

**Riksförbundet
HjärtLung**

Grafisk manual
med riktlinjer
och råd för
riksförbundet



Riksförbundet
HjärtLung

Innehåll

Förord	3
--------	---

Vår grafiska profil

Riksförbundets HjärtLungs logotyper	4
Föreningarnas logotyper	6
Typografi	8
Färger – primära och komplement	10
Dekorelement – ”knoppen” och fjärilsmönster	12
Infografik och ikoner	14
Bilder	16

Riktlinjer för trycksaker

Brevmall	17
Brevpapper och visitkort	18
Kuvert	19
Annonser – hel- och halvsida	20
Pluggannonser	22
Roll-up	23
Broschyrer – omslag och inlaga	24
Rapporter – omslag och inlaga	26
Affischer	28
Viktigt att tänka på när du beställer trycksaker	29

Riktlinjer för digitala enheter

Digitala annonser på Facebook och Instagram	31
E-postavsändare och webbadress	32
PowerPoint	33
Bannerannonser	34

Övrigt

Profilprodukter	35
-----------------	----

Detta är vår grafiska profil

Tillsammans är vi Riksförbundet HjärtLung

Våren 2021 blev vår nya logotype klar. Logotypen förmedlar att vi alla tillsammans är Riksförbundet HjärtLung och med tillägg av ort respektive län visar den att vi finns över hela landet.

I manualen beskriver vi hur vårt nya utseende ska användas för att stärka oss som organisation. Manualen ska hjälpa oss och våra externa kontakter att följa färg och form som beskriver oss som organisation. Instruktionerna visar på vilket sätt man använder logotyp, färger, typsnitt och bilder.

Att följa den stärker vårt varumärke och därför är det viktigt att inte frånga dess regler.

Har du frågor, kontakta Riksförbundet HjärtLung på telefon 08-556 06 200.

hjärt-lung.se



Riksförbundet HjärtLungs logotyp – vänsterställd

Riksförbundet HjärtLungs logotyp speglar vår identitet och är en tydlig avsändare både i digitala och tryckta media.

Logotypen består av två delar:

- Namnet Riksförbundet HjärtLung
- En tvåfärgad symbol, ”knoppen”.

Logotypen finns i en vänsterställd och en centrerad version i färg, svart och negativ (vit).

Logotypen med symbolen till vänster är alltid förstahandsvalet.

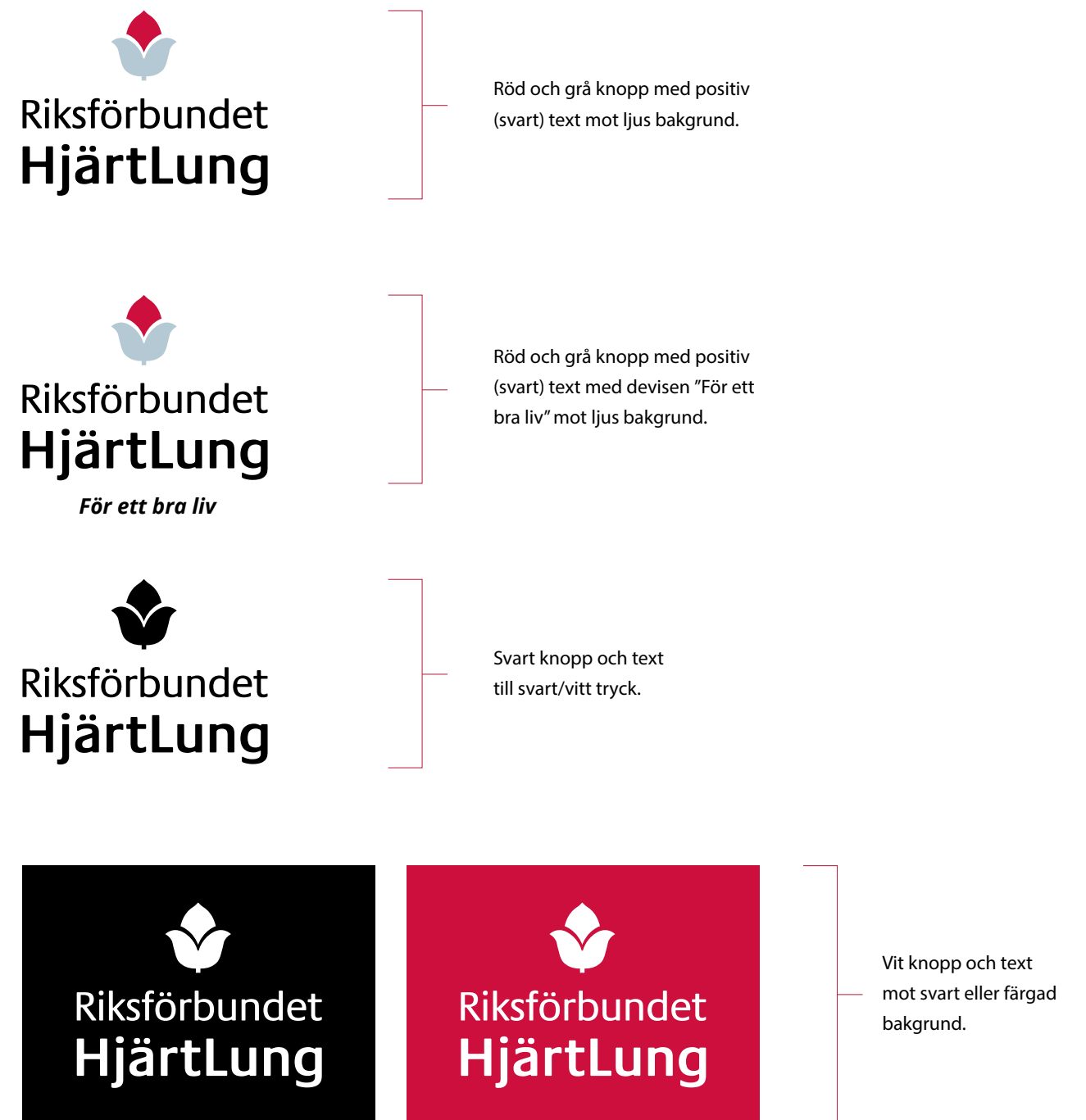
Passar inte förstahandsvalet kan den centrerade versionen användas, se nästa sida.

Ladda ner Riksförbundet HjärtLungs logotyp på hjart-lung.se.



Riksförbundet HjärtLungs logotyp – centrerad

Om den vänsterställda logotypen inte passar av utrymmesskäl (exempelvis i högsmala enheter) kan den centrerade versionen användas.



Föreningarnas logotyper

Eftersom föreningarnas namn är olika långa har storleken på namnen gjorts olika stora.
Vi har delat in föreningsnamnen i fyra grupper och anpassat storleken efter följande antal bokstäver:

- Upp till 7 bokstäver.
- 8–12 bokstäver.
- 13–18 bokstäver.
- >19 bokstäver.

Ladda ner din förenings logotyp från hemsidan under "För föreningar".

Vänsterställd logotyp.



Centrerad logotyp.



Vänsterställd logotyp.



Centrerad logotyp.



Vänsterställd logotyp.



Centrerad logotyp.



Föreningens namn är placerat nedanför Riksförbundet HjärtLung och finns i följande versioner:

- Vänsterställd och centrerad.
- Färg, svart och negativ (passar alltid till svart bakgrund, används med försiktighet till andra mörka bakgrunder).

Logotyperna levereras i följande grafiska format:

eps = används då logotypen ska lämnas till ett tryckeri. Kan också användas i den egna datorns program.

jpg = används till egna utskrifter av foldrar, brevpapper med mera samt på hemsidor.

Vänsterställd logotyp.



Centrerad logotyp.



Vänsterställd logotyp.



Centrerad logotyp.



Vänsterställd logotyp.



Centrerad logotyp.



Typografi – trycksaker

Myriad Pro: Används till rubriker och kortare annonstexter.

Om Myriad Pro inte finns tillgängligt kan man använda typsnittet Verdana som finns som standard i de flesta datorer.

Font	Stilar	Tecken
Myriad Pro	Light <i>Light Italic</i> Regular <i>Italic</i> Semi-Bold <i>Semi-Bold Italic</i> Bold <i>Bold Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMNO PQRSTUVWXYZÅÄÖ abcdefghijklmno pqrstuvwxyzåäö 1234567890'?'!"(%)[#] {@}/&\<-+=>®©\$€£¥¢:;,.*
Exempel på löpande text:		
Aris aut explaut repror alitatis mo maio. Elestiorrum enectot aecabo. Em ist il etusto volorro volorpo ribusam iunt. Consero quid eos dolute rerupis quundes alitata tionem ne.		

Georgia: Används i löpande text i broschyrer och informationsmaterial.

Om Georgia inte finns tillgängligt används Times New Roman.

Font	Stilar	Tecken
Georgia	Regular <i>Italic</i> Bold <i>Bold Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMNO PQRSTUVWXYZÅÄÖ abcdefghijklmno pqrstuvwxyzåäö 1234567890'?'!"(%)[#] {@}/&\<-+=>®©\$€£¥¢:;,.*
Exempel på löpande text:		
Aris aut explaut repror alitatis mo maio. Elestiorrum enectot aecabo. Em harunt aboraeprem dellorerorro busam iunt.Vide occus rectestibusa aut quia nonsed istio.		

Typografi – elektroniska media

Verdana: Används i mejl och PowerPoint-presentationer.

Font	Stilar	Tecken
Verdana	Regular <i>Italic</i> Bold <i>Bold Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMNO PQRSTUVWXYZÅÄÖ abcdefghijklmno pqrstuvwxyzåäö 1234567890'?'!"(%)[#] {@}/&\<-+=>®©\$€£¥¢:;,.*
Exempel på löpande text:		
Aris aut explaut repror alitatis mo maio. Elestiorrum enectot aecabo. harunt aboraeprem dellorerorro blab ist il etusto des alitata tionem ne.		

Open Sans: Används på våra hemsidor.

Font	Stilar	Tecken
Open Sans	Regular <i>Italic</i> Semibold Bold <i>Bold Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMNO PQRSTUVWXYZÅÄÖ abcdefghijklmno pqrstuvwxyzåäö 1234567890'?'!"(%)[#] {@}/&\<-+=>®©\$€£¥¢:;,.*
Exempel på löpande text:		
Aris aut explaut repror alitatis mo maio. Elestiorrum enectot aecabo. Em harunt aboraeprem dello-rerorro busam iunt.Vide occus rectestibusa aut quia nonsed istio.		

Primära färger

Riksförbundet HjärtLung har två primära färger, en röd och en grå. Färgerna används för att skapa en enhetlig och tydlig profil i all kommunikation.

- Den grå färgen kan tonas.
- Den röda färgen ska **inte** tonas.

100 %

CMYK

C=10 M=100 Y=66 K=6

RGB

R=204 G=14 B=62

PMS

193 C

Hex-färgkod

CC0F37

100 %

CMYK

C=32 M=13 Y=12 K=3

RGB

R=180 G=201 B=212

PMS

5445 C

Hex-färgkod

BAC8D3

15 %



Riksförbundet
HjärtLung

Komplementfärger

Riksförbundet HjärtLung har tre komplementfärger, en blå, en grön och en orange. Komplementfärgerna används huvudsakligen till grafer, diagram, faktarutor och grafiska element där man behöver ett komplement till de primära färgerna.

Komplementfärgerna används inte utan att den röda eller grå färgen finns i/på produkten, se exempel sidan 14.

100 %

CMYK

C=100 M=0 Y=0 K=0

RGB

R=0 G=159 B=227

PMS

299 C

100 %

CMYK

C=70 M=0 Y=70 K=0

RGB

R=73 G=177 B=112

PMS

7480 C

100 %

CMYK

C=0 M=45 Y=100 K=0

RGB

R=245 G=156 B=0

PMS

137 C

15 %

15 %

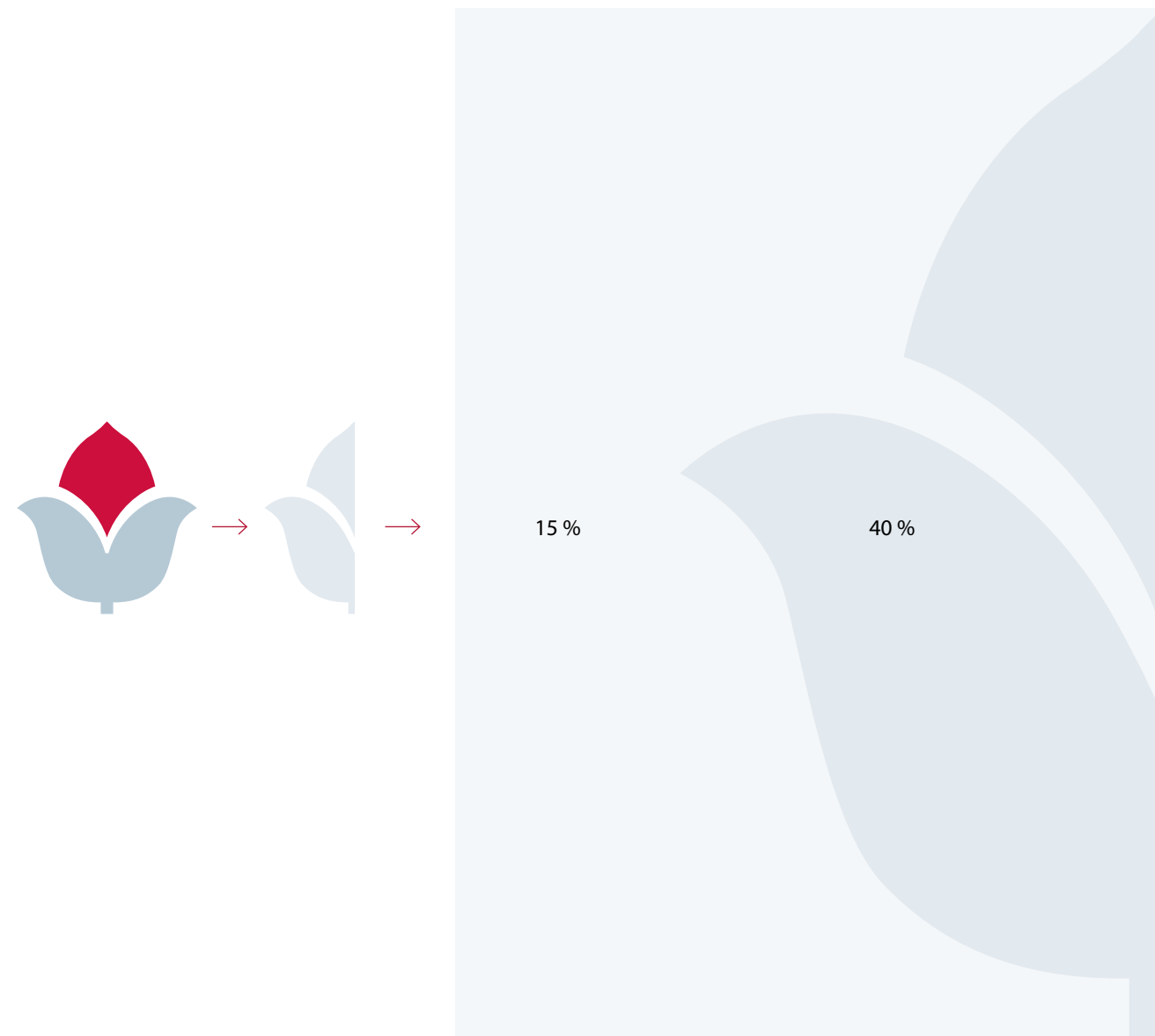
15 %

Dekorelement – knoppen

”Knoppen” är en stark symbol för riksförbundet och fungerar som igenkänning i vår kommunikation.

När ”knoppen” används som dekorelement är det den vänstra halvan som visas. Den är alltid tonad i grå färg på grå tonplatta och alltid placerad längst till höger.

Viktigt! Lägg **aldrig** text, bilder eller illustrationer över knoppen. Ta bort knoppen helt om det är mycket text som ska in och det blir trångt om utrymme.



Dekorelement – fjärilsmönstret

Riksförbundet HjärtLung har ett eget mönster som tagits fram speciellt för oss. Det består av stiliserade hjärtan och lungor i form av lekfulla fjärilar i röd, grå och vit färg.

Mönstret finns på en rad profilprodukter, bland annat på bokmärke, grytunderlägg, bricka och halsbuff. I riksförbundets webbshop finns fler exempel.

Kontakta riksförbundet om er förening vill ta fram en produkt med fjärilsmönstret. Vi hjälper er gärna med utformningen – föreningen står för kostnaden.



Infografik

Infografik hjälper till att förklara och visualisera informationen så att den blir tydlig. Det är till exempel här som komplementfärgerna används.

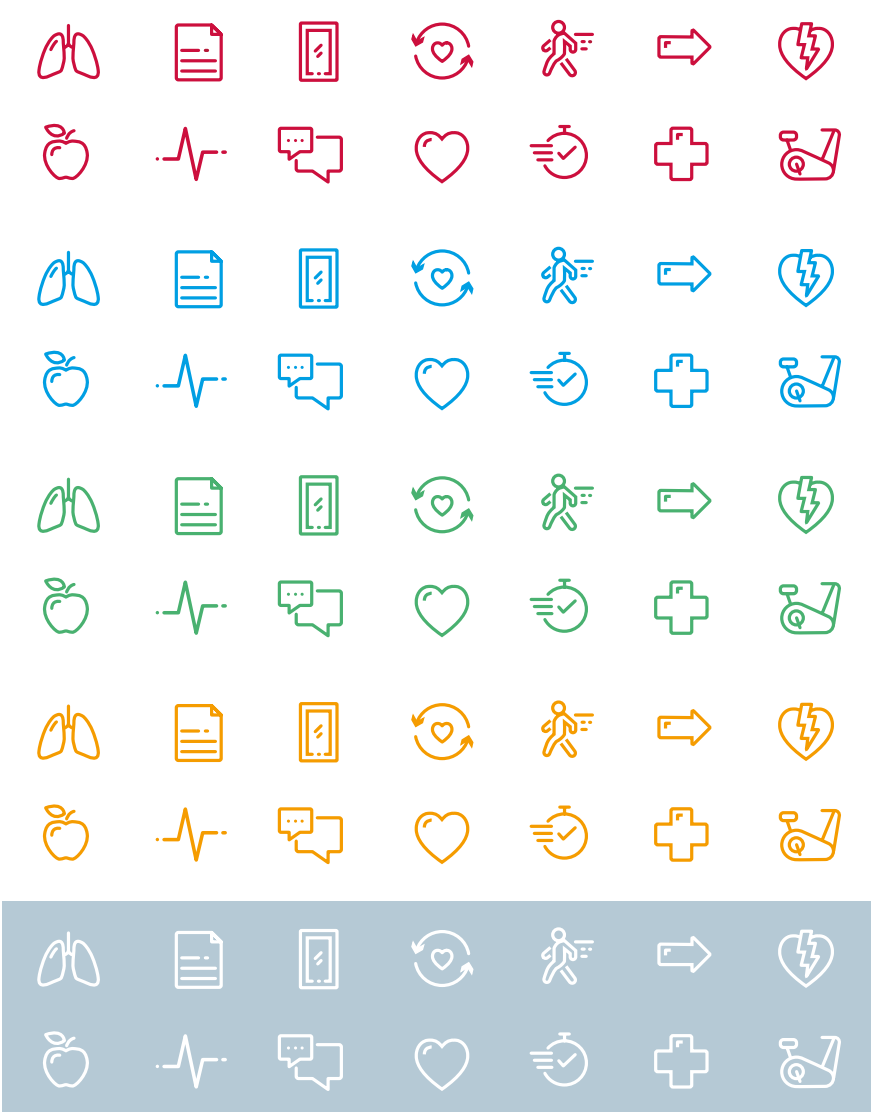
Grafiska element i form av pratbubblor, faktarutor och diagram kompletterar den textbaserade kommunikationen.



Ikoner

Riksförbundet har tagit fram egna ikoner som fungerar både på webben och i tryckt media.

Ikonerna bygger på linjegrafik och kan användas i våra primär- och komplementfärger. De fungerar även i vitt mot färgad bakgrund. De kan laddas ner från vår hemsida.



Bilder

Riksförbundet HjärtLung förmedlar kunskap och inspiration som syftar till att förbättra livskvalitén för alla med hjärt-, kärl- och lungsjukdom.

Genom att välja bilder som har ett positivt, varmt och ”peppande” innehåll förstärker vi vårt budskap, gärna med personer som tittar in i kameran. Här är exempel på sådana bilder.



Brevmall

Riksförbundets Word-mallar gör kommunikationen enhetligt och tydlig.

Ladda ner Word-mallen från hemsidan
Varje förening bör ha en brevmall för Word med den egna logotypen, föreningsnamn och webbadress. Logotypen finns i sidhuvudet och föreningsnamnet + webbadressen finns i sidfoten.

- Lokalföreningarna skapar en egen mall genom att göra så här:
1. Öppna brevmallen som finns på hemsidan under ”För föreningar”.
 2. Dubbelklicka på föreningsnamnet. En streckad linje visas och en flik med sidfot visas till vänster.

3. Gör de tillägg du önskar.
4. Sätt markören ovanför adressuppgifterna och dubbelklicka på nytt.
5. Markeringarna för sidfot släcks.
6. Glöm inte att spara.

- Förslag på uppgifter i sidfoten:
- Post- och/eller besöksadress
 - Telefonnummer
 - e-postadress
 - Post-/bankgiro

Föreningens adress är inlagd i medlemsregistret. Kontrollera att den är korrekt och gör ändringar om det behövs.

Sidhuvud med logotyp.



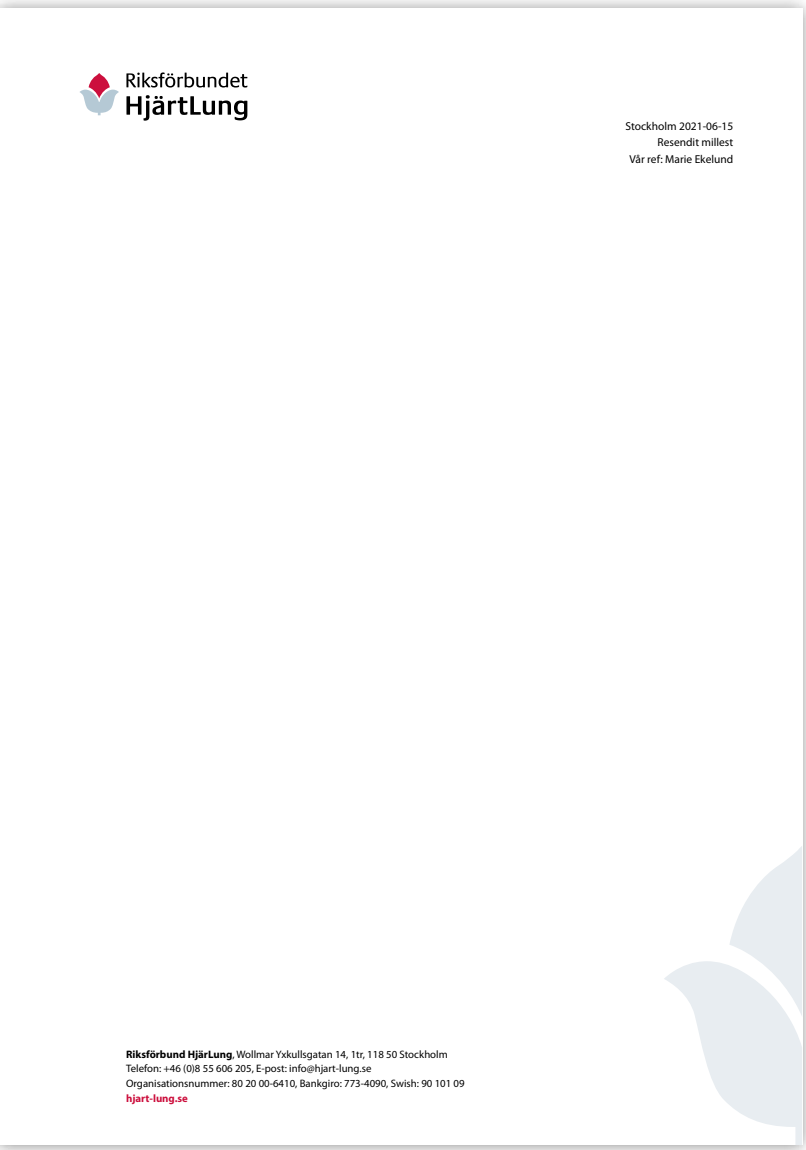
Plats för datum och vår referens.

Sidfot med kontaktuppgifter.

Knoppen förstärker den grafiska identitet. **Skriv aldrig text över knoppen!**

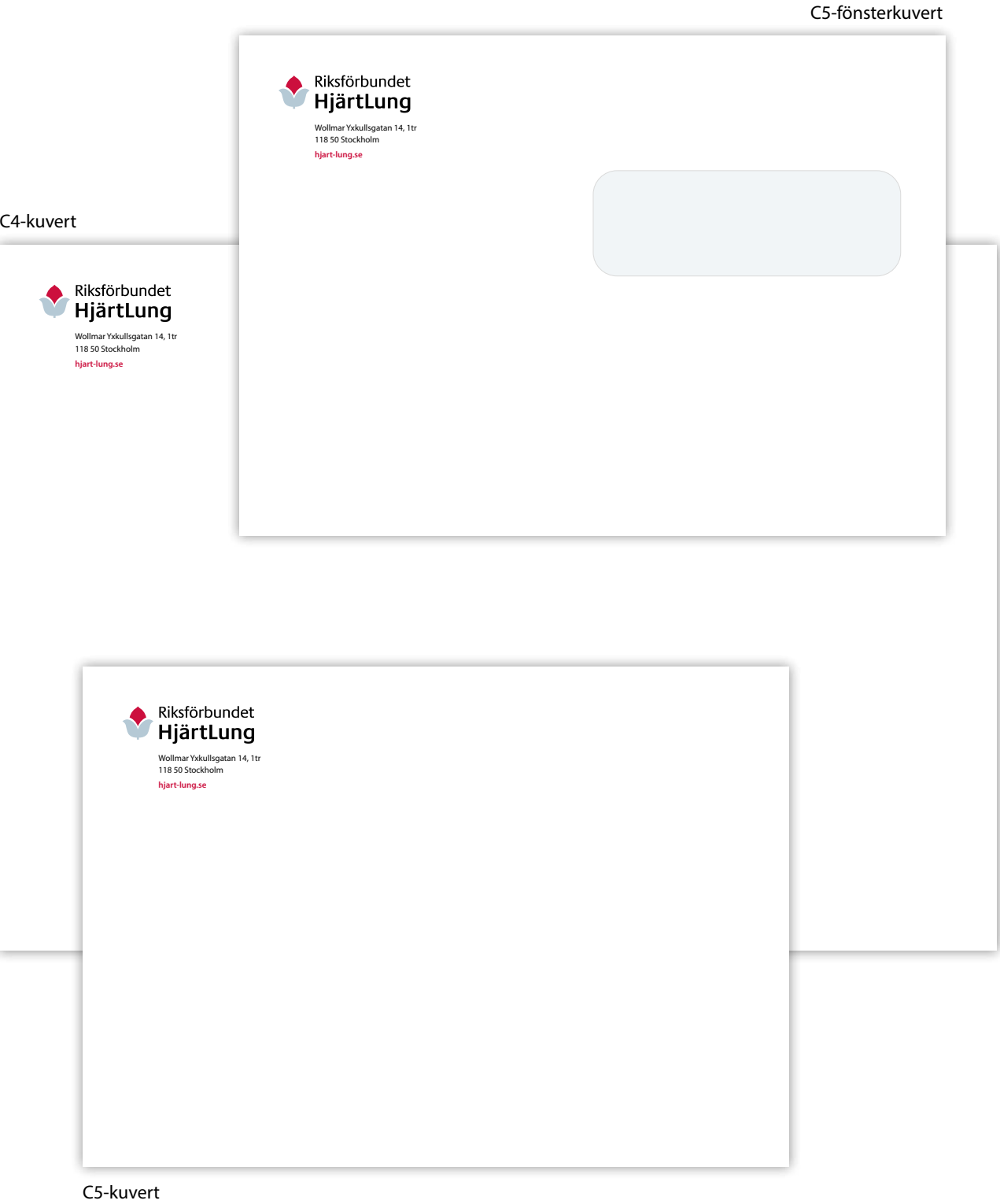
Brev

Den vänsterställda logotypen används genomgående på brevmallar.



Kuvert

C4-kuvert, C5-kuvert och C5 fönsterkuvert har samma enhetliga utseende.



Annonser – helsida

Våra annonser ska förmedla livskvalitet och glädje. Det ska endast finnas **ett** budskap per annons för att öka tydligheten och genomslaget. En ruta med information om värvning eller insamling kan ligga nertill.

Valet av bild är viktigt och den beskärs nertill med svag lutning, se exempel nedan.

Rubriken görs så kort som möjligt och ska locka till läsning. Logotypen ska placeras längst ned till vänster i det vita fältet liksom webbadressen. Text eller bild får inte täcka ”knoppen”.

Annonsförslag: Bli medlem

Annonsförslag: Ge en gåva



Bli aktiv med oss

Var femte svensk lever idag med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom. Att ta hand om sig själv och sin sjukdom är viktigt för att kunna leva ett så bra liv som möjligt trots sjukdomen.

Kunskap och motivation till ett bättre liv

Riksförbundet HjärtLung har med stöd av Socialstyrelsen tagit fram tre patientutbildningar med fokus på egenvård och livskvalitet – om KOL, hjärtsvikt och förmaksflimmer. Patientutbildningarna handleds av fysioterapeut eller sjuksköterska och erbjuder kunskap och stöd oavsett var i landet man bor.

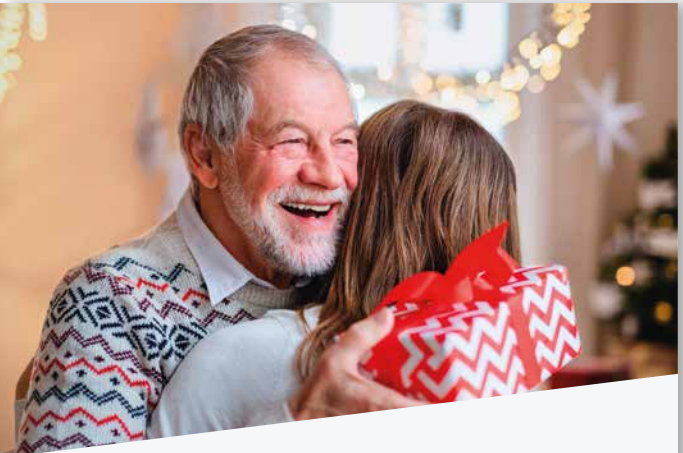
Läs mer om Aktiv med oss på hjart-lung.se

Bli medlem

Genihicil eicaborem fuga. Agnam, cum tistiti volore cupiaqu ataquatus ex et quis et et, corporeped quid qui illoris moditis qui quat. hjart-lung.se



hjart-lung.se



Ge en julgåva till vårt livsviktiga arbete

Var femte svensk lever med sjukdom i hjärtat, kärlen eller lungorna. Det innebär med största sannolikhet att någon i din närhet är drabbad. Riksförbundet HjärtLung arbetar för att alla med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska få bästa möjliga vård och livskvalitet. Du kan hjälpa oss att göra ännu mer.

Din gåva bidrar bland annat till att:

- Stödja patientvald forskning som gör skillnad för livet och vardagen när sjukdomen är ett faktum.
- Göra människor med hjärt-, kärl- och lungsjukdom sedda i vården.
- Erbjuda anpassade aktiviteter för en bättre livsstil.
- Förmedla trygghet och gemenskap genom våra föreningar.

Tack för din gåva – den gör skillnad!





hjart-lung.se

Annonser – halvsida

Våra annonser ska förmedla livskvalitet och glädje. Val av bild är viktigt och ska förstärka känslan i texten.

Annonsen ska endast innehålla **ett** budskap för att öka tydligheten och genomslaget. Det enda som får ”konkurrera” är en mindre ruta med information eller en QR-kod som läggs till höger om texten om den inte får plats under texten. Logotypen ska placeras nertill till vänster.

Rubriken görs kort och lockande. Text eller bild får inte täcka ”knoppen”.



Bli aktiv med oss

Var femte svensk lever idag med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom. Att ta hand om sig själv och sin sjukdom är viktigt för att kunna leva ett så bra liv som möjligt trots sjukdomen.

Kunskap och motivation till ett bättre liv

Riksförbundet HjärtLung har med stöd av Socialstyrelsen tagit fram tre patientutbildningar med fokus på egenvård och livskvalitet – om KOL, hjärtsvikt och förmaksflimmer. Patientutbildningarna handleds av fysioterapeut eller sjuksköterska och erbjuder kunskap och stöd oavsett var i landet man bor.

Läs mer om Aktiv med oss på hjart-lung.se

Bli medlem

Genihicil eicaborem fuga. Agnam, cum tistiti volore cupiaqu ataquatus ex et quis et et, corporeped quid qui illoris moditis qui quat. hjart-lung.se



hjart-lung.se



Ge en julgåva till vårt livsviktiga arbete

Var femte svensk lever med sjukdom i hjärtat, kärlen eller lungorna. Det innebär med största sannolikhet att någon i din närhet är drabbad. Riksförbundet HjärtLung arbetar för att alla med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska få bästa möjliga vård och livskvalitet. Du kan hjälpa oss att göra ännu mer.

Din gåva bidrar bland annat till att:

- Stödja patientvald forskning som gör skillnad.
- Göra människor med hjärt-, kärl- och lungsjukdom sedda i vården.
- Erbjuda anpassade aktiviteter för en bättre livsstil.
- Ge trygghet och gemenskap i våra föreningar.

Tack för din gåva – den gör skillnad!





hjart-lung.se

Informationsrutan innehåller ett av dessa tre budskap:

- Bli medlem.
- Ge en gåva.
- Bli månadsgivare.

Det är viktigt att **alltid** ha med adressen till vår hemsida!

Bilden ska beskäras i nederkant med denna vinkel. På hemsidan finns en mall att ladda ner.

Pluggannonser

Ibland blir det luckor i tidningar, magasin och på internet och då kan utfyllnadsannonser, så kallade pluggannonser, användas.

Budskapet ska vara kort och koncist och få läsaren att söka mer information, t ex på vår hemsida. Anpassa text och övrig information till utrymmet så att logotypen syns tydligt och ”knoppen” inte blir skymd.

Om annonsen innehåller ett insamlingskonto ska logotypen från Svensk Insamlingskontroll alltid finnas med. Läs mer om detta på insamlingskontroll.se.

Annonserna nedan är exempel på utformning.



Hjälp oss att hjälpa

Var femte svensk lever med sjukdom i hjärtat, kärlen eller lungorna. Det innebär med största sannolikhet att någon i din närhet är drabbad. Riksförbundet HjärtLung arbetar för att alla med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska få bästa möjliga vård och livskvalitet. Du kan hjälpa oss att göra ännu mer.

Stöd oss idag!
Swish: 90 101 09 | Bankgiro: 901-0109

hjart-lung.se





Bli aktiv med oss

Vi arbetar för att du som lever med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska få bra vård och god livskvalitet.

hjart-lung.se

Bli medlem



Roll-up

På våra rollups använder vi den vänsterställda logotypen men lägger den centrerad överst på rollupen. Detta för att den ska synas även på långt håll.

Rubriken ska vara kort och tydlig och kunna läsas på avstånd.

Välj bilder med glädje, värme och inspiration. Kvalitén och upplösningen ska hålla för stort format och fungera med svart eller vit text – undvik röriga bilder som gör texten svårsläst.

Rollups med enbart text kan se ut som exemplet till höger.

Viktigt! Om rollupen ska stå bakom ett bord så ska text och viktig information placeras på övre halvan så att den inte blir skymd.





Bli medlem!

Riksförbundet HjärtLung arbetar för att du som lever med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska få bra vård och god livskvalitet.

hjart-lung.se





Bli medlem!

Riksförbundet HjärtLung arbetar för att du som lever med hjärt-, kärl- och lungsjukdom ska få bra vård och god livskvalitet.

hjart-lung.se

Broschyrer – omslag

Färg, form, dekorelement och logotypens placering identifierar Riksförbundet HjärtLung som avsändare. Tillsammans med läns- och lokalföreningarnas egna produkter förstärks det gemensamma uttrycket.

Broschyrer om diagnoser, livsstil och hälsa görs i A5-format.

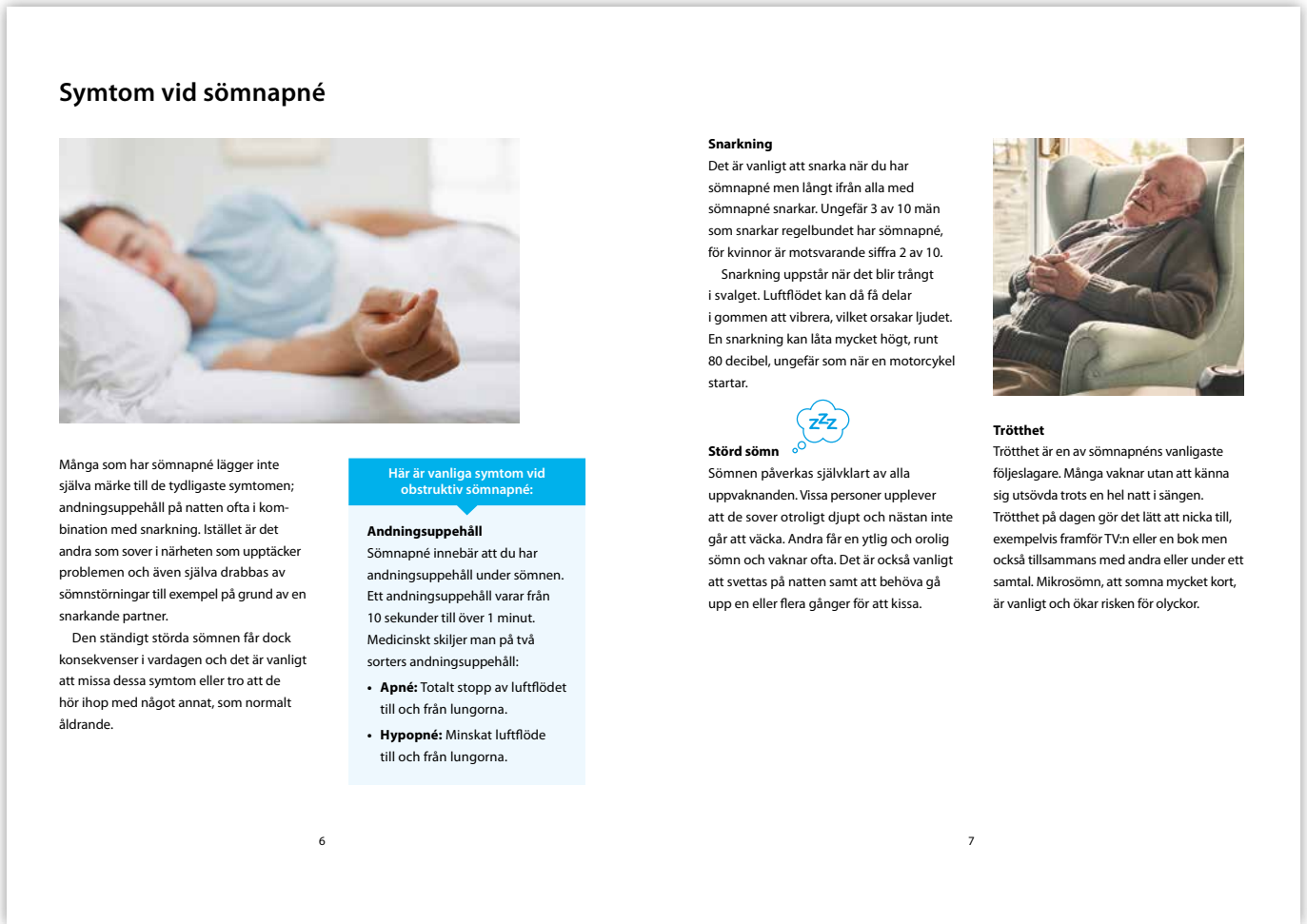


Broschyrer – inlägga

Rubriker används för att fånga läsarens intresse. Underrubriker lättar upp och ger en snabb och tydlig orientering i texten.

En bra bild får gärna ta plats. Tänk på att behålla lite luft runt texter och bilder för ett enkelt, snyggt och proffsigt intryck.

Färgplattor, ikoner och faktarutor är ett annat effektivt sätt att lyfta fram viktig information.

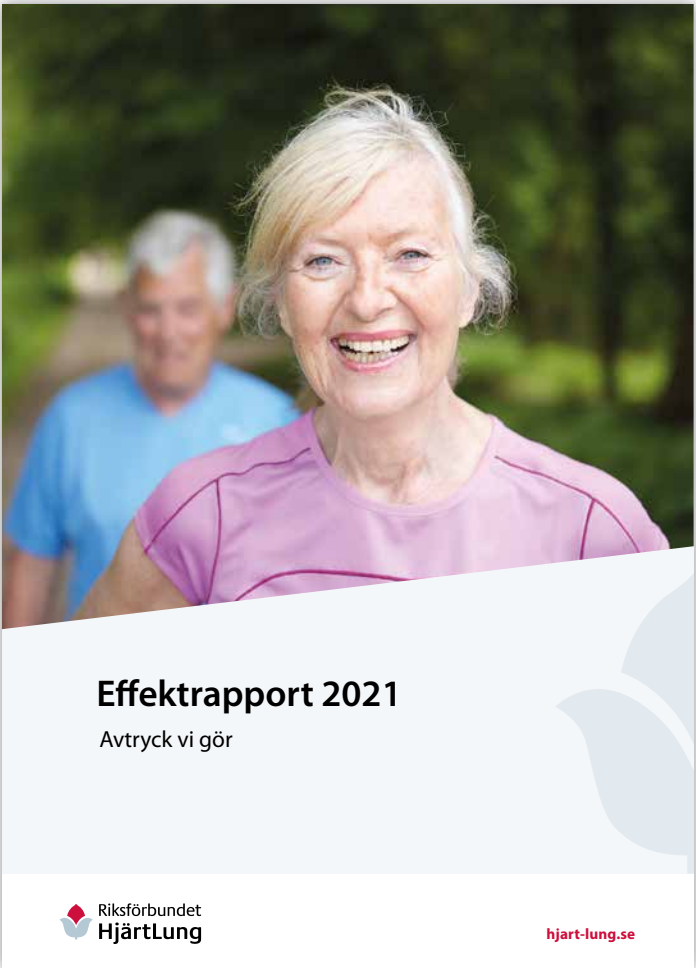


Rapporter – omslag

Beroende på rapportens innehåll väljer man en omslagsbild som anknyter till texten.

Om rapporten innehåller flera olika teman och budskap kan man välja en mer neutral formgivning på omslaget där enbart riksförbundets färgskala och dekorelement används.

Exemplet är i A4-format vilket är det format vi använder på rapporter och broschyrer som innehåller information till förtroendevalda och externa kontakter.



Rapporter – inlaga

Rubriken tillsammans med en bred ingressen ger en tydlig startpunkt på sidan.

Layouten med två spalter gör den löpande texten lättläst. Underrubriker lättar upp och ger en snabb och tydlig orientering i texten.

Använd bilder som anknyter till och förstärker budskapet i texten. Bildtexter kan användas för att lyfta fram viktig information eller presentera personerna som syns på bilden.



Affischer

En affisch ska informera, uppmuntra och övertyga läsaren. Det kan handla om att bli medlem i en lokalföreningen, inbjudan till en föreläsning eller tips om en gemensam promenad. Storleken på affischen kan variera beroende på utrymmet där den ska sättas upp.

Våra affischer ska förmedla livskvalitet och glädje. Val av bild är viktig och den beskärs nertill med svag lutning, se exempel nedan.

Affischen ska innehålla **ett** budskap. Det enda som får ”konkurrera” är en mindre ruta med information om värvning eller insamling.

Logotypen ska placeras nertill till vänster. Rubriken görs kort för att locka till att läsa mer. Text eller bild får inte täcka ”knoppen”.



Bli aktiv med oss

Var femte svensk lever med hjärt-, kärl- eller lungsjukdom. Att ta hand om sig själv och sin sjukdom är viktigt för att kunna leva ett så bra liv som möjligt trots sjukdomen.

Kunskap och motivation till ett bättre liv
Riksförbundet HjärtLung har med stöd av Socialstyrelsen tagit fram tre patientutbildningar med fokus på egenvård och livskvalitet – om KOL, hjärtsvikt och förmaksflimmer. Patientutbildningarna handleds av fysioterapeut eller sjuksköterska.

Läs mer på hjart-lung.se

Bli medlem

Genihicil eicaborem fuga. Agnam, cum
*tissiti volore cuptaqui ataquatus ex et quis
et et, corporeped quid qui illoris moditis
qui quat. hjart-lung.se



Riksförbundet
HjärtLung

hjart-lung.se



Vi finns för dig

Var Riksförbundet HjärtLung arbetar för att du som har hjärt-, kärl- eller lungsjukdom ska kunna leva ett så bra liv som möjligt.

Vi erbjuder stöd och kunskap för att du ska:

- Bli sedd i vården
- Få möjlighet till anpassad motion och en bättre livsstil
- Uppleva trygghet och gemenskap

Välkommen till HjärtLung!

Bli medlem

Genihicil eicaborem fuga. Agnam, cum
*tissiti volore cuptaqui ataquatus ex et quis
et et, corporeped quid qui illoris moditis
qui quat. hjart-lung.se



Riksförbundet
HjärtLung

hjart-lung.se

↑
Det är viktigt att **alltid** ha med adressen till vår hemsida!

↑
Bilden ska beskäras i nedkant med denna vinkel. På hemsidan finns en mall att ladda ner.

Viktigt att tänka på när du beställer trycksaker

Det är flera saker man bör tänka på innan man beställer en trycksak. Vi tagit fram en checklista med de viktigaste punkterna för att slutresultatet ska bli så bra som möjligt.

Vill du ha ytterligare stöd och goda råd, kontakta oss på Riksförbundet HjärtLungs kansli så hjälper vi dig.

1. TYP AV TRYCKSAK

Definiera vilken typ av trycksak du ska producera.

Affisch = reklam- eller informationsblad med tryck på en sida, som sätts upp på väggen.

Arbetsduk = en trycksak som används som pedagogiskt verktyg vid utbildningar med möjlighet att skriva på.

Blad = enklare produkt som till exempel följbrev eller flyer, med tryck på en eller båda sidorna.

Broschyr = en trycksak bestående av åtta eller fler sidor, som binds ihop genom rygglamman eller limbindning.

Folder = från engelskans ”fold” = vika. En flersidig trycksak som inte hålls ihop av rygglamman eller limbindning utan viks ihop med en eller flera veck.

Vykort = ett mindre kort med tryck på en eller båda sidorna.

2. FORMAT

Ange vilka mått trycksaken ska ha, breddvärdet först och sedan höjdvärdet. Formatet kan var stående eller liggande. Här är tre av de vanligaste formaten:

A5 = 148 x 210 mm

A4 = 210 x 297 mm

A3 = 297 x 420 mm

Exempel: Om du ska göra en stående A5-folder så är det ett liggande A4-ark som viks på mitten med slutformatet 148 x 210 mm.

3. FÄRGER

Ange vilka färger som ingår i trycksaken.

En färg = används till enklare trycksaker som trycks i en färg, till exempel 100% svart.

Fyrfärg = CMYK som står för en blandning av färgerna Cyan (blå), Magenta (rosaröd), Yellow (gul) och Key (svart). På sidorna 10–11 i manualen finns Riksförbundet HjärtLungs färger, bland annat i CMYK.

Pantonefärg = färdigblandade färger som anges med PMS-nummer. När Riksförbundet HjärtLung ska trycka sin logotyp i Pantonefärger är det följande PMS-nummer som används:

Röd: PMS 193

Grå: PMS 5445

Bra att veta: På tryckeriet har man specialuttryck som kan vara bra att känna till när man pratar om färger:

1+0 = Tryck med 1 färg (t ex 100% svart) på en sida, inget tryck på baksidan.

1+1 = Tryck med 1 färg på framsidan och 1 färg på baksidan.

4+0 = Tryck med fyrfärg på en sida.

4+4 = Tryck med fyrfärg på både fram- och baksida.

Fortsättning på nästa sida! —————>

4. PAPPERSKVALITET

Riksförbundet HjärtLung använder följande papperskvaliteter till sina trycksaker:

Broschyr, A5 = Silk, vitt.

Omslag 130 gram, inlaga 130 gram

Broschyr A4 = Silk, vitt.

Omslag 200 gram, inlaga 130 gram

Flyer, A4 = Silk, vitt, 150 gram

Folder, A5 = Silk, vitt, 200 gram

Följebrev, A4 = Obestruket, vitt, 120 gram

Vykort = Invercote G (oliksidedigt), vitt, 260 gram

Små kort med informationstext = Silk, 300 gram

Tips: För mer påkostade broschyrer kan man välja ett omslagspapper som är tjockare än pappret i inlagan.

5. UPPLAGA

Bestäm hur stor upplagan ska vara, en större upplaga ger vanligtvis ett lägre styckpris. Men fundera även på kostnader för lagerhållning samt hur länge informationen i trycksaken är aktuell. Det kan vara klokt att börja med att trycka ett mindre antal för att kunna uppdatera materialet längre fram.

6. TRYCKMETOD

Digitaltryck = den vanligaste tryckmetoden idag, lämplig för mindre upplagor och med lägre startkostnad. Med digitaltryck är det enkelt att uppdatera en trycksak och att göra informationen personlig. Digitaltryck görs vanligen i fyrfärg (CMYK) men kan också göras i enstaka färger.

Offsettryck = används för större upplagor. Fråga tryckeriet vad som är lämpligast tryckmetod för upplagan.

Screentryck = används till tryck på textil samt på papper och plast. Vid screentryck anger man sina färger i PMS (Pantone).

7. TRYCKOFFERT

När tryckeriet har alla uppgifter om trycksaken ber du att få en offert. Läs offerten noga så att den stämmer med din beställning vad gäller sidantal, format, färger, papperskvalitet och upplaga mm.

Ta gärna in offerter från flera tryckerier så att du kan jämföra priser och andra leveransvillkor.

8. KORREKTUR

Innan tryckningen startar kan det vara tryggt att få ett digitalt korrektur. Då har du en sista möjlighet att kontrollera att stavning, typsnitt, färger, bilder, logotyper med mera är rätt. Fråga om ett digitalt korrektur ingår i priset.

När du har gett ditt godkännande startar tryckningen.

9. LEVERERANSDATUM, LEVERANSADRESS OCH MÄRKNING

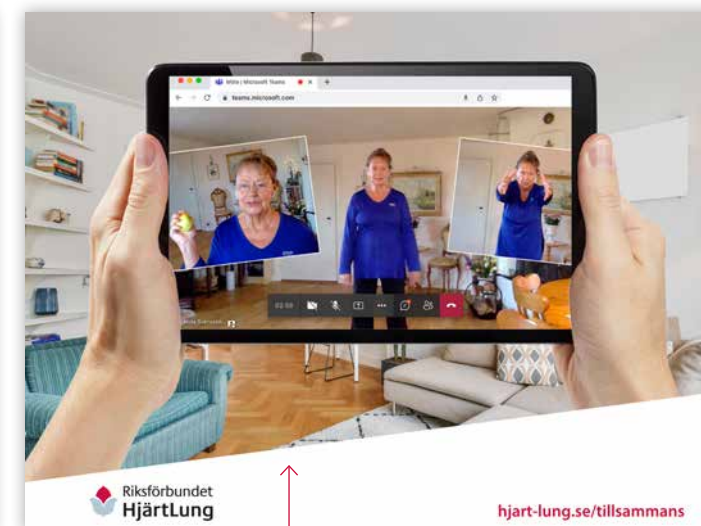
- Bestäm vilket datum trycksaken ska levereras och se till att ha marginal för eventuella förseningar.
- Ange fullständigt namn, adress och mobilnummer till den/de som ska ta emot leveransen samt antalet trycksaker de ska ha.
- Be tryckeriet märka kartongerna med beställarens namn, vilken trycksak det är samt antal, så att det är lätt att identifiera materialet på ett lager.

Digitala annonser på Facebook och Instagram

Våra digitala annonser ska liksom övrig annonsering förmedla livskvalitet och glädje och endast innehålla **ett** budskap per annons för att öka tydligheten och genomslaget.

Valet av bild är viktigt och den beskärs nertill med svag lutning, se exempel nedan.

Rubrik och text ska locka till läsning. Logotypen ska placeras längst ned till vänster i det vita fältet liksom webbadressen.



Bilden ska beskäras i nederkant med denna vinkel.

Adressen till vår hemsida kan kompletteras med en länk till en aktuell kampanjsida, här Tillsammans-sidan.

Ett citat från en deltagare förstärker ett positivt budskap om vår Lättgympa.

E-postavsändare och webbadress

Riksförbundet mejlavsändare ska vara enhetlig med tydliga kontaktuppgifter.

Så här skapar du signaturen i Outlook

1. Klicka på "Nytt e-postmeddelande" och sedan på "Signatur". Klicka därefter på "Signaturer" och lägg in aktuella uppgifter.
2. Använd Riksförbundet HjärtLungs nya logotyp.

3. Kontaktuppgifterna skrivs som i exemplet här nedan med typsnittet Verdana i 9 punkter och med ett lodrätt streck mellan uppgifterna. Lodrätt streck skapas med: Altgr+<.
4. Webbadressen skrivs alltid med typsnittet Verdana. Observera att www utelämnas i webbadressen. Exempel:
hjärt-lung.se
hjärt-lung.se/jonkopingslan
hjärt-lung.se/jonkoping

Från: Anna Andersson
Skickat: den 1 juni 2021 09:20
Till: Sven Svensson <sven.svensson@hjärt-lung.se>
Ämne: Ny e-postavsändare och webbadress

Hej Sven!
Så här ser vår nya e-postavsändare och webbadress ut.

Med vänlig hälsning,
Anna Andersson
Ansvarig marknadsföring



Riksförbundet HjärtLung | Wollmar Yxkullsgatan 14, 1 tr | 118 50 Stockholm
Växel: 08-55 606 200 | Direkt: 08-55 606 200 | Mobil: 070-100 20 30
Hemsida: [hjart-lung.se](https://www.hjart-lung.se) | Org.nr: 802000-6410 | Gilla oss: [f](#)

Följ oss gärna på www.tillsammans.se

Exempel på länk till aktuell kampanj.
Glöm inte att uppdatera informationen när det kommer nya kampanjer.

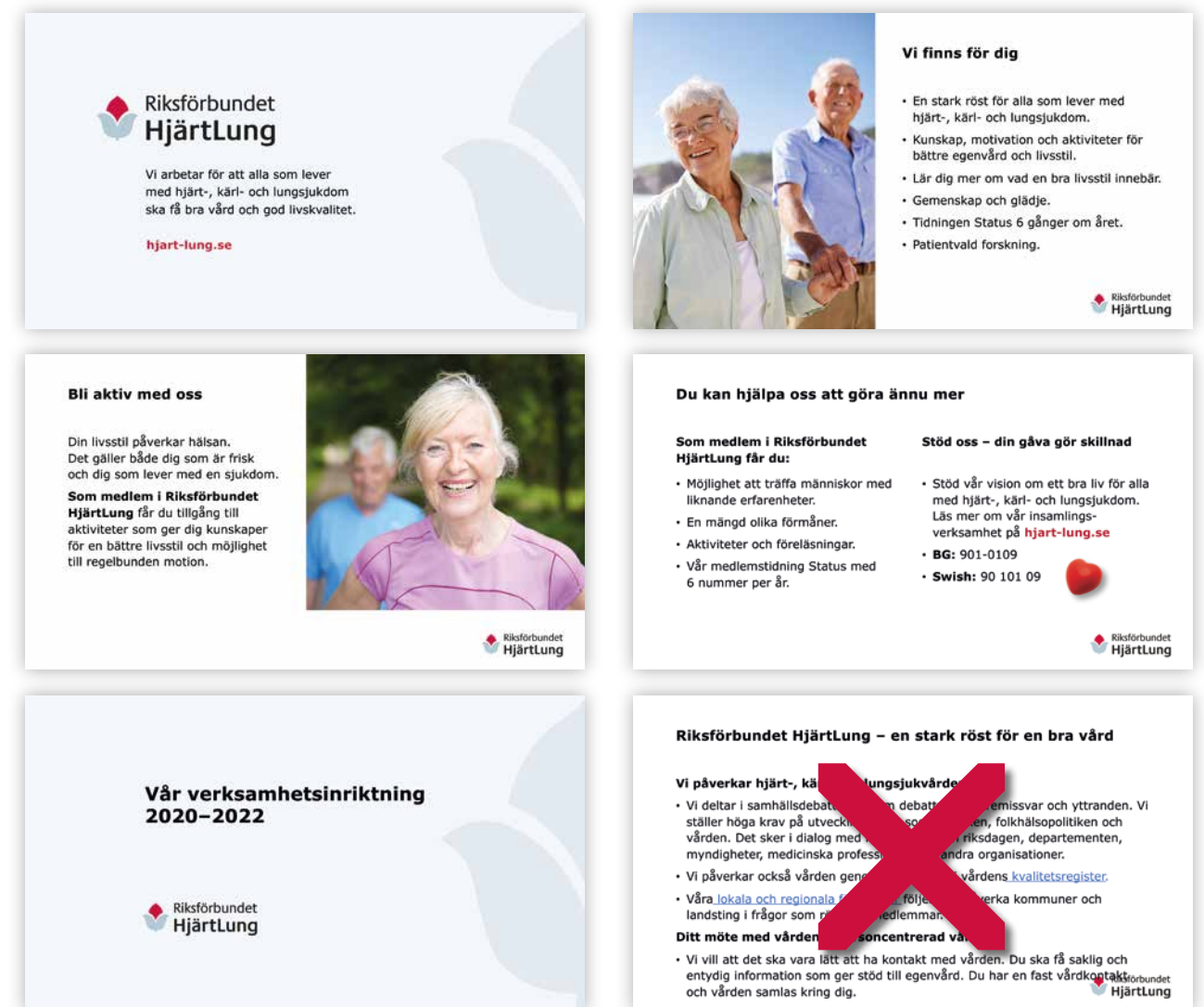
PowerPoint

Startsidan på Powerpoint-presentationen innehåller logotyp, dekorelement mot grå bakgrund samt webbadress. Här kan man skriva en kort innehållsbeskrivning eller använda riksförbundets vision.

De följande sidorna innehåller en sidfot med logotypen och en enkel mall för rubrik, text och illustrationer. Typsnittet är Verdana.

Viktigt! Lägg **aldrig** text, bilder eller illustrationer över logotypen. Använd en mallside i powerpoint-dokumentet som passar ditt innehåll, se exempel nedan.

Ladda ner Powerpoint-mallen från [hjart-lung.se](https://www.hjart-lung.se).



Om du vill dela in ppt-presentationen i olika kapitler kan du använda denna mallside för att göra en tydlig övergång till nästa avsnitt.

Undvik att fylla bilderna med mycket text, sammanfatta de viktigaste punkterna. Komplettera gärna med bilder och grafer som gör presentationen inspirerande.

Lägg aldrig text eller bilder över logotypen!

Bannerannonser

Målet med bannerannonser är att snabbt fånga läsarens intresse och få personen att klicka sig vidare till en länkad sida med mer information.

Texterna ska vara korta och koncisa och ska tillsammans med bilden locka till läsning. Text eller bild får inte täcka ”knoppen”.

Bannerannonserna här är exempel på utformning.



Ta bort ”knoppen” när utrymmet är trångt.



Bilden ska beskäras i nederkant med denna vinkel.

Profilprodukter

Riksförbundet HjärtLungs röda färg utstrålar glädje, värme och styrka och fungerar som signal på våra profilprodukter.

- När bakgrunden är röd ska den vita (negativa) logotypen användas.
- När bakgrunden är vit eller ljus ska den vanliga logotypen användas. Logotypen i 100% svart fungerar också mot ljus bakgrund.



Riksförbundet HjärtLung

Wollmar Yxkullsgatan 14, 1 trappa
118 50 Stockholm

Telefon: 08-556 06 200

E-post: info@hjärt-lung.se

Organisationsnummer: 802000-6410

hjärt-lung.se



Riksförbundet
HjärtLung