

VARJE DAG GÖR VI VÄRLDEN LITE BÄTTRE FÖR BARN

Även om verkligheten och världen står inför enorma utmaningar och det kan tyckas som att det aldrig tar slut, vet vi på Rädda Barnen att det finns hopp. Vi ser det varje dag i vår verksamhet. Därför finns det en stolthet inom Rädda Barnen som vi alla delar – en glädje som kommer av att veta att alla vi faktiskt bidrar till att göra världen lite bättre för barn, varje dag.

Att reflektera över:

Direkt eller indirekt jobbar vi alla inom Rädda Barnen med att förbättra världen för barn. Hur förmedlar jag vårt löfte när jag kommunicerar med andra?

BILDEN AV RÄDDA BARNEN SKAPAS AV OSS ALLA

Varje dag kommunicerar alla inom Rädda Barnen med människor i olika sammanhang. Allt vi gör, säger och visar bidrar till att skapa en uppfattning, eller bild hos våra olika målgrupper om vilka vi är och vad vi gör. Det är därför viktigt att vi uttrycker oss på samma sätt, både i ord och bild, så att vi blir tydliga för våra målgrupper. Det är deras bild och uppfattning om oss som faktiskt är vårt varumärke.

Därför har vi riktlinjer för hur vi kommunicerar Rädda Barnen, så att vi uppfattas på ett sätt som gör att många vill engagera sig i våra frågor.

Om du behöver mer djupgående vägledning i hur vi bäst förmedlar våra budskap finns den kompletta varumärkeshandboken på Charlie.

ATT TÄNKA PÅ INNAN DU KOMMUNICERAR

- Ser man tydligt att det är Rädda Barnen som är avsändare – inte bara genom logotypen?
- Är det lätt att förstå och ta till sig det huvudsakliga budskapet?
- Pratar vi på ett sätt som målgruppen kan förstå?
- Förstärker kommunikationen bilden av Rädda Barnen på det sätt vi vill?*
- Har jag medgivande att använda bilderna i materialet?
- Finns det ett tydligt syfte med det jag producerar, och har jag undersökt så att det inte redan finns material framtaget som beskriver samma sak?



Vår position – så här vill vi uppfattas

VÄRLDENS STÖRSTA SJÄLVSTÄNDIGA BARNRÄTTSGRUPP FOKUSERAD PÅ HÅLLBARA INSATSER

Vi tror att verklig hållbarhet bygger på att hjälpa i tid och över tid. Vår självständighet gör att vi kan agera där vi gör mest nytta för barn – i Sverige och i världen. Tack vare vår storlek kan vi på riktigt göra omedelbara och bestående skillnader i världen, varje dag.

Att reflektera över:

Vilken del av positionen är viktigast för den eller de målgrupper jag jobbar mot? Är det några ord jag brukar betona mer än andra?

Vår Vision – det här vill vi uppnå

ATT GÖRA BARNKONVENTIONEN VERKLIG FÖR VARJE BARN

Barnen är våra riktiga uppdragsgivare. Det är för deras skull vi går till arbetet varje dag. Vi lyssnar på dem och ser till att deras röster hörs – eftersom vi vill se en framtid där barnkonventionen blir verklig och efterlevs varje dag, för alla barn, i alla länder. För när barnen blir trygga blir världen trygg. Att rädda barnen är att rädda världen.

Det är vår drivkraft och vägen vi valt att gå.

Att reflektera över:

Hur pratar jag om vår vision när jag berättar om Rädda Barnen, på jobbet eller privat?

Vad skulle det betyda för världen om vår vision blev realitet?

BILDEN AV RÄDDA BARNEN

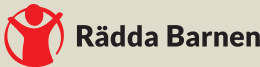
Kort om vårt varumärke

AUGUSTI 2023

Rädda Barnens grundläggande identitet

Logotypen

Det enskilt viktigaste och starkaste delen bland våra visuella element. Logotypen får inte på något sätt ändras eller delas upp, utan ska presenteras i sin helhet. Logotypen finns i ett antal olika utföranden för att kunna användas i olika sammanhang. Versionen med **röd symbol och svart ordbild** är vår huvudlogotyp. Är du osäker på vilken version du ska använda, kontakta kommunikation och insamlingsavdelningen.



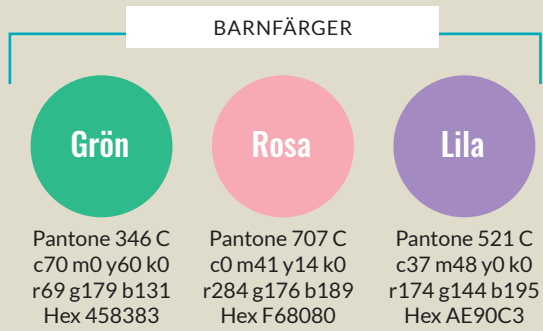
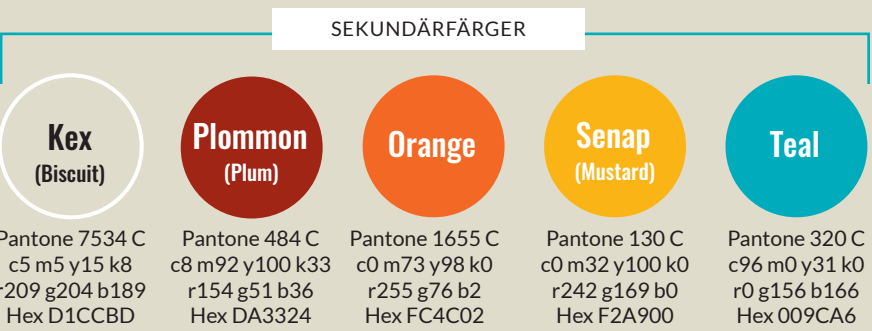
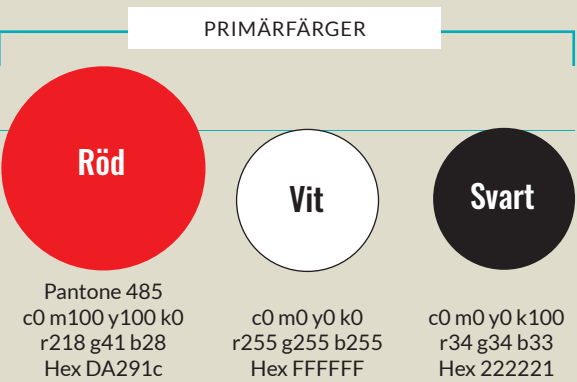
Rädda
Barnen

Vid tillfällen då utrymmet är begränsat kan den kvadratiske versionen av logotypen användas. Även den finns i olika färger för att passa olika ändamål.

För kommunikation utanför Sverige ska den globala logotypen användas. Även den finns i olika format och färger för att passa de flesta användningsområden.



Färger



Färger är, efter logotypen, vår viktigaste del för att skapa igenkänning av vår kommunikation. Det är därför viktigt att inte frestas av att använda andra färger än våra huvudfärger i det material vi skapar. Rött är den färg som starkast förknippas med Rädda Barnen och är den färg som skall vara mest iögonfallande, det är därför den röda cirkeln är störst. I undantagsfall kan sekundärfärger användas för att förtydliga men de får aldrig vara dominerande.

Barnfärgerna nedan är framtagna för att användas i kommunikation riktat till yngre barn. Dessa färger ska inte användas i andra sammanhang.

Teckensnitt

Våra två teckensnitt är Oswald och Lato (eller Arial i de sammanhang de inte kan användas). Dessa finns förinstallerade på din arbetsdator och är fria att dela med andra (samarbetspartners, leverantörer, använda på din privata dator) De laddas då enklast ner från Google:

<https://fonts.google.com>
(sök på Oswald respektive Lato)

Våra teckensnitt

- För rubriker används Oswald medium.
- Rubrikerna får sättas i versaler eller gemener. Till underrubriker får även Lato användas.
- Annan text sätts med Lato (regular, kursiv och fet).
- Använd primärt svart för att skriva text, i andra hand vitt eller rött.

OSWALD
MEDIUM

Lato
Regular
Kursiv (italic)
Fet (bold)

Ikoner och bilder

Ikoner

Ibland behövs något som kan förstärka eller symbolisera något i vår kommunikation. För detta kan ikoner och andra symboler vara användbara. På intranätet Charlie finns ett antal ikoner att ladda ner och använda i materialet du skapar.



Bilder

Stillbilder och filmklipp fyller en viktig funktion i vår kommunikation när det gäller att skapa starka emotionella band mellan oss och våra målgrupper. Med bra bilder och berättelser kan vi förstärka vårt budskap och ge extra kraft till vårt varumärke. Mer om detta kan du läsa i vår bildmanual.

Var noggrann i ditt val av bilder och se till att du har godkända medgivandeformulär.

Rädda Barnen på en minut



Rädda Barnen är världens största självständiga barnrättsorganisation, fokuserad på hållbara insatser – akuta och långsiktiga.

Vi tror att verklig hållbarhet bygger på att hjälpa i tid och över tid, och vår självständighet gör att vi kan agera där vi gör mest nytta för barn – i Sverige och i världen.

Tack vare vår storlek kan vi på riktigt göra omedelbara och bestående skillnader i världen, varje dag. Som barnrättsorganisation vilar vår verksamhet på tre hörnstenar:

direkta insatser för barn, expertkunskap och påverkansarbete.

