

Göteborgs Beachvolley Klubb – Grafiska Guidelines 2015 (uppdaterad feb 2015)

Innehåll

1. Bakgrund,
2. Kärnvärden/Målsättning
3. Typsnitt/typografi
4. Presentationsmall
5. Word brevmall
6. Beståndsdelar:
 - a. Logotype och färgpalett
 - b. Tilltal/Tonläge
 - c. Bildspråk
 - d. Kontorsmaterial
 - e. Annonsering
 - f. Affischer
 - g. Regler för webbsidan
 - h. Regler för info monitorer

Bilaga 1: Publicering av bilder i föreningslivet.

Bilaga 2: Bildpublicering av personer i idrottsmiljöer. RF

1. BAKGRUND

Göteborg Beachvolley Club (GBC) är Sveriges största beachvolley klubb och har över 1800 medlemmar i alla åldrar. Klubben äger världens största beachvolleyhall, Beach Center, i Kviberg, med 16 banor. GBC har funnits sedan 1993 och fyller 21 år (!) 2014. Vår grafiska profil förstärker GBC som varumärke och beachvolley klubb.

2. KÄRNVÄRDEN/MÅLSÄTTNINGAR

GBC har som målsättning att utveckla medlemmarnas färdigheter i beachvolleyboll, att främja och driva sporten som sådan framåt och att fungera som ett motionscentrum för Göteborgarna. I GBC är alla välkomna och det finns möjlighet till träning för alla nivåer, från nybörjare till elitspelare. Beachvolley är en sport som passar både gammal och ung och som är rolig och givande oavsett nivå.

GBCs kärnvärden är:

- **Gemenskap** – alla är välkomna oavsett ålder, kön eller bakgrund.
- **Hänsyn** – klubben och dess medlemmar tar hänsyn till miljön och människor i allt som görs i klubbens regi.
- **Spelglädje** – det är roligt att spela och träna beachvolley. Alla som är GBC medlemmar sprider gärna spelglädje och gemenskap som beachvolleyn ger.

3. TYPSNITT OCH TYPOGRAFI

Följande typsnitt skall användas:

Typsnitt	Exempel
GBC logotypsnitt "DIN" är det rubrikteckensnitt som ska användas i annonser, trycksaker och utställningsmaterial.	EASTER CUP Start april 2015 – anmäl er nu.
Rubriker Helvetica/Verdana Arial används som ledtexter i blanketter och brevpapper och som rubriker i PPT. Arial används i både rubriker- och brödtext. Arial skall användas i all digitala medier; webbsidor, info monitorer och digitala nyhetsbrev.	DIN Om inte Helvetica font finns, så kan Verdana användas.
Verdana Verdana används för brödtext i annonser och trycksaker.	Nu kan alla GBC medlemmar anmäla sig till höstens sommarträningar.

4. PRESENTATIONSMALL



Rubrik

Underrubrik

2014-03-31

Göteborg Beachvolley Club - Hjärtat i svensk beachvolley!

1



Rubrik

- Skriv text här

2014-03-31

Göteborg Beachvolley Club - Hjärtat i svensk beachvolley!

2

5. WORD PM OCH BREVMALL



6. BESTÅNDSDELAR

a. GBC logotype och färgpalett.

FÄRGER

			
RGB:	31,105,170	231,49,71	255,255,255
CMYK:	87,54,7,0	0,91,64,0	0,0,0,0
HEX	1F69AA	E73147	FFFFFF

PMS färger:

Blå 285, Röd 485 och Vit.



Så här skall logotypen användas:



1.1) Det här är GBCs original logotype.

Användningsområden:

- Officiella GBC trycksaker både print och digitalt.
- GBC kläder; T-shirts, linnen, shorts, tajts, överdragskläder, väskor, vattenflaskor.

	1.2) Den liggande GBC logotypen används endast när utrymmet är begränsat på höjden. Den liggande GBC logotypen kan även användas när det är estetiskt snygg på textiltryck, t.ex. nedre rygg på T-shirts och linnen.
	2.1) Den svart/vita GBC logotypen används i de fall där det inte går att använda färg och har ljus bakgrund.
	2.2) Den svart/vita GBC logotypen används i de fall där det inte går att använda färg och har ljus bakgrund. Den liggande GBC logotypen kan även användas när det är estetiskt snygg på textiltryck, t.ex. nedre rygg på T-shirts och linnen.

	3.1) Den vita och transparenta GBC logotypen kan användas på färgade bakgrunder och material. Används när det inte passar att ha färg i logotypen, t.ex. rosa bakgrund, röd bakgrund.
	3.2) Den vita GBC logotypen kan användas på färgade bakgrunder och material. Används när det inte passar att ha färg i logotypen, t.ex. rosa bakgrund, röd bakgrund. Den liggande GBC logotypen kan även användas när det är estetiskt snygg på textiltryck, t.ex. nedre rygg på T-shirts och linnen.

	4.1) GBC logotypen med vit platta kan användas på färgade bakgrunder och material.
	4.2) GBC logotypen med vit platta kan användas på färgade bakgrunder och material. Den liggande GBC logotypen kan även användas när det är estetiskt snygg på textiltryck, t.ex. nedre rygg på T-shirts och linnen.



6.b TILLTAL/TONLÄGE

Tilltal och tonläge skall alltid vara vänligt och korrekt. GBCs medlemmar och målgrupp finns i olika åldrar, kön och med olika bakgrunder. Tonläget skall vara uppmuntrande och inspirerande, aldrig kritiserande eller uppmånande.

6.c BILDSPRÅK

(Obs! V.v. se bilaga 1 Lag om namn och bild i reklam)

Bilder som används, skall vara foto av beachvolleymiljöer och riktiga människor i beachvolleymiljö. Obs! Bilder skall GBC äga copyrighten till eller ha lov från ägaren att använda. Vi skall inte använda tecknade bilder och inte använda olika typsnitt och färger. Allt för att budskapet är tydligt och visuellt.

6.d KONTORSMATERIAL

- Visitkort

	
Namn	
Titel	
Adress	
Tel. nr	
E-mail	

- Namnskyltar

	
Namn	
Titel	

6.e AFFISCHER

Officiella mallar finns för följande GBC aktiviteter:

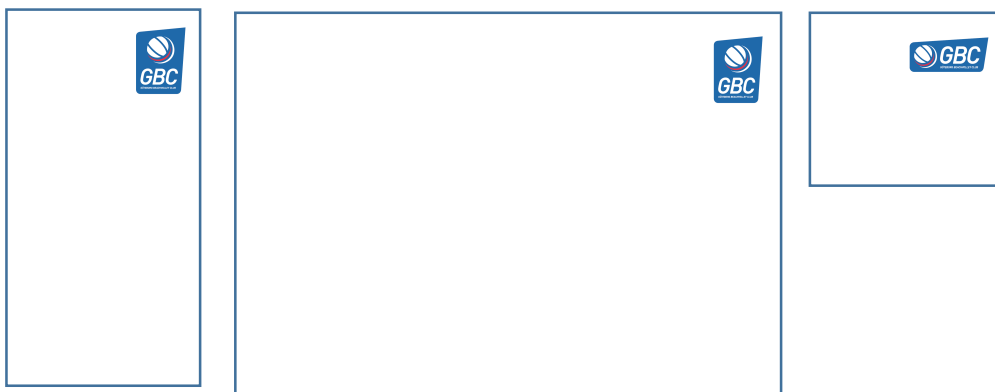
- Easter Cup
- Halloween Cup
- Klubbmästerskap
- Turneringar
- Trettondagsturneringar
- Prova-på beachvolley
- Kidsvolley
- Allmänt

Det som gäller är följande:

(Obs! V.v. se bilaga 1 Lag om namn och bild i reklam)

- Endast fotografier av GBC aktiviteter och GBC medlemmar skall användas. **Obs!** Det är viktigt att medlemmen har godkänt användandet innan fotot används.
 - Om GBC har köpt foton från en fotograf är det viktigt att fotografens namn står och det är fotografens skyldighet att GBC har fulla rättigheter till bildmaterialet.
 - Om det är GBC representant som har tagit bilder t.ex. under turneringar, cuper eller dylikt är det viktigt att medlemmarna är medvetna om att bildmaterialet kan användas i GBC forum.
- Använd färgskalan som anges i mallen.
- Håll informationen kort och koncist; t.ex. med rubrik, datum, anmälningsdatum och hänvisa till hemsidan för mer information.
- En GBC bildbank skapas och uppdateras med aktuella foto för de olika aktiviteterna.
- Använd inte Clipart.

6.f ANNONSERING



Detta gäller för annonser:

- Endast fotografier av GBC aktiviteter och GBC medlemmar skall användas. **Obs!** Det är viktigt att medlemmen har godkänt användandet innan fotot används.
- Använd färgskalan som anges i mallen.
- Håll informationen kort och koncist.
- Använd inte Clipart.
- Givetvis skall annonsen anpassas efter syftet (t.ex. aktivitet, jobbannons, m.m.).

6.h REGLER FÖR INFO MONITORER

Tilltal, tonläge och bildspråk är enligt 6 b och 6 c. Viktigt att infomaterialet hänger ihop med temat, t.ex. om det är Easter Cup, så skall samma affischbild användas även på info monitorn för att skapa en helhetsbild och igenkänning.

Bilaga 1

Föreningslivet

En förening kan, med stöd av missbruksregeln, publicera bilder och löpande texter från evenemang, tävlingar och liknande på föreningens webbplats så länge publiceringen inte är kränkande enligt personuppgiftslagen. En bild från en fotbollsmatch eller en artikel om ett klubbmästerskap i tennis är exempel på vad som normalt inte kan anses kränkande. En förening som "hänger ut" en medlem som stängts av på grund av olämpligt uppträdande är däremot ett exempel på en publicering som skulle kunna vara kränkande.

En förening får bara publicera sitt medlemsregister öppet på internet om det är förenligt med de ursprungliga ändamålen för vilka uppgifterna i medlemsregistret samlades in. Dessutom krävs att de enskilda medlemmarna har samtyckt till publiceringen. Datainspektionens erfarenhet är att många medlemmar inte vill att adresser och telefonnummer ska publiceras öppet på internet. Datainspektionen rekommenderar därför föreningar som vill publicera medlemmars personuppgifter på Internet att de får ett godkännande från medlemmarna och/eller deras vårdnadshavare. Det finns ingen särskild bestämmelse i personuppgiftslagen som anger från vilken ålder unga personer själva kan samtycka till en behandling men Datainspektionen brukar ha 15 år som tumregel.

<http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/publicering-pa-internet/>

Lag (1978:800) om namn och bild i reklam

Departement

Justitiedepartementet L5

Utfärdad

1978-02-22

Ändring införd

Källa

[Regeringskansliets rättsdatabaser](#)

Senast hämtad

2010-10-21

[1 §](#) Näringsidkare får icke vid marknadsföring av vara, tjänst eller annan nytthet använda framställning i vilken annans namn eller bild utnyttjas utan dennes samtycke. Med namn jämföras annan beteckning som klart utpekar viss person.

[2 st.](#) Vad i [första stycket](#) sägs om näringsidkare gäller även anställd hos näringsidkare och annan som handlar på näringsidkares vägnar.

[2 §](#) Den som uppsåtligt eller av grov oaktsamhet bryter mot [1 §](#) skall dömas till böter.

[2 st.](#) I fråga om medverkan till sådan gärning tillämpas [23 kap. 4](#) och [5 §§ brottsbalken](#).

[3 §](#) Den som bryter mot [1 §](#) eller medverkar till sådan handling skall utge skäligt vederlag till den vars namn eller bild har utnyttjats. Sker det uppsåtligt eller av oaktsamhet, skall ersättning utgå också för annan skada. Vid bedömning om och i vad mån sådan skada har uppstått tas hänsyn även till lidande och andra omständigheter av annan än rent ekonomisk betydelse.

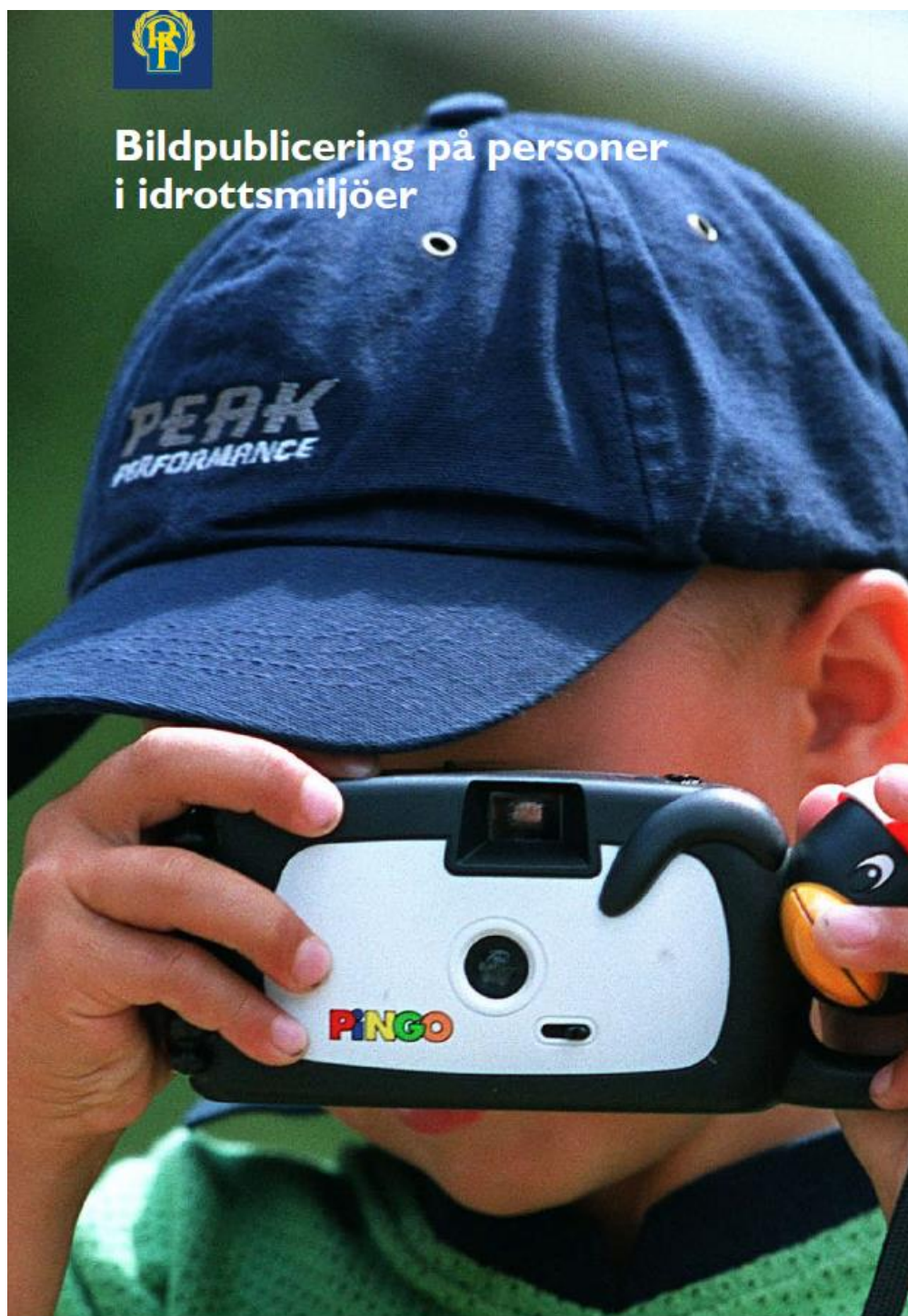
[2 st.](#) Den som har arbetstagare i sin tjänst är skyldig att utge ersättning enligt [första stycket](#) i anledning av handling som arbetstagaren företar i tjänsten. Arbetstagare är ersättningsskyldig för sådan handling endast i den mån synnerliga skäl föreligger.

[4 §](#) Vid överträdelse av [1 §](#) kan rätten, på yrkande av den vars namn eller bild har utnyttjats, efter vad som är skäligt till förebyggande av fortsatt missbruk förordna, att hjälpmedel som har använts vid handlingen eller framställning som finns på vara, förpackning, reklamtryck eller dylikt skall ändras eller att egendomen skall förstöras eller mot lösen utlämnas till den vars namn eller bild har utnyttjats.

[5 §](#) Brott som avses i [2 §](#) får åtalas av åklagare endast om målsägande angiver brottet till åtal eller åtal är påkallat från allmän synpunkt.

[6 §](#) Den som har brutit mot [1 §](#) eller medverkat till sådan handling eller är ersättningsskyldig enligt [3 § andra stycket](#) kan i mål enligt denna lag, på yrkande av den vars namn eller bild har utnyttjats, efter omständigheterna åläggas att bekosta tryckning i en eller flera tidningar av dom i målet.

Bilaga 2:



Bilaga 2 forts.

Alla människor som visas på bild ska behandlas med respekt och omsorg. Att vara med på bild ska vara frivilligt och för att undvika tvister och missförstånd rekommenderas ett muntligt eller skriftligt samtycke. Ett samtycke kan tas tillbaka och då har du som redaktör eller ansvarig utgivare ansvar för att bilden, där det är möjligt, genast tas bort. Om du fått samtycke för ett visst ändamål kan bilden inte automatiskt användas i andra sammanhang.

Bildpublicering på personer i idrottsmiljöer
2



Närbild på barn

Var noggrann när du publicerar porträttbilder på barn. Se till att alltid ha samtycke från vårdnadshavare.

Bildpublicering på personer i idrottsmiljöer
6



Vuxen

Berätta så långt som möjligt om att du kommer att publicera en bild på en person. Sätt upp anslag eller på annat sätt informera om att fotografering pågår när du fotograferar på allmän plats.

Bildpublicering på personer i idrottsmiljöer
3



Barn i lättklädda idrottsmiljöer

Var extra noggrann när du publicerar bilder på barn som utövar simning, friidrott eller andra idrotter där klädseln är mindre påklädd. Tänk på att en bild kan ge andra associationer än vad den avser – välj med omsorg.

Bildpublicering på personer i idrottsmiljöer
7

Bilaga 2 forts.



Barn

Vid fotografering och publicering av bilder på barn tänk på att barnens målsägare alltid ska få information om och godkänna bildens publicering. Att bilden på inget sätt, med eller utan rubriker och texter, kan uppfattas som kränkande för barnet eller barnets vårdnadshavare.

Bildpublicering på personer i idrottsmiljöer
4



Barn i grupp

Använd med fördel bilder på barn i grupp. Är bilden tagen på håll och personerna egenkännliga går det bra att publicera utan samtycke eller upplysning.

Bildpublicering på personer i idrottsmiljöer
5

Mer information

Foton på där personer kan identifieras betraktas normalt som personuppgifter även om inga namn nämns. I vissa fall kan bilderna komma att omfattas av personuppgiftslagen.

Läs mer om personuppgiftslagen på datainspektionens hemsida
<http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/>