

Nieuwe stijl, zelfde ziel

Nog dichter bij elkaar

Je zag het al: Kom op tegen Kanker krijgt een nieuwe stijl. Een stijl die koestert wat werd opgebouwd, en die tegelijk aansluit bij de hoop en honger om kanker te verslaan. ‘We zijn nu dichter bij ons doel dan ooit’, vertelt algemeen directeur David Vansteenbrugge.

Wat maakt net dit moment zo bijzonder?

‘We staan op een heel belangrijk punt: 70 procent van de mensen die een kankerdiagnose krijgt, leeft vijf jaar later nog. Dat wil zeggen dat we al grote stappen hebben gezet. Tegelijk krijgen steeds meer mensen kanker. Dit is dus hét moment om de strijd met de ziekte volop aan te gaan. Zeker omdat het erop lijkt dat we die strijd stilaan kunnen winnen. Op voorwaarde dat we nu niet op onze lauweren gaan rusten. We moeten trots zijn op wat we al hebben gepresteerd, en er verder voor blijven gaan. Vanuit onze kracht, en die van onze achterban. Samen kunnen we echt doorwegen. De ambitie om niemand meer te verliezen aan kanker, is dus groter dan ooit. En dan heb je een structuur en een stijl nodig die bij die ambitie past.’

Hoe kunnen die dan helpen om kanker te verslaan?

‘Het gaat vooral over het verzekeren van de continuïteit. Je kunt vandaag elke dag aan twintig acties voor Kom op tegen Kanker deelnemen, en dat het hele jaar rond. Dat is geweldig. Zoveel mensen die zich verenigen voor één doel: een wereld zonder kanker. Die droom blijft absoluut vooropstaan, die verandert niet. We gaan er alleen met nog meer focus tegenaan. En met nog meer mensen, want we hebben iedereen nodig. Met de nieuwe stijl willen we ook mensen aanspreken die ons nog niet zo goed kennen, zoals jonge mensen en gezinnen, en mensen met alle soorten achtergronden. Als je je verbindt met anderen, wordt je inzet nog zoveel krachtiger! De warme club van mensen die vandaag al zoveel doen voor mensen met kanker en hun naasten, krijgt er in de toekomst dus nog nieuwe leden bij. Om samen nog sterker te staan. Die positiviteit, hoop en honger willen we met de nieuwe stijl nog meer uitstralen. Net als scherpte.’

Waarom wil Kom op tegen Kanker ook scherpte uitstralen?

‘Kom op tegen Kanker wordt soms gezien als een zachte organisatie. Het klopt dat we graag verbinden, maar nu en dan moeten we ook scherp durven te zijn. Wanneer we opkomen voor patiëntenrechten, bijvoorbeeld. Als iets niet goed is voor patiënten, zullen we onze verontwaardiging uitspreken. Ook bij beleidsmakers. Die kant heeft Kom op tegen Kanker altijd gehad, maar zal nu nog harder tot uiting komen. Daarin worden we gesteund door een leger van duizenden mensen. Dat sterkt je om als organisatie soms de nodige veranderingen te eisen.’

Wat willen jullie nog meer scherpstellen?

‘Hoeveel impact onze actievoerders, vrijwilligers en medewerkers ook op andere vlakken hebben. Veel mensen kennen Kom op tegen Kanker en zijn achterban van de fondsenwervende acties. Samen met de lancering van de nieuwe stijl, willen we nog meer benadrukken wat het effect van al die acties is. Hoe we daardoor al konden zorgen voor doorbraken in onderzoek, in beleidswerk, in – psychosociale – zorg ... Telkens met grote meerwaarde voor de patiënt. Alle mensen die al jaren mee aan de kar trekken, mogen daar heel trots op zijn.’



Petra Baeck
directeur Marketing en
Fondsenwerving

‘Een evolutie, geen revolutie’

‘De wereld verandert snel. Daarom moet je als organisatie hier en daar meebewegen om relevant te blijven, zonder je eigen sterkte uit het oog te verliezen. Dat is voor Kom op tegen Kanker niet anders. We moeten ervoor zorgen dat we ook in de toekomst kunnen blijven strijden voor een wereld waarin we niemand meer verliezen aan kanker. Onze nieuwe stijl is dus een evolutie, geen revolutie.

Er werd de voorbije jaren al zoveel opgebouwd waar we op konden verdergaan. Zo blijft het bloemetje in ons logo behouden – in een krachtiger vorm, met bloemblaadjes die nog dichter bij elkaar staan. Om echt te laten zien dat we kanker alleen kunnen verslaan als we schouder aan schouder staan. We willen nog straffer naar buiten komen, maar wel op een manier die bij ons past. Daarom hebben we uitgebreid getest of de nieuwe stijl herkenbaar en voldoende onderscheidend is. Zullen we nieuwe doelgroepen aanspreken en vlotter kunnen communiceren op digitale kanalen? Waarderen we tegelijk onze achterban die zo belangrijk is? We zijn ervan overtuigd dat het evenwicht goed zit. De nieuwe stijl wordt de komende tijd in fases uitgerold en zal voor het eerst in volle glorie te zien zijn op de 100km-run. Al gaan we geen promotiemateriaal weggegoien als het nog niet aan verandering toe is. Dat zou niet duurzaam zijn.’

Een glimp van onze nieuwe stijl



Alleen samen sterker dan kanker

[Wat we doen →](#)



Onze missie

Tot er een wereld zonder kanker is, vermijden, bestrijden en verzachten we de ziekte. Daarnaast zetten we onze expertise in voor een beter beleid rond kanker. Om dat allemaal te kunnen doen, mobiliseren we zoveel mogelijk mensen om zich mee in te zetten tegen kanker.

[Hoe besteden wij ons geld →](#)