

New visual identity for **Tergooi Hospitals**

Start: February 2006

Introduction: 14 October 2006

Budget: approximately € 200.000,-

Mission:

To offer people the safety that the best medical care is always within reach.

Positioning:

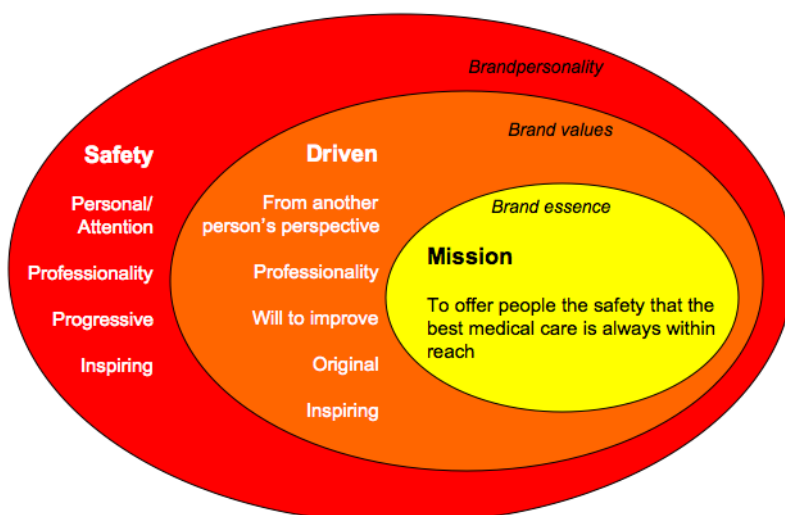
To be one of the top 5 general hospitals in the Netherlands.

Dimensions:

medical/specialistic

communication/cooperation

employees/HRM



Deliverables: mission statement, positioning paper, new logo, new house style, all first house style and communication media. Design files with guidelines for most house style media.

Background: merger of Hilversum hospital and Gooi-Noord hospital.

Desired identity: The healthcare sector in the Netherlands is increasingly liberalised. This means that hospitals must work with greater market and client focus. This has many consequences, for example for the definition of quality, the way in which healthcare is organised, HR policy, and internal and external communication (marketing).

At 3 strategic sessions, the main starting points for the development of the house style were defined.

Creative sessions

In March 2006, 1 creative session was held with both management teams and the steering group.

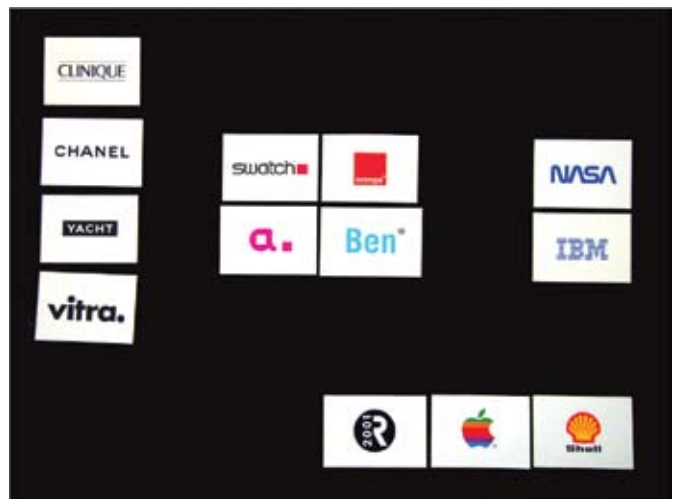
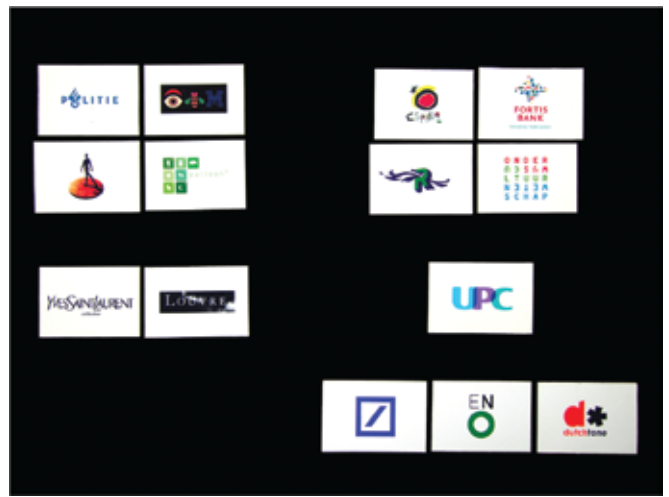
Results of creative session:

No

complex (Police, IBM, etc.),
 too frivolous (Fortis, Ministry of Education),
 soft (UPC),
 too hard (Deutsche Bank)

Yes

simple (Chanel, Vitra),
 smart (Swatch),
 surprising use of colour (something different from all hospitals),
 strong (Rotterdam cultural capital, Apple)



other hospital logos

Name development

The name was developed by
Globrands, an agency specialised
in name development.

Concept phase, selection of sketch studies

No interim presentations. Final result
presented directly to management
teams and steering group.

Duration: 4 weeks

Tergooi Ziekenhuizen
Hilversum

tergooi



Tergooi
ZIEKENHUIZEN
Hilversum


tergooi
ZIEKENHUIZEN
HILVERSUM




tergooi

Tergooi

TergooiZiekenhuizen

tergooi

tergooi

tergooi

Logo and basic principles of the house style

Logo: like the Ministry of Education Culture and Science, the name is the logo. Its distinctive quality lies in the colours (unique for the healthcare sector), the typography and the accent in the g, which refers to the Gooi, a well-known forest area in the Netherlands.

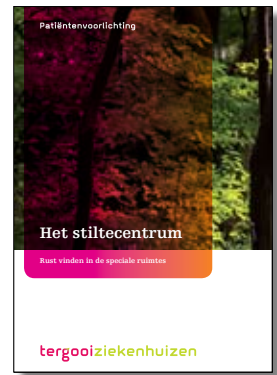
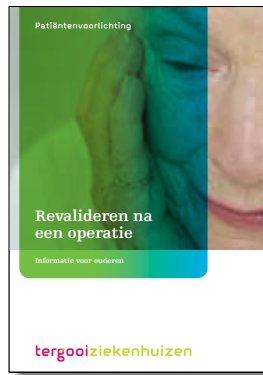
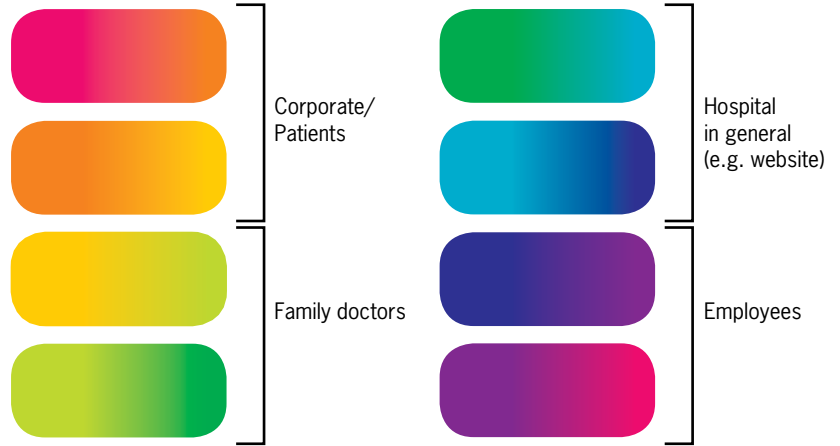
tergooi

tergooiziekenhuizen



The transition of the 2 colours, like in the 'g' of the logo, has been continued in the entire house style. For the foundation of the house style we chose the combined use of a number of warm colours and the use of pictograms. This promotes the accessibility of the hospital as much as possible. At the same time, we chose modest typography and a very personal and distinctive style of photography, which means that the house style – which is unique for the healthcare sector – at the same time feels familiar. In addition, a number of simple design principles were developed related to the design of the logo, which create space to vary without losing recognition.

Development: 4 months



(sketch) examples visual identity



tergooitoday

Nieuwsbrief voor medewerkers
nummer 12 | September 2006

Akkoord Cao Ziekenhuizen

Eind vorige week hebben onderhandelaars van de werkevans en vakorganisaties een akkoord gesloten over een nieuwe Cao Ziekenhuizen.

De Cao heeft een looptijd van 25 maanden, van 1 januari 2006 tot 1 februari 2008. De partijen zijn een loonsverhoging overeengekomen van 1,75 % per 1 april 2006 en 1,4 % per 1 april 2007 en een werkgeversbijdrage voor levensloop van 0,5 % van het bruto schaaalaris per 1 juni 2006. De werkgeversbijdrage voor de aanvullende ziektenkostensubsidie bij deelname aan de IZZ blijft voorlopig gehandhaafd. De ruimte voor deze loonsverhoging is onder andere gekomen uit een wijziging in het ouderensheids. Zo is afgesproken dat werknemers die op of na 1 januari 2008 55 worden, geen recht meer hebben op 18 extra basisvakantie-uren. Stijging van de vraag naar zorg, maar ook verrijping onder de werknemers in ziekenhuizen maken anders keuzen in de toekomst noodzakelijk. Het akkoord moet nog worden goedgekeurd door de achterban van zowel de NVZ als de werknemersorganisaties. De definitieve tekst van het principeakkoord is te lezen vinden op: www.nvz-ziekenhuizen.nl of www.abvokabofnv.nl/cao.



De heel bije manschap van het ziekenhuis.

Ziekenhuisapotheek Gooi-Noord gecertificeerd

De ziekenhuisapotheek van Gooi-Noord heeft vorige week het ISO 9001:2000 certificaat gekregen voor zijn farmaceutische dienstverlening, bedrijfsvoering & beheer en het laboratorium. Voor het laboratorium betrof het een verlenging van de certificering in 2004. ISO is een onafhankelijk kwaliteitskeurmerk dat ook door NIAZ wordt erkend. De ziekenhuisapotheek van Gooi-Noord verwerkt jaarlijks 102.000 medicatieopdrachten intern en verzorgt voor vijf verpleeghuizen van de Vivium Zorggroep en verpleeghuis Theodoton nog eens zo'n 35.000 medicatieopdrachten. Het streven is om in 2007 de CMP-erkenning voor de productie te behalen. De Inspectie van Volksgezondheid stelt deze erkenning verplicht.

tergooiziekenhuizen

tergooitribune

Wat merkt u van de fusie?

Legitimatiebewijs mee bij ziekenhuisbezoek!

Informatieblad voor patiënten in nieuw jasje

Wanneer het beter kan, is goed niet goed genoeg

Geestelijk verzorger (Prot.-Chr.)

tergooiziekenhuizen

Om anderen beter te maken, willen we zelf nog beter worden

tergooiziekenhuizen

tergooiziekenhuizen

tergooiziekenhuizen