



Profilmanual

Norske Redningshunder

Sist oppdatert: 22.06.16

Innledning

Denne profilmanualen bygger opp om Norske Redningshunders ønske om å framstå som en robust, profesjonell og framtidsrettet organisasjon. Helhet og gjenkjennelsesfaktor.

Endringer:

- Rentegnet logo for at den skal egne seg bedre på digitale flater.
- Forsterking av farger som skal gi bedre synlighet.
- Et nytt konsept som vi ønsker å markere oss med.

Innhold

Retningslinjer	4	Bekledning	18
Introduksjon	10	Bekledning hund	24
Visuell profil	11	Artikler	25
Logo	12	Typografi	26
Logovarianter	13	Farger	27
Distriktslogoer	14	Postalia	28
Laglogoer	15	Budskap	29
Regler for bruk	16	Bildemanér	30
Fråmråde	17	Sosiale medier	39

Retningslinjer

1. Varemerke

Norske Redningshunders navn og logo er varemerkebeskyttet, og bruk skal alltid følge de føringene som er gitt i denne manualen. Det er kun organisasjons medlemmer, lag og distrikter som kan benytte seg av logoen, med mindre det er gitt spesiell dispensasjon. Pressen kan fritt benytte seg av materiell som ligger på nrh.no.

Skal det utarbeides produkter med logen må det sendes en skriftlig søknad til administrasjonen på post@nrh.no. Brudd på disse føringene vil i første omgang bli behandlet av Hovedstyret i Norske Redningshunder. Alvorlige brudd vil bli anmeldt.

Retningslinjer

Profilmateriell finnes i håndboka på NRHs medlemssider på www.nrh.no.

2. Bruk av logo og plassering

Uniform

Norske Redningshunders uniform er organisasjonens godkjente gule beredskapsvest. Den kan bestilles i Redningsbutikken. Uniformsvesten skal ikke ha annet enn NRH-logo og godkjente navn/funksjonsmerker.

Hund

Hunden skal være merket med godkjent tjenestetegn både på trening og aksjoner. Dette kan bestilles i Redningsbutikken.

Klær

NRHs logo kan plasseres på venstre eller høyre bryst, og/eller armene. Det er viktig at det ikke kommer i konflikt med andre logoer på plagget. Dette gjelder uansett om man bestiller klær med merking etter godkjennelse fra administrasjonen, eller om man kjøper et tøymerke fra Redningsbutikken og syr på klærne selv.

Sponsorer

Sponsorreklame skal ikke plasseres i nærheten av logoen, enten det er snakk om trykksaker eller klær. Den reklamefrie sonen skal være på to ganger merkets bredde til alle sider. Sponsorreklamen skal ikke dominere NRH-merkingen.

Retningslinjer

Klistremerker

Redningsbutikken selger klistremerker med logo i to størrelser: lite og stort. Det lille er ment å brukes på blant annet bil, mens det store kan brukes på for eksempel snøscootere, utstyrsbatterier og hengere. Kun klistremerker fra Redningsbutikken er tillatt å bruke.

Retningslinjer

3. Bilder og bildebruk

Hvilke bilder ønsker vi skal brukes?

Det er viktig å bruke bilder som gjenspeiler organisasjonenes verdier. Vi ønsker å framstå som en seriøs og profesjonell organisasjon, og alle bilder postet med NRH som avsender er med på å styrke eller svekke dette.

Bilder med riktig uniformering

Det mest optimale er bilder med den nyeste uniformsvesten. Dette er særlig viktig med tanke på nettsider, sosiale medier og presse. Det styrker helhetsinntrykket og gjenkjennelseeffekten. Derfor er det ønskelig at medlemmer bruker uniformsvesten når de blir tatt bilder av på trening, kurs og under aksjoner. Det samme gjelder tjenestetegn på hund.

Opphavsrett og kreditering

Et bilde tilhører den som har tatt det, og kan ikke gjengis videre uten tillatelse. Opphavspersonen har også krav på å bli navngitt, og derfor er det god skikk å gi kreditering når noe publiseres. Dette gjelder uansett om det er snakk om trykk eller digitalt.

Retningslinjer

Tillatelse fra avbildede

Hvis det er personer som er lett identifiserbare på et bilde, må det være greit for disse at det publiseres. Unntaket er når «avbildningen er aktuell og har allmenn interesse», personen på bildet er mindre viktig enn hovedinnholdet eller det er bilde av forsamlinger og lignende. (Åndsverksloven, § 45c)

Retningslinjer

4. Digitale kanaler

Vi ønsker en helhetlig og gjenkjennelig profil på alle kanaler som representerer NRH. Derfor er det viktig at alle distrikter og lag tar i bruk elementer som er med på å bygge opp under dette. Bildebruken er også viktig her. Bilder av god kvalitet gir et positivt inntrykk, mens dårlige bilder gjør det motsatte. Korte, konsise tekster er mest virksomme. Bruk gjerne en personlig, hyggelig stemme. Sjekk også posten for skrivefeil før den publiseres!

Profilmateriell finnes i håndboka på NRHs medlemssider på www.nrh.no.

Sosiale medier

Følgende elementer skal være felles på alle sosiale medier:

- Profilbilde: Logoen skal brukes som profilbilde, eventuelt med navn på distrikt/lag.
- Forsidebilde: Det er ønskelig at bildet er NRH-relatert, gjerne med uniformert hund og fører. Se ellers punkt om bildebruk.

Websider

Alle nettsider som representerer NRH gjennom distrikt og lag skal bruke de offisielle logoene.

Introduksjon

Konsept

Den nye visuelle identiteten til Norske Redningshunder er bygget rundt konseptet dualitet og kontrastene i organisasjonens virke. Hensikten er å fremstå samlet og helhetlig overfor medlemmer og samarbeidspartnere og samfunnet for øvrig. For å oppnå dette kreves det at logo, farger, fonter, bilder og grafiske elementer blir brukt på en tydelig definert måte.

I kommunikasjonen vil det blå plusstegnet bli brukt aktivt som et grafisk element, for å vise dualitet og kontraster. Vi er en redningsorganisasjon der innsatsen gjøres frivillig, men det er uunnværlig. Jobben er vanskelig, men det er så viktig at den blir gjort. Vi bruker vår fritid og tar på oss selv et stort ansvar. Hunden er familiens kjæledyr, men også en livredder. Det er søk og det er redning. Det er hund og det er fører. I sol og i snøstorm rykker vi ut. Vi er individer, men vi er et lag med samhold.

Motivasjonen til hundeførerne handler ofte om følelsen av å bidra, mestre, hjelpe, støtte og løfte hverandre frem. Det er ren dedikasjon. I denne profilen blir båndet mellom hund og fører, båndet mellom individ og team – som alltid er beredt til å rykke ut for å redde mennesker i nød – satt i fokus. Dette er profilen bygget på og budskapene skal inspirere både medlemmer og publikum.

Norske Redningshunders visuelle profil

Disse grunnprinsippene er byggesteiner i vår visuelle profil. De er faste og kan ikke forandres. Bruken av dem skal alltid være i tråd med retningslinjene i denne håndboken.

Vår logo er vårt viktigste kjennemerke og skal alltid benyttes der vi er representert. Dette gjelder også der vi samarbeider med andre virksomheter.

Våre hovedkjennetegn utgjøres også av skrifttype, farger og budskapsbærere. En konsekvent bruk av de visuelle grunnelementene bidrar til at vi blir synliggjort og gjenkjent som en av Norges viktigste frivillige redningsorganisasjoner.

Logo



Farger



Skrifttype

Source Sans Pro
BEBAS NEUE

Budskap

FRIVILLIG + UUNNVÆRLIG

Logo

NRH-logoen vil alltid være hovedelementet i vår grafiske profil. Logoen skal alltid anvendes i sin helhet og som et symbol, det vil si: skill aldri merket og korset. Symbolet og navnetrekket skal aldri endres eller modifiseres på noen måte.

I vår nye profil har Norske Redningshunder en primærlogo (m/u byline) og en sekundærlogo (m/u byline). Logo med byline har engelsk undertittel (2.2 NRH_Logo og 3.2 NRH_logo) og benyttes i sammenhenger hvor organisasjonen kommuniserer internasjonalt, samt på bekledning.

Primær- og sekundærlogo er liketstilte, og valg av logo bestemmes av format, materialer, o.l.

Logoer inner du i profilmanualen på [medlemssidene](#).

Primærlogo (2.0 NRH_logo)



Sekundærlogo (3.0 NRH_logo)



Primærlogo med byline (2.2 NRH_logo)



Sekundærlogo med byline (3.2 NRH_logo)



Logovarianter

I enkelte sammenhenger er det behov for å benytte symbolet frittstående (1.0 NRH_logo), eksempelvis som klistremerke. Frittstående symbol skal kun benyttes på flater der navnet «**NORSKE REDNINGSHUNDER**» kommer tydelig frem som tekst i symbolet. Merk at denne bør ikke settes mindre enn en størrelse på 3×3cm.

På flater hvor bakgrunnen er mørk eller farget skal man bruke logovarianter med negativt navnetrekk. Her vist med 2.1 NRH_logo og 3.1 NRH_logo.

Primærlogoer på mørk/farget bakgrunn (2.1 NRH_logo)



Logo symbol (1.0 NRH_logo)



Sekundærlogoer på mørk/farget bakgrunn (3.1 NRH_logo)



Distriktlogoer

Hvert distrikt har sin egen logovariant. Disse er de eneste logoene som er lov å bruke

Det er utformet profilbilder for sosiale medier, Twitter og Facebook.

Logoer til sosiale medier finner du i profilmanualen på [medlemssidene](#).

Distriktlogo eksempel



Distriktlogo Twitter (400px × 400px)



Distriktlogo Facebook (180px × 180px)



Laglogoer

Hvert lag har sin egen logovariant. Disse er de eneste logoene som er lov å bruke.

Det er utformet profilbilder for sosiale medier, Twitter og Facebook.

Logoer til sosiale medier finner du i profilmanualen på [medlemssidene](#).

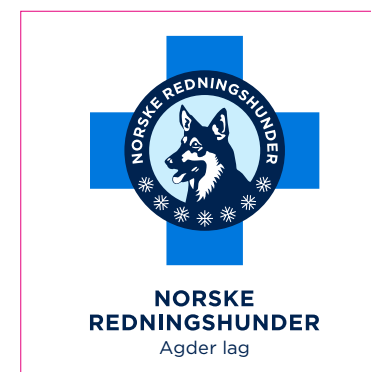
Distriktlogo eksempel



Distriktlogo Twitter (400px × 400px)



Distriktlogo Facebook (180px × 180px)



Regler for bruk

- Bruk alltid originale logovarianter.
- Det er ikke lov å endre på logoen på noen som helst måte.
- Logoen skal alltid reproduseres i de fastsatte fargene (CMYK, RGB og PANTONE), så langt det lar seg gjøre.
- Plassering gjøres etter eget skjønn. Hovedplassering av logoen er nederst i venstre hjørnet av formatet som en troverdig avsender og et punktum.
- Logoens navnetrekk skal alltid ha god kontrast til bakgrunner, enten det er farger eller bilder. Så langt det lar seg gjøre skal logoen ikke forstyrre bildefokuset. Se mer om riktig bildebruk i kapittelet «Bildemanér».

Eksempler på feil bruk av logo på bakgrunn



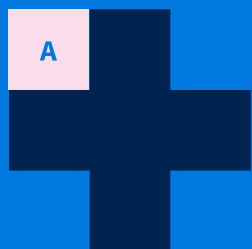
Eksempler på feil bruk av logo på bilder



Friområde

NRHs logo skal plasseres i en fremtredende posisjon slik at det vises tydelig. Rundt logoen skal det alltid være nok plass til å sikre et rent og oversiktlig visuelt bilde. Mengden friområde varierer i direkte proporsjon til logoens størrelse. Logoen bør aldri bli forstyrret av eller koblet sammen med andre elementer som reduserer dens tydelighet og lesbarhet.

Riktig mengde friområde rundt logo beregnes ved hjelp av korsets areal (A), som vist under:



Avstanden til andre elementer skal alltid være proporsjonal med (A).

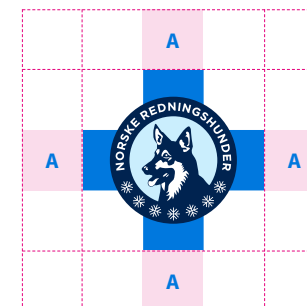
Friområde primærlogo



Friområde Sekundørlogo



Friområde symbol



Bekledning

Logoen har blitt modernisert og rentegnet. Det blå kommer tydeligere frem i korset, det lysblå i badgen skaper kontrast mot den mørkeblå. Vi har endret typografi og lagt inn syv stjerner

Logoer på bekledning skal, så langt det lar seg gjøre, plasseres på venstre bryst.

Logoer på mørk/farget klær



**NORSKE
REDNINGSHUNDER**
Norwegian Search
and Rescue Dogs

Logoer på lyse klær



**NORSKE
REDNINGSHUNDER**
Norwegian Search
and Rescue Dogs

Logoer på blå klær



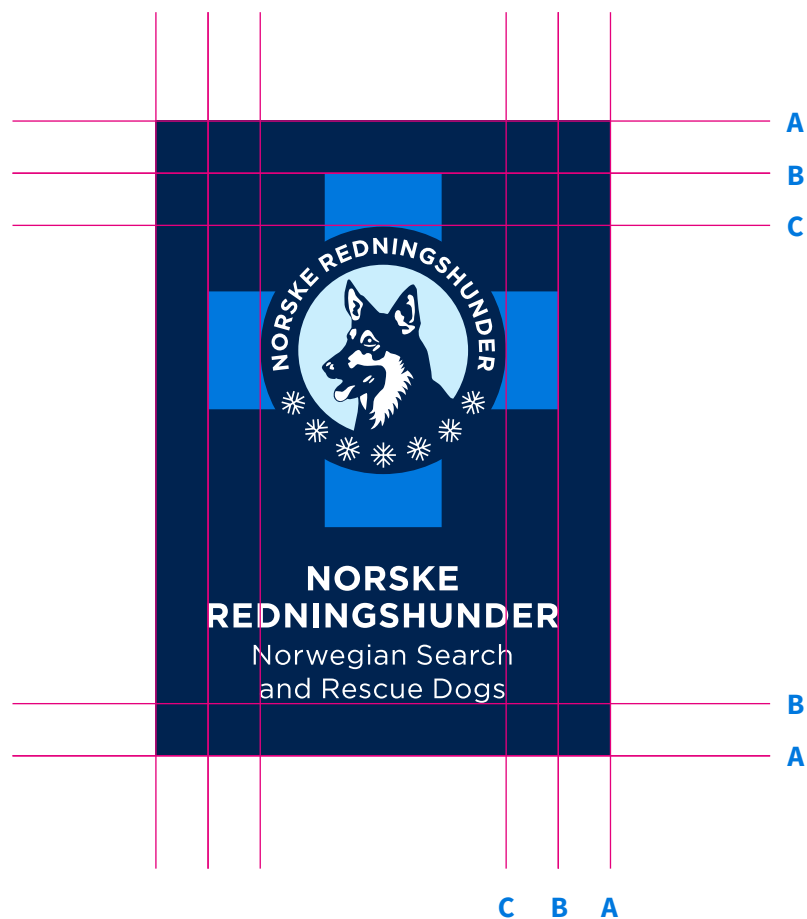
Bekledning

På klær hvor materialet er blåfarget, skal en ramme rundt logo brukes (6.0 NRH_Logo). Denne rammen skal være i fargen NRH Mørkeblå og det er fastsatt spesifikasjoner på hvor stor denne rammen skal være (Se spesifikasjoner til høyre).

På bekledning som ikke behøver navnetrekk, skal logo 6.1 NRH_logo brukes.

Se eksempler på de neste sidene.

Logobadge



Avstanden til blå rammekant **(A)** skal være proporsjonal til avstanden mellom merke **(C)** og korsets kant **(B)** på alle sider. I bunn skal avstanden være **(B)** til **(A)**.

Bekledning

Logoer på bekledning skal, så langt det lar seg gjøre, plasseres på venstre bryst.

Bekledning nøytrale klær



Bekledning

Bekledning blå klær



Bekledning

Bekledning mørke klær



Bekledning

Logo på vest skal plasseres på venstre bryst, navneskilt på høyre bryst.

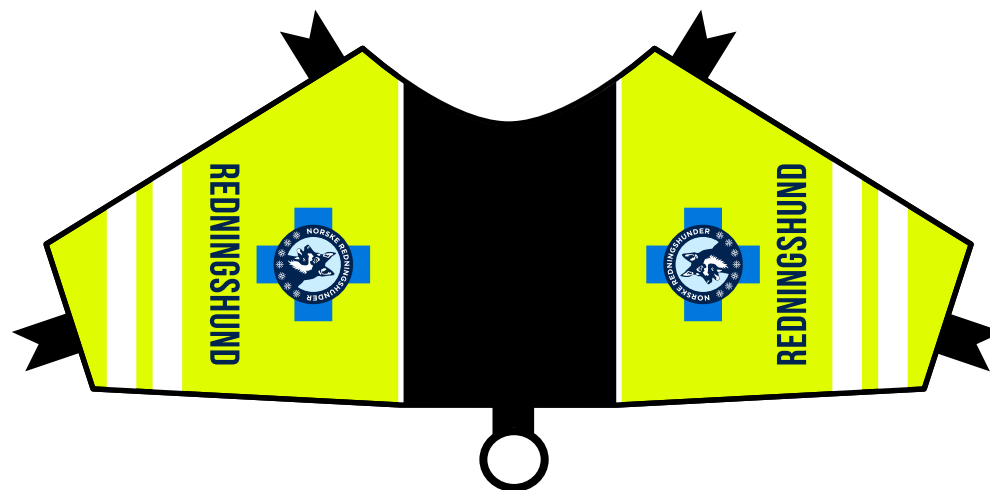
Bekledning vest



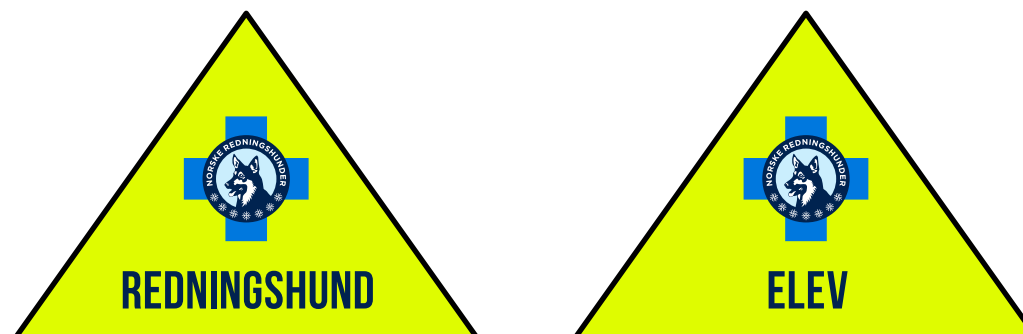
Bekledning hund

Tekst kan stå over merket når vesten er liten og det ikke er plass til teksten under.

Bekledning hund vest



Bekledning hund trekant



Artikler

Eksempler på artikler



Primærfont

Fonten valgt etter kontrasten og dualiteten profilen spiller på, hver for seg fremhever de trygghet og robusthet. Primærfonten er varm og velkommen, sekundærfonten viser det røffe og alvorlige. Source Sans Pro er en Google-font med 6 vekter.

[Source Sans Pro kan lastes ned her](#)

Sekundærfont

Sekundærfonten brukes hovedsakelig for å skape effekt og i overskrifter.

[Bebas Neue kan lastes ned her](#)

Fontene kan også lastes ned fra profilmanualen som du finner på medlemssidene.

[Veiledning installasjon PC](#)

[Veiledning installasjon Mac](#)

Primærfont

SOURCE SANS PRO

Norske Redningshunder

Black / Bold / Semibold / Regular / Light

AaBbCcDd

012345

Sekundærfont

BEBAS NEUE

NORSKE REDNINGSHUNDER

BLACK / REGULAR / BOOK / LIGHT

AABBCCDD

012345

Farger

I den nye profilen introduseres det tre nye farger, NRH Blå, Mørkeblå og Lyseblå. Fargene er valgt for å tilfredsstille DIFIs krav om universell utforming og skaper et friskere og moderne uttrykk av organisasjonen.

Kontraster

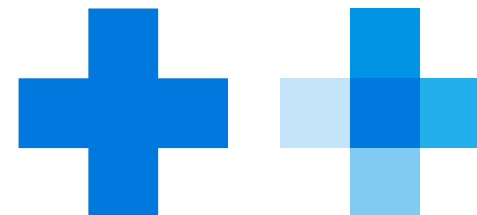
Kravet om Universell Utforming krever en spesifisert kontrastratio, som gjør at noen fargekombinasjoner på skrift og bakgrunn er bedre egnet enn andre. NRH Blå fungerer på hvit og sort bakgrunn, men kun i store skriftstørrelser når bakgrunnsfargen er NRH Mørkeblå. NRH Mørkeblå fungerer på hvite flater, men ikke mørke. Bruk NRH lyseblå som skriftfarge når NRH Mørkeblå er bakgrunnsfarge.

Fargenyanse/tint

Profilen åpner også opp for å bruke nyanser av fargene, bruk av dette sees særlig på nettside.

NRH BLÅ Primær

PMS: 2195 C
CMYK: 98 / 30 / 0 / 0
RGB: 0 / 119 / 218
HEX: 0077da



NRH MØRKEBLÅ Sekundær

PMS: 295 C
CMYK: 100 / 70 / 10 / 60
RGB: 10 / 40 / 80
HEX: 0a2850



NRH LYSEBLÅ Kontrastfarge

PMS: 290 C
CMYK: 20 / 0 / 0 / 0
RGB: 212 / 237 / 252
HEX: d4edfc



Postalia

Oversikt over postalia



**NORSKE
REDNINGSHUNDER**
Norwegian Search and Rescue Dogs

Navn Navn
CD / Navn Navn
Adresse
Postnummer
Land

20.01.2016

Velkommen til årsmøte

Os ex et explacuppi to magnipellam inis numquam siminhi illatessit odiciae silbusdae simintur volupatur? Quam, eum quam nonestrum nobis voluptae ex, idunt vendusdaecto illabo. Nam, custem renihillissum facipsam hil ipitat aspid et que volorum aut ut inusam que sed enet, te rem event enditit quator atescil laeuptistio bea dolorum as incius exerovid mi, sitis dolorat usdandestem everitatum ullore lab iuntendit, ellaborae parum fugita vent que custe maximo tota doluppi consed molo et, quibus quam quam id mo blaborum evernamusam aut rescanditia volumqui to volupitat laces nima ipsaerumquat omnis expliquit quam, ut est velit, od ut molest, qui vendell orectae mo int dem. Et fuga. Et pos alis et andititatum hario occus aute consed quidenducit volorer chicillibus poratia ndelique pratemporia dolupatus quis mag-nata quam autatquam et et volorumquia consectis asimporro etum estiatu arum ipsa venia nos doles conem fuga sam illoquo to est res as nobitate eosserum que non consequas et evendis as nos rem que ipsam laborepudi: aliqui am actatur re cusdae pelectur, te mollecati alibus, tecto enti dolupatur?

Otatia dolorepere illit etur? Qui testor mulopicia que corepel itiuntin repellendant haris deliqui blaut velecaborum exeria quam fuga. Apellam earum dus dene restecce dolorepudae sus et lab im que quid qui dolupat abo. Nam, optur aditem. Totae alis rest, et exerchic tem et doloro magnat.

Int et magnit alligni con conse sum, et quam fuga. Um reruntin expellias rem endit aut illatem incipsunt, que volent, sum quam, eos acearum as ape parchicaeped ute volutem re veles volese-quat vellupit sintur?

Leste offic temoluptasi volum quatem et maio optur restibus expliquis aut veri te et aditio. Ficia ist ab il iscitaeque nonseque eate se ped uta sae volore, ut dolupate nonseru mendel iduntis niendis viti re eum quia quatuat quid quatempos eos molupat aciu, ne sit, corem dolorum que la as estrum elest. Itatquiam aut ex eum alita volupta sedi blat quatio. Imaximp oremporiatu dolora volenim quatur?

Norske Redningshunder

Tamburveien 5, 1406 Ski

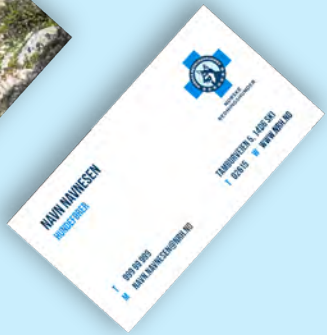
T 02615

W www.nrhd.no



**NORSKE
REDNINGSHUNDER**
Norwegian Search and Rescue Dogs

Ratturadresse: Tamburveien 5, 1406 Ski



Budskap

I kommunikasjonen vil det blå plusstegnet bli brukt aktivt som et grafisk element, for å vise dualitet og kontraster.

Budskapsbærer blir brukt over f.eks bilder eller for å introdusere navn på hund og fører.

Eksempler på budskap

FRIVILLIG + UUNNVÆRLIG

HUND + FØRER

KJÆLEDYR + LIVREDDER

SØK + REDNING

INDIVIDER + TEAM

LIVSSTIL + ANSVAR

Bildemanér

Retningslinjer bilder

Bilder har en svært viktig rolle i Norske Redningshunders identitet. De er avgjørende for den følelsen og budskapet vi vil formidle. De skal vekke målgruppens interesse, skape stolthet hos medlemmene og bidra til å gjøre NRHs visjon og virksomhet tydeligere.

Bildene skal vise våre medlemmer og hunder i korrekt bekledning og utstyr. Bilder bør alltid tas med høy oppløsning og med god klarering i utsnittet, dvs unngå nærbilder og nærfokus. Bilder kan heller beskjæres.

Bildestilen er delt inn i to kategorier:

1. Portrettbilder - Hund og fører
2. Aksjonsbilder - Hund og fører

Vi legger vekt på to typer bilder som skal brukes i kommunikative sammenhenger:

1. Bilder med fokus på forholdet mellom hund og fører (i aksjon og portrettbilder).
2. Bilder fra treninger/felt som så langt det lar seg gjøre gir et innblikk i virkeligheten. Det skal ikke brukes bilder av medlemmer i kaffepauser, o.l.

1. Portrettbilder – Hund og fører

Portrettene skal vise NRHs medlemmer med hunder i feltet, med korrekt utstyr. Personen som avbildes trenger ikke nødvendigvis se rett i kamera, men heller uttrykke sin personlighet på en måte som støtter situasjonen eller historien bildet skal fortelle. Publikum skal bli kjent med de skjulte hverdagsheltene i NRH på en nærmere og intim måte. Fokuset må ligge på båndet mellom hund og fører.

Bilder bør tas oppstilt og gjerne med utstyr som kjennetegner retningen personen jobber innenfor (som snøscooter, telt, o.l.). Tenk magasin/dokumentar. Bildene bør få fram naturen og fornemmelser om været/temperaturer.

Stikkord for bilder: Portrettbilder – Hund og fører

Følelsesmessig

Ærlig

Autentisk

Nordisk lys

Halv-dokumentarisk

Alle aldre

Nærhet

In-Action

Bildemanér

2. Aksjonsbilder – Hund og fører

Aksjonsbilder skal vise virkeligheten i livet til en hundefører, fra øvelser og treninger. Bildene må ikke føles oppstilt eller tilrettegjort. Værforholdet kan bidra til å forsterke budskapet og bør gjerne forme bildet. Prøv derfor å ta bilder der utsnittet er heltotalt; hele fokuspunktet og omgivelsene rundt vises. Fotograferer du en person, vil bildet vise hele personen og hvilke omgivelser personen befinner seg i.

Stikkord for bilder: Aksjonsbilder – Hund og fører

Alvorlig
Autentisk
Vær
Spenning
In-Action

Bildemanér

Bildestil

Til høyre vises gode eksempler på utsnitt, fargetemperatur, dybeskarphet og stemininger som bildene bør sikte etter.

Eksempler på bildestil



Bildemanér

Portrettbilder

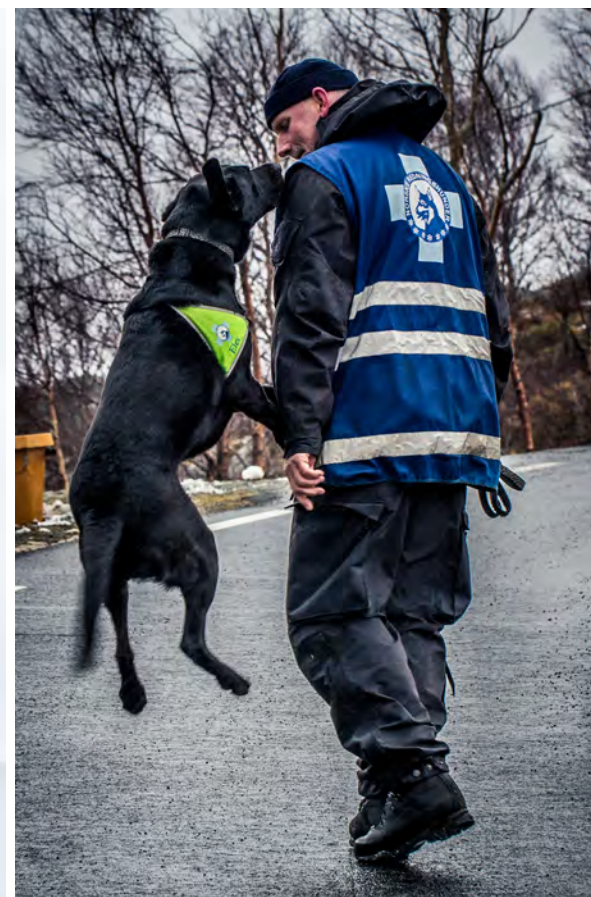
Eksempler på portrettbilder



Bildemanér

Aksjonsbilder

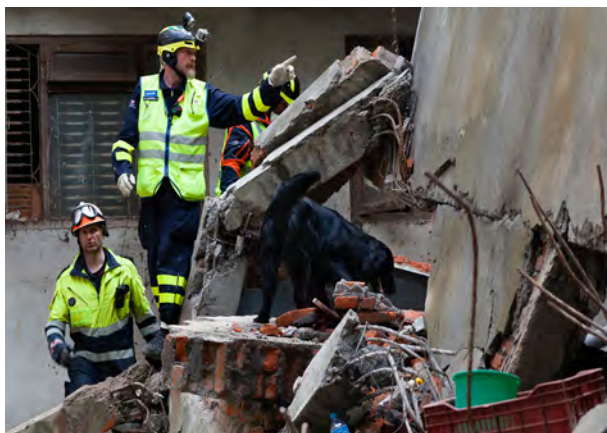
Eksempler på portrettbilder



Bildemanér

Aksjonsbilder

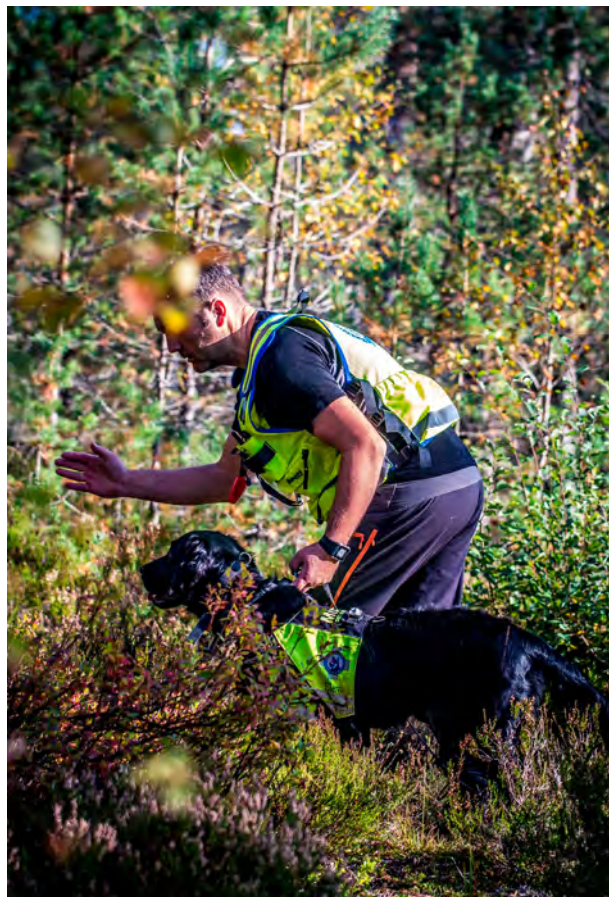
Eksempler på aksjonsbilder



Bildemanér

Aksjonsbilder

Eksempler på aksjonsbilder



Bildemanér

Uønsket bruk

Til høyre vises eksempler på bilder vi ønsker å unngå. Bilder som viser hendelser fra operasjoner, enten det dreier seg om funn eller skadede/funnet personer skal ikke vises.

Bilder som viser medlemmer i intesigende situasjoner eller i sosiale lag bør også unngås, og heller brukes internt.

Eksempler på bilder som bør unngås



Sosiale medier

Alle som representerer Norske Redningshunder, enten det er distrikter og lag, skal bruke de offisielle logoene laget. Coverbilder bør gjenspeile bildemanéren.

Logoer til sosiale medier finner du i profilmanualen på [medlemssidene](#).

Eksempler profilbilde og coverbilde Twitter



Eksempler profilbilde og coverbilde Facebook

