



GRAFISK MANUAL

Riktlinjer och förhållings-
sätt för framtagning och
publicering av innehåll i
digitala och tryckta kanaler



Syftet med denna grafiska manual är att skapa en enhetlig, tydlig och igenkännbar kommunikation för Dalarnas Klätterklubb (DKK). Manualen ger vägledning i hur klubbens visuella identitet används och fungerar som ett stöd vid framtagning och publicering av innehåll, både digitalt och i fysiska kanaler. På så sätt skapar vi en sammanhållen kommunikation, oavsett vem som står bakom innehållet.

TYPOGRAFI

En konsekvent användning av typsnitt gör kommunikationen tydlig, genomtänkt och lätt att känna igen. Detta bidrar till att stärka DKK:s visuella identitet och skapar en tydlig avsändare i alla kanaler.

Bebas Neue används främst för rubriker och kortare text som behöver fånga uppmärksamhet. Typsnittets karaktär är tydlig och uttrycksfull, vilket ger kommunikationen energi och en stark visuell identitet.

Montserrat används som brödtext och för längre informationsstycken. Det är ett enkelt och lättläst typsnitt som kompletterar Bebas Neue utan att konkurrera med rubrikerna.

Kombinationen skapar en tydlig hierarki mellan rubrik och brödtext och fungerar väl både digitalt och i tryck.

BEBAS NEUE

Används för rubriker och kortare texter. 20pt teckenavstånd ger texten luft och ökar läsbarheten.

Montserrat

Används för brödtext och längre informationsstycken. Ett teckenavstånd på 10pt är att föredra för att öka läsbarheten.

Ladda ned båda från Google Fonts här:

<https://tinyurl.se/d8P>

FÄRGER

DKK:s färgpalett består av två etablerade profolfärger som länge har använts i klubbens visuella kommunikation och i logotypen.

Genom att använda färgerna konsekvent skapas kontinuitet och en tydlig koppling till klubbens befintliga visuella identitet.



#2EAADC

DKK:s primära färg. Används som basfärg i grafiskt material. Undvik som bakgrund för vit text då kontrasten är för låg för god läsbarhet.



#FECBOF

Denna färg fungerar som accentfärg och kan användas för att framhäva viktiga delar av kommunikationen.

LOGOTYP

DKK:s logotyp är en etablerad del av klubbens visuella identitet och ska användas konsekvent för att skapa igenkänning och en tydlig avsändare. Den första logotypvarianten ska i första hand användas.

Den alternativa varianten kan användas när sammanhanget eller formatet kräver det.

Logotypens utseende ska alltid bevaras. Ändra inte dess färger, proportioner eller andra visuella egenskaper.

Kom ihåg att ge den tillräckligt med utrymme från text och andra grafiska element.

#1



#2

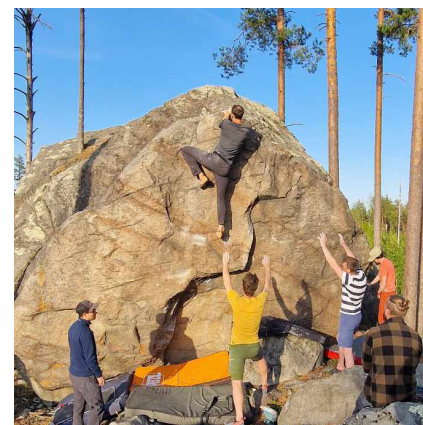
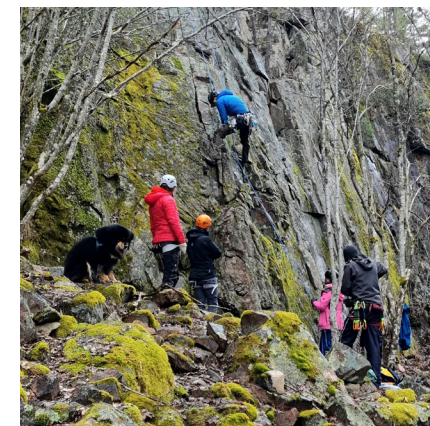


BILDSPRÅK

Ett genomtänkt bildspråk bidrar till att skapa rätt känsla och förstärker DKK:s kommunikation. Bilderna ska vara relevanta för det sammanhang de används i och gärna spegla klubbens verksamhet, miljöer och gemenskap.

Välj en bild som känns relevant, genuin och representativ för DKK. En bild från den faktiska verksamheten är alltid att föredra framför en generisk bild som saknar koppling till sammanhanget.

Låt gärna bilderna förmedla **gemenskapen** och **upplevelsen** som finns kring klättring. Visa människor som klättrar tillsammans, stöttar varandra och delar upplevelser, både på klippan och runt omkring den.



SOCIALA MEDIER

Här följer tekniska rekommendationer för publicering på DKK:s sociala medier, med fokus på bild-format och storlekar för respektive plattform och innehållstyp.

INSTAGRAM-INLÄGG

4:5 1080 × 1350 px

Rekommenderat format för inlägg i flödet.

INSTAGRAM REEL

9:16 1080 × 1920 px

Vertikalt format för video och Reels.

FACEBOOK-EVENTBANNER

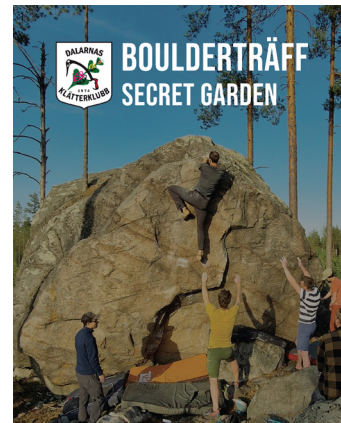
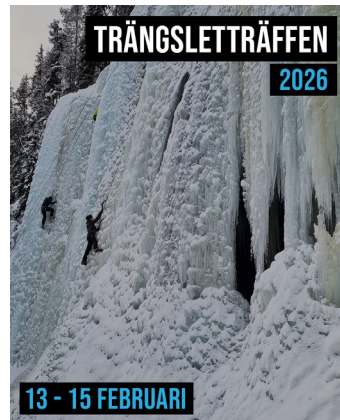
1.91:1 1920 x 1005 px

Brett format för eventets omslagsbild.

Centrerad text/logotyp för synlighet på alla enheter.

EXEMPEL

INSTAGRAM-INLÄGG 4:5



FACEBOOK-EVENTBANNER 1.91:1

