

NAAR MEER IMPACT

EEN NIEUW GEZICHT VOOR AMNESTY

AMNESTY
INTERNATIONAL



INHOUD

HET DOEL
HET VERSCHIL
HET KARAKTER
DE IDEE

DE ONDERDELEN

KAARS
WOORDMERK
WOORDMERK EN KAARS
BRANDING
KLEUR
KLEURGEBRUIK
LETTERTYPE
ACTIEBLOK
ACTIEBLOK MET ONDERDELEN
FOUT
BEELDEN
SCHRIJFSTIJL

DE WERKING

ACTIVEER
WERK MET INDIVIDUEN
RAPPORTEER

CONTACT

HET DOEL

MEER IMPACT

Amnesty International zegt resoluut NEE tegen mensenrechtenschendingen. Onze acties zorgen voor verandering. We willen steeds een zo groot mogelijke impact hebben, zowel door wat we doen als door wat we zeggen. Onze woorden én daden streven eenzelfde doel na: impact creëren.

In een wereld met steeds minder grenzen hebben we één huisstijl, één gezicht nodig. Een gezicht dat overal hetzelfde is, waar je je ook bevindt. Zo kunnen acties op één plek in de wereld, de acties aan de andere kant van de aardbol versterken. We willen één zijn, niet uniform zijn.

Dit handboek helpt ons om wereldwijd eenzelfde doel en eenzelfde karakter aan al onze communicatievormen te geven. Of het nu gaat om een brief in Mexico, een affiche in Indonesië of een spandoek in België. We confronteren mensen met hun vooroordelen, veranderen hun gevoelens, weken nieuwe steun los en breiden onze invloed uit.

We moeten ons niet alleen voelen als een beweging die iets teweegbrengt, we moeten er ook zo uitzien. De nieuwe huisstijl wordt gebruikt door iedereen, door het internationaal secretariaat, door secties, door Amnesty groepen en door activisten, waar ook ter wereld.

Het is niet alleen een kwestie van smaken en kleuren, het is een stijl van spreken en handelen. Een stijl die de wereld verandert.

HET VERSCHIL

HELP ONRECHT DE WERELD UIT

Nog steeds worden de rechten van miljoenen mensen wereldwijd geschonden.

Ze worden gediscrimineerd, onterecht opgesloten, gefolterd, vermoord.

Ze kunnen hun geloof niet uitoefenen, samenkomen wanneer ze willen, zichzelf informeren of hun mening uiten. Ze hebben geen voedsel en drinkbaar water, gezondheidszorg, onderwijs, werk of een dak boven het hoofd.

Overheden, grote bedrijven, gewapende groepen, soms zelfs mensen uit de eigen familie ontnemen hen hun menselijke waardigheid. Soms is het klaar en duidelijk dat er iemand onrecht wordt aangedaan, soms is het verborgen en sluimerend.

Het onrecht moet stoppen.

Samen hebben gewone mensen de macht om het te doen stoppen.

Amnesty International is een wereldwijde beweging van mensen die het onrecht willen stoppen.

Die gedachte vormt de kern van onze nieuwe huisstijl. We moeten het niet letterlijk zo verwoorden, maar alles wat we maken draagt de gedachte in zich.

HET KARAKTER

VERONTWAARDIGD MAAR VOL HOOP

Amnesty International is uniek.

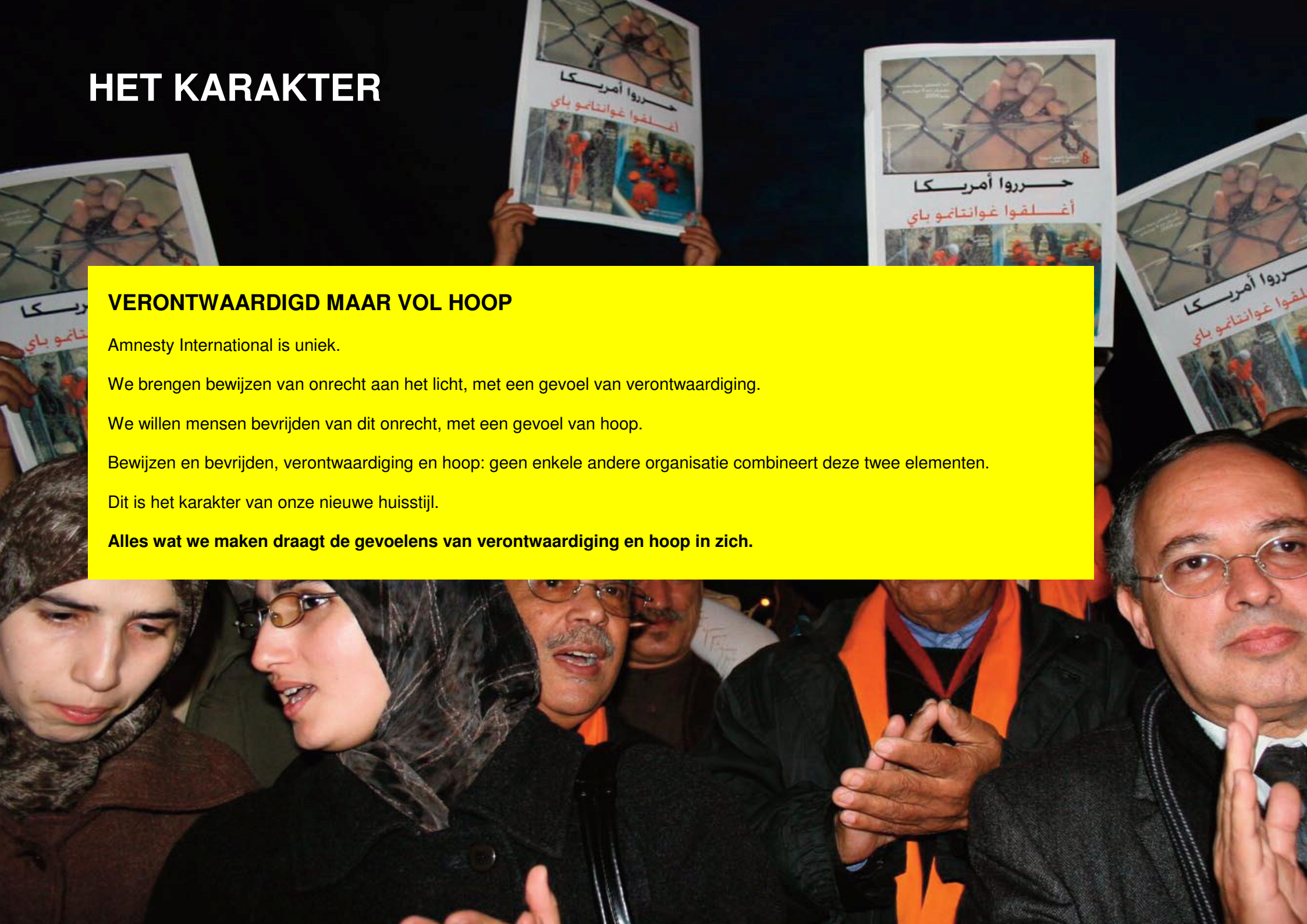
We brengen bewijzen van onrecht aan het licht, met een gevoel van verontwaardiging.

We willen mensen bevrijden van dit onrecht, met een gevoel van hoop.

Bewijzen en bevrijden, verontwaardiging en hoop: geen enkele andere organisatie combineert deze twee elementen.

Dit is het karakter van onze nieuwe huisstijl.

Alles wat we maken draagt de gevoelens van verontwaardiging en hoop in zich.



DE IDEE



HET ACTIEBLOK

Door onrecht kunnen mensen niet zijn wie ze zijn, niet zeggen wat ze denken, niet houden van wie ze willen, niet opkomen voor hun rechten, niet leven. Amnesty International wil mensen bevrijden van onrecht. Dat is de reden van ons bestaan.

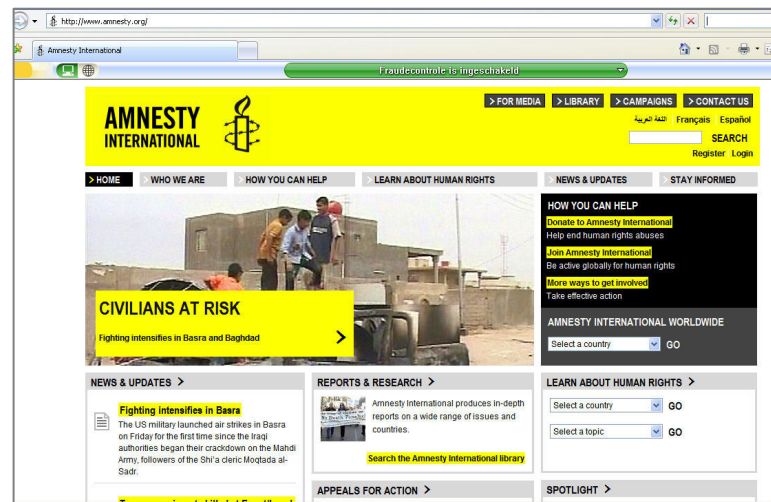
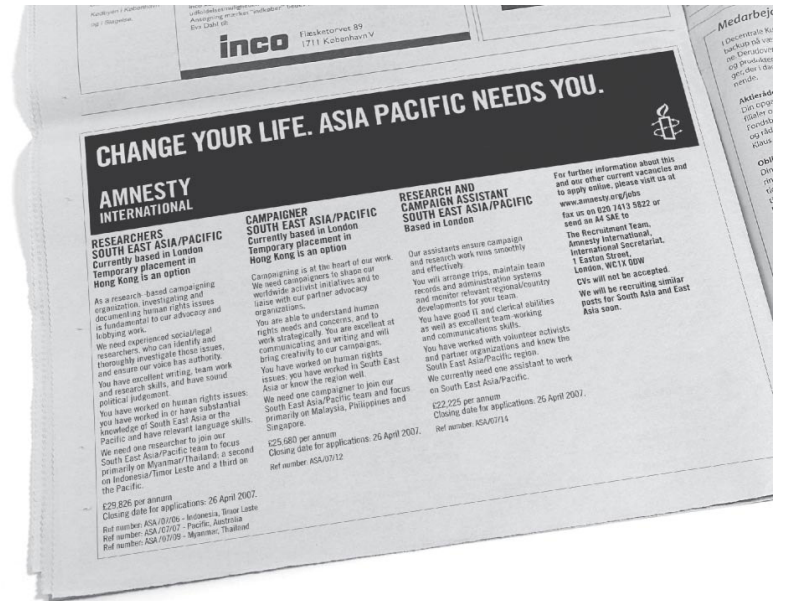
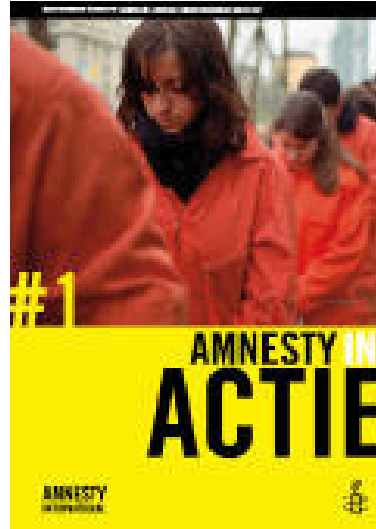
Onze visuele taal schreeuwt het uit. Ze is een stoorzender, zit in de weg en komt tussenbeide. Soms weerspiegelt ze het gevoel van iets fundamenteels te missen. Soms zet ze gewoon iets essentieels, iets dringends in de verf.

Soms shockeert ze, soms biedt ze hoop. Altijd roept ze op tot actie.

1. We gebruiken een **geel Actieblok** bovenop een beeld om op te roepen tot actie. Of om tussenbeide te komen. Of om succes in de verf te zetten. Het blok bedekt een deel van het beeld en toont met nadruk aan dat er iets mis is, dat er iets ontbreekt. Of dat we iets erg belangrijks te zeggen of te doen hebben. Iets dat niet kan wachten. Geel is de kleur van hoogdringendheid én van hoop. Geel steekt er altijd bovenuit.
2. Het gele blok draagt ons symbool, de **kaars**. De kaars combineert de prikkeldraad van onderdrukking met het licht van de hoop. Dit is een ontzettend krachtig beeld voor Amnesty International. De kaars is bij miljoenen mensen wereldwijd bekend.
3. Het gele blok heeft een korte, sterke **titel**. Een titel die de waarheid zegt, met verontwaardiging. Probeer niet meer dan zes woorden te gebruiken.
4. In het gele blok vind je ook het **woordmerk** (onze naam), eventueel samen met een slogan of campagnenaam. De slogan of campagnenaam is een oproep tot actie, met hoop.

Dit zijn de vier onderdelen van onze huisstijl. Gemakkelijk te gebruiken door iedereen, door het internationaal secretariaat, door secties, door Amnesty groepen en door activisten, waar ook ter wereld.





DE ONDERDELEN

KAARS

Het logo of beeldmerk van Amnesty International wereldwijd is meer dan ooit de kaars. De kaars is een enorm krachtig beeld voor Amnesty, bekend bij miljoenen mensen wereldwijd. Gebruik de kaars op elke toepassing, opvallend en met effect.

A



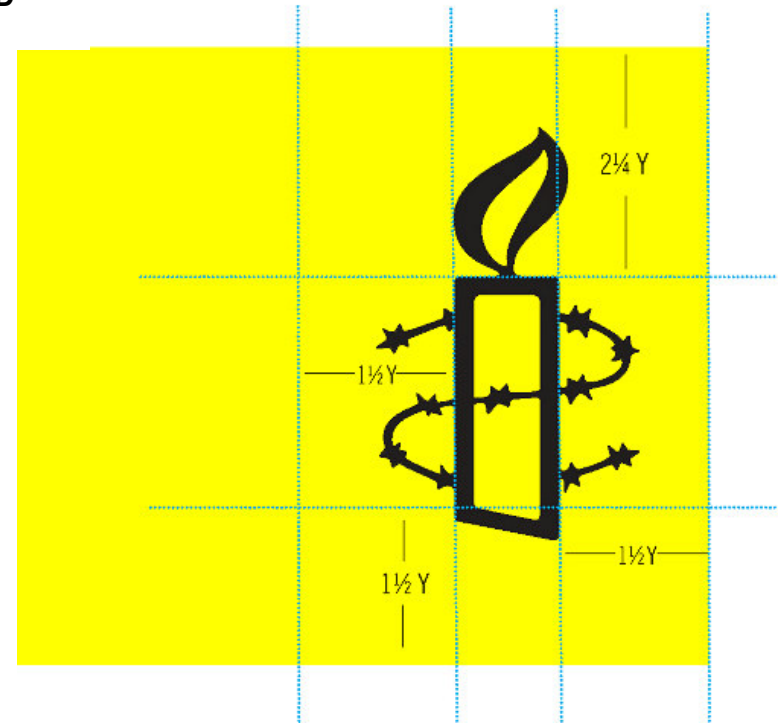
B



C



D



1. De kaars is vereenvoudigd ten opzichte van vroeger. Zo is de druppel kaarsvet aan de rechterkant van de kaars verdwenen. Zo is de kaars robuuster, duidelijker en kan ze makkelijker gekopieerd worden.

2. De kaars heeft altijd dezelfde kleur als het woordmerk. Ze is zwart op een 100% gele achtergrond, zwart op een 100% witte achtergrond of wit op een 100% zwarte achtergrond.

Werk je in zwart-wit, gebruik dan een volledig zwarte kaars op een witte achtergrond of een witte kaars op zwarte achtergrond. Gebruik nooit een grijze achtergrond.

3. Een gele kaars is nooit toegelaten, ook niet op een witte of zwarte achtergrond.

3. De kaars moet kunnen branden. Zorg ervoor dat je de aangewezen marges respecteert. Langs de zijkanten en onderaan moet de afstand tot de rand van het Actieblok steeds gelijk of groter zijn dan 1,5 maal de breedte van de kaars. Bovenaan moet de afstand 2,25 maal groter zijn, te meten vanaf de kaars zelf, niet vanaf de vlam. Bekijk afbeelding D hierboven zorgvuldig.

Voor toepassingen op internet is de minimale afstand bovenaan gelijk aan 2 maal de breedte van de kaars (2xY)

WOORDMERK*

In het woordmerk van Amnesty International krijgt het woord “Amnesty” extra nadruk. Het woord “International” is eerder een adjectief. Het woordmerk is een afbeelding op zich, volledig in de huisstijl van Amnesty International. Je mag het nooit natekenen of opnieuw typen. Gebruik altijd de afbeelding van het woordmerk die je digitaal vindt in F:\Algemeen\Huisstijlelementen.

AMNESTY INTERNATIONAL

A

5 mm

AMNESTY
INTERNATIONAL

B

32 pixels

AMNESTY
INTERNATIONAL

منظمة العفو
الدولية

AMNISTIE
INTERNATIONALE

AMNISTÍA
INTERNACIONAL

1. Het woordmerk is een afbeelding. Probeer het nooit zelf na te tekenen of opnieuw te typen in een gelijkaardig lettertype of met hoofd- en kleine letters. Gebruik steeds de figuren die je vindt op F:\Algemeen\Huisstijlelementen. of een ander platform.

2. Zorg ervoor dat het woordmerk steeds groot genoeg is. In print is de hoogte minimaal 5 mm (figuur A). Op het scherm is de hoogte minimaal 32 pixels (figuur B)

3. Het woordmerk staat steeds links van de kaars en heeft dezelfde kleur als de kaars. Werk je in kleur, gebruik dan steeds een 100% zwart woordmerk en zwarte kaars of een 100% wit woordmerk en een witte kaars.

4. Wij gebruiken de Engelse versie van het woordmerk. Het woordmerk is ook beschikbaar in het Frans, Spaans en Arabisch.

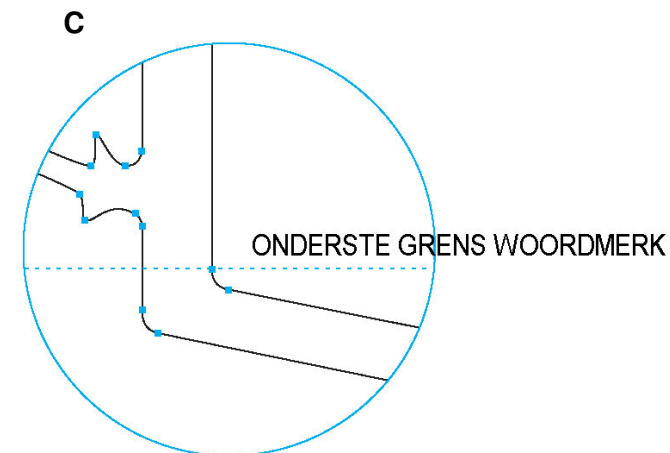
5. Werk je in zwart-wit, gebruik, net als bij de kaars, het woordmerk enkel in het zwart op een witte achtergrond of in het wit op een zwarte achtergrond.

Druk nooit een woordmerk op gele achtergrond af in zwart-wit. Het resultaat is een grijze achtergrond.

* Een woordmerk is dat deel van het merk dat de benaming van de organisatie vertegenwoordigt.

WOORDMERK EN KAARS

Het woordmerk en de kaars hebben steeds dezelfde kleur: ze zijn beide wit of beide zwart. Het woordmerk en de kaars moeten zich in de juiste verhouding tot elkaar bevinden. De correcte verhouding vind je in figuren B en C. Om je wat rekenen paswerk te besparen, maak je best gebruik van de verschillende formaten van het woordmerk in combinatie met de kaars beschikbaar op F:\Algemeen\Huisstijlelementen.



1. Laat rond het woordmerk steeds wat ruimte. In figuur A zie je precies hoeveel minstens. De minimale ruimte wordt bepaald door de afstand X. X is gelijk aan de hoogte van het element "INTERNATIONAL".

2. Zorg ervoor dat woordmerk en kaars steeds groot en duidelijk genoeg zijn. Zoals op de voorgaande pagina vermeld, is het woordmerk minstens 5 mm hoog (druk) of 32 pixels hoog (scherm).

3. Plaats het woordmerk steeds links. De kaars staat steeds rechts van het woordmerk.

4. De hoogte van de kaars zelf (zonder de vlam) is 78% van de hoogte van het woordmerk. Zie figuur B voor verduidelijking.

5. De onderste grens van het woordmerk bevindt zich op dezelfde hoogte als de bocht in de onderste linkerhoek van de kaars (figuur C). Is de verhouding tussen woordmerk en kaars correct, dan bevindt de bovenste rand van de kaars (zonder de vlam) zich op dezelfde hoogte als de bovenste rand van het middelste streepje van de E van "AMNESTY".

BRANDING

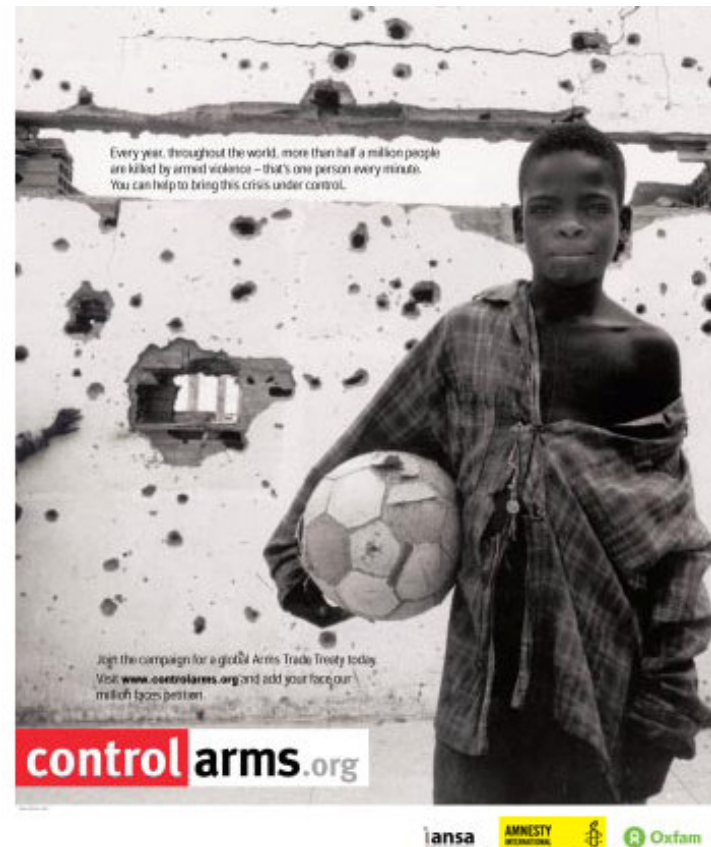
Wil je het woordmerk en de kaars van Amnesty International vermelden op materialen van andere organisaties of bij een samenwerking (een poster, een website,...), gebruik dan altijd deze figuur: AMN_COBR.jpeg. Je vindt de figuur op F:\Algemeen\Huisstijlelementen.

Het woordmerk en de kaars staan in de figuur in de juiste verhouding tot elkaar en in een klein geel Actieblok.

Enkel indien het drukwerk in zwart-wit is opgemaakt, moet je de figuur AMN_COBR_K gebruiken. Het woordmerk en de kaars staan in deze figuur in een klein zwart Actieblok.



AMN_COBR.jpeg



KLEUR

De hoofdkleur is Amnesty Geel, 100% geel.

Geel is de kleur van hoogdringendheid, maar ook van hoop. We gebruiken het geel voor het Actieblok of als kleur voor een dringende actie of in documenten waarin informatie moet opvallen.

| | | | | |
|----------------------------------|---|---|-------------------------------|---|
| AMNESTY GEEL | 4-KLEUREN DRUK C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0 | SCHERM R: 255 G: 255 B: 0 | SCHERM (web) FFFF00 | PANTONE Process Yellow (100%) |
| AMNESTY ZWART | 4-KLEUREN DRUK C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 | SCHERM R: 0 G: 0 B: 0 | SCHERM (web) 000000 | PANTONE Process Black (100%) |
| AMNESTY LICHT WARM GRIJS | 4-KLEUREN DRUK C: 9 M: 12 Y: 12 K: 20 | SCHERM R: 199 G: 194 B: 186 | SCHERM (web) C7C2BA | PANTONE Warm grey 3 |
| AMNESTY MIDDEN WARM GRIJS | 4-KLEUREN DRUK C: 14 M: 19 Y: 21 K: 38 | SCHERM R: 148 G: 147 B: 127 | SCHERM (web) 94937F | PANTONE Warm grey 6 |
| AMNESTY DONKER WARM GRIJS | 4-KLEUREN DRUK C: 24 M: 34 Y: 35 K: 63 | SCHERM R: 118 G: 106 B: 98 | SCHERM (web) 766A62 | PANTONE Warm grey 10 |

KLEURGEBRUIK

Gebruik Amnesty Geel voor impact of nadruk. Het is de enige kleur voor het Actieblok. Maar erg belangrijk: gebruik het geel met mate. Gebruik geel nooit als louter decoratief element. Zo valt de kleur des te feller op en wordt het dé kleur van de actie.



GOED
Spaarzaam gebruik van gele Actieblok

DE HUISSTIJL VAN AMNESTY IS NIET GEEL. ER ZIT WEL GEEL IN DE HUISSTIJL VAN AMNESTY.

1. Het geel en het Actieblok moeten eigen aan Amnesty International worden. Onze leden en activisten kunnen hun boodschap ook in een geel Actieblok opnemen. Zo wordt Amnesty één geheel.
2. Gebruik zo geel mogelijk papier wanneer je zelf een poster, een spoedactie, een omslag voor een rapport,... maakt. Zo worden ze duidelijk en opvallend geassocieerd met Amnesty International.
3. Geel is de belangrijkste kleur, maar kan je ook drie secundaire kleuren gebruiken. Dit zijn drie soorten zogenaamd 'warm grijs':
 - licht warm grijs
 - midden warm grijs
 - donker warm grijs.
 Je gebruikt ze bijv. voor kaders of online voor buttons en andere navigatie-elementen.
4. Je kan het Amnesty Geel ook gebruiken om belangrijke woorden in een tekst te markeren. Of om tekst als het ware te "censureren".
5. Natuurlijk mag je nog steeds andere kleuren gebruiken, maar doe het met mate. Zo komt het Amnesty Geel tot zijn volle recht. Andere kleuren beperk je best tot bijv. grafieken en referenties in rapporten.

FOUT
Geel gebruikt als decoratief element, voor kaders en afbeeldingen.



LETTERTYPE

Het lettertype is Arial Standaard. Het is een eenvoudig, schreefloos lettertype, makkelijk om te lezen. Gebruik dit lettertype **vet** en met HOOFDLETTERS in een titel. Het geeft de inhoud onmiddellijk een dwingend, krachtig en direct karakter.

Arial
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

5.

TRADE GOTHIC CONDENSED No.20
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

TRADE GOTHIC CONDENSED No.18
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1. Zet de belangrijkste titels steeds in hoofdletters en vet. Gebruik voor titels minstens lettergrootte 14.

2. Gebruik voor doorlopende tekst lettergrootte 11.

3. Gebruik enkel Arial Standard en **niet** de varianten van Arial:
- Arial Black,
- Arial Condensed,
- Arial Light,
- Arial Medium,
- Arial Monospaced,
- Arial Narrow,
- Arial Rounded.

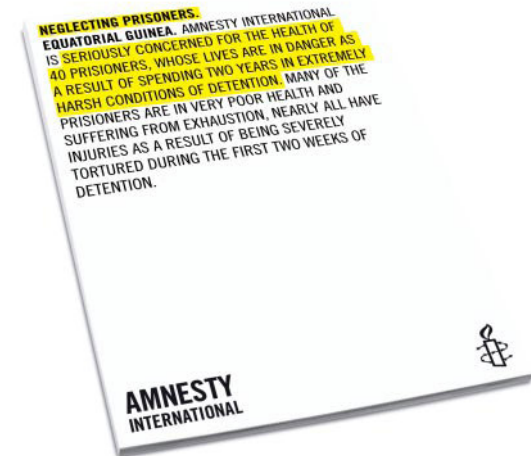
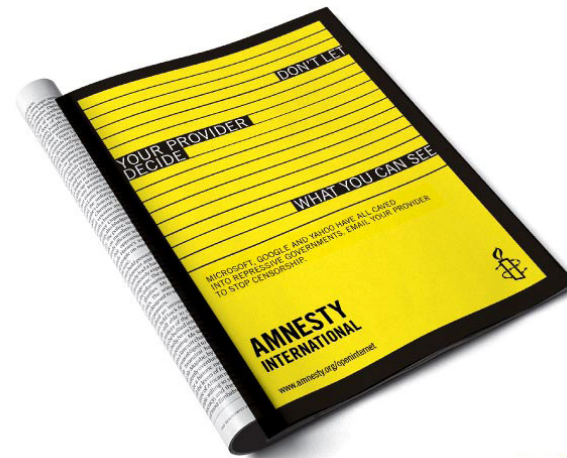
4. Zorg steeds voor een uitlijning langs links voor titels en tekst. De kleur van de letters is steeds zwart op een gele of witte achtergrond of wit op een zwarte of donker warm grijze achtergrond.

5. Het lettertype in officiële publicaties van Amnesty International is Amnesty Trade Gothic Condensed (no. 20 en no. 18). Het is een vet, scherp lettertype, opvallend en duidelijk.

Amnesty Trade Gothic is een lettertype onder licentie. Voor meer informatie, neem contact op met NinaB@aivl.be

ACTIEBLOK

Het Actieblok kan op twee manieren gebruikt worden. **Ten eerste**, bovenop een afbeelding of een tekst. Zo komt het tussen het beeld en de kijker, letterlijk tussenbeide. Het roept op tot actie. Het blok bedekt een deel van het beeld en toont met nadruk aan dat er iets mis is, iets ontbreekt. Of dat we iets erg belangrijks te zeggen of te doen hebben. Iets dat niet kan wachten. **Ten tweede**, het gele blok kan ook gebruikt worden om belangrijke inhoud, een boodschap of goed nieuws in de verf te zetten.



1. Het Actieblok is 100% geel. Werk je enkel in zwart-wit, maak het blok dan 100% zwart.

2. Het Actieblok moet altijd rechte hoeken hebben. Het kan een vierkant of rechthoek zijn. De grootte en vorm van het Actieblok hangt af van het beeld of van de hoeveelheid informatie die er in moet.

3. De onderdelen van het Actieblok mogen niet te dicht bij de rand staan. Zorg voor een behoorlijke interne marge. Streef naar gelijke interne marges aan elke zijde van het Actieblok. De marges worden gebruikt voor de uitlijning van de tekst.

4. Soms is het beeld een overduidelijke mensenrechtenschending. Het Actieblok heeft dan niet meer nodig dan een kaars. Zo benadrukken we dat we ons verzetten tegen het onrecht.

ACTIEBLOK MET ONDERDELEN

Voorheen werden er aparte logo's aangemaakt voor de campagnes (bijv. het logo van de STOP Geweld Tegen Vrouwen-campagne). Dit doen we niet meer. We vermelden de campagnenaam steeds voluit in het lettertype van Amnesty. Zo benadrukken we dat achter elke campagne duidelijk één beweging staat: Amnesty International.

A

| | |
|------------------------------------|---|
| STOP VIOLENCE AGAINST WOMEN | x |
| | x |
| AMNESTY | |
| INTERNATIONAL | x |



1. Vermeld je een campagnenaam in het Actieblok, dan plaatsen we deze boven het woordmerk. Zet de campagnenaam steeds in hoofdletters.

2. Zorg ervoor dat de letters van de campagnenaam steeds even hoog zijn als die van het woord "INTERNATIONAL" in het woordmerk.

3. De afstand tussen de campagnenaam en het woordmerk is gelijk aan de hoogte van het woord "INTERNATIONAL" in het woordmerk. Zie figuur A, afstand X.

4. Gebruik je geen campagnenaam, dan kan je de horizontale afstand tussen woordmerk en kaars kiezen. Gebruik je er wel een, zorg dan voor voldoende afstand tussen het einde van de campagnenaam en de kaars.

FOUT

Op de eerste plaats, gebruik het oude woordmerk en de kaars nooit meer. De oude kaars herken je aan de druppel kaarsvet en de schuine bovenkant van de kaars zelf. Heb je deze nog ergens op je computer staan? Verwijder ze gewoon. Gebruik voortaan altijd het nieuwe woordmerk en de kaars en gebruik ze correct.



1. Rek het woordmerk en de kaars niet uit. Maak ze niet smaller noch schuiner.

2. Typ het woordmerk nooit na.

3. Geef het woordmerk enkel weer in zwart of wit, nooit in een andere kleur.

De enige uitzondering op deze regel doet zich voor wanneer je geel gekleurd papier gebruikt.

4. Zet het woordmerk nooit op een beeld of achtergrond met een patroon. Gebruik enkel een volgekleurde achtergrond, bij voorkeur 100% geel of 100% zwart.

5. Gebruik enkel Arial Standaard en hoofdletters voor de campagnenaam.

6. Plaats de kaars nooit links van het woordmerk.

BEELDEN

Eén beeld zegt meer dan 1000 woorden. Gebruik het juiste beeld bij de juiste boodschap. De beelden moeten, net zoals de andere visuele elementen, de boodschap ondersteunen en extra in de verf zetten. Zoek naar het sterkste, duidelijkste beeld. Streef, zeker in combinatie met het Actieblok, naar een helder beeld, eentje dat direct verontwaardiging of hoop oproept.



1. Gebruik beelden die de titel in je Actieblok ondersteunen en de boodschap verduidelijken.

2. Zorg ervoor dat het beeld de hele of toch een zo groot mogelijke oppervlakte bedekt. Dit geeft extra kracht.

3. Gebruik bij voorkeur afbeeldingen in kleur, al mag je natuurlijk steeds zwart-wit afbeeldingen gebruiken als het niet anders kan.

4. Let op dat je beelden gebruikt die vrij van rechten zijn (vb. eigen foto's) of waar Amnesty de rechten voor heeft.

SCHRIJFSTIJL

VERONTWAARDIGD MAAR VOL HOOP

Amnesty International is uniek. We brengen bewijzen van onrecht aan het licht en doen dit met verontwaardiging. We willen mensen bevrijden van dit onrecht en zijn daarbij vervuld van hoop. Bewijzen en bevrijden, verontwaardiging en hoop: geen enkele andere organisatie combineert deze twee. Dit is de kern van onze identiteit: alles wat we doen, alles wat we maken moet de gevoelens van verontwaardiging en hoop weerspiegelen, ook wat we schrijven.

Daarom hebben al onze teksten drie kenmerken:

1. Gemakkelijk leesbaar of mensen besteden er geen aandacht aan

Onze oproep is dringend. We vinden er geen doekjes om. Onze aanpak is direct. We steken onmiddellijk van wal met feiten.

Bij een directe aanpak hoort een directe stijl: onze paragrafen, zinnen en woorden zijn kort, zeker op het web. We wijden niet onnodig uit in lyrische volzinnen, maar blijven to-the-point. Minder is meer. Onze boodschap valt daardoor des te meer op.

2. Dwingend of mensen schuiven het probleem van zich af

Onze boodschap is logisch, gebaseerd op feiten. We bepleiten een zaak en halen bewijzen aan. We zoeken geen sensatie, maar laten de feiten voor zich spreken.

3. Vol vuur of mensen reageren niet

We nemen een standpunt in, nooit tegendraads, maar wel vaak verontwaardigd en soms vol hoop. We schrijven om de dingen te veranderen. Onze oproep is dringend!

1. Gebruik geen afkortingen meer in externe communicatie. Afkortingen als AI of AIVL zijn helemaal uit den boze. Onze naam verdient het om voluit te worden geschreven.

2. Benadruk dat we één beweging zijn, waar ook ter wereld je je bevindt. Schrijf bijvoorbeeld niet "Amnesty International Vlaanderen", maar wel "de Vlaamse afdeling van Amnesty International".

3. Vermijd vakjargon. Neem aan dat de lezer weinig van het onderwerp weet, zonder daarbij overdreven te vereenvoudigen.

SCHRIJFSTIJL

VIJF VRAGEN

Voor je begint te schrijven, stel jezelf de volgende vijf vragen:

1. Verontwaardiging?

Waarom ben je verontwaardigd?

Welke schending van mensenrechten wil je aan de kaak stellen?

Wat verontwaardigt jou het meest?

2. Hoop?

Waarop hoop je?

Wat zou een goede afloop zijn?

Wat moet er gebeuren?

Hoeveel hoop moet/kan je hebben dat dit ook werkelijk gebeurt?

3. Voorwaarden?

Hoe kan je mensen bevrijden van onrecht?

Wat zijn de essentiële voorwaarden?

Wie moet je erbij betrekken?

4. Doel?

Welke actie eist Amnesty International?

Wie moet je beïnvloeden?

Wat moeten zij precies doen?

Tegen wanneer moeten ze dat doen?

5. Kanaal?

Welke communicatiekanalen gebruik je om je doel te bereiken?

Welk kanaal is het beste? Gedrukt materiaal? Internet?

Hoe bereik je een breder publiek?

Gebruik je slechts één kanaal of meerdere kanalen tezamen?

DE WERKING

ACTIVEER

Amnesty International wil zoveel mogelijk mensen bereiken. Onze huisstijl helpt ons daarbij. Met de kleur geel en korte titels trekken we de aandacht. Maar we willen meer, ... We willen mensen prikkelen zodat ze er meer over willen weten, zich betrokken voelen en tot actie overgaan.

Het geel, met of zonder de kaars, moet synoniem worden van actie. Actie om te bevrijden, om te steunen, om hoop te geven. De verschillende elementen (kaars, woordmerk, ...) zijn digitaal beschikbaar, maar je kan het geel ook op zich gebruiken. Schilder een geel vierkant op een muur en zet er een boodschap in. Gebruik geel papier voor je posters. Gebruik een gele Post-it en zet er een slogan in.

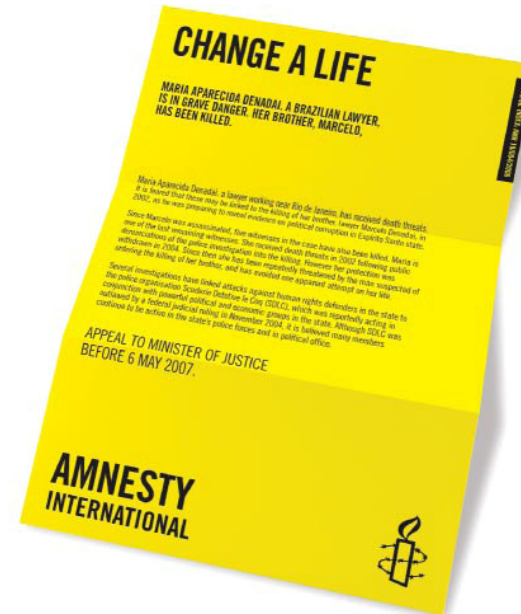
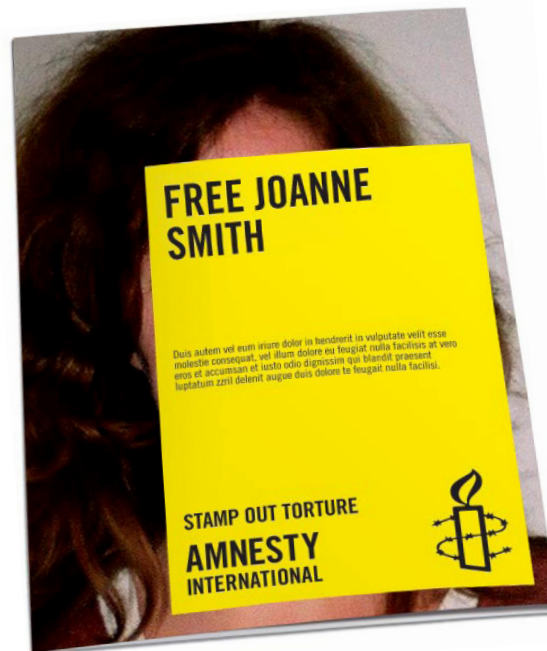
Geel en Amnesty International zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.



WERK VOOR INDIVIDUEN

Amnesty International werkt met en voor mensen. Dat maakt ons uniek en bijzonder. Werken voor individuen is het meest cruciale, het meest dringende dat we doen. Amnesty Geel doet ons opvallen, dus gebruik de kleur zeker wanneer het gaat over het onrecht dat één specifiek individu is aangedaan. Schrijfacties kunnen bijvoorbeeld een gele achtergrond krijgen. Geef in de korte titel direct aan dat er een mens in nood is én dat jij hem of haar kan helpen.

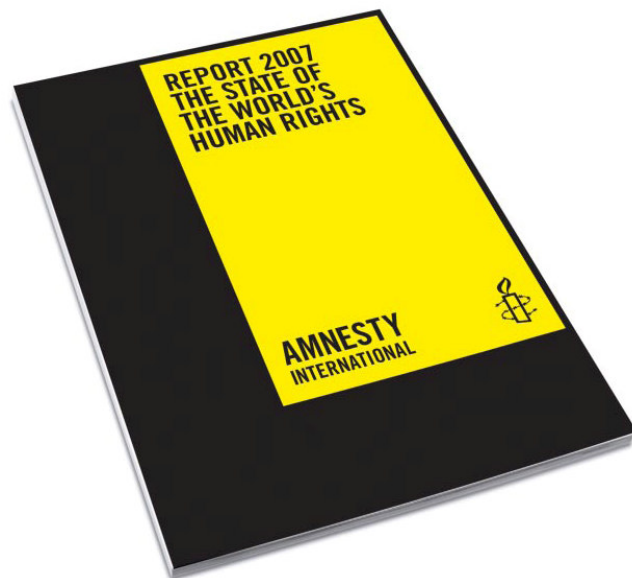
Vergeet nooit, we hebben het over mensen van vlees en bloed, niet over “zaken”. Benadruk dus niet alleen de bewijzen van het onrecht dat hem of haar is aangedaan, maar zeg ook altijd iets persoonlijk over de betrokkene.



RAPPORTEER

Amnesty International rapporteert over mensenrechtenschendingen in de wereld. Dat is één van onze belangrijkste taken. Ons gedegen onderzoek en de gedrevenheid waarmee we onrecht aan de kaak stellen, wekt respect op. Onze rapporten kunnen er dan ook niet uitzien als het droge verslag van één of ander bedrijf. Wij doen iets veel fundamenteleers, iets veel dringender.

We gebruiken Amnesty Geel op de covers van de rapporten. De kaars komt ten volle tot haar recht. De rapporten krijgen korte titels gebaseerd op feiten. Zo steken Amnesty's rapporten echt boven de andere uit.



NEGLECTING PRISONERS. AMNESTY INTERNATIONAL IS SERIOUSLY CONCERNED FOR THE HEALTH OF 40 PRISONERS, WHOSE LIVES ARE IN EXTREMELY A RESULT OF SPENDING TWO YEARS IN EXTREMELY HARSH CONDITIONS OF DETENTION. MANY OF THE PRISONERS ARE IN VERY POOR HEALTH AND SUFFERING FROM EXHAUSTION, NEARLY ALL HAVE INJURIES AS A RESULT OF BEING SEVERELY TORTURED DURING THE FIRST TWO WEEKS OF DETENTION.

AMNESTY
INTERNATIONAL



CONTACT

Heb je een vraag over het gebruik van de nieuwe huisstijl?
Neem contact op met:

Nina Berghmans
Verantwoordelijke Interne Media
E-mail: NinaB@aivl.be

De verschillende logo's zijn beschikbaar op
F:\Algemeen\Huisstijlelementen
De verschillende sjablonen zijn beschikbaar via
Lotus Notes > Personeelsbrochure.

Amnesty International Vlaanderen vzw
Kerkstraat 156
2060 Antwerpen
Tel: 03 271 16 16
Fax: 03 235 78 12
E-mail (algemeen): Amnesty@aivl.be
www.amnesty.be