

# Skapa er grafiska manual

**E**n grafisk manual är riktlinjer för hur er visuella kommunikation ska se ut. Den ska berätta hur byggstenarna: logotyp, färger, bilder och typsnitt i er grafiska profil ska användas. Den grafiska manualen är det styrdokument där alla som ska producera någon form av kommunikation kan hitta regler för hur er grafiska profil ska användas. Använd gärna denna guide med exempel för att komma igång med er grafiska manual.

**Föreningspool** Malmö



## **Kom igång med er grafiska manual!**

Det är viktigt att vårda ert varumärke. Ett sätt att göra det är att visa ett gemensamt ansikte utåt och kommunicera med samma visuella språk. Den grafiska manualen är riktlinjer för ert varumärkes visuella identitet och ska ge bra förutsättningar för att skapa och vara kreativ. Gör den inspirerande genom att visa exempel på hur färger, logotyper och grafiska element får och kan användas.

### **Er grafiska manual bör innehålla:**

- Beskrivning av vad ert varumärke står för och vill uppnå
- Logotyp - i alla olika varianter och med regler hur den ska användas
- Färger - varumärkets primära och sekundära färger
- Typsnitt - varumärkets typsnitt, storleksförhållande mellan t ex rubrik och brödtext
- Grafiska element
- Bildmanér - tonalitet, stil och känsla på foton och illustrationer
- Digitalt – Riktlinjer för webb och övrig digital kommunikation
- Exempel på kommunikationsmaterial – trycksaker, webbplats, banners etc

Framsidan till er manual behöver endast innehålla titeln Grafisk manual, er logotyp och kontaktuppgifter om någon har frågor om materialet.

## EXEMPEL

---

# GRAFISK MANUAL

Föreningspool Malmö

Hör av dig till oss om du har några frågor på [info@foreningspoolmalmo.se](mailto:info@foreningspoolmalmo.se)

# Om er förening

Inled er grafiska manual med att beskriva er förening – er historia och verksamhet. Skriv gärna något om er vision och värdegrund. Beskriv kort vad ert varumärke står för och vill uppnå i er grafiska manual. Detta ger en förklaring till varför ni har gjort vissa val och varför det visuella ser ut som det gör.

# Logotyp

Logotypen symboliserar vad er förening står för och kommer att finnas med i princip all form av visuell kommunikation. I er manual bör ni berätta om:

- **Symbolik** - Förklara varför logotypen ser ut som den gör. Om ni har en symbol i er logotyp förklara då varför den finns där - vad den symboliserar och hur den kan användas.
- **Varianter** - Vilka färger gäller? Hur ska logotypen användas inverterad och i svartvitt? Illustrera gärna med exempel.
- **Frizon** - Logotyper behöver få ta plats och ni måste ge den lite luft runtomkring som är fritt från text eller annan grafik.
- **Placering**
- **Hur den inte får användas**

## EXEMPEL

---

Föreningspool Malmö

Föreningspool Malmö

> Rådgiva > Stärka > Stödja

Föreningspool Malmö

### Varianter

Logotypen som är en textlogotyp finns i två varianter – med eller utan våra ledord. Den finns i färg och i vitt. Om logotypen ligger mot en orange eller mörk bakgrund ska den negativa logotypen användas.

Varianten med våra ledord *Rådgiva – Stärka - Stödja* används när vi vill vara extra tydliga med vad vi gör som exempelvis på webbsidan och foldern. I vår verksamhet använder vi oftast varianten utan ledord.

## Placering

Logotypen placeras antingen i vänstra hörnet eller centrerad och ska alltid omges av en frizon. Om logotypen ställs mot en rörig bakgrund ska du eftersträva så stor kontrastverkan som möjligt mellan logotypen och bakgrunden. Logotypen får inte återges i storlekar som gör att dess unika karaktär förändras eller förstörs.

När Föreningspool Malmö är huvudavsändare ska Föreningspoolens grafiska identitet tillämpas genomgående. Föreningspool Malmös logotyp ska placeras överst, antingen centrerat eller i vänstra hörnet. Samarbetspartners logotyper ska placeras i nederkant.

I samarbete med andra organisationer ska Föreningspool Malmös logotyp placeras tillsammans med de andra organisationernas logotyper och ha samma proportioner som de andra logotyperna.

## Frizon



För att göra oss så tydliga som möjligt som avsändare, ska logotypen alltid omges av en friyta. Friytan är det minsta utrymmet som ska hållas fritt från text eller annan grafik.

Friytan definierar ett minimiutrymme som beräknas utifrån 100% av logotypens versala "F"-höjd. Den definierade friytan får inte minskas, men däremot ökas.

## Vad man inte får göra

Föreningspool Malmös logotyp får inte på något sätt färgsättas, förvanskas eller beskäras.

# Färger

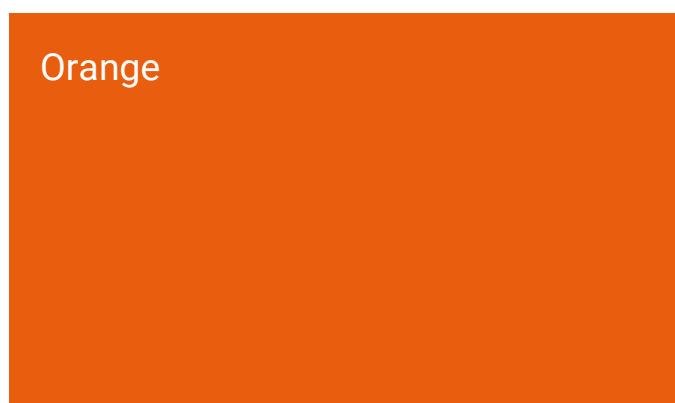
Berätta om era färger. Har ni en huvudfärg och några sekundära färger i er grafiska profil? För varje färg ska det finnas färgvärden för webb, och digitala presentationer, RGB och HEX och för trycksaker CMYK och helst också PANTONE.

## EXEMPEL

---

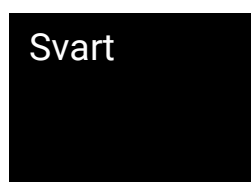
För att hålla ihop vår profil och ge ett enhetligt intryck använder vi oss av logotypens tre färger – orange, svart och vit. Huvudfärgen är orange och den används för leda blickarna till specifika punkter som vi vill belysa lite extra. Orange symboliserar föreningslivets entusiasm och kreativitet.

### Huvudfärg

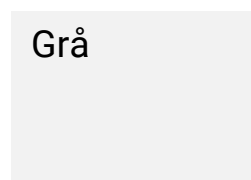


HEX: #E95D07  
RGB: 233 93 15  
CMYK: 0 60 94 9  
PMS: 166 C

### Kompletterande färger



HEX: #000000  
RGB: 0 0 0  
CMYK: 0 0 0 100  
PMS: Black C



HEX: #F2F2F2  
RGB: 242 242 242  
CMYK: 4 3 3 0  
PMS: Cool Grey 1

Förklara varför typsnittet är viktigt och visa typsnittet tydligt. Dels hur det ser ut och helst också exempel på hur det kan användas så att man kan få en förståelse för luft och radavstånd. Visa gärna hur typsnittet med huvudrubrik, underrubriker, ingress och brödtext ser ut.

## EXEMPEL

---

En text är mer än det skrivna ordet. En stor del av igenkänningen kommer från textens grafiska form och uttryck – typografin. God typografi lyfter budskapet och gör texten läsvänlig. Det är viktigt att vi är konsekventa. En enhetlig typografi stärker Föreningspool Malmö som en tillgänglig och tydlig avsändare.

Vårt karaktärstypsnitt är **Roboto Slab**. Vi använder detta för att ta plats och för att vi vill signalera kvalitet och att vi bryr oss om tillgänglighet. Det är ett typsnitt med hög läsbarhet och vi kombinerar det med **Roboto**.

Typsnittet har en stor flexibilitet och finns i många olika vikter (tjocklekar). I vår dagliga kommunikation använder vi främst vikterna Regular och Bold. Det passar både som större rubriker och i brödtext och passar både för tryck och i digital användning. Typsnittet är kostnadsfritt och tillgängligt för alla. Roboto Slab är, precis som Roboto, designat av Christian Robertson 2013.

## Tillämpning

Rubrik och brödtext ska skilja sig i storlek för att skapa kontrast i texten. Grad och radavstånd kan variera beroende på vilken typ av produktion som ska göras. Det är alltid viktigt med en egen bedömning av att texten är läsbar och att budskapet har bästa möjliga förutsättningar att nå fram till mottagaren.

## För längre brödtext och rubriker: Roboto Slab

### Roboto Slab

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

**Alternativt typsnitt:** När Roboto Slab ej finns tillgängligt eller går att installera används typsnittet Georgia i brödtext och Arial i rubriker.



## För kortare texter och informationsrutor: Roboto

### Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

**Alternativt typsnitt:** När Roboto ej finns tillgängligt eller går att installera används typsnittet Calibri.

### Exempel

#### Dokument i föreningspoolens dokumentbank



**Huvudrubrik:** Roboto Slab, bold, 16 pt

**Underrubrik:** Roboto Slab, bold, 12 pt

**Text:** Robot Slab, 11 pt, radavstånd 17 pt

**Inforuta:** Roboto 14pt

# Grafiska element

Grafiska element kan vara ikoner, infografik och mönster och är viktiga delar för er förenings visuella identitet. Visa vilka färger som ska användas och när det passar att använda dem.

## EXEMPEL

---

En av byggstenarna i vår grafiska profil är de grafiska elementen. De används för att komplettera bilder, färger och text.

### Pratbubblan

Pratbubblorna används för att förstärka ett befintligt budskap eller för att komplettera med någon intressant information. De fungerar även som färgklickar och kan på så sätt lyfta layouten.



Vilken färg du väljer på pratbubblorna beror på vilka färger som finns i bakgrund och bilder. Du kan plocka upp en färg från en bild eller välja en färg som skapar kontrast.

---

# Bildmanér

Bildmanér är det bildspråk och tonen i bilderna som ni vill att föreningen ska använda. Det kan till exempel bestå av endast illustrationer eller fotografier.

## EXEMPEL

---

Fotografier är oerhört viktiga för den bild vi skapar av oss själva. Känslan i språket, bilden och det grafiska uttrycket beror på vad som ska förmedlas och vad avsändaren vill att mottagaren ska uppleva. Föreningspool Malmös bilder ska spegla det vi arbetar med – att stödja och hjälpa Malmös föreningsliv.

Vi visar också gärna upp våra medarbetare och den miljö vi arbetar i. När människor förekommer på bild ska de kännas naturliga och okonstlade. Ofta är det bättre att inte använda någon bild alls än att använda en dystert bild, eller en bild med dålig teknisk kvalitet.

### Bilder på foreningspoolmalmo.se



På vår hemsida visar vi gärna upp den miljö vi arbetar i.

[www.foreningspoolmalmo.se](http://www.foreningspoolmalmo.se)



Webben är en viktig kanal och är navet i all kommunikation. Beskriv era riktlinjer för er digitala kommunikation.

## Fundera kring

- Riktlinjer för rörligt innehåll: Hur ska ni visa logon på film, ikoner och andra grafiska element? Filmmallar kanalanpassade för sociala medier kan vara bra att ha för smidig och snabb produktion av rörligt innehåll.
- Anpassningar och riktlinjer för sociala medier.
- Profilerade bakgrunder ni kan använda på olika mötesplattformar.
- Presentationsmaterial: Användarvänlig powerpointmall (eller liknande program).

## EXEMPEL

### Webbplats

The screenshot shows the homepage of Föreningspool Malmö. At the top, there is a navigation menu with links for 'HOM', 'OM OSS', 'UTBILDNING', 'DOKUMENTBANK', 'VERKTYGSLÅDA', and 'KONTAKTA OSS'. Below the navigation is a hero image with a text overlay: 'Råd och stöd till Malmös ideella föreningar', 'Föreningsutbildning', 'Föreningsutveckling & bollplan', and 'Allt är kostnadsfritt'. A paragraph below the hero image states: 'Vi i Föreningspool Malmö har en bred kompetens och vi rådgiver och stödjer Malmös allmännyttiga ideella föreningar utan kostnad. Delta i våra utbildningar, träffa oss i ett personligt möte eller i en workshop för hela styrelsen.' Below this is a grid of nine service tiles: 'Bilda förening', 'Revidera stadgar', 'Arbetsgivarrollen', 'Föreningens ekonomi', 'Kommunikation', 'Föreningens möten', 'Boka ett personligt möte', 'Vår dokumentbank', and 'Boka en workshop'. Further down are three article snippets: 'Nya utbildningar i Föreningspool Malmö!', 'Anmäl dig till våra föreningsutbildningar', and 'Skapa er grafiska profil och grafiska manual'. The footer contains the logo for 'I SAMVERKAN MED' and 'FÖRENINGSPOL MALMÖ'.

Vår webbplats [foreningspoolmalmo.se](https://foreningspoolmalmo.se) följer den grafiska profilen och regleras i detalj i en separat styleguide.

### Digitalt tillgängliga pdf:er

Vår strävan är att de dokument vi skapar i Word och publicerar på vår hemsida ska vara digitalt tillgängliga så att personer med synskada, dyslexi eller färgblindhet kan tillgodo sig informationen.

## Föreningspool Malmö

> Rådgiva > Stärka > Stödja



TIPS!

- Dags för stadgar
- Dags för årsmöte
- Dags för ekonomi
- Dags för anställd
- och många fler...

[www.foreningspoolmalmo.se/dokumentbank](http://www.foreningspoolmalmo.se/dokumentbank)

## Extra årsmöte



HUR?

VARFÖR?

VAD?

NÄR?

Föreningspool Malmö

# Föreningspool Malmö

Föreningspool Malmö är en verksamhet i samverkan med Malmö Ideella, Malmö Idrottsföreningars Samorganisation - MISO och fritidsförvaltningen med stöd av Fritidsnämnden och är främst till för den lilla föreningen utan anställd personal.

**[www.foreningspoolmalmo.se](http://www.foreningspoolmalmo.se)**

---

Kontaktuppgifter: [info@foreningspoolmalmo.se](mailto:info@foreningspoolmalmo.se)

Reviderad 2024

Får spridas fritt