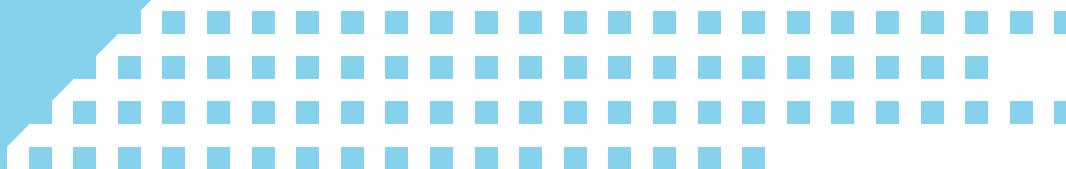


ERASMUS MC MERKGIDS

oktober 2021



INHOUDS OPGAVE

Waarom deze Merkgids

Ambitie Erasmus MC

Ons verhaal

Huisstijl

Typografie	15
------------	----

Kleurgebruik	17
--------------	----

Logo & beeldtaal	20
------------------	----

Naamgebruik	29
-------------	----

Pay-off	30
---------	----

Fotografie	38
------------	----

Animatie & illustratie	40
------------------------	----

Apps	42
------	----

Wel en niet doen	48
------------------	----

Sjablonen	56
-----------	----

Tone of voice	58
----------------------	-----------

Onze zinnen	65
-------------	----

Schrijfwijze	69
---------------------	-----------

Zegt u maar jij	78
-----------------	----

Voorbeelden	80
-------------	----

Canon: The Creative Hub	84
-------------------------	----

Afdeling Communicatie Erasmus MC

WAAROM DEZE MERKGIDS



WAAROM DEZE MERKGIDS

Erasmus MC. Al vele jaren bekend als één van de meest vooruitstrevende UMC's van Nederland.

Erasmus MC is één organisatie. Met één identiteit. Erasmus MC is een merk. Een merk dat waarde toevoegt. Een merk met twee 'submerken':

- Erasmus MC Sophia Kinderziekenhuis
- Erasmus MC Kanker Instituut

Erasmus MC wekt vertrouwen met beloftes, een verregaande ambitie en duidelijke visie.

Daarom hebben we deze Merkgids gemaakt. Deze is er om handvatten te geven hoe met het Erasmus MC-merk om te gaan. Om je beter te helpen begrijpen waar we heen willen. En om je te helpen het merk consistent toe te passen. Binnen één bepaalde huisstijl, met één heldere beeldtaal en één consistente tone of voice.

Deze Merkgids is voor iedereen die werkt met het merk Erasmus MC. Dat ben jij ook. Want met elke mail, elk gesprek, elke folder of post op een van onze sociale media kanalen. Wat je ook doet... je draagt bij aan de reputatie van Erasmus MC.

Erasmus MC blijft zich continu ontwikkelen. Elke dag een beetje verder vooruit. Het merk ook. In al die verandering blijven we trouw aan ons merkwaarden (zie verderop in deze Merkgids). Dat is waarmee we ons onderscheiden en altijd onszelf blijven.

AMBITIE ERASMUS MC



AMBITIE ERASMUS MC

Over vijf jaar is Erasmus MC het eerste technische UMC van Nederland, toegewijd aan een gezonde toekomst voor iedereen.

De technologische vooruitgang in de geneeskunde is onstuitbaar. Data helpen bij het stellen van diagnoses. Robots voeren operaties uit en distribueren medicijnen. Wij omarmen technologie meer dan ooit. Zodat patiënten een betere behandeling krijgen. Eerder naar huis kunnen. Of thuis behandeld kunnen worden. We versterken daarom ook de samenwerking met TU Delft. Onze partners zijn zorg-, onderwijs- en onderzoeksinstituten in binnen- en buitenland. Alleen door samenwerking komt de patiënt op de juiste plek voor de beste zorg. Wij willen hierin een kloppend hart zijn. Samenwerken in onderzoek en kennisdelen draagt eveneens bij aan een gezondere wereld.

Bovenal staat de mens centraal. Iedere patiënt zien wij als een gelijkwaardige partner, die meebeslist over zijn behandeling en zeggenschap heeft over zijn kwaliteit van leven. We gaan hierbij ook het gesprek over leefstijl aan, zodat hij langer gezond blijft. We investeren ook in een prettige werkomgeving, met ruimte voor groei en ontwikkeling voor onze medewerkers en studenten, zodat een diversiteit aan mensen toegewijd kan werken aan een gezonde toekomst voor iedereen.

Om die ambitie te kunnen verwezenlijken, hebben wij onze doelen in de strategische visie Koers23 omschreven.

MERKHART ERASMUS MC



Typisch Erasmus MC - ons verhaal in het kort:

Vooruit. Onze handen uit de mouwen. Gaan we door. Iedere dag. Iedere nacht.
Tot iedereen overal en altijd gezond is en gezond blijft.
Pas dan zullen we rusten.
Wij maken van onze droom ons doel en gaan ervoor.
Ervaren we tegenslag dan zetten we ons daar overheen.
Stuiten we op muren dan breken we daar doorheen.
Ruiken we kansen dan nemen we initiatief.
Vrij van geest. Open voor nieuwe ideeën. Gedreven als we zijn.
Net als onze naamgever Erasmus.
We onderzoeken. Signaleren. Ontdekken.
Voorkomen. Zorgen. Behandelen. Verbeteren.
We leren. Vernieuwen. Pionieren.
En komen zo verder.

Erasmus MC

Voor een gezonde toekomst.



ONS VERHAAL



ONS VERHAAL

Erkend leidend in innovaties voor gezondheid en zorg word je niet zomaar. Dat vergt visie en ambitie. En vooral doorzettingsvermogen.

‘Wij zijn Rotterdammers, wij houden vol’ viel er te lezen op een bord vlak na het bombardement van 14 mei 1940. Het typeert de daadkracht en het doorzettingsvermogen van Rotterdam. Letterlijk op de puinhopen van het bombardement is een bruisende metropool gebouwd. Vernieuwend en vaak trendsettend.

Dat zit ook in ons DNA. Onze visie is integratie van biomedisch, preklinisch en klinisch onderzoek en onderwijs. We bouwden daarom als eerste de medische faculteit pal naast het ziekenhuis. Pas vijftig jaar oud zijn we, maar met een staat van dienst om ‘u’ tegen te zeggen. Vanaf de prille start in de jaren zestig verrichten we baanbrekend onderzoek. Bij ons kwam in 1983 de eerste reageerbuisbaby in Nederland ter wereld. Wij deden de eerste harttransplantatie in Nederland. Wij zijn de enige instelling die jarenlang de gezondheid van de Rotterdamse bevolking - jong en oud - intensief volgen. Als je complexe zorg nodig hebt, dan wil je de allerbeste behandeling, bij het allerbeste instituut. Een instituut dat durft te experimenteren waar anderen geen heil meer zien. Eén die verder gaat waar andere stoppen. Zo zijn wij.

Onze missie: zieke mensen beter maken en gezonde mensen gezond houden. Want wij denken in onbegrensde mogelijkheden, net als onze naamgever Erasmus, en we zetten door tot we ons doel bereiken. We staan midden in het medisch veld. We zijn de grootste instelling voor opleiding en bijscholing voor alle medisch specialisten. We hebben intensief contact met ziekenhuizen in onze directe omgeving. Dat leidt tot bundeling van expertise, zoals met het Admiraal de Ruyter Ziekenhuis in Goes, een volledige dochter van het Erasmus MC. Voor patiënten in de regio geldt: zorg dicht bij huis als het kan en in het Erasmus MC als dat nodig is. In 2018 is ons nieuwe ziekenhuis geopend. Het UMC van de 21e eeuw. Met een kamer voor de patiënt alleen, waar ook zijn/haar partner kan overnachten. Waar alle zorg om de patiënt heen is georganiseerd, met de betrokkenheid en inzet van artsen, verpleegkundigen en medewerkers achter de schermen. Mensen die altijd klaarstaan, dag en nacht. De complexe zorgtaken beperken zich niet alleen tot Nederland, maar gelden voor de hele wereld.

Een student kan bij ons zelf zijn pad uitstippelen en zo zijn eigen toekomst bepalen. Onze geneeskundeopleiding, te combineren met verschillende researchmasters, is door Elsevier de afgelopen jaren uitgeroepen tot beste van Nederland. Studenten kunnen ook kiezen voor een aan geneeskunde gerelateerde, nieuwe studie als Nanobiologie (met TU Delft) of Klinische Technologie (met TU Delft en LUMC).

Als onderzoeksinstituut staan we hoog op de internationale ranglijsten. Die positie willen we behouden en versterken. We forceren nieuwe doorbraken door onze expertises op slimme wijze te verbinden. En we investeren in onderzoeksfaciliteiten die voor al onze onderzoekers toegankelijk zijn. Zo doorstaan we de toets met buitenlandse topinstituten met glans.

Onze ambitie concreet: over vijf jaar zijn wij onomstreden het allerbeste en meest vooruitstrevende UMC van de 21ste eeuw.

Wij kunnen dat. Wij zijn voorlopers. Grensverleggers. Iedere tegenslag is voor ons een reden om door te gaan. We zijn Rotterdamse doorzetters: volhardend, toegewijd en baanbrekend. We geven niet op. Nooit. Want als het ergens kan, is het hier.

Erasmus MC

Voor een gezonde toekomst



HUISSTIJL

HUISSTIJL

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste huisstijlelementen van Erasmus MC opgenomen zoals naam, logo, kleur, typografie, vormtaal (stramien/vlakken/curves/opmaak) en fotografiestijl.

Daarnaast presenteren we een aantal mogelijke uitwerkingen en vind je linkjes naar diverse sjablonen. De Word-sjablonen zijn uitsluitend voor medewerkers. Alle overige sjablonen zijn voor iedereen toegankelijk.

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFIE

Binnen de huisstijl is het gebruik van vast-gestelde lettertypes beeldbepalend. We gebruiken verschillende lettertypes. Het zijn mooie ronde, stevige lettertypes die corresponderen met het baanbrekende karakter van Erasmus MC.

TheSans en TheSerif ⇒ Drukwerk
Arial ⇒ MS Office pakket
Montserrat ⇒ Online

Meer informatie hierover vind je op pagina [Sjablonen](#) en in de [print- en huisstijlportal](#).

Voorbeelden

KOPREGEL

‘THESANS BLACK’
Erasmus MC Huisstijlkleuren
KAPITALEN

Subregels & tussenkoppen

‘TheSans Bold’
Erasmus MC Huisstijlkleuren
Onderkast

Platte tekst

‘TheSerif’
Onderkast
(Regular, *Italic*, **Bold**, ***Bold Italic***)

Online

‘Montserrat’
Onderkast & KAPITALEN
(Regular, **Bold**)

MS Office-templates

‘Arial’
Onderkast & KAPITALEN
(Regular, **Bold**, *Cursief*, ***Bold Italic***)

KLEURGEBRUIK

KLEUR- GEBRUIK

Inleiding

De basiskleuren van de Erasmus MC-huisstijl zijn donker- en lichtblauw. Afhankelijk van de productiemethode zijn er diverse kleursystemen in omloop* (onder andere PMS, NCS).

Basiskleuren

De huisstijlkleuren worden per doelgroep in verschillende combinaties en tinten gebruikt.

- bij uitingen voor onderzoeks- en onderwijsdoelen, is de donkerblauwe kleur leidend
- in de uitingen voor patiëntenzorg overheerst de lichtblauwe kleur
- bij interne uitingen kiezen we overwegend voor wit.

ERASMUS MC DONKERBLAUW

PMS 2748

C 100 M 90 Y 0 K 20

R 12 G 32 B 116

HEX 0c2074

100%

80%

60%

40%

20%

ERASMUS MC LICHTBLAUW

PMS 297

C 50 M 0 Y 0 K 0

R 134 G 210 B 237

HEX 86d2ed

100%

80%

60%

40%

20%

ERASMUS MC WIT

PMS 297

C 0 M 0 Y 0 K 0

R 255 G 255 B 255

HEX FFFFFFFF

SECUNDAIR KLEUR- GEBRUIK

Inleiding

De basiskleuren van de Erasmus MC-huisstijl zijn donker- en lichtblauw. Daarnaast is het echter mogelijk om steunkleuren rood en groen te gebruiken.

Steunkleuren

- het is niet de bedoeling om de vormtaal (blokjes) en lettertypes in de steunkleuren toe te passen. Dit is voorbehouden aan de huisstijlkleuren
- deze steunkleuren zorgen voor een warmere uitstraling en mogen in onderstaande tinten gebruikt worden.

ERASMUS MC AGORA ROOD

C 0 M 83 Y 90 K 0
R 232 G 71 B 32
HEX e84720

100% 80% 60% 40% 20%

HEX #e84720 HEX #ec6b4c HEX #f19079 HEX #f5b5a5 HEX #fadad2
RGB 232,71,32 RGB 236,107,76 RGB 241,144,121 RGB 245,181,165 RGB 250,218,210

ERASMUS MC AGORA GROEN

C 40 M 0 Y 85 K 0
R 175 G 204 B 70
HEX afcc46

100% 80% 60% 40% 20%

HEX #afcc46 HEX #bfd66a HEX #cfe090 #dfeab5 HEX #eff4da
RGB 175,204,70 RGB 234,76,62 RGB 207,224,144 RGB 223,234,181 RGB 239,244,218

LOGO & BEELDTAAL

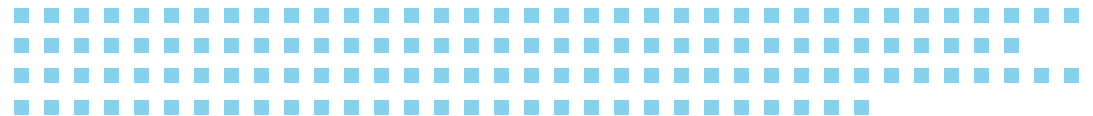
BEELDTAAL

Blokjespatroon

De beeldtaal is een extra element binnen de huisstijl. We gebruiken een blokjespatroon; een bindend element waarmee we veel kunnen variëren. Door het blokjespatroon goed te gebruiken in de verschillende huisstijltoepassingen ontstaat een eenduidige en herkenbare stijl.

Het blokjespatroon gebruiken we altijd zo veel mogelijk over de gehele breedte van de huisstijltoepassing. Het patroon kan in verschillende huisstijlkleuren en tinten ervan worden toegepast. Afhankelijk van de doelgroep ([lichtblauw](#) voor [patiëntenzorg](#) - [donkerblauw](#) voor [onderzoek en onderwijs](#) - [wit](#) voor [intern](#)), en afhankelijk van de kleur van de ondergrond (kleurvlak of foto) bepalen we welke kleur of tint nodig is om kleurcontrast te bereiken.

Als je gebruik wilt maken van het blokjespatroon, klik dan hieronder op de blokjes om meer informatie te krijgen over de toepassing en het gebruik.



Titel

De titel nooit te lang maken.

Bestaat hoogstens uit vier woorden en maximaal 2 regels.

De titel wordt altijd afgesneden door de 45-graden lijn en gaat er niet overheen.

De titel is altijd in 1 kleur.

EINDELIJK

is het zover. De doorbraak is hier. Na jaren bloed, zweet en tranen. Na talloze tegenslagen, teleurstellingen en er weer bovenop komen is het ons gelukt om [ziekte] voor eens en voor altijd de kop in te drukken. We zijn moe. Heel moe. Maar tegelijk ook enorm voldaan. Even rust nu en dan op naar ons volgende gevecht!

erasmusmc.nl/vooreengezondetoekomst

Lijn

Blokjespatroon, logo en pay-off



DE LIJN

De opwaartse lijn

De opwaartse lijn staat voor de baanbrekende vooruitgang van Erasmus MC.

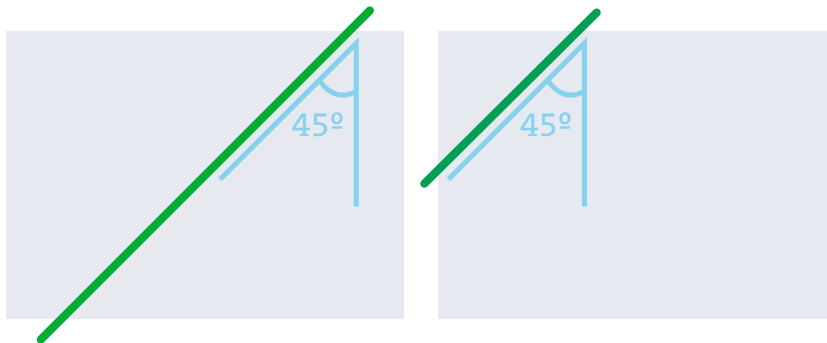
De lijn kan op verschillende posities in beeld staan. Bijvoorbeeld groot in het midden. Of veel kleiner linksboven of rechtsonder in beeld. We willen daarin niet te rigide zijn. De positie hangt af van de uiting en het Umfeld van deze uiting.

De lijn gaat in ieder geval altijd van linksonder naar rechtsboven: een voorwaartse, positieve beweging!



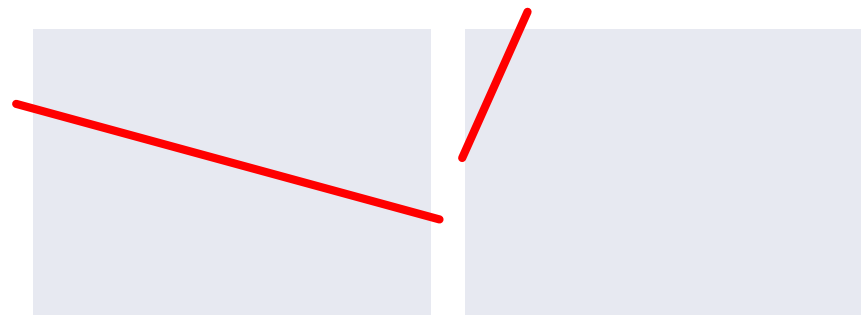
Wel

Een hoek van 45 graden.



Niet

De lijn van linksboven naar rechtsonder



BLOKJES- PATROON & LOGO



Wel

Duidelijk zichtbaar.



Wil je de blokjes gebruiken? Klik dan [hier](#)



Niet

Verstopt.



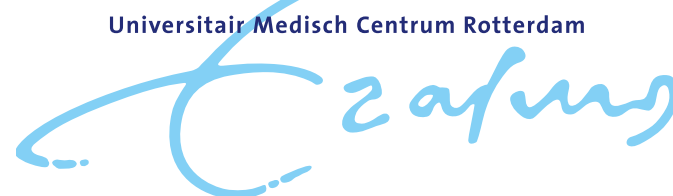
LOGO

Taalvarianten

Nederlandse versie

Erasmus MC

Universitair Medisch Centrum Rotterdam



Engelse versie

Erasmus MC

University Medical Center Rotterdam



LOGO

De juiste formaten toepassen

Het woordbeeld en de handtekening vormen samen het Erasmus MC-logo en hebben een vaste verhouding en plaatsing ten opzichte van elkaar. Voor toepassingen op A4-formaat is er een standaard **100%-formaat** ontwikkeld, waarbij de breedte van begin tot eind handtekening **75 mm** is.

Verkleiningen van het logo voeren we altijd in stappen van 25% uit. De **25%-versie** is de kleinst mogelijke variant die mag worden gebruikt. In deze versie wordt de onderzin 'Universitair Medisch Centrum Rotterdam' weggelaten in verband met de leesbaarheid. Bij alle grotere varianten van het logo is de ondertitel verplicht.

We plaatsen het logo altijd in een hoek van een uiting en nooit in het midden.

100%



50%



25%



LOGO

Overige varianten

Het logo van het Erasmus MC is een combinatie van modern en klassiek. De strakke donkerblauwe letters en het woordbeeld 'Erasmus MC' zorgen samen met de ondertitel 'Universitair Medisch Centrum Rotterdam' voor een professionele uitstraling. De bijbehorende lichtblauwe handtekening van de humanist Erasmus geeft een menselijke toon en sierlijk effect aan het logo. Wereldwijd wordt de handtekening geassocieerd met vooraanstaand onderzoek, ook op medisch gebied. Bovendien wordt hiermee de band met Erasmus Universiteit Rotterdam benadrukt.

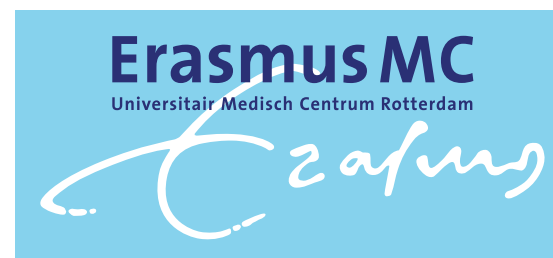
Van het logo zijn twee taalversies ontwikkeld. De Nederlandse versie met de ondertitel '**Universitair Medisch Centrum Rotterdam**' en de Engelse versie met de ondertitel '**University Medical Center Rotterdam**'.

Logo nodig?

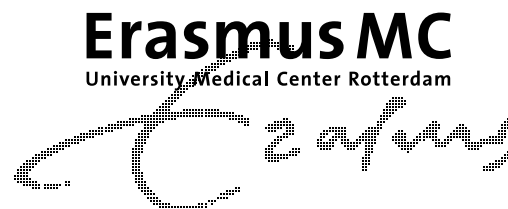
Ga dan via Service Portal naar de print- en huisstijlportal (zoekterm: logo). Je vindt hier logo's voor drukwerk (eps) en beeldscherm (jpg en wmf), die je kunt downloaden.



Donkere achtergrond (diapositief)



Donkere achtergrond (diapositief)



Grafisch logo

LOGO

Merkhiërarchie*

Binnen het merk Erasmus MC onderscheiden we twee submerken:

Erasmus MC Sophia Kinderziekenhuis

Voor hoogwaardige patiëntenzorg voor kinderen, met daar-
bij behorend wetenschappelijk onderzoek, onderwijs en
opleidingen.

Erasmus MC Kanker Instituut

Voor excellente kankerzorg, baanbrekend wetenschappelijk
onderzoek en onderwijs en kennis voor morgen.

Schrijfwijze en logo's submerken

De submerken Erasmus MC Sophia Kinderziekenhuis en
Erasmus MC Kanker Instituut worden altijd benoemd als
onderdeel van het Erasmus MC. Daarbij hanteren we de
volgende schrijfwijze en roepnamen:

Erasmus MC Sophia

Erasmus MC Sophia Children's Hospital

Erasmus MC Kanker Instituut

Erasmus MC Cancer Institute

Deze logo's worden altijd gebruikt zonder pay-off:



Sophia Kinderziekenhuis



Sophia Children's Hospital



Kanker Instituut



Cancer Institute

NAAMGEBRUIK

'Erasmus' mag nooit worden afgekort en 'MC' niet voluit gebruikt worden. Erasmus MC is onze dagelijkse (roep)naam: 'EMC' en 'Erasmus Medisch Centrum' dienen dus niet te worden gebruikt.

~~EMC~~

Erasmus MC

~~Erasmus Medisch Centrum~~

NB. Uitsluitend bij formele rechtsgeldige overeenkomsten gebruiken we Erasmus Universitair Medisch Centrum Rotterdam.

PAY-OFF

PAY-OFF

Als samenleving staan we voor grote uitdagingen. Zo worden we met zijn allen steeds ouder. En ontwikkelt technologie en daarmee de medische industrie in rap tempo. Wij werken met toewijding aan een gezonde toekomst voor iedereen. Een wereld waarin mensen gezond zijn en blijven. Daarom zijn onze onderzoekers constant op zoek naar nieuwe (technologische) ontwikkelingen. En helpen wij jong talent het verschil te maken. Dat maakt ons het MC voor deze én de volgende eeuw.

Erasmus MC

Voor een gezonde toekomst

Erasmus MC

For a healthy future

Het Erasmus MC is ambitieus en daardoor vooruitstrevend en baanbrekend. Belangrijk is dat we het menselijke aspect niet uit het oog verliezen. Uiteindelijk doet het Erasmus MC wat het doet om mensen gezond te maken en gezond te houden. Met de pay-off hebben we daarin een goede balans gevonden.

De pay-off sluit aan bij de merkelofte:

Erasmus MC. Als het ergens kan, dan is het hier.

De pay-off onderstreept de Rotterdamse doorzetters-mentaliteit en straalt ambitie uit. Daarnaast is de pay-off toepasbaar op de drie verschillende grote doelgroepen: patiënten, onderzoekers en studenten.

PAY-OFF

Onze boodschap aan patiënten

We beloven u een persoonlijke en gezonde aanpak. U krijgt van ons uw eigen kamer waar zelfs iemand kan blijven slapen. De experts in ons vooruitstrevende universitair medisch centrum werken met de laatste behandelmethoden. Zodat we u gezond kunnen maken en gezond kunnen houden.

Erasmus MC

Voor een gezonde toekomst

Onze boodschap aan onderzoekers

Er is geen toekomst zonder vernieuwing in de wetenschappelijke en medische wereld. En voor vernieuwing is er onderzoek nodig. Het Erasmus MC biedt jou als onderzoeker de ruimte en faciliteiten die je nodig hebt. Zodat jij je kennis, passie en nieuwsgierigheid kan volgen. Zorg jij voor de volgende doorbraak?

Erasmus MC

Voor een gezonde toekomst

Onze boodschap aan studenten

Je staat midden in het studentenleven maar net als wij, kijk jij vooruit. Waar ga jij, als jonge ambitieuze arts, na je studie aan de slag? Met focus op wetenschappelijk onderzoek, innovatieve faciliteiten en vooruitstrevende artsen vormt het Erasmus MC een perfecte verbinding tussen jouw opleiding en de praktijk waarin jij later het verschil maakt.

Erasmus MC

Voor een gezonde toekomst

PAY-OFF

De pay-off *Voor een gezonde toekomst* is de logische samenvatting van Erasmus MC. Deze zien we altijd in lichtblauw blok met daarin subtiel de opwaartse lijn.



Voor een
gezonde
toekomst

PAY-OFF

Kleur

De diagonaal wordt gecreëerd door twee driehoeken van Erasmus MC waarvan de linker 100% lichtblauw is, de ander 80% lichtblauw.

Erasmus MC
Lichtblauw
100% dekking

Voor een
gezonde
toekomst

Erasmus MC
Lichtblauw
80% dekking

PAY-OFF

Varianten

Er zijn drie varianten van de pay-off:

- kleur/normaal
- zwart-wit
- zwart-wit diapositief

Voor een
gezonde
toekomst

Voor een
gezonde
toekomst

PAY-OFF

Plaatsing

Bij plaatsing bij het logo hoort de pay-off altijd rechts van het logo te staan met een half blokje afstand tussen logo en pay-off. Het logo moet in zijn geheel binnen de hoogte van het blokje passen.

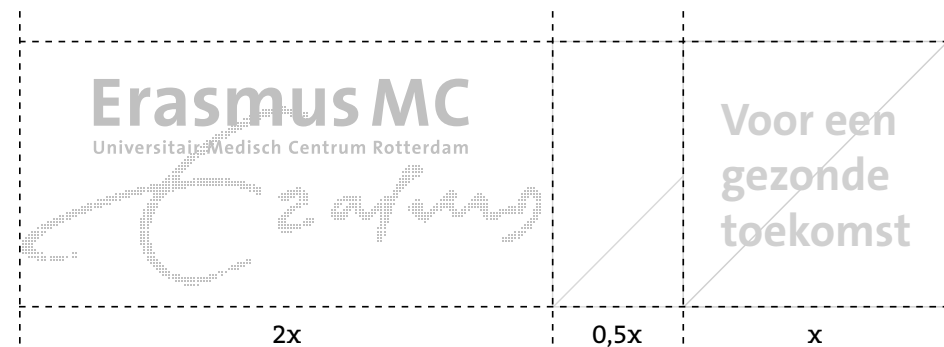
De pay-off staat niet altijd naast het logo. We gebruiken de pay-off bij bij promotionele en/of marketing uitingen voor een breed extern of intern publiek.



Voor een
gezonde
toekomst



Voor een
gezonde
toekomst



PAY-OFF

Plaatsing in uiting

De pay-off mag ook los van het logo op een uiting geplaatst worden op de hieronder aangegeven posities. Het logo mag niet:

- op de opwaartse lijn staan
- tegen de rand van de uiting staan



FOTOGRAFIE

FOTOGRAFIE

Erasmus MC is betrokken, volhardend en baanbrekend. En dat zie je in beeld:

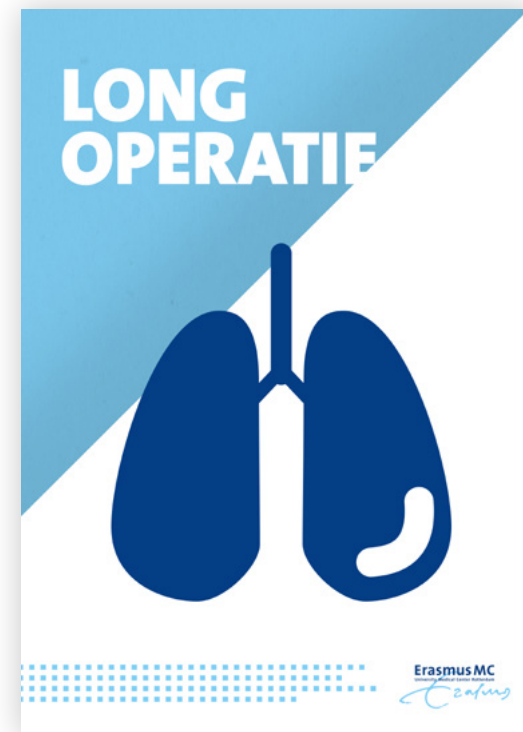
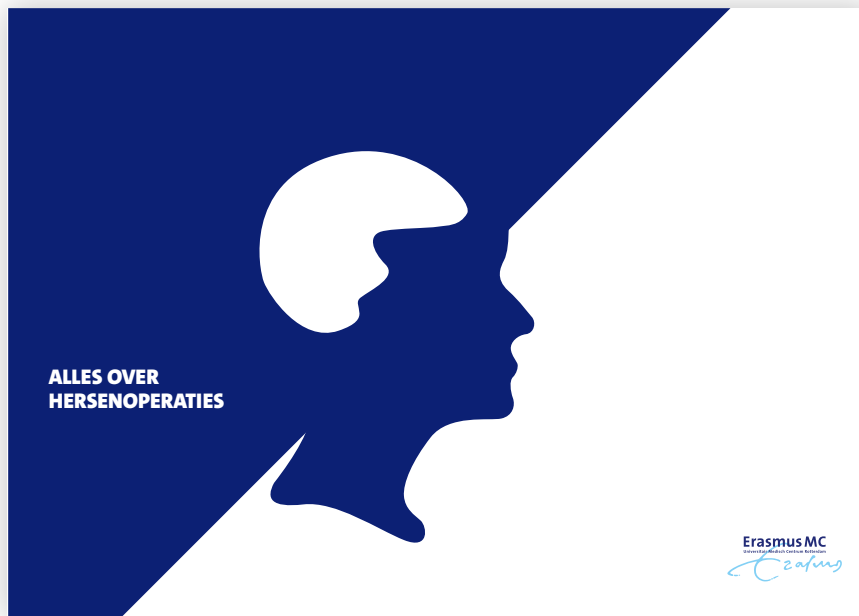
- we zien patiënten, onderzoekers, medewerkers in hun herkenbare, authentieke omgeving. We schetsen altijd echte situaties die een mooi verhaal vertellen. En waar mogelijk zie en/of voel je de betrokkenheid van Erasmus MC
- erasmus MC is baanbrekend. Wil altijd vooruit. We zien dat in de fotografie terug. We voelen de beweging. De foto's hoeven dan ook niet altijd per definitie 100% scherp te zijn (maar meestal zijn ze dat wél, natuurlijk). Ze zijn vooral helder, kleurrijk en met veel contrast
- we zorgen overwegend dat de beelden niet geposeerd overkomen. In beeld 'gebeurt' er altijd iets. Men is bezig. En wordt bijvoorbeeld hard gewerkt. Flink gestudeerd. Of een medewerker wijst een patiënt de weg. De fotograaf lijkt toevallig op het juiste moment aanwezig om het beeld vast te leggen
- indien mogelijk zien we altijd een herkenbaar Erasmus MC 'element' in beeld. Denk aan de handtekening van Erasmus MC op de witte jas van een chirurg. Een naambordje op een tafel. De bewegwijzering in de gang

Heb je vragen of ben je op zoek naar rechtenvrije foto's? Ga naar de [Service Portal](#) [zoekterm: communicatie]. Voor externen: mail naar communicatie@erasmusmc.nl

ANIMATIE & ILLUSTRATIE

ANIMATIE & ILLUSTRATIE

Soms gebruiken we animaties en/of illustraties. Het is belangrijk om ook hier een eigen stijl te hebben. Deze stijl sluit naadloos aan bij wie we zijn en hoe we communiceren. Duidelijk. Met een heldere, moderne stijl. Strakke lijnen. Zonder poespas. En tegelijkertijd altijd verrassend.





APPS

APPS

Apps kunnen in uiteenlopende mate het merk-DNA van Erasmus MC dragen, zoals is te zien in het schema hiernaast

We hebben apps onderverdeeld in vier categorieën. Elke categorie kent een gradatie waarin de Erasmus MC huisstijl toegepast dient te worden. Op de volgende pagina's zullen we elke categorie verder toelichten.

Letter- en kleurgebruik in apps

Voor online toepassingen is de Montserrat de gekozen huisstijlletter, apps vallen hier ook onder. Meer informatie over typografie vind je op pagina [16](#) van de merkgids.

Voor de bepalingen omtrent kleurgebruik zie pagina [18](#).

Erasmus MC app
(100% Erasmus MC)

Samenwerking app
(80% Erasmus MC)

Endorsed app
(20% Erasmus MC)

Standalone app
(0% Erasmus MC)

Erasmus MC app (100% Erasmus MC)

Bijvoorbeeld een app voor patiënten
of medewerkers van het Erasmus MC.

Volledig conform huisstijl Erasmus MC

App icoon (voorbeeld)



Bereikbaarheidsgids

- Erasmus MC logo in apps altijd zonder onderregel i.v.m. verschijningsgrootte
- Logo beslaat de onderste helft van het app-pictogram in een kleurvlak

Splash/opstartscherm (voorbeeld)



Samenwerkings-app (80% Erasmus MC)

Bijvoorbeeld een samenwerking met een externe partij. Erasmus MC is leading en het logo van de betrokken partij wordt genoemd op het splashscreen van de app.

Volledig conform huisstijl Erasmus MC

App icoon (voorbeelden)



NeoPlnS



NeoPlnS

- Erasmus MC logo in apps altijd zonder onderregel i.v.m. verschijningsgrootte
- Logo beslaat 1/3 van het app-pictogram

Splash/opstartscherm (voorbeeld)



LET OP:

- Hiërarchie in combinatie van logo's

Endorsed-app (20% Erasmus MC)

Hierbij kan gedacht worden aan een (internationaal) samenwerkingsverband waaraan het Erasmus MC ook deelneemt. Erasmus MC is hierin niet leading, maar participeert.

App wordt uitgevoerd in de huisstijl van de betreffende samenwerking. Het logo van het Erasmus MC kan afhankelijk van de mate van betrokkenheid getoond worden.

App icoon (voorbeelden)



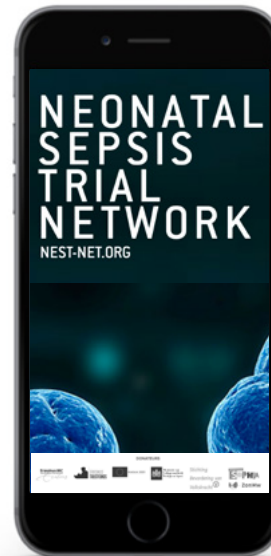
Nest-Net.org



Nest-Net.org

- Bepalingen van het overkoepelend samenwerkingsverband zijn leidend

Splash/opstartscherm (voorbeeld)



- Eigen look and feel
- Logische hiërarchie in logo-gebruik

Standalone app (0% Erasmus MC)

Denk hierbij aan een app van bijvoorbeeld een eigen BV (Holding) van het Erasmus MC.

Huisstijl is vrij te ontwikkelen. Geen gebruik van Erasmus MC logo of huisstijl.

App icoon (voorbeelden)

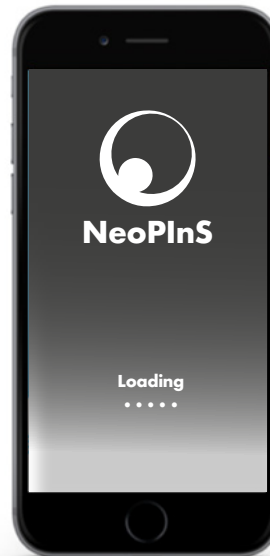


NeoPlnS



NeoPlnS

Splash/opstartscherm (voorbeelden)



- Eigen identiteit, vrije look and feel

WEL EN NIET DOEN

VLAKVERDELING

✓ Wel

Vlakken die door de lijn afgescheiden worden, zijn in balans en niet te klein.



✗ Niet

Eén vlak is veel groter dan het andere vlak.



AFSNIJDING KOPREGEL

✓ Wel

Er wordt een klein stukje van de letter afgesneden, maar de letter is nog wel herkenbaar en leesbaar.



✗ Niet

Een te groot stuk van de letter wordt afgesneden waardoor hij slecht leesbaar wordt.



KOPREGEL

Kopregel bestaat uit maximaal vier woorden en maximaal twee regels.

✓ Wel

De kopregel wordt altijd geschreven in kapitalen.



✗ Niet

De kopregel in onderkast met beginkapitaal.



SUBREGEL

Subregel begint met een kapitaal letter en is voor de rest in onderkast geschreven.

De subregel bestaat uit maximaal 55 tekens en maximaal verdeeld over 3 regels.

De subregel kan ook los van de kopregel voorkomen.

✓ Wel

De subregel wordt altijd in onderkast geschreven met een beginkapitaal.

**De 1000ste
levertransplantatie
is een feit!**

✗ Niet

De subregel in kapitalen.

**DE 1000STE
LEVERTRANSPLANTATIE
IS EEN FEIT!**

PLAATSING LOGO



✓ Wel

Het logo van Erasmus MC staat altijd rechts van het blokjespatroon.



✗ Niet

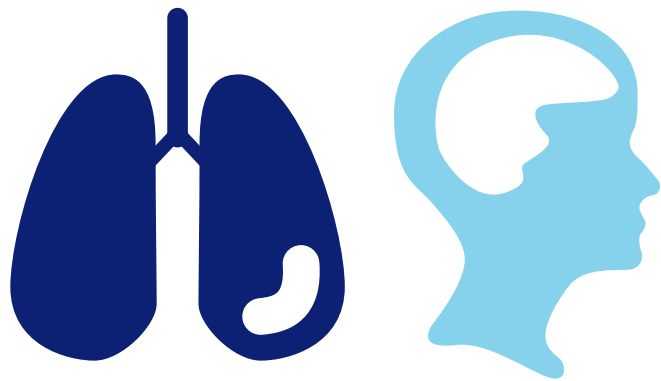
Het logo links van het blokjespatroon plaatsen.



ANIMATIES & ILLUSTRATIES

✓ Wel

Simpele, platte, moderne vormen met 1 of 2 huisstijlkleuren.



✗ Niet

Te gedetailleerde illustraties met veel verschillende kleuren.



FOTOGRAFIE

✓ Wel

De inhoud van de foto is nog duidelijk herkenbaar ondanks de afsnijding met de lijn.



✗ Niet

Door de afsnijding met de lijn is er te weinig van de foto zichtbaar/ is de foto niet goed te zien.



SJABLONEN

SJABLONEN

We hebben verschillende sjablonen ontwikkeld om op een consistente manier, snel en gemakkelijk aan de slag te kunnen met diverse middelen.

Word-sjablonen

Er zijn verschillende Word-sjablonen beschikbaar. Klik [hier](#) om ze te gebruiken. Hiermee kun je onder andere brieven, memo's en nieuwsbrieven maken.

PowerPoint-sjablonen

Er zijn allerlei [PowerPoint-sjablonen](#) beschikbaar: Nederlands en Engels, met diverse achtergronden en de twee submerken: Erasmus MC Sophia Kinderziekenhuis en Erasmus MC Kanker Instituut.

Ook vind je een serie met zogenaamde 'portrait'-varianten, vooral geschikt voor posters.



ONE OF VOICE

TONE OF VOICE

Tone of voice is de stijl waarin we communiceren. Het is van belang dat de tone of voice consistent is in alle communicatie-uitingen. Dit maakt ons namelijk herkenbaar. Door te kiezen voor één bepaalde soort tone of voice, brengen we onze merkwaarden en onze identiteit op een consistente manier over. Tone of voice is dus onderdeel van de identiteit van Erasmus MC.

Bij de tone of voice gaat het er niet om wat je zegt, maar vooral om hoe je het overbrengt. En dat is altijd in lijn met onze identiteit en merkwaarden. Ongeacht de doelgroep. Wij houden rekening met allerlei soorten gender en de indeling man-vrouw niet meer als vanzelfsprekend te beschouwen. Genderneutrale taal is, waar mogelijk, gewenst.

TONE OF VOICE & MERKWAARDEN

Erasmus MC heeft duidelijke merkwaarden. Deze komen voort uit onze geschiedenis, missie en visie en kernwaarden. Merkwaarden zorgen voor een eigen positie en zijn een handvat bij het maken van keuzes. Ze gaan zelden over het wát een organisatie doet, maar vooral over hóe ze dat doet. Onze merkwaarden zijn:

BAANBREKEND TOEGEWIJD DENKERS DIE DOEN

In onze tone of voice komen onze merkwaarden altijd naar voren. Soms impliciet. Dan weer expliciet.

BAANBREKEND

Waar we mogelijkheden zien voor vernieuwing of verbetering, nemen we initiatief. We signaleren kansen en anticiperen daarop. We zijn baanbrekend in onderzoek, nieuwe behandelmethodes, nieuwe manieren van werken. We wachten niet af, maar weten van aanpakken en kaarten dingen aan.

OPLOSSINGSGERICHT POSITIEF
TOEKOMSTGERICHT ONALLEDAGS
BLIK OP VOORUIT EXPERIMENTEEL OPTIMISTISCH
ONORTHODOX **BAANBREKEND** KRACHTIG
BUITENGEWOON GRENSVERLEGGEN
VOORUITSTREVENDE INNOVATIEF ENTHOUSIAST
DENKEN IN MOGELIJKHEDEN

DENKERS DIE DOEN

Ervaren we tegenslag dan zetten we ons daar overheen. Stuiten we op muren dan breken we daar doorheen. We hebben de Rotterdamse mentaliteit: we steken direct onze handen uit de mouwen. We pakken aan. We zijn een multiculturele organisatie met de allure van een wereldstad.

**CORRECT VASTBERADEN DUIDELIJK DOORZETTEN
ONVERMOEIBAAR ZONDER OMHAAL VASTHOUDEND
DENKERS DIE DOEN
KRACHTIG NO-NONSENSE ONVERZETTELIJK
ENERGIEK BONDIG NUCHTER**

TOEGEWIJD

Verbinden is voor het Erasmus MC een manier om te verbeteren en te vernieuwen. Samen bereik je immers meer. Onze medewerkers zijn teamspelers die zich verbonden voelen met patiënten, studenten en het Erasmus MC. Ze zijn betrokken, geïnteresseerd en laten dat zien. Dat voelen onze patiënten. Met partners, binnen en buiten onze organisatie, werken we samen op basis van vertrouwen en respect.

GEËNGAGEERD SOCIAAL BEWUST
GEÏNTERESSEERD EMPATHISCH VRIENDELIJK
TOEGEWIJD
GEDREVEN UITNODIGEND TOEGANKELIJK
MENSELIJK WELWILLEND PRAKTISCH

VERNIEUWEND
TOEKOMSTGERICHT ONALLEDAAGS
BLIK OP VOORUIT EXPERIMENTEEL
ONORTHODOX **BAANBREKEND** VASTBERADEN
BUITENGEWOON GRENSVERLEGGEND NO-NONSENSE
ONVERMOEIBAAR OPTIMISTISCH
VOORUITSTREVENDE INNOVATIEF ZONDER OMHAAL
GEËNGAGEERD **TOEGEWIJD**
GEÏNTERESSEERD EMPATISCH ONVERZETTELIJK
MENSELIJK **DENKERS DIE DOEN** DOORZETTEN
GEDREVEN UITNODIGEND TOEGANKELIJK ENERGIEK
KRACHTIG BEWUST VASTHOUDEND

Dit zijn de typische Erasmus MC-woorden samen in beeld.
Soms kunnen onze lezers een of meer van deze woorden
expliciet in onze teksten teruglezen. Nog veel vaker
maken we deze begrippen impliciet duidelijk.

ONZE ZINNEN

ONZE ZINNEN

Zinnen houden we simpel en begrijpelijk. Moeilijke dingen maken we zo makkelijk mogelijk. Vooral als het om heel ingewikkelde zaken gaat. We hebben verstand van zaken en nemen iedereen graag mee in wat we doen. En dat kan alleen als iedereen begrijpt waar we het over hebben. Hieronder een paar voorbeelden.

✗ Niet

U wordt geïnformeerd over eventuele kosten. Bureau Nazorg verzorgt de aanvraag naar de leveranciers of thuiszorgwinkel. Eventueel zal ook de machtiging voor de verzekeraar worden geregeld. De levering van de apparatuur en/of hulpmiddelen zal met u worden afgestemd.

✓ Wel

We laten u weten wat het gaat kosten. Bureau Nazorg verzorgt de aanvraag bij de leveranciers of thuiszorgwinkel. Als dat nodig is regelen we ook de machtiging voor de verzekeraar. En we stemmen de levering van de apparatuur en/of hulpmiddelen met u af.

Waarom niet?

Erasmus MC is actief. We houden dan ook van actieve zinnen: vermijd daarom zoveel mogelijk passieve zinnen als 'Dat wordt voor u geregeld.' Veel beter is: 'Wij regelen dat voor u.'

ONZE ZINNEN

✕ Niet

De transferverpleegkundige is op de hoogte van de voorwaarden om in aanmerking te komen voor een persoonsgebonden budget. U kunt een pgb ontvangen uit een van de volgende wetten: de Wet langdurige zorg (Wlx), de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo), de Jeugdwet (Jw) en de Zorgverzekeringswet (Zvw). De voorwaarden voor een pgb kunnen per wet verschillen. Het aanvragen van een pgb is eerder een uitzondering dan regel en heeft betrekking op langdurige en uitgebreide zorgvragen.

Waarom niet?

Lange zinnen en onoverzichtelijk door alle afkortingen achter elkaar. Gebruik opsommingstekens waar mogelijk. En neem de ruimte.

✓ Wel

Wilt u een persoonsgebonden budget (hierna: pgb) aanvragen? De transferverpleegkundige kent de voorwaarden en helpt u graag. U kunt een pgb ontvangen op basis van de volgende wetten:

- Wet langdurige zorg (Wlx)
- Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo)
- Jeugdwet (Jw)
- Zorgverzekeringswet (Zvw)

De voorwaarden voor een pgb kunnen per wet verschillen. Het aanvragen van een pgb is eerder uitzondering dan regel en heeft betrekking op langdurige en uitgebreide zorgvragen.

ONZE ZINNEN

✕ Niet

Begin foldertekst:

U heeft een afspraak bij een van de units van de Ambulante Zorg. In deze folder vindt u informatie over de gang van zaken.

✓ Wel

Begin foldertekst:

Heeft u een afspraak bij de Polikliniek cardiologie? In deze folder vindt u alle belangrijke informatie. We vragen u om deze folder goed te lezen. Zodat we u zo goed mogelijk kunnen helpen.

Waarom niet?

Te weinig betrokkenheid. We willen de lezer helpen. De lezer merkt dit vanaf de eerste zin.

SCHRIJFWIJZE

SCHRIJFWIJZE

Stijl

Communicatie met onze doelgroepen verloopt steeds vaker digitaal. Bovendien moeten lezers selecteren uit de groeiende informatiestroom die dagelijks op hen afkomt. Schrijf daarom waar mogelijk kort en bondig. Om de aandacht van de gehaaste lezer vast te houden moet je tekst ook prikkelend en aantrekkelijk zijn.

Persoonlijk, vriendelijk en positief

Een goede tekst klinkt persoonlijk, vriendelijk en positief. Schrijf vlotte, verzorgde spreektaal. Stijlmiddelen die je kunt gebruiken zijn:

- de vraag- en antwoordtechniek
- de gebiedende wijs
- afwisselend tempo
- korte zinnen
- een persoonlijke en creatieve manier van formuleren

Varieer je zinnen

Voorkom dat je alleen maar korte zinnen schrijft die op dezelfde manier zijn opgebouwd. Dat is monotoon en je haalt de vaart uit de tekst. Varieer: korte zinnen, wat langere zinnen, zinnen met het onderwerp voorop en zinnen met iets anders aan het begin. Vraagzinnen en spreektaalachtige zinnetjes van twee woorden (Goed idee!) brengen ook de nodige variatie aan.

Schrijven op de stoel van de lezer

Schrijven doe je vanuit het perspectief van de lezer. Ga dus niet uit van jezelf, maar stel de lezer centraal. Door hem/haar rechtstreeks aan te spreken, maak je een tekst

persoonlijk en komt de boodschap aan. Je houdt de aandacht van je lezer beter vast als de tekst concreet en herkenbaar is. Gebruik voorbeelden en schrijf over echte mensen. Met een citaat of door te schrijven in de ik-vorm breng je het onderwerp dichterbij. Stel jezelf regelmatig de vraag: is de informatie begrijpelijk?

Formuleer positief

Het glas is altijd halfvol. Negatieve formuleringen (niet, geen) kun je beter vermijden. Benadruk positieve eigenschappen en probeer neutrale of negatieve informatie positief te presenteren.

Schrijf foutloos

Het lijkt een open deur, maar toch gaat het nog regelmatig fout. Zorg voor foutloze teksten. Vertrouw niet blind op je spellingscontrole. We houden de nieuwe spelling aan. Twijfel je over de schrijfwijze van een woord? Kijk dan op woordenlijst.org. Of raadpleeg het Groene Boekje. Een gouden tip: laat je teksten altijd door iemand nalezen.

Pas op voor valkuilen

Valkuilen komen in vele vormen: wollige formuleringen, ingewikkelde lange zinnen, jargon, ouderwets taalgebruik. Want als lezers afhaken, komt de boodschap niet over.

Ouderwets taalgebruik

Niemand zegt ooit ‘aanvankelijk’, ‘desalniettemin’ of ‘trachten’. Toch schrijven we deze woorden vaak wel. En dat terwijl er veel betere alternatieven zijn. Want spreektaal klinkt – ook op papier – veel frisser en natuurlijker dan schrijftaal. Schrijf daarom verzorgde spreektaal.

Lange zinnen

Hou het kort waar dat kan. Met lange zinnen bewijs je niemand een dienst. Zeker je lezer niet. Zeg meer met minder woorden. Schrijven is vooral schrappen. Minder woorden is vaak ook beter. Kijk wat je allemaal weg kunt laten. Probeer maar eens een zin van vijf regels te begrijpen. Je raakt snel de draad kwijt. Enkele tips om zinnen leesbaar te houden:

- gebruik niet te veel woorden (maximaal vijftien woorden per zin)
- houd het simpel: één boodschap per zin
- schrijf in de tegenwoordige tijd
- gebruik opsommingstekens
- schrap overbodige woorden
- zorg voor een duidelijke samenhang
- gebruik geen ‘aanloopzinnen’ (omdat, aangezien, et cetera)
- gebruik niet te veel bijzinnen
- gebruik niet te veel bijvoeglijke naamwoorden

Lijdende vorm

Zinnen in de lijdende vorm herken je aan de aanwezigheid van de hulpwerkwoorden ‘worden’ of ‘zijn’. Met de lijdende vorm geef je vaak alleen aan dat

iets gedaan wordt. Terwijl het wel zo handig is om aan te geven wie het doet. Veel lijdende vormen maken je tekst onnodig saai en afstandelijk. Schrijf actieve zinnen.

Zullen

Zullen is een veelgebruikt hulpwerkwoord, maar is in de meeste gevallen overbodig. Vaak blijkt al uit de context van de zin dat iets in de toekomst gaat gebeuren. Gebruik dus geen hulpwerkwoorden, zoals kunnen, zullen, gaan en willen.

Afkortingen en jargon

Vermijd afkortingen en jargon. Jargon is nooit nodig. Hetzelfde geldt voor afkortingen. Gebruik die alleen als ze ook als afkorting worden uitgesproken. Eventueel kan de medische term tussen haakjes. Verklaar onbekende woorden.

Engels

We kiezen voor de Amerikaanse spelling. Dus ‘Center’ in plaats van ‘Centre’.

Breng structuur aan in je tekst

Je lezer is op zoek naar informatie. Help hem. Zet de informatie bij elkaar die bij elkaar hoort. Maak daar alinea’s van en zet er kopjes boven die de lading van de tekst dekken. Bepaal daarna waar je wat neer wilt zetten.

Begin met de belangrijkste boodschap

Teksten bouw je op volgens een piramidestructuur: begin met de kern. Geef in een korte alinea van drie of vier zinnen meteen de belangrijkste informatie. Zo speel je optimaal in op het leesgedrag van de lezer: je vangt meteen aan het begin zijn aandacht en raakt hem niet kwijt. Volledig zijn hoeft en kan niet, beperk je tot de hoofdzaken.

Gebruik passende kopregels

Zet een passende kop boven je pagina. De lezer moet erop kunnen vertrouwen dat de tekst op die pagina ook echt gaat over wat er in de titel staat. Achter de kop hoort geen punt.

Gebruik alinea's en tussenkoppen

Gebruik korte alinea's, waarin je één punt, argument of aspect uitwerkt. Zet boven iedere alinea een goede tussenkop. Breng één boodschap per alinea.

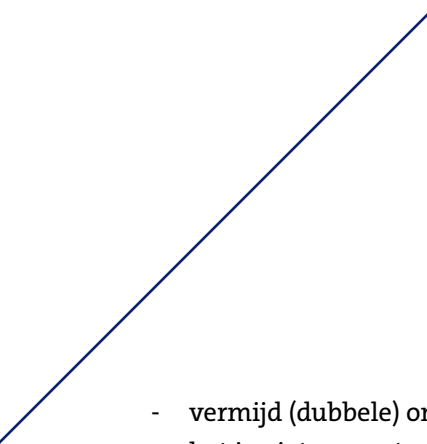
Gebruik structuur

Structuur maakt je tekst overzichtelijk.

- gebruik witregels om alinea's van elkaar te scheiden
- geef het verband tussen zinnen aan met signaalwoorden
- gebruik opsommingsstreepjes of bullets als je opsomming uit meer dan drie delen bestaat
- werk met tabellen en afbeeldingen als dat de boodschap ten goede komt
- links en vetgedrukte woorden trekken de aandacht en bieden de lezer daardoor houvast

En meer tips

- schrijf concreet: twee weken in plaats van de eerste tijd
- schrijf specifiek: lunch in plaats van maaltijd, koelkast in plaats van apparaat
- vertel geen dingen die de doelgroep al weet ('de diagnose kan voor u als een hele klap aankomen...')
- vermijd tangconstructies. Zet zinsdelen die bij elkaar horen zo dicht mogelijk bij elkaar. Dus niet 'Het onderzoek vindt 's ochtends, omdat u nuchter moet zijn, plaats', maar 'Het onderzoek vindt 's ochtends plaats omdat u nuchter moet zijn'
- vermijd deelwoordstijl, bijvoorbeeld 'gezien het feit dat'
- kies in plaats van het woord 'maar' voor het woord 'en'
- gebruik geen (zo min mogelijk) verkleinwoordjes
- schrijf wij en niet het Erasmus MC of de organisatie
- zeg 'u heeft' en niet 'u hebt'
- gebruik woorden die de doelgroep kent en snapt, dus geen vaktaal zoals je iets vertelt aan ... opa, de buurvrouw, een kennis
- gebruik geen oubollige woorden, zoals: alsmede, thans, welke, inzake, omtrent
- vermijd 'moeten'. 'Wij vragen u' klinkt vriendelijker dan u dient of u moet
- doseer beeldspraak, niet iedereen snapt dit (knoop in maag hebben, als een berg tegenop zien, bij de pakken neerzitten)

- 
- vermijd (dubbele) ontkenningen, deze zijn vaak onduidelijk:
het is niet onverstandig is hetzelfde als het is verstandig
 - gebruik voor een bepaald onderwerp consequent dezelfde term door de hele tekst
 - pas op voor te lange samengestelde woorden. Omschrijf ze liever, bijvoorbeeld complicaties die afhankelijk zijn van de aandoening in plaats van aandoeningsafhankelijke complicaties
 - wees creatief, laat zien wat je vertelt of belooft; maak tekst visueel aantrekkelijk met beelden, infographics en bullets
 - wees niet bescheiden, maar trots (lieg of overdrijf niet)
 - geef mogelijkheden om meer informatie te vinden, vragen te stellen (e-mailadres, telefoonnummer, links)
 - pas op met al te veel (positieve) bijvoeglijk naamwoorden; dat we goede dingen doen moet uit de inhoud blijken

SCHRIJFWIJZE

Voorbeelden

Niet zo

Alsmede
Thans
Op dit moment
Welke (betrekkelijk voornaamwoord)
Met betrekking tot
Ten behoeve van
Voor dit onderzoek zal contrastvloeistof worden toegediend.
U wordt zo spoedig mogelijk geholpen.
U moet uw zorgverzekeringsbewijs te alle tijden kunnen tonen.
Bij ingebruikname van de printer...
Het is niet onverstandig om...

Maar zo

En
Nu
Nu
Die
Over
Voor
U krijgt voor dit onderzoek contrastvloeistof toegediend.
Wij helpen u over 20 minuten.
Denk eraan dat u uw zorgverzekeringsspas meebrengt.
Gebruik je de printer voor de eerste keer...
Het is verstandig om...

Getallen

Getallen in woorden noteren:

- hele getallen onder de twintig
- tientallen tot honderd
- honderdtallen tot duizend
- duizend, honderdduizend, miljoen, miljard

Getallen in cijfers noteren:

- bij precieze getallen - cijfers gebruiken: maten, gewichten, bedragen, jaartallen, percentages

Aanhalingstekens

Gebruik enkele aanhalingstekens.

- 'benadrukken woord'
- 'citaat in citaat'

Persoonsnamen

In profielinfo:

- titel + voorletters + (voornaam) + achternaam
- Prof. dr. C.H.J. (Casper) van Eijck (titelatuur alleen met hoofdletter wanneer dit aan het begin van een zin staat, vgl. het Groene Boekje.)

In lopende tekst:

- 1^e keer: hoogste titel + voornaam + achternaam
- Prof. Casper van Eijck
- daarna: achternaam

Opsommingen	- patiënt - bezoeker - arts
Namen vanuit het perspectief van de buitenwereld	Hanteer altijd de schrijfwijze volgens het Naambeleid. - kort en bondig - de lading dekkend en bij voorkeur onderscheidend - geen afkortingen (zoals samengestelde woorden die nader moeten worden verklaard) - gewone mensentaal (begrijpelijke woorden vanuit perspectief buitenwereld) - relevant (geen locatietoevoeging zoals Nederland, Rotterdam, Zuid West Nederland) - officiële schrijfwijze (Kankerinstituut i.p.v. Kanker Instituut) - moderne schrijfwijze (Orthopedie i.p.v. Orthopaedie) - namen vertaald in het (Amerikaans) Engels - eenduidig gebruik intern en extern in alle communicatie-uitingen De afdeling communicatie is eigenaar van de naamgeving en handelt hiernaar.
Afkortingen	Gebruik geen afkortingen. Schrijf voluit.
Site	erasmusmc.nl
Telefoonnummers	Vaste nummers: - haakjes gebruiken bij (010) - daarna spatie (dus geen koppelteken) - bij centraal nummer groepjes van 3-2-2

ZEGT U MAAR JIJ

ZEGT U MAAR JIJ

We zijn altijd onszelf. Tegelijkertijd weten we ook altijd heel goed tegen wie we het hebben. Daarom hebben we een paar regels voor het gebruik van 'u' en 'jij'.

Als medewerkers onder elkaar communiceren we zo veel mogelijk in de jij-vorm.

Tegen patiënten, bezoekers, gasten, kortom iedereen van buiten het Erasmus MC, gebruiken we 'u'. Tegen studenten gebruiken we 'jij'.

Natuurlijk kan in persoonlijk contact 'u' ook wel eens overgaan in 'jij'. Bijvoorbeeld als we iemand wat langer en beter kennen. Het verschilt per persoon of en wanneer dit gebeurt en kan alleen als iedereen zich daar prettig bij voelt.

VOORBEELDEN

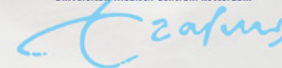
EINDELIJK

is het zover. De doorbraak is hier. Na jaren bloed, zweet en tranen. Na talloze tegenslagen, teleurstellingen en er weer bovenop komen is het ons gelukt om [ziekte] voor eens en voor altijd de kop in te drukken. We zijn moe. Heel moe. Maar tegelijk ook enorm voldaan. Even rust nu en dan op naar ons volgende gevecht!

erasmusmc.nl/vooreengezondetoekomst



Erasmus MC
Universitair Medisch Centrum Rotterdam



Voor een
gezonde
toekomst



De 1000ste levertransplantatie is een feit!

Karen Schipper (28) uit Oud-Beijerland was onlangs de 1000ste patiënte die in het Erasmus MC een levertransplantatie onderging. En met succes! Van een uitgeputte patiënte bloeide ze weer op tot de optimistische vrouw die ze was. Dinsdag 29 maart werd Karen door haar medische team én de voltallige Raad van Bestuur in de bloemen gezet. Ook was er een reusachtige taart.

Een pittige operatie was het. En het herstel verliep niet steeds op rolletjes. Maar inmiddels gaat het weer goed met Karen. Ze is inmiddels weer thuis. Karen heeft de zeldzame aangeboren stofwisselingsziekte OTC Deficiëntie, waarvoor zij gedurende haar jeugd onder behandeling was in het Sophia. In haar lever ontbrak -tot de transplantatie- een enzym dat ervoor zorgt dat afvalstoffen worden afgevoerd.

Na vier zware jaren van ernstig ziek zijn, waarbij ze zelfs enige tijd in coma lag, hakte ze vorige zomer de knoop door. Ze koos voor een levertransplantatie.

Toen in januari vorig jaar als laatste redmiddel een levertransplantatie werd geoperd, kwam dat voor Karen als een verrassing. "Een transplantatie voelde voor mij als iets ongewis. Daarom heb ik dat besluit maanden uitgesteld.

"Ik ben mijn hele leven ziek geweest, met uitzondering van mijn 20ste tot m'n 24ste. Maar de laatste vier jaar heb ik elke maand in het ziekenhuis gelegen."

Maar op een gegeven moment zag ik wel in dat ik geen andere keuze meer had."

Transplantatiechirurgen Khé Tran en Wojtek Polak voerden de transplantatie uit. En hoewel Karen de eerste volwassen Nederlandse patiënt met OTC Deficiëntie was die een levertransplantatie onderging, verliep de operatie niet anders dan anders. "De voorbereidingen voor de operatie op het moment dat de lever werd aangeboden, weken wat af ten opzichte van de normale gang van zaken bij een transplantatie, maar voor ons was het een normale operatie", zegt Khé Tran. "Het is zaak dat de nieuwe lever er zo snel mogelijk in wordt gezet. Deze operatie duurt gemiddeld zes tot acht uur. Een ervaren en goed op elkaar ingespeeld team is daarbij een belangrijke factor."

De eerste levertransplantatie in het Erasmus MC vond dertig jaar geleden - in 1986 - plaats, vertelt hepatoloog Herold Metselaar. "We begonnen met tien transplantaties per jaar, nu doen we er jaarlijks zestig tot zeventig. De overleving na één jaar was in het begin zeventig procent of lager. Een overleving van meer dan 90 procent, daar konden we toen alleen maar over dromen. Als je nu het eerste jaar overleeft, is de kans op een lange termijn overleving heel groot. Er zijn mensen die al veertig jaar met hun transplantatielever doen."

INTERVIEW

Naam: Lorum ipsum dolores
Specialisme: Lorum ipsum dolores
Etcetera: Lorum ipsum dolores



"We begonnen met tien transplantaties per jaar, nu doen we er jaarlijks zestig tot zeventig."

HIER

in het mooiste studiecentrum van Nederland kun jij je ei kwijt. Hier heb je de beste faciliteiten. Hier kun je vlammen. Hier mag je falen. Hier zal je slagen. Hier kom je verder. Kom dus gewoon hier studeren en pak de kans om onze samenleving vooruit te helpen!



Erasmus MC
Universitair Medisch Centrum Rotterdam
Erasmus

Voor een
gezonde
toekomst

CANON - THE CREATIVE HUB

Zorgeloos van idee naar ontwerp in onze studio

In de Studio ben je van harte welkom voor het design en drukwerk van allerlei communicatieuitingen. In veel gevallen zijn de Erasmus MC huisstijlregels op ons werk van toepassing. Gelukkig weten wij als geen ander waar de grenzen en mogelijkheden liggen. Dat is het resultaat van jarenlange ervaring met de opmaak van diverse communicatiemiddelen van het Erasmus MC.

Een greep uit ons portfolio

- interactieve PDF's
- animaties
- apps
- illustraties en infographics
- direct mailings en nieuwsbrieven
- uitnodigingen en presentaties
- folders, flyers, jaarverslagen en brochures in alle vormen en maten
- posters
- scripties
- digitale magazines
- fotografie in vele vormen;
 - architectuur (binnen en buiten)
 - portret (ook op locatie)
 - evenement
 - product (studio)

Een heldere werkwijze

The Creative Hub van Canon kan het hele management rondom grafische producties overnemen en zo je zorgen uit handen nemen. Het begint met een goed gesprek over jouw ideeën en wensen. Vervolgens gaan we op zoek naar het juiste ontwerp. Na het akkoord op het ontwerp, verzorgen we ook graag het eventuele productieproces. Wij maken duidelijke prijsafspraken en werken met een gerichte tijdsplanning, zodat niemand achteraf voor verrassingen komt te staan. Wij zorgen voor een professioneel en perfect eindresultaat!

Waar zijn wij te vinden?

In het faculteitsgebouw vind je ons op de 3^e etage tegenover de beveiliging. Bij onze reprobalie kun je terecht voor printwerk, drukwerk en algemene reproducties, en in de studio maken we mooie dingen voor je.

Je kunt ook je print bestelling online plaatsen via erasmusmc.shop.canon.nl

Heb je specifieke vragen? Neem dan contact met ons op:

Telefonisch: **(010) 704 38 83 (Algemene vragen & Repro)**
 (010) 703 85 88 (Studio)

Email:

Design: studio.erasmusmc@canon.nl
Drukwerk: erasmusmc@canon-bs.nl
Locatie: **Ee-377**

AFDELING COMMUNICATIE ERASMUS MC

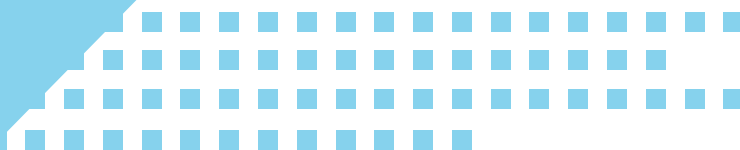
De afdeling Communicatie is verantwoordelijk voor het beleid, de uitvoering en de handhaving van alle onderdelen uit deze merkgids.

Meer informatie

Heb je vragen? Ga naar de [Service Portal](#) [zoekterm: communicatie].

Voor externen: mail naar p.vanrikxoort@erasmusmc.nl

© 2021 Erasmus MC



Voor een
gezonde
toekomst