

EN GUIDE FÖR

GRAFISK PROFIL



Innehåll

Grafisk profil	2
Uppdrag och kärnvärde	3
Tilltal och tonläge	3
Bildspråk	4
Logotypen	5
Ortnamnsmontering	6
Verksamhetslogotyper	6
Vinjetter	7
Typsnitt	8
Färgpalett	9
Färgkoder i logotypen	9
Body Mind Spirit	10
Mallar	11
Hemsidor	12
Uppdatering	13

Grafisk profil

Tanken med en grafisk profil för KFUM är att rörelsens uttryck i text, bild och grafisk produktion ska ge ett liknande intryck oavsett var rörelsen finns representerad i form av en förening, region eller förbund.

Ett gemensamt och sammanhållet uttryck bidrar till att KFUM uppfattas som en medveten, seriös rörelse och lägger grunden för att bygga ett starkt varumärke.

Den grafiska profilen för KFUM är INTE en samling regler som begränsar din kreativitet och säger vad du får och inte får göra.

Den grafiska profilen för KFUM är en guide som ger dig riktlinjer för vårt gemensamma uttryck. Guiden ger dig tips på vad som fungerar bra respektive mindre bra och är en källa till inspiration för att få din kreativitet att flöda.

Uppdrag och kärnvärde

Sträva efter att låta både text och bild genomsyras av KFUM-rörelsens uppdrag och kärnvärde. Ställ dig frågor som Vad säger den här bilden om KFUM? eller Hur beskriver den här texten mångfalden inom rörelsen?

KFUMs uppdrag är att skapa meningsfulla mötesplatser för unga människor. Sätten KFUM gör det på färgas av vårt gemensamma kärnvärde, en helhetssyn på människan där Body, Mind och Spirit är lika viktiga.

Tilltal och tonläge

KFUM arbetar med ungas behov i nuet och deras drömmar inför framtiden. Sträva därför efter att vara positiv och andas framtidshopp. Våga se verkligheten som den är, både allvarlig och lättsam, både mörk och ljus. KFUM är rörelsen som för många ger mening och livslust.

Sträva efter ett personligt tilltal. Att skriva en text som riktar sig till EN läsare istället för flera är mer tilltalande och lockande.

Visa att du är öppen för dialog och att du är intresserad av kontakt. Gör det enkelt att få kontakt med dig eller någon annan inom rörelsen. Inget är mer betydelsefullt än det personliga mötet.

Sträva efter att undvika onödigt krångliga ord och använd istället ett enkelt språk som gör ditt budskap lätt att ta till sig och förstå.

Bildspråk

Använd gärna bilder för att förstärka budskapet i en text och för att lätta upp textmängden. Välj hellre ett foto före en ritad bild för att bättre visa verkligheten som den är.

En bild kan säga så mycket. Både innehållet i bilden men även hur den är tagen. En skarp och tydlig bild ger oftast ett bättre intryck än en oskarp och otydlig bild. Sträva efter en så hög kvalitet på bilden som möjligt och som är beskuren på ett sätt som framhäver det viktigaste.

Visa på mångfald och gemenskap genom att välja bilder av människor i par eller grupp. Visa på jämställdhet genom att lyfta fram både tjejer och killar. Använd gärna närbilder för att förstärka relation och personlighet.



Logotypen

Det främsta kännetecknet för KFUM är logotypen med den röda triangeln och den blå balken. Låt logotypen finnas med i alla sammanhang där KFUM finns och gör den så synlig som möjligt.

Eftersom logotypen är röd och blå passar den mindre bra att trycka på vissa färger för att bli tydlig. Marinblått fungerar tillräckligt bra medan rött oftast är svårare. Sträva efter underlag som gör logotypen så tydlig som möjligt.

Om du gör för stora ändringar i logotypen är risken stor att den uppfattas som en annan logotyp. Exempel på det är om du väljer att göra logotypen inverterad eller gör en vit ram runt logotypen. Du bör även undvika att lägga till andra bilder, ex bollar, i den vanliga logotypen.

Tänk på att ge logotypen tillräckligt med utrymme runt omkring för att bli så tydlig som möjligt. Logotypen kan även läggas på en bild så länge den inte försvinner in i bilden.

I vissa fall kanske du inte kan följa riktlinjerna fullt ut. Om du behöver trycka logotypen på rött underlag så sträva efter att göra den så tydlig som möjligt och var medveten om att logotypen kanske inte uppfattas som du vill.

Rekommenderas:



Rekommenderas inte:



Ortnamnsmontering

Den vanliga logotypen räcker långt för att använda i de flesta sammanhang. I de fall som du vill tydliggöra att du menar KFUM i en viss stad eller en viss verksamhet bör du använda vår gemensamma ortnamnsmontering. I annat fall är risken stor att vi får många och spretiga alternativ på ortnamnsmontering. Om du vill skapa en grafisk profil för en viss verksamhet så läs delen om Vinjetter. Beställ en logotyp med ortnamnsmontering genom att mejla till itsupport@kfum.se.



Verksamhetslogotyper

För att tydliggöra att all vår verksamhet är en del av KFUM bör vår gemensamma logotyp alltid vara synlig i samband med den. Därför bör du undvika att använda verksamhetslogotyper som inte tydliggör KFUM. Du bör även undvika att lägga till andra bilder, ex bollar, i den vanliga logotypen. Om du vill skapa en grafisk profil för en viss verksamhet så läs delen om Vinjetter.



Vinjetter

Med hjälp av vinjetter kan du skapa en grafisk inramning för olika verksamheter. En grafisk vinjett bör alltid innehålla vår gemensamma logotyp men kan utöver det se ut hur som helst. En vinjett är som att klä en verksamhet i en viss färg eller en viss form för att vara inbjudande och skapa så stort intresse som möjligt.



Typsnitt

Sättet att skriva en text på och vilken stil du väljer på brödtext och rubriker spelar roll för vilket intryck du vill ge. För att skapa ett gemensamt intryck bör du främst välja att använda Bevan som kampanjtypsnitt, Gill Sans till rubriker och Garamond till brödtext.

Bevan

Gill Sans

Garamond

Färgpalett

De typiska färgerna för KFUM är de samma som i logotypen, rött, blått och vitt. Många ytterligare färger kan passa ihop med logotypen och det får din smak avgöra. För att skapa ett gemensamt intryck kan du sträva efter att välja dessa färger:

Färgkoder i logotypen

Den röda triangeln i logotypen motsvaras av färgkoderna CMYK 2 92 80 0, RGB 234 59 61 och #EA3B3D.

Den blåa balken i logotypen motsvaras av färgkoderna CMYK 100 67 0 23, RGB 0 75 141 och #004B8D

#98bf0e
CMYK 20 0 93 25
RGB 152 191 14



#46bad3
CMYK 67 12 0 17
RGB 70 186 211



#e088b4
CMYK 0 39 20 12
RGB 224 136 180



#e0882f
CMYK 0 39 79 12
RGB 224 136 47



Body Mind Spirit

Våra värdeord Body Mind Spirit kan både användas i text och grafisk form. Det finns inga riktlinjer för hur du bör formge Body Mind Spirit utan det avgör du helt själv. Eftersom värdeorden är gemensamt viktiga inom rörelsen kan du med fördel använda dem så ofta du vill för att förstärka vårt budskap.

**BODY.
MIND.
SPIRIT.**

Body Mind Spirit

**BODY.
MIND.
SPIRIT.**

bodymindspirit
bodymindspirit

Mallar

För att underlätta ditt arbete finns en del färdiga mallar som du kan använda dig av. Mallar för brev, dokument och presentation finns att ladda ned på <http://profilcenter.kfum.se>. Alla mallar är gjorda i Word och Powerpoint. På samma sida kan du även ansöka om ett konto till vår gemensamma web to print-tjänst för att enkelt beställa visitkort, kuvert och brevpapper.



Hemsidor

För att skapa ett gemensamt uttryck för rörelsens olika webbplatser har du möjlighet att använda KFUM webbplattform där vi gemensamt kan dela samma designmallar. Läs mer om KFUM webbplattform på <http://webb.kfum.se>.



Uppdatering

Den grafiska profilen för KFUM ska vara ett stöd för de aktuella behov och syften som finns inom rörelsen. Det är därför viktigt att den grafiska profilen känns angelägen och användbar. Med hjälp av dina tips och tankar kan den grafiska profilen kontinuerligt uppdateras och hållas levande. Välkommen att höra av dig.

Mattias Wihlgaard
Kommunikationsansvarig
KFUM Sverige
+46 (0)8 677 30 05
mattias.wihlgaard@kfum.se