sluiten van ketens en het delen van kennis over gezondheid.

WIE WE ZIJN

Wij willen als GGD een uitgesproken merk zijn. We vallen op, zijn urgent én agendabepalend. Dit doen we op een positieve, open, eigentijdse en deskundige manier. Nooit betuttelend en altijd gepast, zodat onze expertise op preventie wordt gewaardeerd.

Positief

Wij zijn veerkrachtig en denken in mogelijkheden, ook al zijn de aanleidingen vaak (gezondheids)problemen. Onze toon is positief; we communiceren in oplossingen en kansen.

Open

Wij zijn toegankelijk, helder, no-nonsense en transparant. We spreken mensen aan met 'je' en 'jij'. Ons taalgebruik is persoonlijk en betrokken, vriendelijk en informeel, duidelijk en begrijpelijk. We brengen onze kennis over met enthousiasme én beide benen op de grond. Zo weten we mensen écht te raken.

Eigentijds

Wij zijn fris, energiek, flexibel en helemaal van nu. Onze communicatiestijl is modern, vlot, levendig, origineel en scherp.

Deskundig

Wij zijn professioneel, geloofwaardig en betrouwbaar. We zijn onafhankelijk en kunnen ons vrij bewegen. Onze kennis is up to date. We verstaan ons vak en hebben veel gezamenlijke expertise.

Hoe we dat uitdragen

Als medewerkers zijn we het visitekaartje van de GGD en dragen als ambassadeurs bij aan het bereiken van onze doelen. Het uitdragen van één beeld naar buiten helpt het beeld van onze organisatie scherp te houden. Zo weten partners, inwoners én gemeenten wat ze aan ons hebben, van ons mogen verwachten en waarvoor ze bij ons terecht kunnen. En werken ze graag met ons samen!

Als medewerkers van de GGD zetten wij onze kennis, kunde en gedrag in. Zo:

- delen we onze deskundige kennis over gezondheid;
- zijn we uitgesproken over wat we belangrijk vinden. Maar ook onafhankelijk en nuchter, we staan met beide benen op de grond;
- stimuleren we mensen om op hún manier mee te doen, samen met de mensen om hen heen (zelfredzaamheid);
- maken we mensen bewust van hun eigen invloed op hun leefstijl (eigen regie);
- geven we zelf als medewerker en organisatie het goede voorbeeld.



Hart voor Brabant

ONZE BELOFTEN

Wij zijn een GGD met een uitgesproken persoonlijkheid. Daarom blijven we zoveel mogelijk weg bij voor de hand liggende woorden en containerbegrippen. Dat geldt ook voor onze beloften. Ze blijven relevant, alleen communiceren we er op een andere manier over.

Vernieuwen

Woorden als *vernieuwen* en *innoveren* betekenen weinig zonder toelichting. Bij de GGD Hart voor Brabant zijn we voortdurend bezig met innovatie. We vertellen daarom liever hoe we vernieuwen, wat we doen en voor wie dat belangrijk is en het effect merkt.

Bijvoorbeeld: wij brengen veranderingen op het snijvlak van gezondheid, zorg en de maatschappij snel in beeld. We zoeken continu naar nieuwe mogelijkheden, technologieën en toepassingen, zodat mensen nog beter gezonde kansen kunnen benutten. We maken kennis over gezondheid en gezonde kansen altijd en overal beschikbaar. Hiervoor combineren we onze data met die van anderen en delen de nieuwe inzichten om manieren te vinden om gezonder te worden. We ontwikkelen ook nieuwe dienstverlening op maatschappelijke behoeften, zoals het Programma Nu Niet Zwanger en de Wijk-ggd'er. Preventie op het snijvlak van zorg-welzijn-veiligheid. We lopen voorop door te experimenteren en uit te proberen. Zó bereiden we ons voor op de toekomst.

Klant centraal

Ook woorden als *klantgericht(heid)* en de *klant centraal* zijn voor meerdere interpretaties vatbaar. Daarom communiceren we liever op *welke manier* we mensen centraal zetten.

Bijvoorbeeld: we bieden onze diensten dichtbij onze klant aan, in gebouwen die goed bereikbaar, gastvrij en duurzaam zijn. We brengen de wensen en behoeften van individuen en onze samenleving als collectief in kaart. En spelen hierop in. We werken aan allerlei variaties van contact zodat inwoners kunnen kiezen wat bij hen past. We luisteren naar onze inwoners, gaan met hen in gesprek en werken met hun samen. We passen onze aanpak aan op hun leefwereld, zodat zij zelf de regie hebben en gezonde kansen kunnen benutten. Dat maakt mensen enthousiast om mee te doen en gezonde kansen te benutten.

Verbinden

De betekenis van *verbinden met het veld* is niet voor iedereen direct duidelijk. We vertellen daarom liever hoe we invulling geven aan onze verbindende rol.

Bijvoorbeeld: wij werken samen met partners en zijn steeds op zoek naar nieuwe samenwerkingen. We wachten niet af, maar benaderen actief: lokaal, dichtbij en zichtbaar. Met onze kennis over de maatschappij en maatschappelijke uitdagingen stimuleren we elkaar, onze partners en inwoners om mee te doen. Om samen te werken en kennis uit te wisselen. Daarmee richten we ons op beleid en zetten we belangrijke thema's op de agenda. Zoals het realiseren van een omgeving waarin het fijn wonen, werken en leven is.

We werken dagelijks aan het versterken van de samenwerking en kennisdeling tussen bijvoorbeeld jongerencentra en buurtbewoners, sociale wijkteams en praktijkondersteuners, ziekenhuizen en universiteiten, huisartsen en basisscholen, kinderopvang en consultatiebureaus, het RIVM en onderzoeksafdelingen van gemeenten.

GEZOND² DOET LEVEN!

Als merk en organisatie werken en communiceren we vanuit onze centrale filosofie, gebaseerd op onze missie, visie, beloften en kernwaarden:

Gezond² doet leven!

Dat is meer dan een nieuwe stijl van communiceren. Het is een filosofie. De basis van ons werken. Want als mensen gezond zijn, kunnen ze actief zijn, meedoen in de samenleving en op hun manier alles uit hún leven halen. Dus letterlijk: gezond doet leven! En daar doen wij het tenslotte allemaal voor.

Hierbij staat het tweetje voor twee logische bestanddelen die elkaar continu versterken: Gezond denken. en Gezond doen. Mensen die beide doen, hebben meer kans op een gezond leven.

Externe communicatie

Hoe we hierover naar buiten vertellen? De toon in onze communicatie is optimistisch en positief. We benoemen in onze communicatie de mooie en goede dingen van het leven. En koppelen dat aan gezondheid. We roepen inwoners vooral op om hun leven 'lekker te leven'. En daarbij ook te denken aan hun gezondheid. Zo stimuleren we het gezond denken én doen en brengen we tegelijkertijd het aspect van eigen regie én de relevantie van ons werk naar voren.

In ons werk

Gezond² doet leven! kenmerkt ook de combinatie die ons werk zo krachtig maakt:

Gezond denken: is uitgaan van positieve gezondheid. Wij bedenken elke dag hoe we mensen gezonde kansen bieden. We hebben een schat aan informatie, zien alle kinderen tot 18 jaar en doen regelmatig onderzoeken.

We weten per gemeente en zelfs per wijk hoe het staat met gezondheid. Welke risico's er zijn en waar kansen liggen. Die inzichten delen we met anderen en koppelen we aan beleidsadvies.

Gezond doen: want het werkt pas echt als we ook iets doen! Mensen gezonde kansen bieden om het maximale uit hún leven te halen. Iedereen is zélf verantwoordelijk voor zijn of haar gezondheid. Wij stimuleren gezonde keuzes, bieden activiteiten aan en geven eerlijke informatie over gezondheid. We beschermen mensen met vaccinaties tegen besmettelijke ziektes en houden toezicht op de kinderopvang en WMO-instellingen.

Zo creëren we scherp INZICHT, zijn we actief met PREVENTIE en maken ons sterk voor een GEZONDE OMGEVING in ons werkgebied.

Gezond² doet leven!

Gezond denken. Gezond doen.

HOE VERTEL JE OVER ONZE EXPERTISES?

We concentreren ons op preventie. Daarbij zetten we in op een gezonde omgeving, die bijdraagt aan preventie. En onderbouwen we met inzicht onze keuzes en activiteiten. Alle drie deze expertises hebben we in huis. Als we hierover met anderen communiceren, brengen we het dichtbij mensen en geven we voorbeelden.

Preventie

Als mensen gezond zijn, zitten ze beter in hun vel, hebben ze meer energie en kunnen ze meedoen. Mensen zijn zelf verantwoordelijk voor hun gezondheid. Wij stimuleren hen met advies en eigentijdse activiteiten, die passen bij hun behoeften en die van hun omgeving. Mensen die dat nodig hebben, geven we extra aandacht. We voorkomen ziekten en hebben kennis van gezondheid, die we graag delen.

We zijn er voor jong en oud: de jeugdarts op het consultatiebureau, de verpleegkundige of voorlichter op school en in de wijk. En denk ook aan de verpleegkundige voor seksuele gezondheid of voor reizigers, die we helpen met voorlichting en vaccinaties. Samen met onze partners en alle inwoners, werken we aan gezonde kansen voor iedereen. Want: gezond doet leven!

Gezonde omgeving

Een gezonde omgeving werkt positief op gezondheid. Wij houden zichtbare en onzichtbare gevaren elke dag goed in de gaten. We brengen besmettelijke ziekten snel in beeld en voorkomen verspreiding. Ook houden we toezicht op de kinderopvang, zorginstellingen en Wet maatschappelijke ondersteuning. En we letten op de kwaliteit van lucht, water en geluid in de omgeving.

Daarvoor werken we samen met inwoners, gemeenten en andere partners. Samen bouwen we aan een leefomgeving die uitnodigt tot gezond gedrag en waar het fijn wonen, werken, spelen en leven is.

Inzicht

Een gezonde regio vraagt om zicht op gezondheid. We hebben een schat aan informatie over gezondheid in de regio. We zien alle kinderen tot 18 jaar en doen regelmatig onderzoek. We combineren ons onderzoek met data van anderen, zoeken steeds naar nieuwe manieren om de inzichten die we daaruit halen in beeld te brengen en maken slim gebruik van nieuwe technieken.

Per gemeente en zelfs per wijk weten we hoe het staat met de gezondheid, welke risico's er zijn en waar kansen liggen. Waar nodig gaan we samen aan de slag. Ook adviseren we onze gemeenten waar extra actie nodig is. En we stemmen onze activiteiten daarop af, samen met onze partners. Zó houden we samen de regio gezond.



De stijl van GGD Hart voor Brabant
is een uitgave van de GGD Hart voor Brabant
www.ggdhvb.nl



Hart voor Brabant