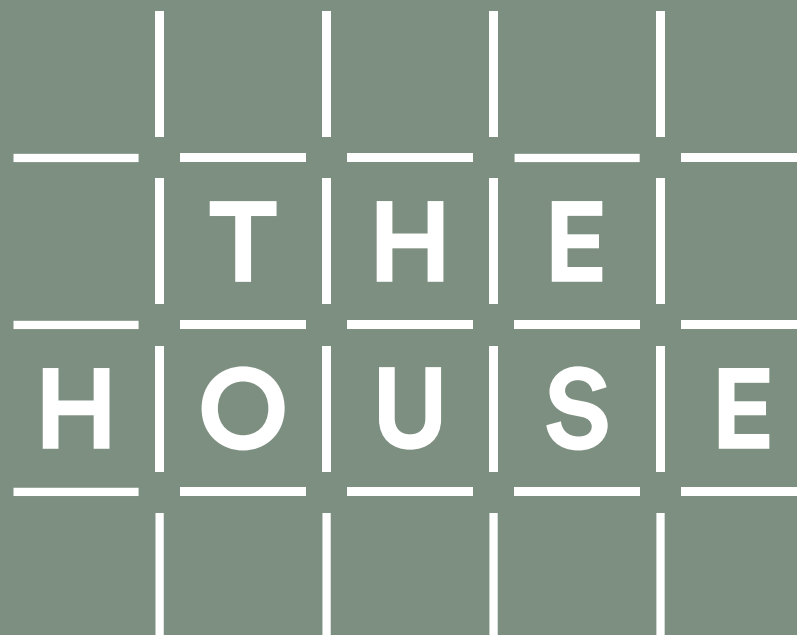


The House
Grafisk manual



Välkommen!

Varje framgångsrik verksamhet representeras av en tydlig symbol – en logotyp. Likaså kännetecknas varje framgångsrik verksamhet av att man lyckats förmedla vad man kan och vem man är. För att åstadkomma detta måste man förstås vårda sin identitet. Det handlar inte bara om hur logotypen behandlas, utan också om en hel del annat. Denna manual innehåller ett antal grundläggande regler som förenklar den dagliga hanteringen av vår identitet.

1. Identitet

1. Identitet

The House visuella och språkliga identitet är en gestaltning av varumärket *The House* kärnvärden och personlighet. Identiteten fungerar som ett verktyg att kommunicera den bild och de associationer vi vill att omvärlden ska få.

The House kärnvärden:

- Dynamiskt & nytänkande:

The House är dynamiskt och nytänkande – det betyder att vi är ständigt föränderliga och fortsätter att utvecklas tillsammans med våra hyresgäster.

- Sociala & engagerade:

The House är sociala och engagerade – det betyder att vi skapar de bästa förutsättningarna för utbyte och samskapande.

- Partner:

The House är partner till företag och individer som vill göra skillnad.

2. Designelement

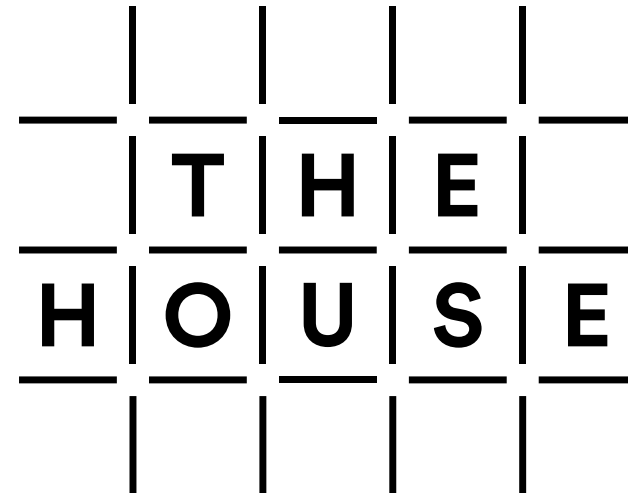
2. Designelement

The House grafiska profil utgörs av en logotyp och två typsnitt. Varken logotyp eller typsnitt får modifieras på något sätt.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
TUVWXYZÅÄÖ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
TUVWXYZÅÄÖ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

The House typsnitt – Aldine Roman och Circular Medium



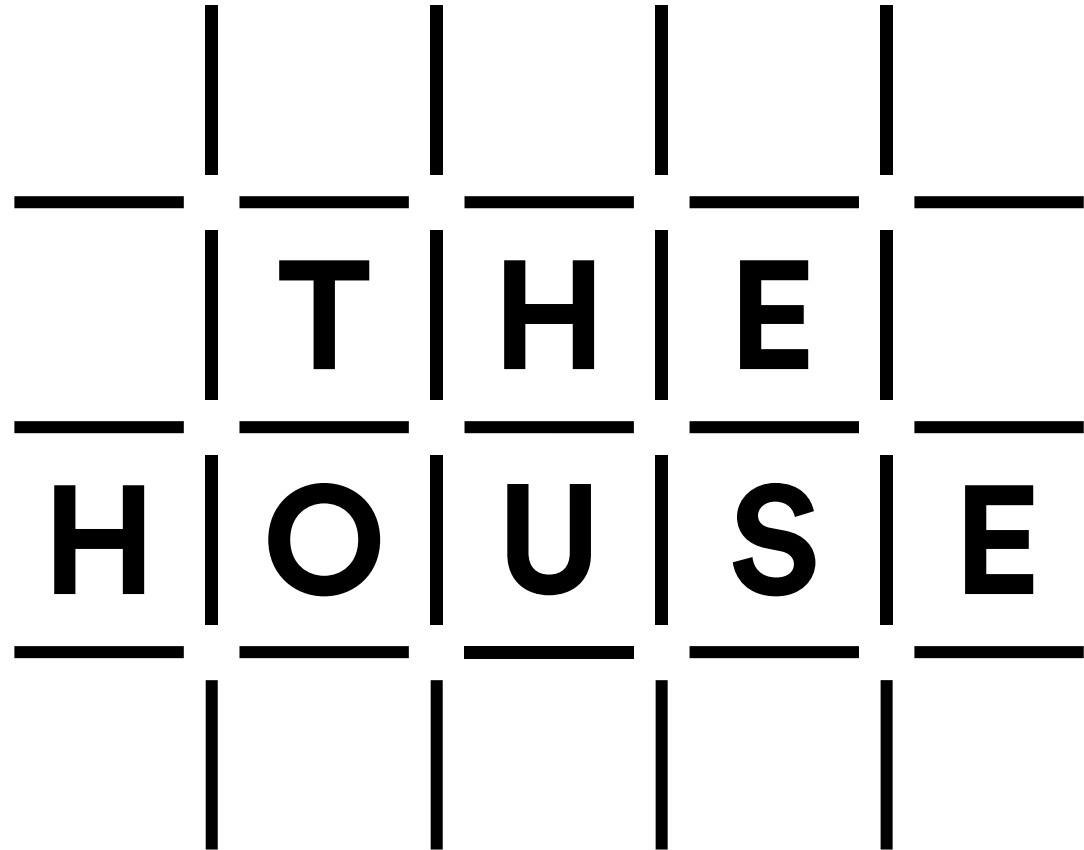
Logotyp

2.1 Logotyp

Rutorna beskriver en ljus plats med öppna ytor som kan byggas ut eller tas bort efter behov.

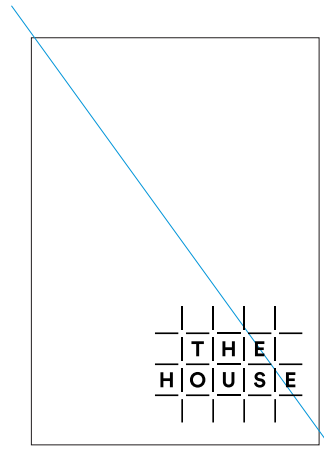
Filnamn logotyp:

The House_logo_fix

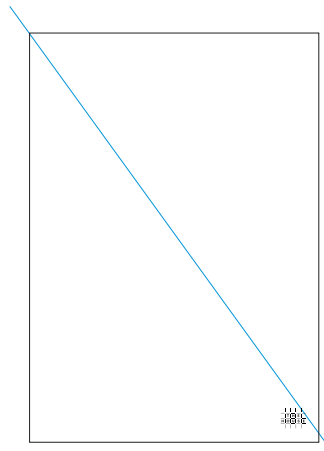


2.2 Logotypens storlek

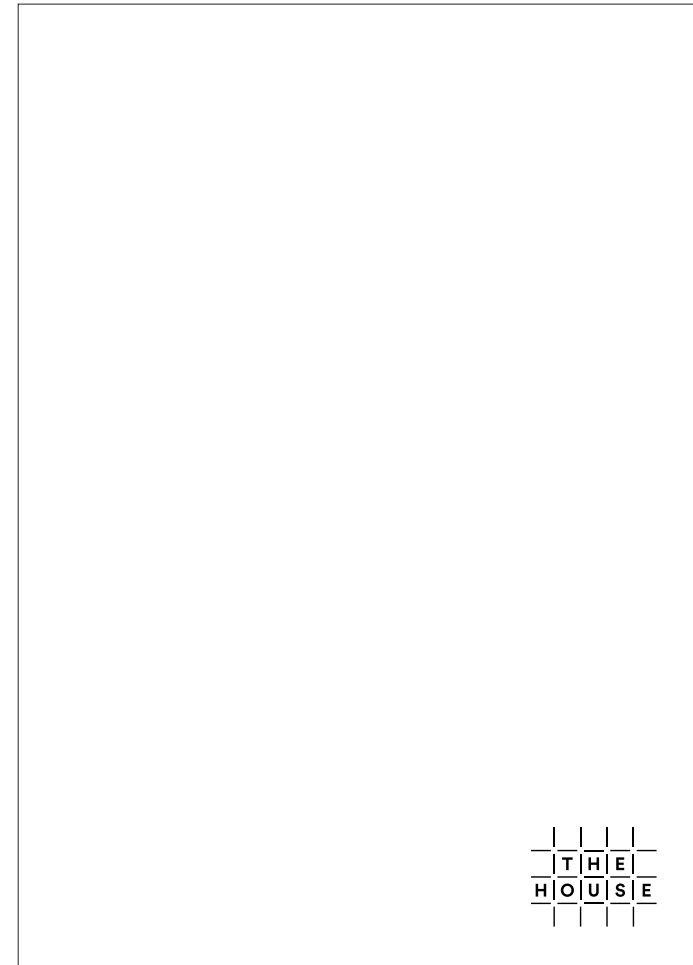
Storleken på *The House* logotyp måste harmoniera med sin kontext – vare sig det gäller print eller digitalt. Logotypen får varken vara för liten eller för stor. Här nedan visas några ungefärliga mått för logotypen i förhållande till de vanligaste pappersformaten i A-serien.



För stor logotyp i proportion till ett A-ark.



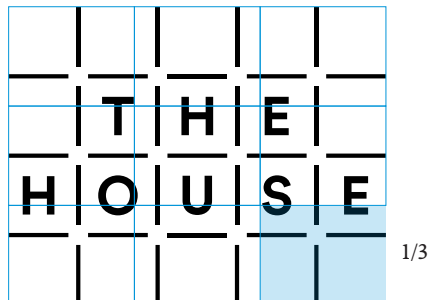
För liten logotyp i proportion till ett A-ark.



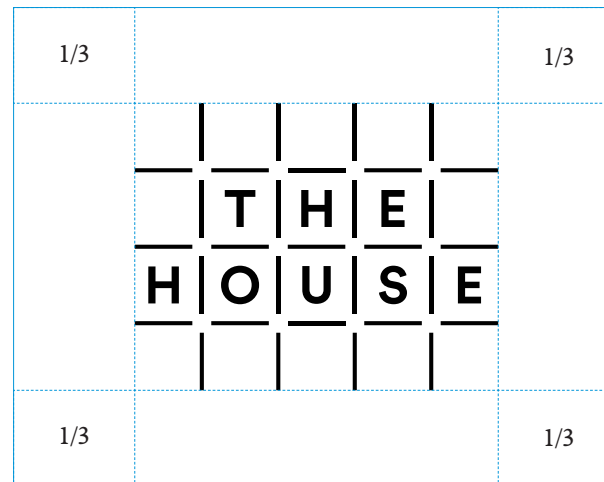
Logotypen i harmonisk storlek i proportion till ett A-ark.

2.3 Logotypens frizon

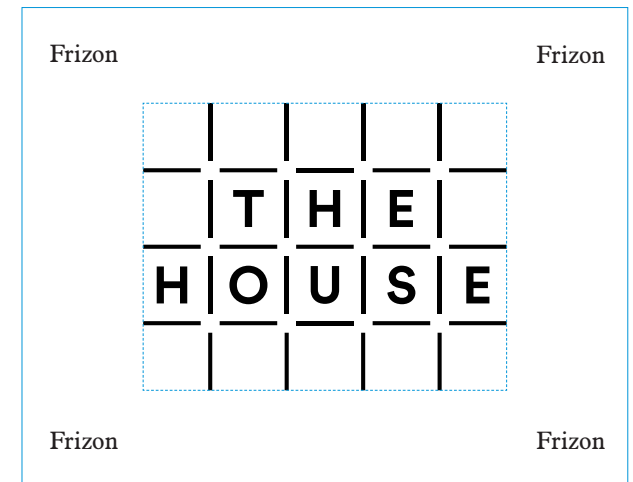
Logotypen behöver ett visst mått av fritt utrymme för att bibehålla sin tydlighet. Här visas hur man räknar ut loggans frizon i förhållande till symbolens storlek. Detta system är flexibelt till i princip all applicering av logotypen.



För att räkna ut loggans minimum frizon, använd en tredjedel av symbolens bredd.



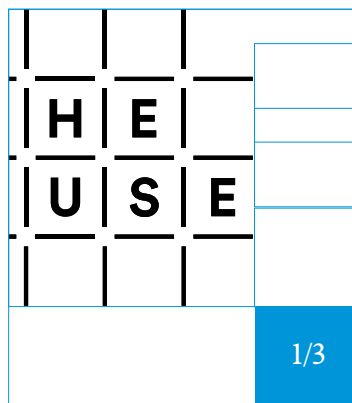
Utgå från symbolens storlek för avstånd till höger, vänster och ovan. Avstånden till kanterna bör vara 1/3 av symbolens storlek på höjden.



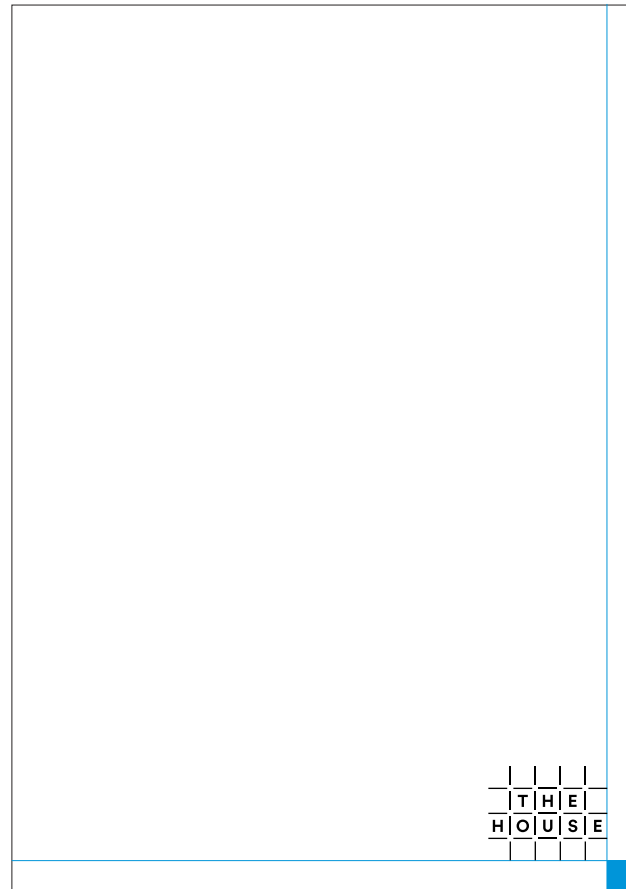
Logotypens frizoner i övre, nedre, vänster och höger kant.

2.4 Logotypens placering

Företrädesvis bör loggan vara placerad i trycksakens nedre högra hörn. Undantagsvis kan den även centreras eller vänsterställas. Utgå från logotypens höjd för att räkna ut minimumavståndet mellan logotypen och en fysisk eller digital kant. Avståndet ska minst vara en kvadrat som är $\frac{1}{3}$ av logotypens höjd.

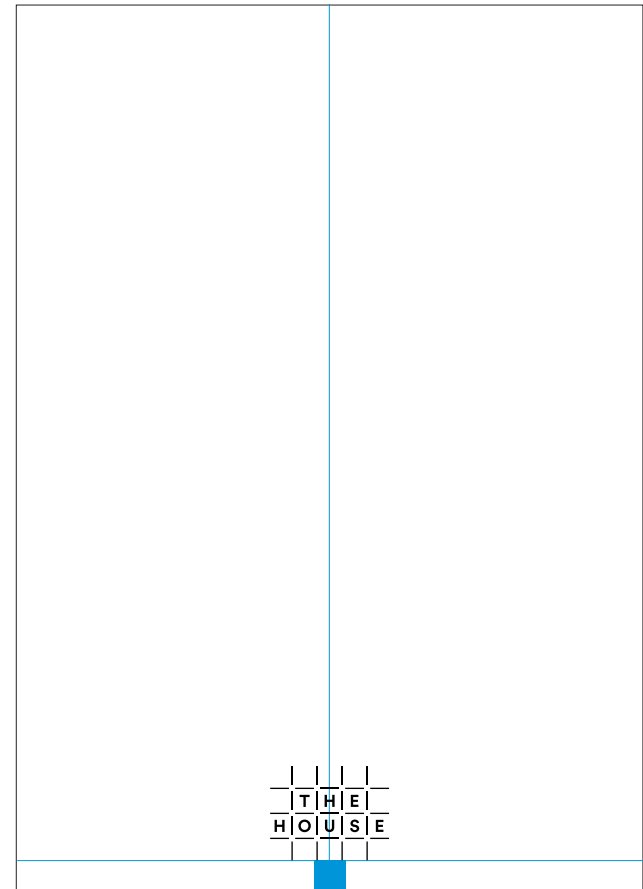


A4



Minimum avstånd och placering från höger respektive nederkant i proportion till loggan. $\frac{1}{3}$ av logotypens höjd.

A4

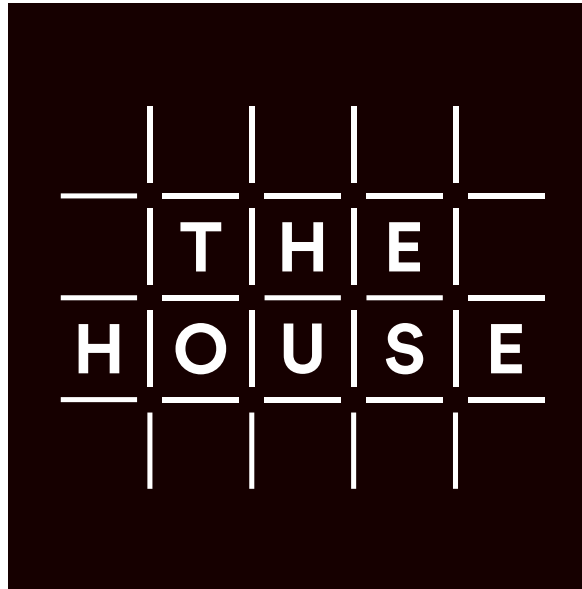


2.5 Inverterad logotyp

Logotypen finns även som inverterad variant för applicering på mörk bakgrund.

Filnamn inverterad logotyp:

The House_logo_neg_fix



Den rätta logotypen är justerad för mörk bakgrund.



Fel logotyp! Den vanliga logotypen felaktigt inverterad. Den sväller och får för lite svärta.

3. Typografi

3. Typografi

Vår typografi behöver vara tydlig, kommunikativ och stämma överens med identiteten i övrigt. På webben och till tryckt media som foldrar, broschyrer, annonser, mm. använder vi vårt primära identitetstypsnitt Aldine. Aldine är speciellt utvalt för *The House*. Det är ett seriftypsnitt, dvs ett typsnitt med ”klackar”.

För rubriker och kortare ingresser använder vi vårt sekundära typsnitt Circular Medium, det används främst skrivet med versaler för att skapa en tydligare ingång.

Aldine
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Aldine
Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Circular
Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890

Licens till *Aldine 721 Regular* & *Aldine 721 Italic* kan köpas här:
<https://www.myfonts.com/fonts/bitstream/aldine-721/aldine-721/>
<https://www.myfonts.com/fonts/bitstream/aldine-721/italic/>
Licens till *Circular Medium* kan köpas här: <https://lineto.com>

3.1 Inställningar

Här visas några exempel på inställningar för användning av Aldine regular. Förhållandet mellan typgrad och kägel får varken vara för litet eller för stort. Här visas även några exempel där kägeln harmoniserar med typgraden. Typsnittet bör alltid knipas –10.

20/24 pt

Var går egentligen gränsen? När blir en idé verklighet?

15/19 pt

I gränslandet mellan fantastisk tanke och fullskaligt projekt, mellan brinnande ambition och färdig produkt. Där vill vi göra det enkelt för dig att fortsätta framåt.

19 pt

Genom att ta hand om allt runtomkring, så vi kan hjälpa dig att ta nästa kliv. Och nästa.

10/14 pt

Vi tror på magin som uppstår när man vågar vara kreativ tillsammans. Vi tror på samskapande, utbyte och nätverkande. Och vi tror på kraften hos den som driver sin egen idé.

14 pt

Vår ambition är att du ska känna dig så hemma här att du helt kan fokusera på det som är viktigast: Att utveckla din verksamhet.

7/10 pt

The House är ett nytt sorts kontor. En plats för lika mycket inspiration som funktion. Med service och tjänster som gör jobbet lättare, och kreativa möten med människor som förstår din vardag. Här finns utrymme för små och stora entreprenörer, för frilansare, volontärer och eldsjälar, för kreatörer och visionärer. Du kan hyra en plats eller ett rum, vara här jämt eller när vi bjuder på en bra föreläsning, växa snabbt eller skynda långsamt.

3.1 Inställningar

Här visas ett tydligt exempel på inställningar för användning av Circular Medium tillsammans med Aldine Regular. Detta typsnitt används främst till kortare stycken, för att förstärka och skapa tydligare ingångar i t ex rubriker och ingresser. Typsnittet bör alltid spärras 10.

Circular Medium
17 pt

Aldine Regular
11/13 pt

Tagline

VARSÅGOD!

Provsitt på *The House*
i Nya Hovås, Göteborgs
skönaste coworking-kontor,
helt kostnadsfritt i en vecka.

För mer information
och tidsbokning:
031 712 69 11
info@the-house.se

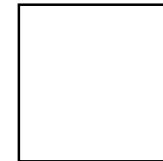
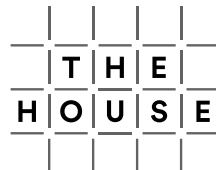
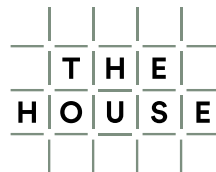
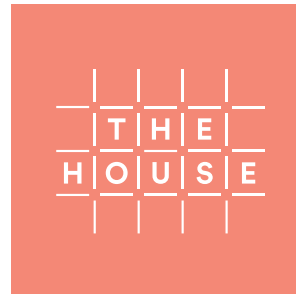
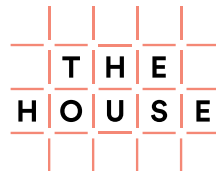
Aldine Italic
11/13 pt

WORK / CREATE / INSPIRE

4. Färger

4. Färger

Färger är en viktig del av vår grafiska profil. En färg kan signalera värme, stolthet eller modernitet. Grundregeln är att alltid välja färg efter ändamål. Färger uppträder olika beroende på om de är tryckta med pms eller fyrfärg; på bestruket eller obestruket papper eller om de visas på skärm. För största möjliga likhet, oberoende av medium eller teknik, finns våra färger i olika färgsystem. Utgå dock alltid från Pantoneskalan när du ska bedöma om en färg har rätt nyans.



Pantone: 430 C
C:60 M:40 Y:50 K:20 (uncoated)
C:33 M:18 Y:13 K:40 (coated)
R:99 G:99 B:99



Pantone: 5635 C
C:40 M:20 Y:50 K:0 (uncoated)
C:40 M:20 Y:40 K:0 (coated)
R:125 G:142 B:128



Pantone: 7606 C
C:0 M:50 Y:40 K:10 (uncoated)
C:0 M:50 Y:40 K:10 (coated)
R:221 G:131 B:114

4.1 Exempel färghantering

The House använder främst svart och vitt för kommunikation både i tryck och på webb. Accentfärger används som komplement på enstaka produkter som t ex posters, koppar, anteckningsböcker och textilier.



5. Mönster

5. Mönster

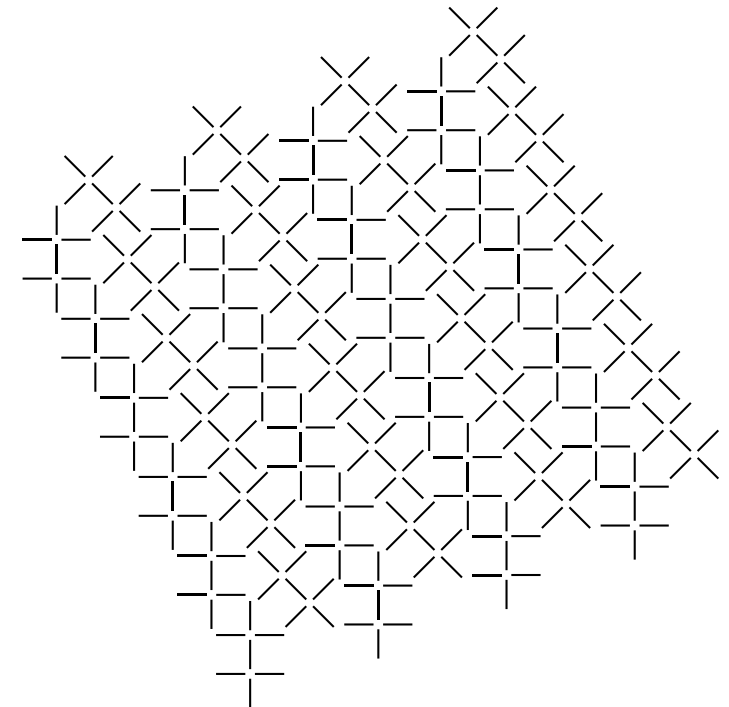
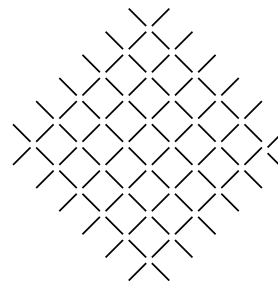
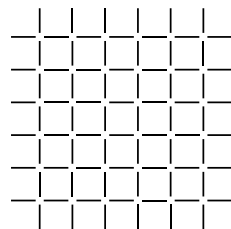
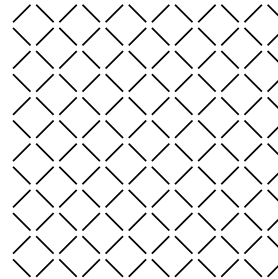
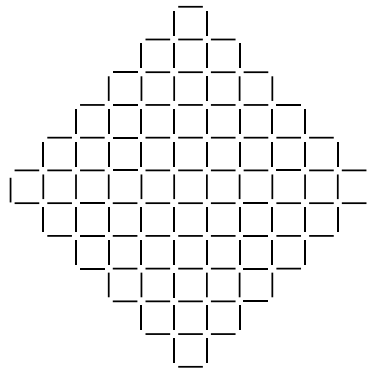
Filnamn mönster:

TheHouse_pattern1

TheHouse_pattern2

TheHouse_pattern3

TheHouse_pattern4



Exempel på olika mönstervärldar som t ex kan användas
på trycksaker, i rumslig miljö och på textilier.

Exempel på "animerat" mönster

6. Språklig identitet

6.1 Tagline

För *The House* som har relativt få kontaktytor kan det vara effektivt att använda en tagline som sammanfattar den valda positionen och som används i olika sammanhang där man har möjlighet att kommunicera.

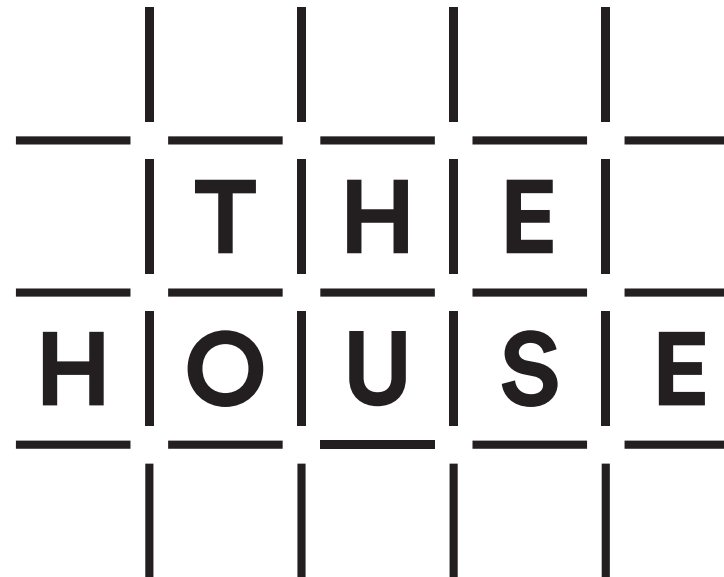
The House

Work / Create / Inspire

Exempel på när logotypen används tillsammans med tagline kan vara på en vepa, startsidan på en keynote-presenation eller på webben. Notera att kombinationen logotyp och tagline inte ersätter logotypen.

Filnamn tagline:

The House_logo_tagline



WORK / CREATE / INSPIRE

Logotyp och tagline

6.2 Manifest

Vart ska du? Dit vill vi.

Var går egentligen gränsen? När blir en idé verklighet? När blir jobbet så roligt att det inte längre känns som ett jobb, eller visionerna så stora att de plötsligt går att leva på? Vi vet inte exakt, men vi vet att det är precis där vi vill vara. I gränslandet mellan fantastisk tanke och fullskaligt projekt, mellan brinnande ambition och färdig produkt. Där vill vi göra det enkelt för dig att fortsätta framåt. Genom att ta hand om allt runtomkring, så vi kan hjälpa dig att ta nästa kliv. Och nästa.

The House är ett nytt sorts kontor. En plats för lika mycket inspiration som funktion. Med service och tjänster som gör jobbet lättare, och kreativa möten med människor som förstår din vardag. Här finns utrymme för små och stora entreprenörer, för frilansare, volontärer och eldsjälar, för kreatörer och visionärer. Du kan hyra en plats eller ett rum, vara här jämt eller när vi bjuder på en bra föreläsning, växa snabbt eller skynda långsamt.

Vi tror på magin som uppstår när man vågar vara kreativ tillsammans. Vi tror på samskapande, utbyte och nätverkande. Och vi tror på kraften hos den som driver sin egen idé. Vår ambition är att du ska känna dig så hemma här att du helt kan fokusera på det som är viktigast: Att utveckla din verksamhet. Välkommen till ditt nya kontor.

Välkommen till *The House*.

7. Fotomanér

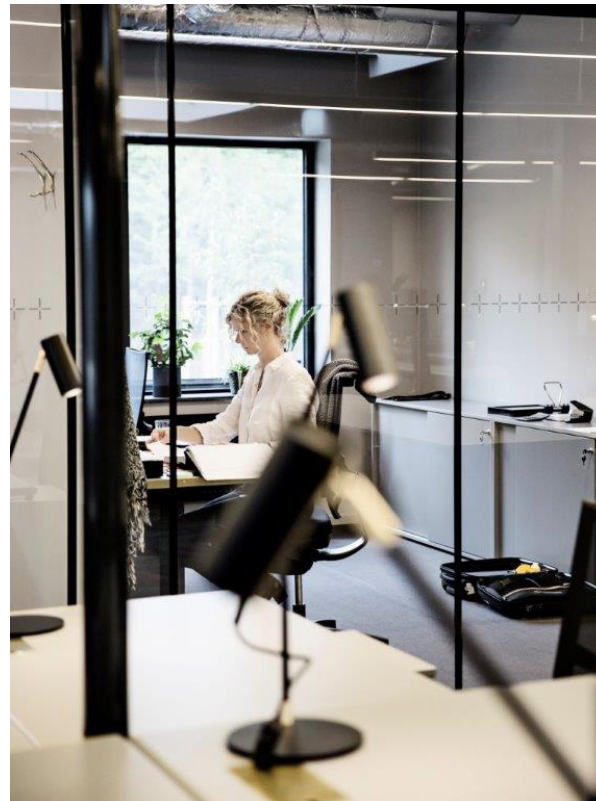
7.1 Atmosfärskapande bilder

Används till exempel i säljmaterial, broschyrer, annonser samt på hemsidan. Bilderna ska utstråla värme och professionalism. En bra bild speglar en kreativ mötesplats. Vi undviker bilder tagna med alltför enkel utrustning som sällan klarar av göra interiören rättvisa vad det gäller färgåtergivning eller förmåga att skildra detaljer. För den här typen av motiv krävs ofta ljussättning för att resultatet ska bli bra.



7.2 Bilder på människor

Se till att fokus behålls på personen och att bilden inte blir rörig i sin komposition. Människorna på bilderna ska upplevas som autentiska och trovärdiga. Vid porträttbilder är personen snarare än miljön i fokus.

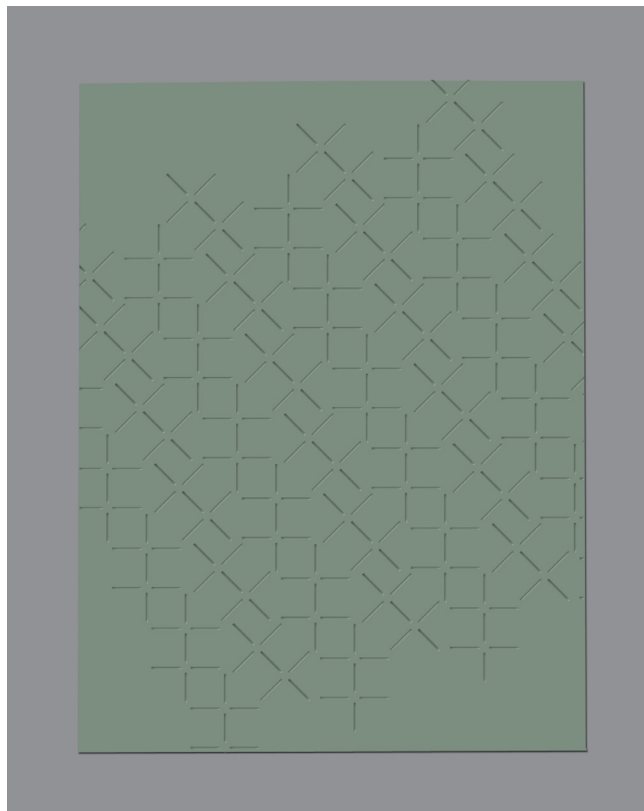


8. Säljmaterial

8.1 Digitalt säljmaterial



8.2 Printat säljmaterial



Exempel framsida pärm



Exempel insida pärm

9. Applicering

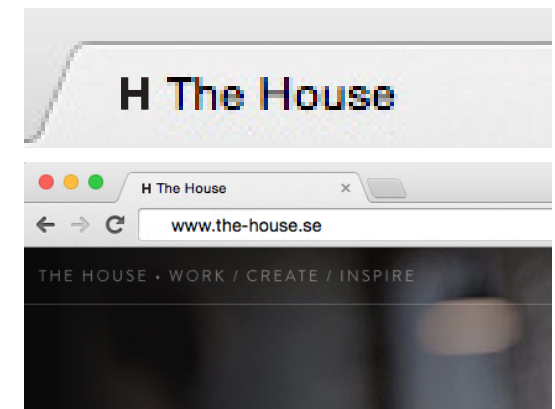
9.1 Exempel applicering



9.1 Exempel applicering



Banner och ikon till facebook.



Favicon till webben.

9.1 Exempel applicering



Invigning av *The House* 19 maj.

Nu har vi öppnat Göteborgs snyggaste coworking-kontor! Vi vill gärna visa upp vårt nya kontorskoncept, så kom och fira öppningen av *The House* med oss.

11.30–13.00

Rundtur i *The House*. Vi berättar mer om coworking och vad vår ambition med *The House* är. Arkitekt Pontus Lomar är på plats och berättar hur hans tankar gick när han ritade huset. Vi bjuder på en lättare lunch.

Anmäl dig senast 10 maj [här](#).
Inbjudan gäller för dig och en vän.
The House Nya Hovås, Björklundavägen 24.
Kommer du med kollektivtrafik så stannar Rosa Express utanför (hållplats Lyckhem)

WORK / CREATE / INSPIRE

Invigning av *The House* 19 maj.

Nu har vi öppnat Göteborgs snyggaste coworking-kontor! Vi vill gärna visa upp vårt nya kontorskoncept, så kom och fira öppningen av *The House* med oss.

17.00–20.00

Rundtur i *The House* och mingel på vår takterrass med drinkar och tilltugg. DJ spelar för att skapa den perfekta after work känslan.

Anmäl dig senast 10 maj [här](#).
Inbjudan gäller för dig och en vän.
The House Nya Hovås, Björklundavägen 24.
Kommer du med kollektivtrafik så stannar Rosa Express utanför (hållplats Lyckhem)

WORK / CREATE / INSPIRE

Exempel på digitala inbjudningar till invigning.

9.1 Exempel applicering



Exempel på applicering av mönster, tagline och typografi.

