



Huisstijl **Ik sta sterk** publiekscommunicatie

NOVEMBER 2025

HANDBOEK

HUISSTIJL

IK STA STERK

Inleiding

Waarom de publiekscommunicatie 'Ik sta sterk'?

Elke 4 minuten belandt een 65-plusser op de spoedeisende hulp na een valongeval. De gevolgen van een val zijn enorm, zowel in persoonlijk leed als voor de maatschappelijke zorgkosten. Met de publiekscommunicatie 'Ik sta sterk' willen we ervoor zorgen dat:

- **65-plussers zich bewust zijn van het nut en de noodzaak van het voorkomen van een val**
- **65-plussers de valrisicotest invullen**
- **65-plussers hun eigen valrisico weten**
- **65-plussers weten welke vervolgstappen zij nodig hebben**

Dit *huisstijlhandboek* biedt handvaten om de middelen die beschikbaar zijn op de juiste manier in te zetten.

Het *huisstijlhandboek* maakt deel uit van de ketenaanpak Valpreventie voor ouderen. Het is samengesteld door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport in samenwerking met VeiligheidNL.

Het *communicatieplan* biedt meer achtergrondinformatie over het thema valpreventie, een inhoudelijke en strategische toelichting op de communicatie over valpreventie en op welke manier de communicatie het beste ingezet kan worden voor een optimaal resultaat.

INHOUD

Inleiding **2**

Huisstijl **5**

Beeldmerk 5

Kleuren 6

Typografie 7

Iconen 8

Foto- en videografie 9

Middelen **12**

Valrisicotest 15

Narrowcasting 17

Flyers 19

Posters 21

Social media posts 24

Headerbeelden 28

Event middelen 30

Valrisicotest middelen 34

Extra middelen 37

Middelen gericht op partners 39

HUISSTIJL

Voor de publiekscampagne 'Ik sta sterk' hebben wij een huisstijl ontwikkeld die gebaseerd is op diverse strategische uitgangspunten. Deze uitgangspunten vind je in het *communicatieplan*.

Huisstijl

De huisstijl van de 'Ik sta sterk' publiekscommunicatie bestaat uit een beeldmerk, een aantal kleuren en lettertypes, een set iconen en foto- en videografie. Deze elementen vormen samen een herkenbare stijl. Om de **herkenbaarheid** én de **strategische uitgangspunten** te waarborgen, is **consistentie** in de toepassing van de huisstijl van belang.

Beeldmerk

Het beeldmerk 'Ik sta sterk' heeft de vorm van een krachtige driehoek. Het beeldmerk heeft altijd de kleur geel en staat op een paarse achtergrond of op een foto of video.



IK
STA
STERK

Kleuren

Het kleurenpalet van de 'Ik sta sterk' publiekscommunicatie is gebaseerd op de rijkshuisstijl communicatiekleuren. Houd bij alle uitingen rekening met een goed contrast tussen achtergrond en teksten. Bij deze wat oudere doelgroep is goed contrast extra belangrijk!

Hoofdkleuren

De hoofdkleuren van de publiekscommunicatie zijn paars en geel. Paars passen we toe voor achtergronden en geel voor de teksten die het meest moeten opvallen (zoals titels).

Steunkleur

De kleur roze wordt ingezet om de call-to-action (een boodschap die aanzet tot actie) uit te lichten.

Logokleur

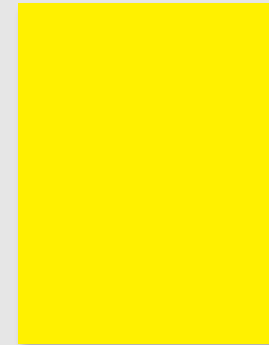
De kleur blauw komt alleen terug in het rijksoverheidslogo.

Wit

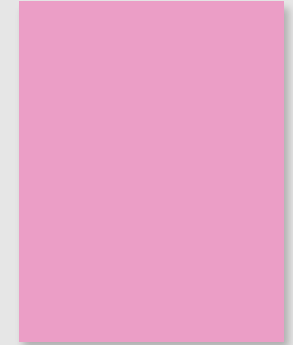
De kleur wit passen we toe voor achtergronden (zoals de website) en typografie.



CMYK
81/100/6/35
RGB
66/20/95
HEX
#42145f



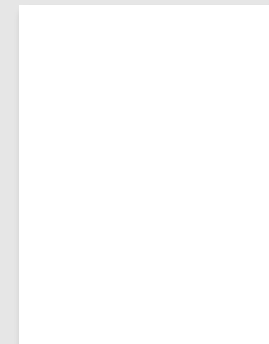
CMYK
0/0/90/0
RGB
249/225/30
HEX
#f9e11e



CMYK
0/53/00/00
RGB
240/146/205
HEX
#f092cd



CMYK
100/45/6/28
RGB
21/66/115
HEX
#154273



CMYK
0/0/0/0
RGB
255/255/255
HEX
#000000

Typografie

De ‘Ik sta sterk’ publiekscommunicatie werkt met de lettertypes van de rijksoverheid: de Rijksoverheid Sans en de Rijksoverheid Serif.

Rijks Sans

De Rijks Sans is in deze publiekscommunicatie het meest toegepaste lettertype. Titels en onderdelen van de URL zijn in Rijksoverheid Sans Bold of Semibold.

Rijksoverheid Serif

De Rijksoverheid Serif passen we toe voor de locatie van de Event-middelen (zie pagina 13). Daarnaast gebruiken we de Rijksoverheid Serif Italic voor extra toevoegingen in het roze zoals ‘Doe jij ook mee?’ of ‘De test duurt maximaal 3 minuten’.

Rijksoverheid Sans

Rijks Sans Regular

Rijks Sans Regular Italic

Rijks Sans Semibold

Rijks Sans Semibold Italic

Rijks Sans Bold

Rijks Sans Bold Italic

Rijksoverheid Serif

Rijksoverheid Serif

Rijksoverheid Serif Italic

Iconen

In de publiekscommunicatie staan 6 tips centraal om vallen te voorkomen. Bij elke tip hoort een icoon die terug komt in de animaties, op posters en in andere middelen.

Dit zijn de 6 tips:

1. Train je spierkracht en evenwicht
2. Laat je medicijnen controleren
3. Eet lekker en gezond
4. Laat je ogen controleren
5. Zorg voor goed passende schoenen
6. Voorkom dat je thuis valt

Set iconen



Foto- en videografie

Er zijn verschillende foto's en video's gemaakt voor de publiekscommunicatie die het concept van 'Ik sta sterk' ondersteunen. De beelden zijn gemaakt vanuit een lager perspectief om de mensen nog sterker en krachtiger neer te zetten.

Een mix aan mensen

Om zo goed mogelijk aan te kunnen sluiten bij de belevingswereld van een brede doelgroep, is de doelgroep uitgesplitst in drie profielen. Bij de middelen die we aanbieden, houden we rekening met de verschillende profielen én de diversiteit in onze maatschappij. Meer informatie over de profielen vind je op deze [webpagina](#) van VeiligheidNL.

Let op!

De foto's en video's mogen uitsluitend voor communicatie over 'Ik sta sterk' worden ingezet.





Meer informatie over de strategische uitgangspunten voor de ‘Ik sta sterk’ publiekscommunicatie vind je in het *communicatieplan*.

MIDDELEN

We bieden een mix van **online en offline middelen** om in te zetten voor de communicatie rondom het thema '**Ik sta sterk**'.

Middelen

We bieden een mix aan middelen aan om valpreventie onder de aandacht te brengen in jouw gemeente. De mogelijkheden zijn divers: van narrowcasting en social media filmpjes tot posters en headerbeelden.

Alle middelen verwijzen in de call-to-action naar de website www.testjevalrisico.nl. Alle middelen hebben tot doel om de doelgroep naar de valrisicotest toe te leiden.

De ene 65-plusser is de andere niet. Om ervoor te zorgen dat de middelen goede aansluiting vinden bij jouw lokale doelgroep, bieden we per type middel verschillende opties. Er zijn ook middelen die gericht zijn op partners van de 65-plussers, waar we aansturen om samen de test te doen.

Dit zijn de middelen in de toolkit:

1. Narrowcasting filmpjes
2. Flyers (A5)
3. Posters (A3, A2 en A1)
4. Social media posts
5. Headerbeelden
6. Event middelen
7. Valrisicotest middelen
8. Middelen gericht op partners





Meer informatie over de keuze voor deze middelen-mix vind je in het *communicatieplan*.

VALRISICOTEST

Valrisicotest

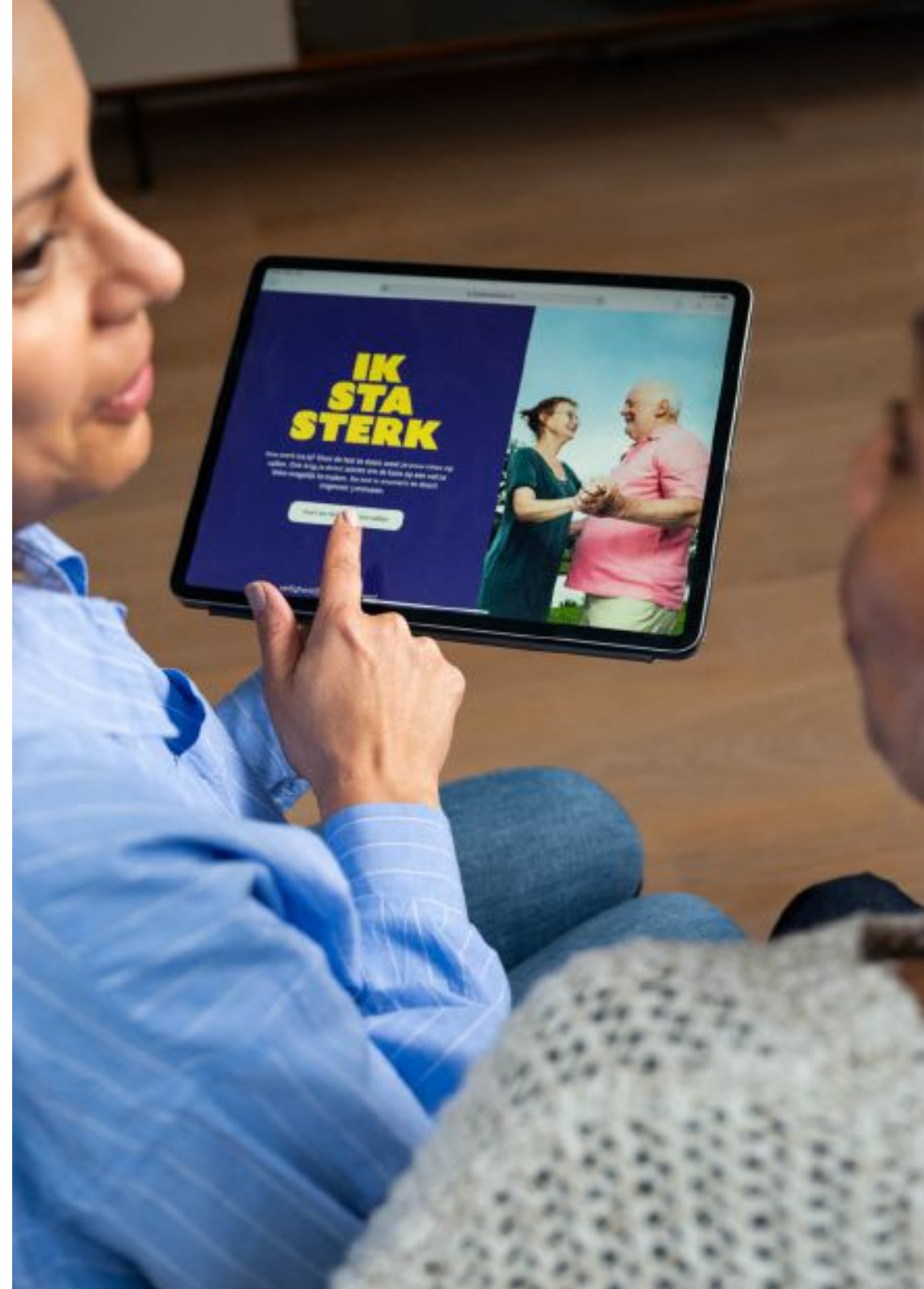
De valrisicotest is te vinden op de website www.testjevalrisico.nl. Alle middelen uit deze toolkit verwijzen met een call-to-action naar deze test.

Tips

Naast de test zelf vind je op de website ook 6 eenvoudige tips die ouderen helpen sterk te blijven staan. De tips worden ondersteund met een checklist die je kan downloaden als je concreet aan de slag wilt met de tips.

Ervaringsverhalen

Bij een matig of sterk valrisico worden er ervaringsverhalen (filmpjes) gedeeld. De verhalen van onder andere Betty, Joke en Harvey laten andere 65-plussers zien hoe belangrijk het is om sterk te blijven staan en aan de slag te gaan met valpreventie.



NARROWCASTING

Narrowcasting

Vooral in ziekenhuizen, bibliotheken, huisartsenpraktijken en wachtkamers van andere zorgverleners kunnen we de doelgroep goed bereiken via een narrowcasting scherm. We adviseren om lokale zorgverleners te benaderen en te informeren over de mogelijkheden. Omdat er steeds meer staande varianten zijn van narrowcasting schermen, bieden we ook een staande variant aan.

Er zijn drie narrowcasting filmpjes:

1. Een film/animatie die de focus legt op het **trainen van je spierkracht en evenwicht**.
2. Een film/animatie die gaat over het **laten controleren van je medicijnen**.
3. Een film/animatie die gaat over het **laten controleren van je ogen**.

Tips!

- Het werkt het beste als de drie filmpjes niet direct achter elkaar worden getoond.
- Combineer de narrowcasting filmpjes met een poster of flyer die in de buurt van het narrowcasting scherm wordt opgehangen of neergelegd.
- Er zijn ook narrowcasting filmpjes gericht op partners. Hiermee activeer je partners om samen de test te doen!



FLYERS

Flyers

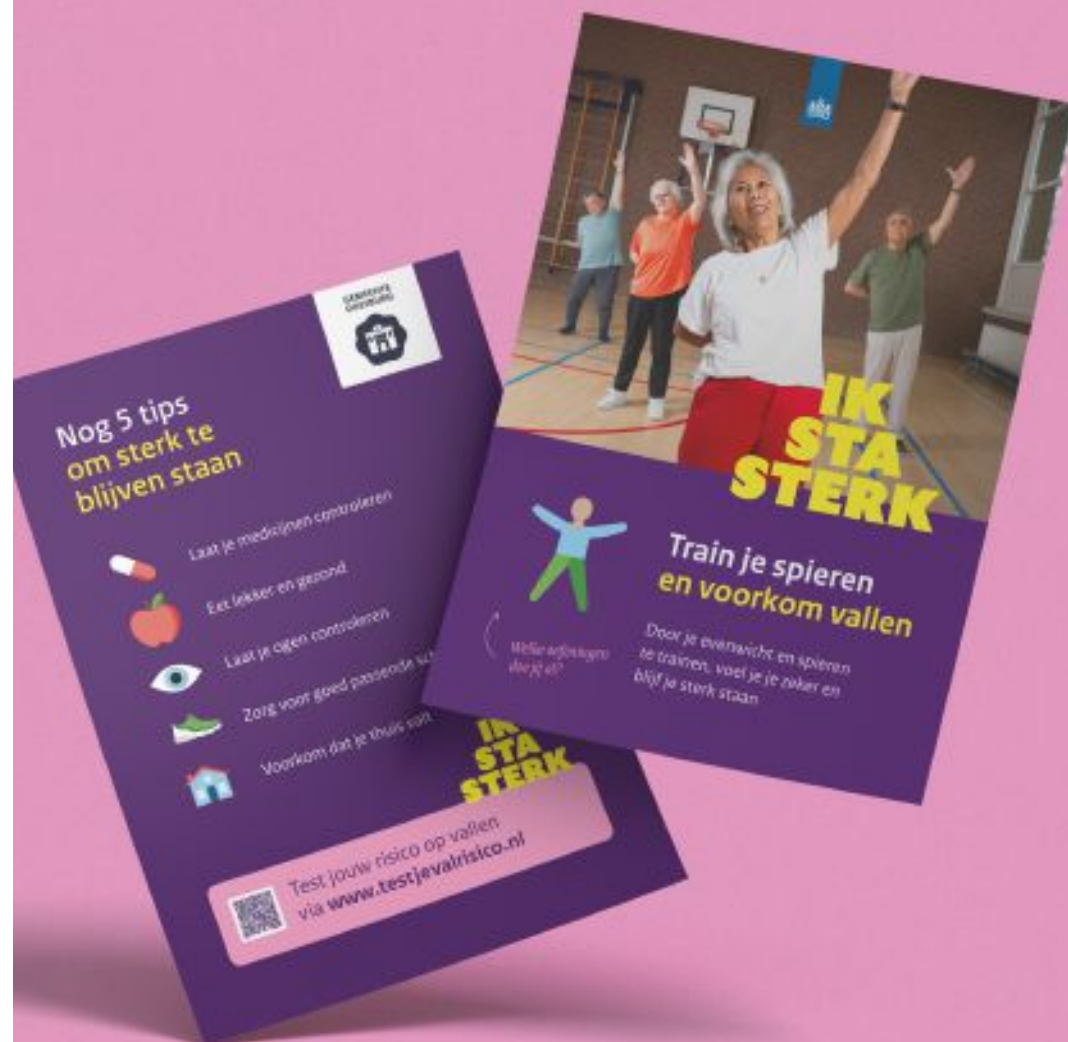
De flyer is een belangrijke aanvulling op de poster en de narrowcasting filmpjes. De kans dat de QR-code wordt gescand of de URL wordt ingetoetst om de risicotest in te vullen is namelijk veel groter bij een flyer dan bij een poster. Op de voorkant laten we de tip over beweging zien. Op de achterkant laten we de overige 5 tips zien om vallen te voorkomen.

Er zijn drie flyers:

1. Een flyer met op de voorkant een foto van een **valpreventie cursus / gymles** voor ouderen.
2. Een flyer met op de voorkant een foto van een man die thuis een **balansoefening** doet.
3. Een flyer met op de voorkant een foto van **buren die samen door de wijk wandelen**.

Tips!

- Kies de flyer die het beste past bij jouw doelgroep.
- Op de achterkant is in het witte vlak ruimte voor je gemeentelogo.
- Er zijn ook flyers gericht op partners. Hiermee activeer je partners om samen de test te doen!



POSTERS

Posters

De posters zijn een aanvulling op de narrowcasting filmpjes en de flyer en hangt idealiter in dezelfde wachtkamer als waar het narrowcasting filmpje wordt getoond. De poster kan ook los worden geplaatst.

Er zijn drie soorten posters:

1. Posters die één van **de 6 tips uitbeelden middels een icoon**. Je kan kiezen tussen een A3 en A2 formaat.
2. Posters die één van **de 6 tips uitbeelden middels fotografie**. Je kan kiezen tussen een A3 en A2 formaat.
3. Posters die herinneren aan het verleden en daarmee **nostalgische gevoelens** opwekken. Deze posters zijn op gemaakt op A2 formaat.

Tips!

- Kies de posters die het beste passen bij jouw doelgroep.
- Op elke poster is er in het witte vlak ruimte voor je gemeentelogo.

Voorbeeld van een poster met icoon





Zo lang
mogelijk plezier
maken met
mijn kleinkind!

Hoe sterk sta jij?

**IK
STA
STERK**



Test jouw risico op vallen
via www.testjevalrisico.nl



SOCIAL MEDIA POSTS

Social media posts

De social media posts worden voornamelijk voor profiel 2 en 3 ingezet. De focus ligt daarbij op Facebook waar het grootste deel van de doelgroep te vinden is.

Er zijn twee soorten social media posts:

1. Korte filmpjes in een vierkant formaat
2. Single-image posts in een vierkant formaat

Tips!

- Kies de social media posts die beste passen bij jouw doelgroep en je doel.
- Het werkt goed om bijvoorbeeld wekelijks een nieuwe post te plaatsen zodat iedereen zich een keer kan herkennen in het beeld en de situatie.
- Goed om te weten: de video's leverden in 2024 meer clicks op dan de single image posts.
- Bij de single-image posts is er ruimte om de naam van je gemeente te plaatsen in het gele vlak onder het beeldmerk. De instructies daarvoor vind je op de volgende pagina.
- Er zijn ook social media posts (carrousels) gericht op partners. Hiermee activeer je partners om samen de test te doen!

Voorbeeld van een social media post filmpje



Voorbeeld van een single-image post



In het gele vlak is ruimte om de naam van je gemeente in te vullen (zie instructies hiernaast)

Instructies voor het invullen van de pdf

1. **Installeer de lettertypes van de rijkshuisstijl.**
Deze heb je samen met het huisstijlhandboek en het communicatieplan gedownload.
2. **Open de pdf in Adobe Acrobat.**
Heb je deze niet, download het programma dan gratis via: <https://get.adobe.com/nl/reader/>
Je ziet vlakken die gevuld kunnen worden met teksten.
3. **Vul het gele vlak met de naam van je gemeente.**
Het vlak blijft je zien, ook al is deze ingevuld.
Na het opslaan van het bestand is het vlak niet meer te zien.
4. **Exporteer het bestand als jpg.**
De jpg kan nu geplaatst worden op social media.

Primaire tekst, bovenaan de single-image post

Voorbeeld:

‘Wist je dat er jaarlijks zo’n één miljoen 65-plussers vallen? Gelukkig kun je zelf veel doen om een val te voorkomen. Wij helpen je daar graag bij. Daarom organiseren wij op [datum, locatie, tijd] [event]. Ben jij er ook bij?’

Voorbeeld van een nostalgie single-image post

Primaire tekst (nostalgie)

Voorbeeld:

‘Waarom wil jij sterk blijven staan? Zo lang mogelijk blijven dansen, lekker op vakantie gaan of een uitje met je familie. Test jouw risico op vallen via www.testjevalrisico.nl’



HEADERBEELDEN

Headerbeelden

We bieden een set van 6 verschillende beelden aan die je als headerbeeld kan inzetten. Het formaat is 1920 x 1000 pixels.

Let op!

Het is niet de bedoeling het beeld op een manier aan te snijden dat het beeldmerk 'Ik sta sterk' verdwijnt.

Tip!

Mis je nog een beeld of een specifiek formaat? Laat het dan weten via gala@minvws.nl. We kijken wat we voor je kunnen betekenen.

Voorbeelden van de headerbeelden (1920 x 1000 pixels)



EVENT MIDDELEN

Event middelen

De event middelen zet je in voor een aankondiging van een bijeenkomst of evenement rondom het thema 'Ik sta sterk'.

Er zijn vijf verschillende event middelen:

1. Event poster A2
2. Event flyer A5
3. Event banier 85cm x 2m
4. Event single-image social post
5. Event narrowcasting scherm

Invulbaar pdf bestand

De pdf van elk middel is invulbaar. Maak het middel op maat door de naam van de gemeente, de bijeenkomst, de locatie, datum, tijd en URL in te vullen.

Let op!

Alleen de banier is niet invulbaar. De inhoud is generieker en daarmee duurzaam inzetbaar voor verschillende events of in de hal van het gemeentehuis.

Instructies voor het invullen van een pdf

1. Installeer de lettertypes van de rijkshuisstijl.

Deze heb je samen met het huisstijlhandboek en het communicatieplan gedownload.

2. Open de pdf in Adobe Acrobat.

Heb je deze niet, download het programma dan gratis via: <https://get.adobe.com/nl/reader/>
Je ziet vlakken die gevuld kunnen worden met teksten.

3. Vul de lege vlakken.

De vlakken blijf je zien, ook al zijn deze ingevuld.
Ze worden echter niet mee gedrukt.

4. Voor drukwerk: Sla de pdf op.

De pdf kan nu geprint worden. Hij is opgemaakt in CMYK en heeft 3mm afloop.

Voor digitale middelen:

Exporteer de middelen als jpg.

De jpg kan nu geplaatst worden op social media of op een narrowcasting scherm.



IK STA STERK

Kom jij ook?

Cursus Valpreventie In Balans

Datum Dinsdag 8 april

Tijd 9:30

Locatie Bibliotheek de Zoomerij Oosterbeek

Kijk voor meer informatie op www.testjevalrisico.nl



Event narrowcasting scherm liggend

Event single-image post



Primaire tekst, bovenaan de single-image post

Voorbeeld:

‘Waarom wil jij graag sterk blijven staan? Wist je dat er jaarlijks zo’n één miljoen 65-plussers vallen? Gelukkig kun je zelf veel doen om een val te voorkomen. Wij helpen je daar graag bij. Daarom organiseren wij op [datum, locatie, tijd] [event]. Ben jij er ook bij? ‘

VALRISICO MIDDELEN

Valrisicotest middelen

De valrisicotest middelen zet je in om specifiek de aandacht te richten op de valrisicotest.

Er zijn vijf verschillende valrisicotest middelen:

1. Valrisicotest flyer A4 met testuitslag
2. Valrisicotest poster A3
3. Valrisicotest narrowcasting scherm

Tips!

- Vul de test samen met de doelgroep in tijdens een bijeenkomst en bespreek direct de mogelijkheden in je gemeente. Of vul alvast de mogelijkheden in op de flyer met testuitslag zodat de doelgroep de volgende stap kan zetten op basis van de uitslag.
- Een deel van de doelgroep is vaak te vinden in de bibliotheek. Het is slim om van de narrowcasting schermen gebruik te maken die in de bibliotheek voorhanden zijn!

Valrisicotest flyer A4 met testuitslag op de achterkant



Valrisicotest poster A3



Valrisicotest narrowcasting (liggend en staand)



EXTRA MIDDELEN

Extra middelen

Met deze toolkit bieden we je handvatten om direct aan de slag te gaan met valpreventie in jouw gemeente of regio.

Mocht je toch nog wat missen om goed aan de slag te kunnen? Laat het dan weten via gala@minvws.nl. We kijken wat we voor je kunnen betekenen en of we het kunnen toevoegen aan de toolkit.



Voorbeeld van een Moving Billboard

Voorbeeld van een Busreclame



MIDDELEN VOOR PARTNERS

Middelen gericht op partners

In de toolkit vind je ook middelen waar je de **partner** van 65-plussers kan aanspreken. Dit is een waardevolle toevoeging. We zien namelijk dat partners nog onvoldoende een rol pakken in het signaleren van valrisico bij hun naaste, waardoor sommige 65-plussers met een valrisico te laat of niet worden opgespoord. De redenen hiervoor zijn vaak een gebrek aan kennis en bewustzijn over valpreventie, het belang van vroegtijdige signalering én de mogelijke rol die partners zelf kunnen vervullen.

Zet deze middelen in om partners te stimuleren een actieve rol te pakken in het signaleren van valrisico bij hun naaste en samen de valrisicotest te doen. Zo slaan we 2 vliegen in 1 klap! In deze middelen leggen we de nadruk op het samen blijven genieten. Hier zijn narrowcasting filmpjes, flyers en social media posts voor ontwikkeld. Deze kunnen ingezet worden op bovengenoemde manieren.

Er zijn drie varianten ontwikkeld:

1. Middelen waarin de focus ligt op blijven genieten van **samen tuinieren**.
2. Middelen waarin de focus ligt op blijven genieten van **samen spelen met kleinkinderen**.
3. Middelen waarin de focus ligt op blijven genieten van **samen een rondje over de markt**.

Op de achterkant is in het witte vlak ruimte voor een gemeentelogo.

Er zijn ook flyers beschikbaar zonder het witte vlak.



Primaire tekst (partner - markt)

Voorbeeld:

‘Hoe sterk sta jij? En je partner? Je wil natuurlijk zo lang mogelijk samen blijven genieten van de kleine dingen, zoals het wekelijkse rondje over de markt. Daarom wil je een val voorkomen. Doe samen de test en krijg praktische tips op www.testjevalrisico.nl’





Veel succes met de uitrol
van de 'Ik sta sterk'
publiekscommunicatie.

Bedankt voor je bijdrage om
zo veel mogelijk 65-plussers in
ons land sterk te laten staan!