

FORENA DESIGNMANUAL

INNEHÅLL

- 01 LOGOTYP**
- 02 TYPOGRAFI**
- 03 FÄRGER**
- 04 LAYOUT**
- 05 TONALITET**

01

LOGOTYP

INTRODUKTION

Att vara tydlig är viktigt, vi jobbar kraftfullt och stort i designen men vi går emot det traditionella i denna värld och skapar en dynamik och “boldness” i kommunikationen som bygger en värld av möjligheter.

Med en stark typografi och logotyp förenar vi ytor, vi tar för oss och markerar, tydliggör och sammanför. Låt typografin och texten tala!

Vi förenar!

Förenande och bold

VI FÖFÖRENNAR!

LOGOTYP

Forenas logotyp är satt i vårt typsnitt Forena Headline och har ett antal olika disponeringar. Primärt ska den användas i disponeringen under:

FORENA

Primär logotyp

STORLEK PORTRÄTT

Storleken på vår logotyp varierar beroende på applikations-ytan. I vissa fall där synlighet är viktigt kan logotypen fylla hela ytans bredd. Vanligast är dock att logotypen fyller ca 1/4 av ytan när den används som avsändare i kombination med annan information.

Det viktigaste att tänka på är att logotypen är en avsändare och ska hanteras som det, om det kommunikativa (copy, budskap och kommunikationstexter) ska hanteras samtidigt så prioriteras det högst.

Logotypen fyller hela ytan
(Max storlek)

FORENA

Logotypen fyller halva ytan

FORENA

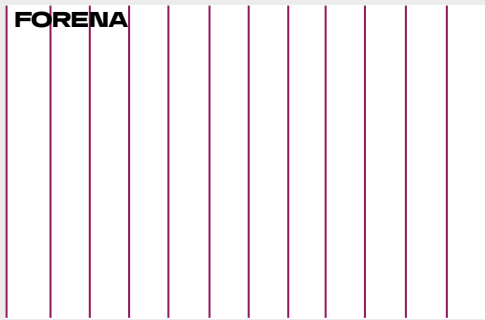
Logotypen fyller 1/4 av ytan
(Minsta storlek)

FORENA

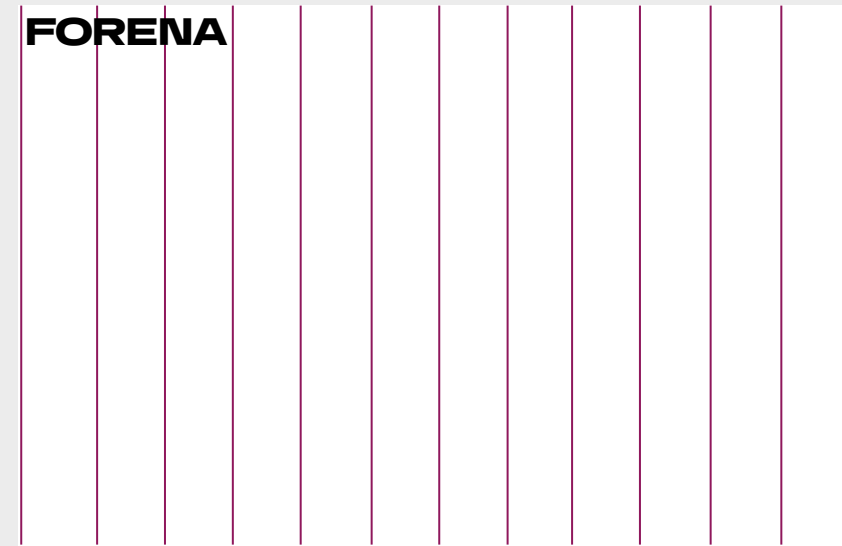
1.1 – STORLEK

Logotypen ska fylla ca 1/4 av ytan.

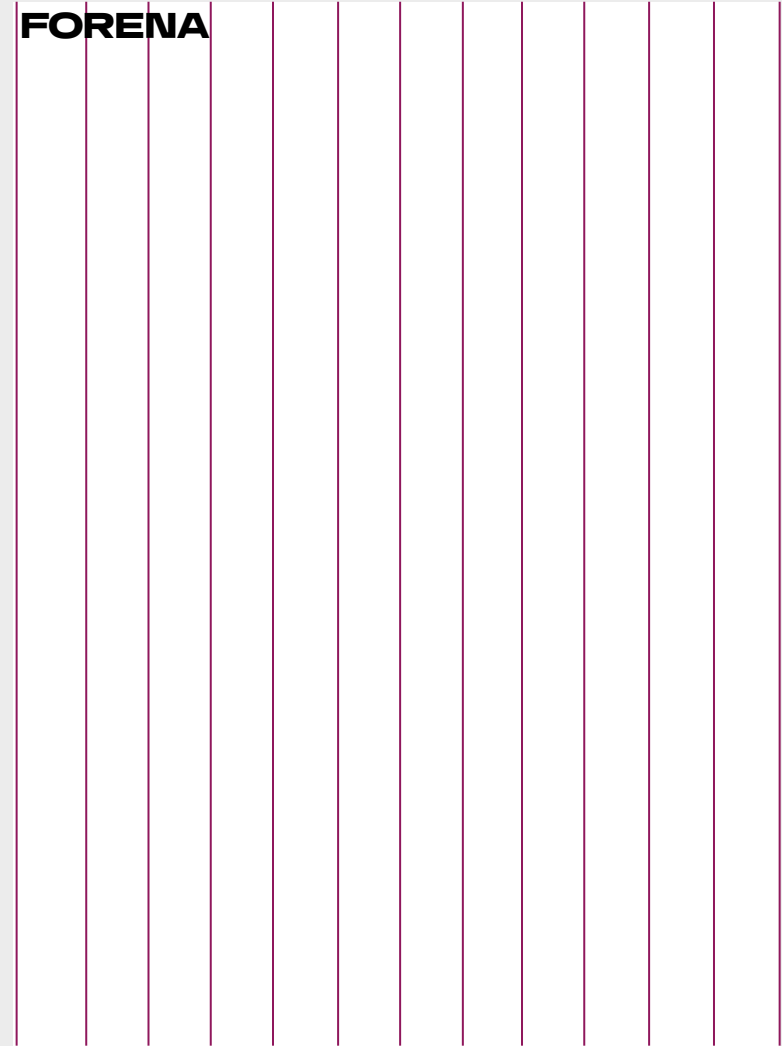
a



b



c



1.2 — MÖJLIGA DISPONERINGAR

Forenas logotyp kan användas i ett flertal olika disponeringar för att kunna fylla de ytor som finns möjligt att applicera på. Med den starka typografiska logotypen förenar vi ytor, vi tar för oss och markerar, tydliggör och sammanför.

Dynamisk logotyp - Forenas logotyp kan med fördel animeras för att digitalt kunna fylla de ytor som behövs. Använd disponeringarna nedan som utgångspunkt.

Vänster/Höger

FORENA

Upp/Ner

FORENA

Vänster/HögerUpp/Ner

**FOR
ENA**

Vänster/HögerUpp/Ner

**FO
RE
NA**

02

TYPOGRAFI

Forena centralt använder två typsnitt i vårt grafiska maner. Forena headline och Tiempos text. Forena headline består av endast versaler och är ritat specifikt för oss. Tiempos text är ett serif-typsnitt som balanserar Forena headline och används främst i löptext.

I en del sammanhang, till exempel som lokal förtroendevärd som inte har tillgång till våra egna typsnitt, finns sekundärypsnitt att använda istället. Läs mer på nästa sida.

Forena Headline

**ABCDEFGHIJKLM
0123456789(?)**

Tiempos Text Regular

AaBbCcDdEeFf
0123&/#?

Tiempos Text Semi-bold

**I'm regular, use me for body copy,
subheadings & quotes**

SEKUNDÄRT TYPSNITT

I de fall då våra primärtypsnitt inte är tillgängligt går det att använda sekundära typsnitt. Då ersätts Forena Headline med Arial Black och Tiempos Regular/Semibold med Times New Roman Regular/Bold, typsnitt som finns tillgängliga i de flesta datorer.

Arial Black

**ABCDEFGHIJKLM
0123456789(?)**

Times New Roman

**AaBbCcDdEeFf
0123&/#?**

Times New Roman bold

**I'm regular, use me for body copy,
subheadings & quotes**

03

FÄRGER

Djupblå

#153AB7

RGB: 21,58,183

Coated: 2935 C

Uncoated: 2935 U

Djuplila

#8F175C

RGB: 143,23,92

Coated: 7648 C

Uncoated: 227 U

Färgerna under är vara basfärger. De är främst framtagna för information och används främst som bakgrunder.

Vit

#FFFFFF

RGB: 255,255,255

Sand

#F5E2D3

RGB: 245,226,211

Coated: 7604 C

Uncoated: 7604 U

Ljusgrå

#ECECEC

RGB: 236,236,236

Coated: Cool Grey 1C

Uncoated: Cool Grey 1U

Mörkgrå

#CDCDCD

RGB: 205,205,205

Coated: Cool Grey 4 C

Uncoated: Cool Grey 4U

Svart

#000000

RGB: 0,0,0

KOMPLEMENTFÄRGER

Färgerna under är framtagna som komplementfärger. De ska endast användas som komplement främst i kommunikation. De används aldrig som bakgrunder.

Klarblå
#2668F9
RGB:38,104,249
Coated: 2194 C
Uncoated: 2995 U

Mintgrön
#2AF4CD
RGB: 42,244,205
Coated: 333 C
Uncoated: 332 U

Orange
#FF6D66
RGB:255,109,102
Coated: 2029 C
Uncoated: 2029 U

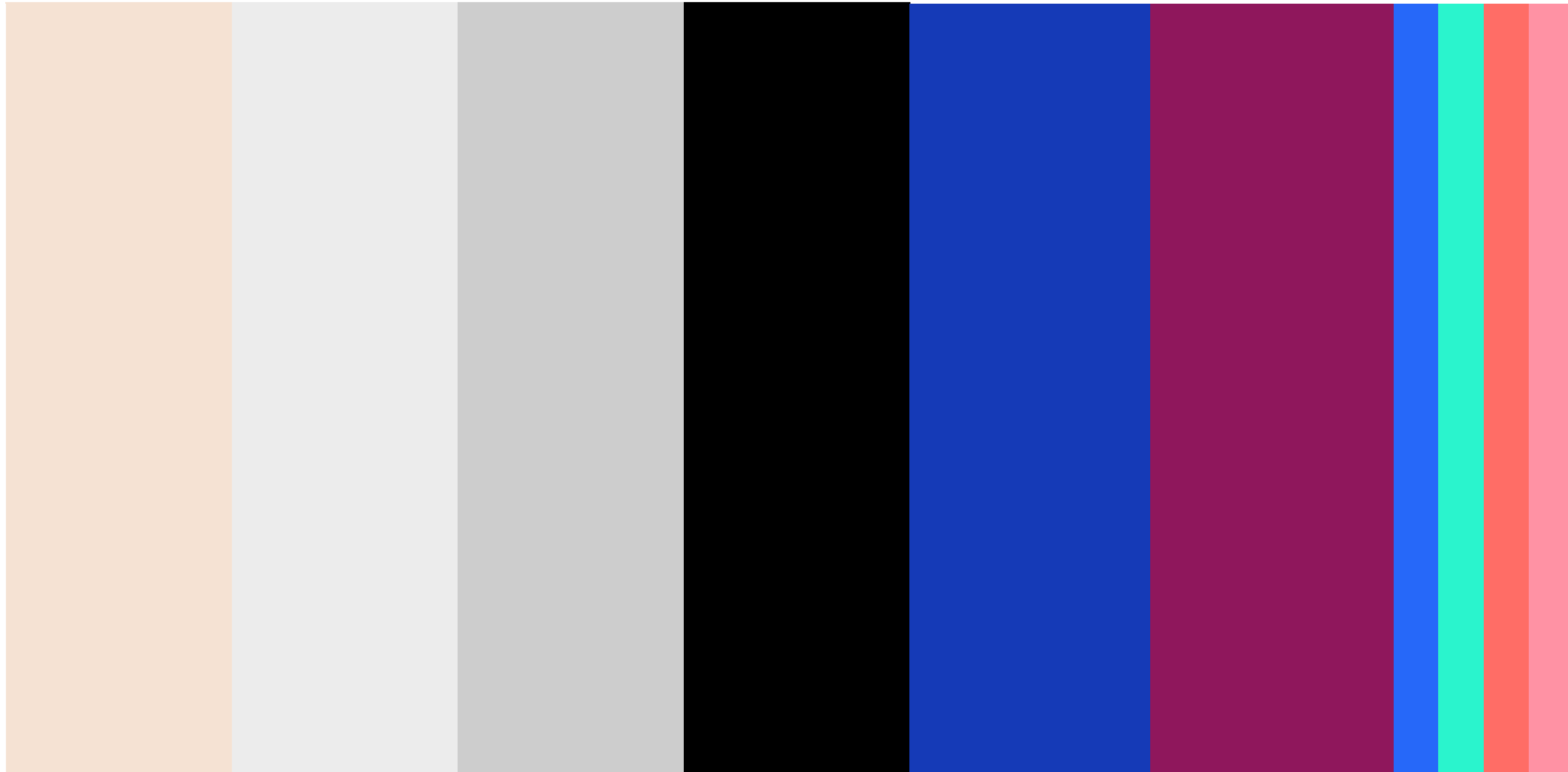
Rosa
#FF92A4
RGB: 255,146,164
Coated: 183C
Uncoated: 189 U

VÅRA FÄRGER

Vår färgpalett är framtagen på en skala från information till kommunikation. Skalan sträcker sig från ljusa och diskreta toner som ska användas för information till synliga starka färger som till exempel i kommunikation.

INFORMATION

KOMMUNIKATION



FÄRG ANVÄNDNING

I diagrammet under visas färgkombinationerna som kan användas. Våra komplement färger är framtagna för att balansera ut våra primär färger. De kan användas tillsammans med våra primärfärger eller på våra bastoner.

INFORMATION

KOMMUNIKATION



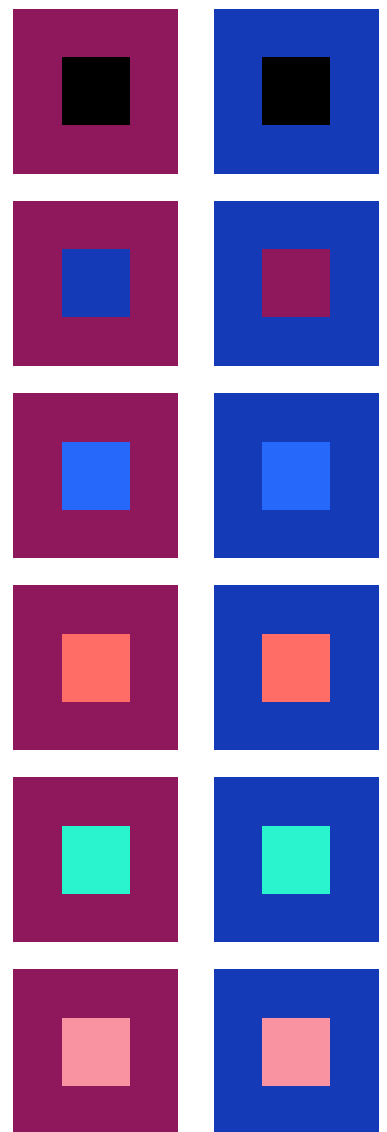
FÄRG KOMBINATIONER

I diagrammet under visas färgkombinationerna som är tillåtna för optimal läsbarhet och kontrast. Se till att inte använda några andra färgkombinationer.

INFORMATION



KOMMUNIKATION



04

LAYOUT

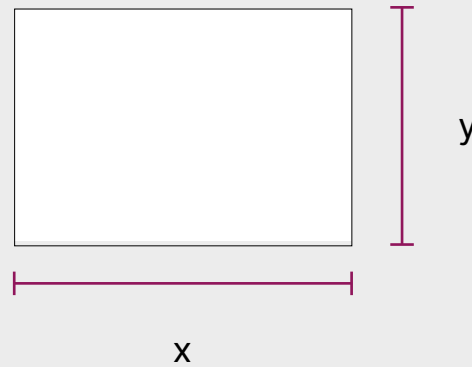
Vi skapar layout system genom att dela ytan på 2 eller 3. Detta system är flexibelt och skalbart som enkelt kan anpassas till olika mängder av information. Från stora banners & posters som behöver många sektioner till ett visitkort som endast behöver en.

För att skapa en Layout med detta system delar du ytans bredd och höjd på antingen 2 eller 3.

För att hitta X värde i stående format, dela formatets bredd på två eller tre, efter behov

För att hitta Y värde i stående format, dela formatets höjd på fyra eller efter behov

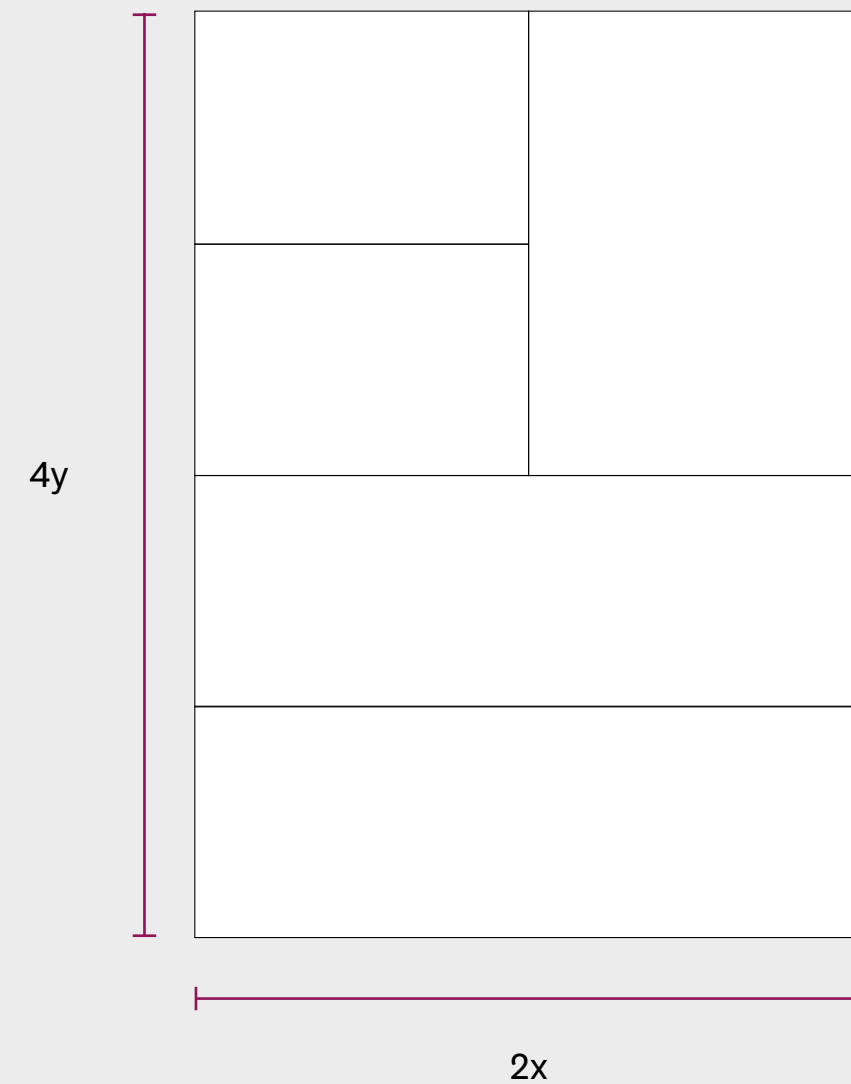
Visitkort



Banner



Poster



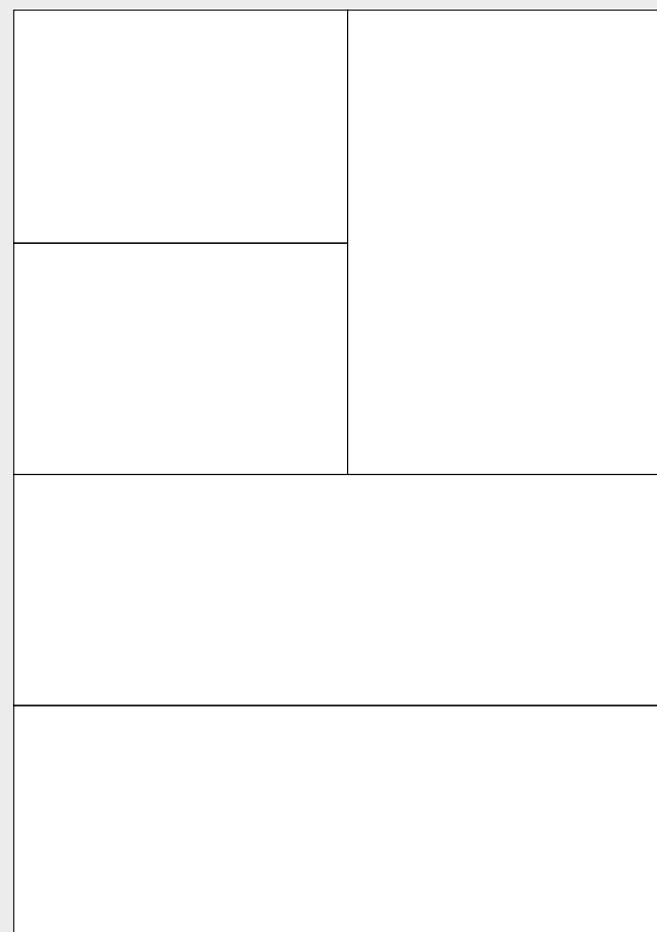
Vi skapar layout system genom att dela ytan på 2 eller 3. Detta system är flexibelt och skalbart som enkelt kan anpassas till olika mängder av information. Från stora banners & posters som behöver många sektioner till ett visitkort som endast behöver en.

För att skapa en Layout med detta system delar du ytans bredd och höjd på antingen 2 eller 3.

För att hitta X värde i stående format, dela formatets bredd på två eller tre, efter behov

För att hitta Y värde i stående format, dela formatets höjd på fyra eller efter behov

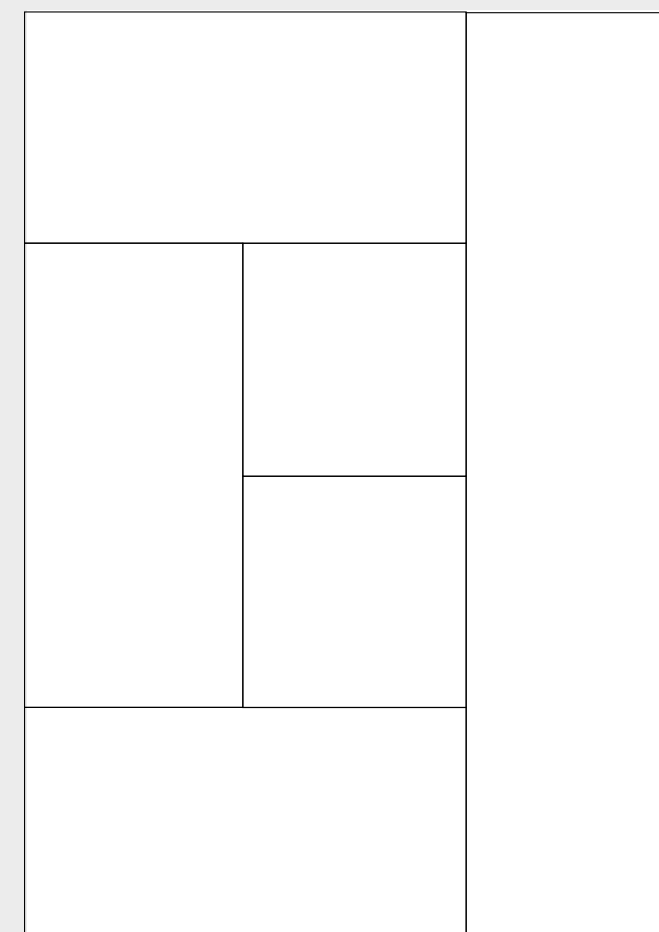
/2



X

12 Kolonner

/3



X

12 Kolonner

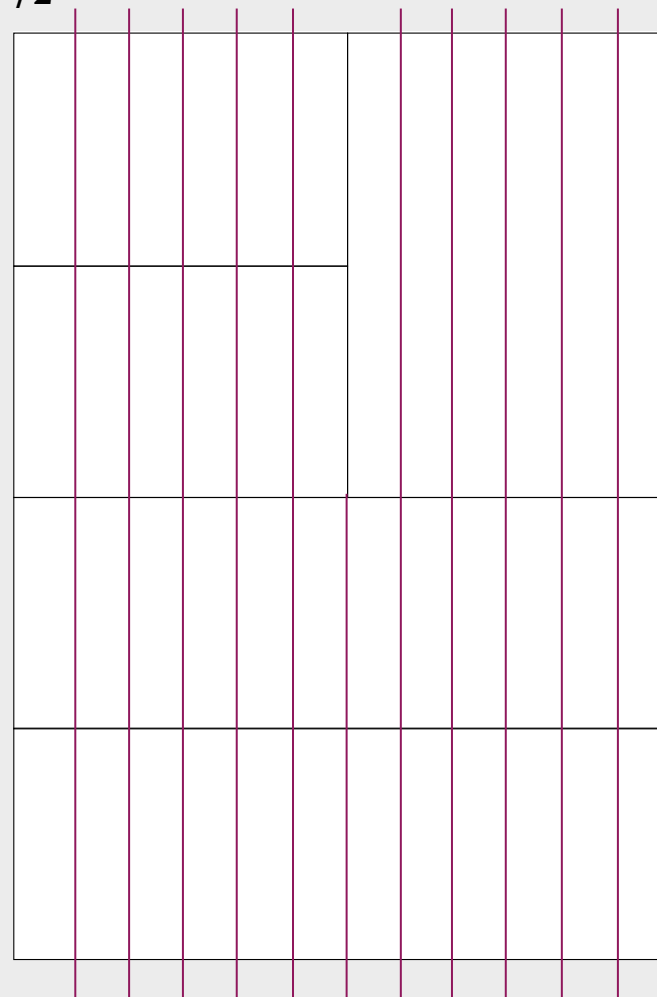
Vi skapar layout system genom att dela ytan på 2 eller 3. Detta system är flexibelt och skalbart som enkelt kan anpassas till olika mängder av information. Från stora banners & posters som behöver många sektioner till ett visitkort som endast behöver en.

För att skapa en Layout med detta system delar du ytans bredd och höjd på antingen 2 eller 3.

För att hitta X värde i stående format, dela formatets bredd på två eller tre, efter behov

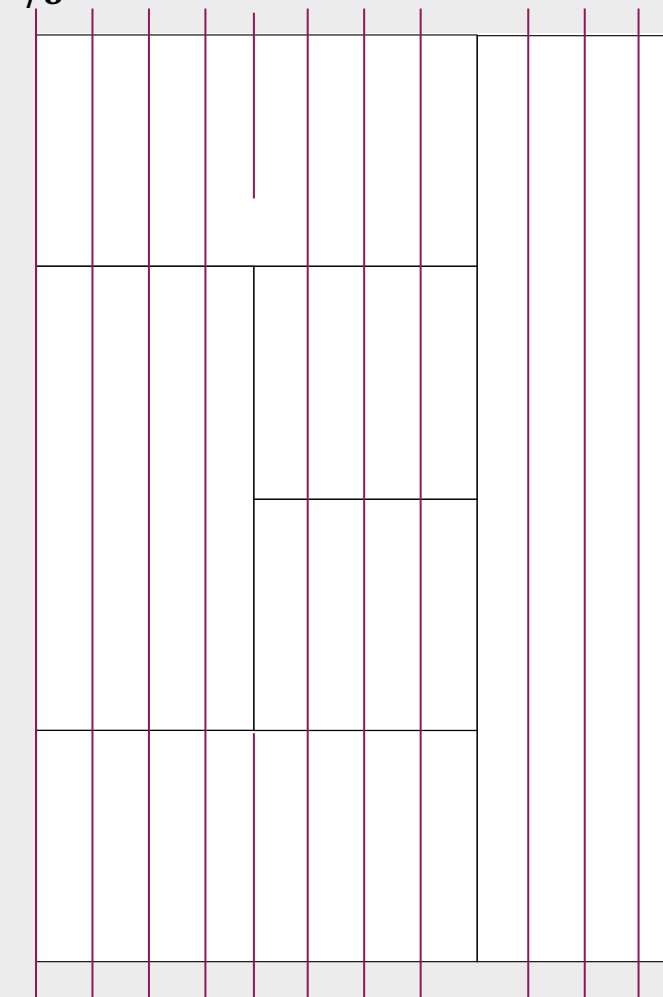
För att hitta Y värde i stående format, dela formatets höjd på fyra eller efter behov

/2



12 Kolonner

/3



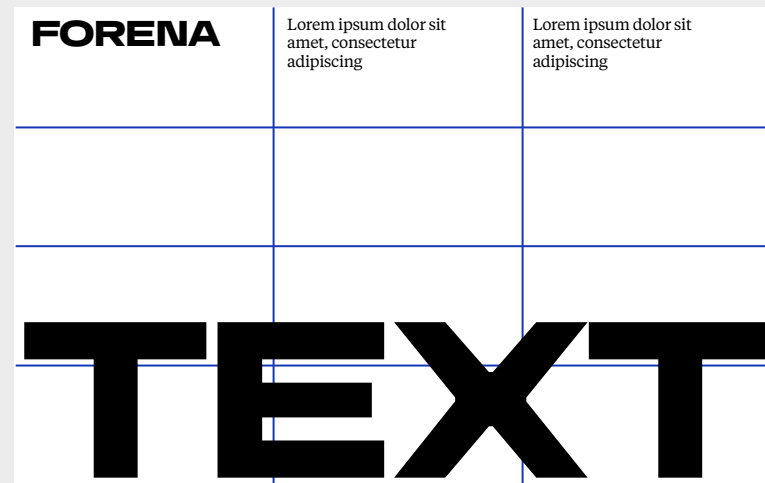
12 Kolonner

LAYOUT EXEMPEL

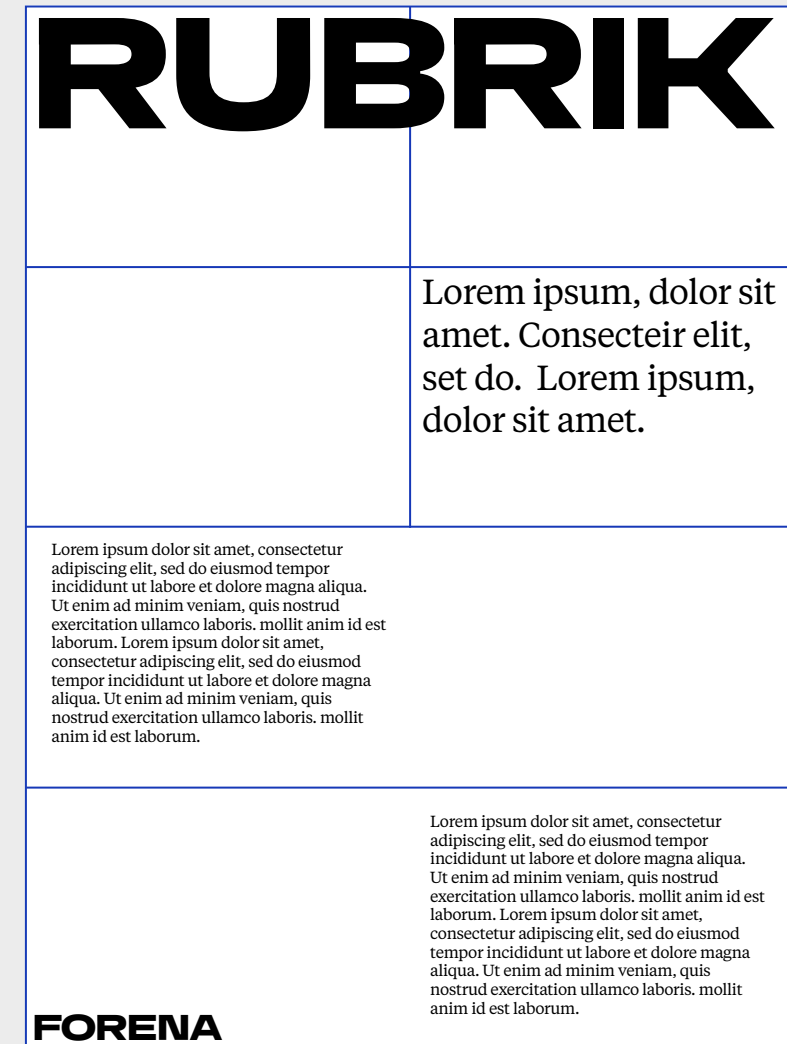
Visitkort



Kuvär



Poster



05

TONALITET

Den här guiden är en utgångspunkt för hur du skriver i e-post, på webben, på affischer, i inbjudningar och brev – kort sagt i alla sammanhang som har med Forena att göra.

Forenas språk ska kännas aktuellt och självklart för dem vi allra helst vill prata med; våra medlemmar, före detta medlemmar och de som aldrig varit med i facket. Vad betyder språket för budskapet? Det kan vara helt rätt tänkt, men när tanken väl ska uttryckas når budskapet inte fram. För att orden är fel. Därför måste vi vara noggranna med vilka ord vi använder när vi pratar och skriver om Forena. För det är med orden vi når ut.

Tänk positivt! I stället för att säga att Forena är emot låga löner är det trevligare att säga att Forena är för höga löner. När du är för någonting är det naturligt att både tänka och skriva positivt. Med en positiv ton i språket får du fler att lyssna på budskapet.

Skriv till en människa Skriv ”från människa till människa”, inte ”från makten till folket”. Då får du fler att lyssna till dig. Ett knep är att tänka att du skriver till en enda människa och inte tusentals. Vi är ju gärna mer personliga när vi skriver till en bestämd person än när vi skriver till vilken som helst. Sträva efter att läsaren ska känna sig som huvudperson i texten du skriver, att den är riktad till just honom eller henne.

Skriv för att beröra, inte för att i första hand informera. Det kan vara svårt att skriva om medlemmar och få det att kännas personligt. Knepet är att du riktar dig till en människa. Så här till exempel:

- Du som är medlem
- För dig som är medlem

Skriv som en personlig tränare! Forena arbetar för att medlemmarna ska få ett bättre liv, både på jobbet och hemma. Så kallad karriärcoachning är något som fler och fler är nyfikna på och vill testa. Då känns det också självklart att Forena ska skriva som en personlig tränare. Peppa och uppmuntra dem som läser! Det går att skriva positivt och peppande till alla.

Skriv kortkort! De flesta annons- och webbtexter är korta just för att det är lätt att läsa och förstå en kort text. Tänk efter vad det är du vill säga med din text och välj ett budskap. Dela upp långa meningar i flera. Att tvingas skriva kort hjälper dig att vara tydlig och få fram det där som du vill att folk ska förstå. Jämför med en artikel i en dagstidning. En nyhetsartikel sammanfattas i ingressen och är ungefär tre meningar lång. När man läst den, ska man veta vad hela artikeln handlar om.

Krångla inte till det! Det ska vara enkelt att förstå vad Forena menar, så krångla inte till det. Forena, som så många andra organisationer, drabbas då och då av så kallad kanslisvenska. Då är meningarna långa och krångliga, med besvärliga ord. Det kan vara ord som de flesta i organisationen förstår men som är obegripliga för en utomstående. Använd inte interna begrepp, utan förklara i stället vad du menar.

Några exempel på hur du förenklar språket finns på nästa sida.

Som så många andra organisationer kan Forena drabbas av kanslisvenska. Men bara för att det handlar om facket behöver språket inte vara tillkrånglat – tvärtom! Ett ord som barnafödande kan uppfattas som ganska kliniskt och långt ifrån att skriva ”från människa till människa”. Skriv i stället om att föda barn. Enkelt och mycket trevligare att läsa!

Det finns många ord som tjänar på att bytas ut. Här är några exempel. Fundera gärna på fler ord och uttryck som kan göras mänskligare, enklare och rakare.

i stället för**skriv**

arbetsgivare
arbetslös
arbetsmarknadspolitik
avtalsreglerat
berättigad
centralt
ensamstående
fackförbund
förvärsarbete
försörja sig
generell
hemarbete
individer
kompetensutveckling
likabehandling
värvning

chefen
vara mellan jobb
jobbpolitik
något som fack och företag kommit överens om
ha rätt till
det viktigaste i människors liv
vara singel
facket
jobba
jobba och ha råd att leva
det som gäller för alla
disk, tvätt och städning
människor
utvecklas i arbetet
bli behandlad lika
rekrytering

i stället för**skriv**

merparten
nuläge
oense
omfattas av
otrygg
personal
prolongera
reglera
samordna
sysselsättning/arbetstillfällen
tidsbrist
utbrändhet
vantrivsel
verka för
yrkesverksamma
övertid

den större delen av
just nu
är inte överens
gäller för dig
känner sig inte trygg
de (vi) som är anställda/medarbetare
förlänga
göra upp om
anpassa/planera/komma överens om
jobb
tiden räcker inte till
gå in i väggen
trivs inte på jobbet
arbeta för
de som jobbar
jobba över

NÅGRA SKRIVREGLER

För skrivet språk behövs vissa regler. Med dem blir det lättare att läsa – och att begripa vad som står.

Och den som skriver behöver inte fundera ut lösningar utan kan ägna sig åt det väsentliga: att uttrycka sina tankar.

Tilltal

Skriv

ska – inte skall

du – inte DU eller Du

vi – inte VI eller Vi

ni – inte NI eller Ni

genetiv-s

Genetiv-s skrivs alltid utan kolon. Skriv alltså Forenas, inte Forena:s.

En mening får börja med och

Det är inte längre fel att börja en mening med ”och” eller ”men”.

Förkortningar

Förkortningar stoppar upp läsandet och gör texten svårläst. Undvik förkortningar så långt det går. Att använda förkortningar på en affisch – till exempel kl 19 i stället för klockan 19 – går bra. Men i en längre text (e-post, brev eller liknande) skrivs hela orden ut. I stället för dvs. eller t.ex. – skriv det vill säga och till exempel. Det ser mycket snyggare och flyter bättre i en text. Okej är ett annat ord som är snyggast att skriva ut. Likaså procent – inte %. Många ord som vi i dag använder är egentligen förkortningar. De förkortningarna skrivs med små bokstäver. Några exempel är tv, cd, vd, cv och it. Förkortningar med namnfunktion skrivs med stora bokstäver: EU (Europeiska unionen), FN (Förenta nationerna), UNI (Union network international), NFU (Nordiska finansanställdas union).

Forena är ingen förkortning och skrivs därför inte med stora bokstäver (versaler) i löpande text.

Namn

Namn på centrala myndigheter/organ som är landsövergripande skrivs med stor bokstav: Finansinspektionen, Högsta domstolen, Arbetsmiljöverket. Namn på myndigheter/organ som det finns flera av i landet skrivs med liten bokstav: a-kassan, länsstyrelsen, arbetsförmedlingen, kommunen.

Tankstreck och bindestreck

Det finns två sorts streck, tankstreck och bindestreck. Tankstreck är längre än bindestreck.

Tankstreck –

Tankstreck används vid paus, tillägg, inskott, repliker, mellan siffror och Ortsnamn.

Jag trodde att det skulle sluta i kaos och inte som det gjorde – med succé.

Medlemmar – aktiva och passiva – är vår främsta målgrupp.

– Jag blev verkligen tagen på sängen, säger Nisse Persson.

Vi har öppet klockan 9–12 alla dagar.

Kommando för tanstreck är ctrl + numeriskt minus.

Bindestreck -

Bindestreck används vid avstavning, sammansättning, dubbelnamn, underförstådd orddel:

Sön- och helgdagar

Mora-Nisse

Anti-demokratisk

50-årsjubileum

Skriv på svenska

Flera engelska ord har blivit försvenskade på senare år: e-post i stället för e-mail, sajt i stället för site och stajlist i stället för stylist. Använd de svenska orden!

Det går också bra att skriva om engelska begrepp med svenska ord. I stället för ”win-win-situation”, skriv ”vinn-vinn-situation”.

Läsbart – lättläst

Läsbart – det som är möjligt att läsa – är inte samma sak som lättläst – det vill säga vad som är behagligt att läsa. Det kan vara bra att känna till några faktorer som underlättar läsningen.

Det är viktigt att raderna är lagom långa; för långa rader är svåra att läsa. Den ideala radlängden är maximalt 65 tecken.