

# Designguide

**Morsø Folkebibliotek**

**Version 1.0**

**Udarbejdet af Claus Hansen, marts 2018**

[sharedfolder/bib/7\\_Publikumsbetjening/76\\_PR-virksomhed/762\\_DesignGuide](#)

## Intro

---

Hvorfor skal vi have en designguide<sup>1</sup>

- hvad er meningen og er det i det hele taget nødvendigt?

Vores brugere skal aldrig være i tvivl, når vi kommunikerer, og skal altid kunne genkende Morsø Folkebibliotek som afsender. Det er derfor vigtigt, at vi har en sammenhængende visuel profil med et klart, entydigt og kvalitetspræget grafisk udtryk.

Vores visuelle profil er vores ansigt udadtil. Og ved hjælp af grafiske virkemidler som logo, plakater, skilte o. lign., skal vi forsøge at formidle et godt førstehåndsindtryk til vores brugere.

I vores handlingsplan for 2020<sup>2</sup> er vores kerneopgave beskrevet således: *”Vi bidrager til at skabe et bedre liv på Mors”*. Og handlingsplanen har bl.a. følgende handlingsmål:

- **Vi vil gøre det nemt for borgerne at benytte bibliotekets tilbud.**
- Vi er bevidste om at indrette biblioteksrummet, så man føler sig velkommen og sådan, at rummet inspirerer og inviterer til såvel fordybelse som aktiviteter.

Det første handlingsmål: *”Vi vil gøre det nemt for borgerne at benytte bibliotekets tilbud”* er allerede søgt nået med en ugentlig åbningstid på 105 timer, heraf 71 med selvbetjening<sup>2</sup>, som giver borgerne god mulighed for at benytte det fysiske bibliotek. Gennem vores visuelle profil, vil vi søge, at gøre biblioteket forståeligt og overskueligt og dermed lette brugerens handlinger og omgang med biblioteket især i perioden med selvbetjening, hvor det ikke er muligt, at spørge personalet til råds.

For at hjælpe brugerne med at finde vej på biblioteket – så de bliver selvhjulpne, har jeg i denne version 1.0 af designguiden lagt hovedvægten på emnet skiltning. Andre emner vil derfor med fordel kunne blive uddybet yderligere i senere versioner af designguiden.

---

<sup>1</sup> Kært barn har mange navne, som man siger, og i stedet for betegnelsen designguide, kunne vi have valgt et af synonymerne: designlinje, designsystem, designmanual, designstil,

<sup>2</sup> Morsø Folkebiblioteks egen handlingsplan for 2020.

Designguiden indeholder en beskrivelse af vores grafiske virkemidler som logo, plakater, skilte m.m. Formålet med designguiden er at gøre det nemt for bibliotekets medarbejdere at kommunikere på en ensartet måde både internt og eksternt.

Som bruger af designguiden, er det vigtigt, at bruge de skabeloner, som allerede er udarbejdet på baggrund af designguiden, for at sikre et ensartet visuelt udtryk.

Udarbejdelse af nye skabeloner skal ske ved at følge de retningslinjer, der er beskrevet i denne designguide. Såfremt, at man ønsker at lave en skabelon, der afviger fra retningslinjerne i designguiden, kan det kun ske i samråd med den designansvarlige.

Designguiden er et dynamisk dokument, som løbende vil blive udviklet. Over tid vil der ske ændringer, der vil komme tilføjelser og elementer, som ikke længere er relevante, vil blive fjernet fra designguiden. Det er derfor vigtigt, altid at hente den nyeste version af designguiden fra fællesdrevet.

*Marts 2018*

---

## Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse.....	3
Logo.....	5
Generelt .....	5
Lidt historie.....	6
Nuværende logo .....	6
Farvekombinationer .....	7
Mulepose .....	7
Respektafstand.....	8
Filformater .....	9
Begrænsning i anvendelse .....	9
Font .....	10
Primær font – Verdana .....	10
Sekundær font – Georgia .....	11
Glem serif-myten.....	11
Skilte .....	12
Generelt .....	12
Synsvinkel på skilte.....	12
Skilte på reolgavle .....	13
Skønlitteratur/ biografier .....	14
Skønlitteratur/ romaner .....	14
Skønlitteratur/ krimi .....	14
Skønlitteratur/ spænding.....	15
Faglitteratur/ 95 - 96 .....	15
Faglitteratur/ 96 - 98 .....	15
Skilte foroven på reolsider .....	16
Retningsgivende skilte .....	16
Plakater .....	17
Generelt .....	17
Rules of Thirds .....	18
Skriftstørrelse på en plakat .....	21
Bilag .....	22
Markedsføringspolitik .....	22
Aforismer .....	22
Nuding.....	22
Farver.....	22
PowerPoint præsentationer .....	22

Annoncer.....	22
Retningsgivende skiltning .....	22
Dk5 folder .....	23
Plakater i vinduer .....	23
Oversigtskort .....	23
Merchandise .....	24
QR-kode.....	24
Fjernkending .....	24

## Logo

---

*“Logos are a graphic extension of the internal realities of a company”*

- Saul Bass

### Generelt

Det er vigtigt at Morsø Folkebibliotek bibeholder og bruger eget logo, fordi det er det første brugerne ser, det er vores ansigt udadtil. Logoet skal visualisere Morsø Folkebibliotek og intet andet.



Vores logo sammenlignet med andre biblioteker. Et godt logo er: originalt, unikt, enkelt, genkendeligt og tidsløst.



Vores logo opfylder de ovennævnte kriterier, og er endvidere unikt ved, at vi har bibeholdt navnet *folkebibliotek*. Kun bibliotekerne på Bornholm og Ærø bruger i dag ligeledes betegnelsen folkebibliotek.

## Lidt historie

Den 2. marts 2001 blev Morsø Folkebibliotek indviet i nyindrettede og restaurerede lokaler, der tidligere husede Morsø Jernstøberi. Denne designguide vil ikke beskrive dette og historien bagved yderligere, det kan man læse mere om andre steder.<sup>3</sup>

Året forinden i år 2000, blev der afholdt en offentlig konkurrence om et logo til Morsø Folkebibliotek. Det vindende logo forestillede en elegant slyngede støbeske.<sup>4</sup>

**Dette logo må ikke længere bruges.**



## Nuværende logo

Vores nuværende logo er designet af kommunikations- og reklamebureauet Advice. Logoet kom i anvendelse i 2008. Materiale fra Advice, der beskriver udarbejdelsen og overvejelser omkring anvendelsen af logoet, er desværre gået tabt. Og der er lidt uklart præcis hvornår, logoet kom i anvendelse første gang. Vi har dog, ved gennemgang af vores udklipsmapper, sporet os tilbage til, at logoet blev brugt første gang i en annonce den 28. marts 2008.



Logoet består af to dele, et bomærke og et navnetræk.



Bomærke



Navnetræk

<sup>3</sup> Se vores egne pjecer: *Støberiet*, *Der var engang*, samt i internt ringbind *Rundvisning*, der indeholder artikler, pressemeddelelser mv. omkring restaureringen og overtagelsen af de gamle værkstedsbygninger fra Morsø Jernstøberi.

<sup>4</sup> Se omtale af logokonkurrencen i Morsø Folkeblad, 27/10-2000.

Bomærke og navnetræk udgør tilsammen logoet og kan ikke bruges hvert for sig. Logoet skal altid benyttes samlet. Bomærket er et kraftigt M som er dækket af en rød figur, der symboliserer øen Mors. Kun i helt særlige tilfælde benyttes bomærket alene, f.eks. på navneskilte.



## Farvekombinationer

Logoet findes i flere forskellige farvekombinationer. Som hovedregel skal man benytte logoet på hvid baggrund (RGB-on-White). De andre farvekombinationer af logoet bruges kun i særlige tilfælde, som f.eks. på muleposer.



## Mulepose

Herunder er et eksempel på en mulepose, hvor man ikke bruger logoet på hvid baggrund, i stedet har man valgt at bruge en transparent baggrund.





## Respektafstand

For at sikre logoets suverænitet, skal der benyttes en afstand på minimum 5 mm omkring logoet – en såkaldt respektafstand, inden for dette område må andre elementer ikke forekomme.



På forsiden af folderen "Det Sker" bliver logoet presset lidt for meget og mister sin suverænitet, der mangler en respektafstand omkring logoet. På Melodi Grand Prix plakaten står logoet meget pænere, der er luft og respektafstand omkring det.



## Filformater

Vores logo findes i forskellige filformater.

### Eps-formatet

Der er tale om vektorgrafik, stregtegninger som kan forstørres og formindskes i det uendelige uden at miste sine proportioner. Forstørres eller formindsker man f.eks. en vektorgrafik-fil 1000 gange vil det se ud på præcis samme måde som før ændringen. CMYK-farver. Bruges til tryk og print – opgaver, som vi ikke selv løser, men får lavet ude af huset.

### Jpg-formatet

Der er tale om bitmap-grafik, billeder der består af prikker. Kvaliteten af billedet forringes væsentligt ved skalering. RGB farver. Bruges til print – alle opgaver som vi selv kan printe.

### PNG-formatet

Dette filformat må kun bruges til web.

## Begrænsning i anvendelse

Vi bruger ikke vores logo på vores brevpapir eller i vores email-signaturer.

Det er bestemt, at vi i stedet følger retningslinjer angivet af Morsø kommune.



## Font

---

### Primær font – Verdana

Som den primære skrifttype har vi valgt at bruge fonten Verdana. Fonten er designet af Matthew Carter og har siden 1996 været med i Windows "Font Pack". Verdana er en sans serif skrifttype, det vil sige uden fødder.

Verdana er designet til at være let at læse i lille størrelse på en skærm. Den høje x-højde (højden på et lille x), de brede proportioner og den store afstand mellem bogstaverne, er alt sammen med til at gøre skrifttypen meget let at læse. Selv i små størrelser.



Lille x i samme punktstørrelse i fire forskellige skrifttyper.

Verdana er en skrifttype, som er blevet brugt rigtig meget siden den kom frem i 1996, og man kan derfor med nogen grund godt postulere, at fonten er blevet overeksponeret. Men det er der jo på den anden side en grund til - den er rigtig god. Som en kontrast til Verdan har vi valgt en alternativ sekundær font med seriffer (fødder) – Georgia. Se mere om denne font på næste side.

### Verdana Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Æ Ø Å  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z æ ø å  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ; ! ? • - " ' ( ) / | % @

### Verdana Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Æ Ø Å  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z æ ø å  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ; ! ? • - " ' ( ) / | % @

## Sekundær font – Georgia

Som et alternativ til Verdana kan man bruge serif skrifttypen Georgia, som også er designet af Matthew Carter. Skrifttypen blev designet i 1993 og har siden 1996 været med i Windows "Font Pack". Den er designet til at være en "Verdana med fødder". En læsbar, seriøs og skærmb kompatibel skrifttype, som desuden også ser godt ud på tryk, og det er den skrifttype, du har læst lige nu.

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÀÅ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyzàåéîõøü&1  
234567890(\$£€.,!?)

## Glem serif-myten

I mange år er det blevet sagt, at det er en fordel at vælge skrifttyper med fødder - de såkaldte seriffer - til brødteksten i en artikel. På samme måde er det også ofte blevet sagt, at tekster der skal læses på en computerskærm helst ikke skal have fødder. Men det er en myte, som man roligt kan glemme alt om, mener Henrik Birkvig. "Der er ingen undersøgelser, som understøtter det," siger han.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Kilde: <https://www.computerworld.dk/art/215241/seks-tips-til-at-finde-den-perfekte-skrifttype>

## Skilte

---

### Generelt

Skiltning handler om, at vi viser vore brugere vej (*wayshowing*) og om at brugerne kan finde vej (*wayfinding*), så det er vigtigt, at vores skilte har et design, der fremhæver enkelthed og overskuelighed.

Vores besøgende vil typisk gennemgå tre forskellige faser. Første fase er orienteringsfasen, hvor låneren, der skal finde vej, har brug for information til at træffe beslutning om at finde vej, f.eks. ved hjælp af et oversigtskort. Anden fase, dirigering, beskriver behovet for information til at udføre beslutningen, f.eks. retningsgivende skiltning. I tredje fase skal låneren, som forsøger at finde vej, bruge information til at afgøre om målet er nået, har man fundet emnet eller bogen, som man søger efter.

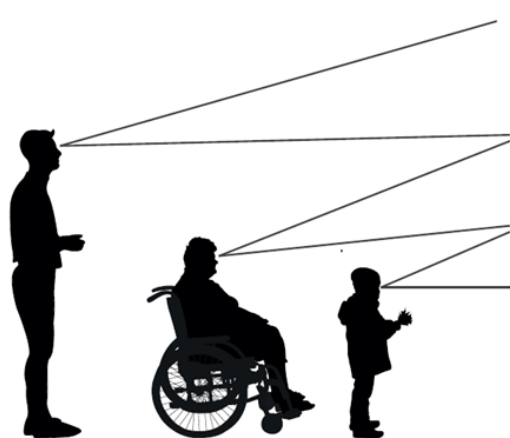
Tre forskellige faser som låneren skal igennem:

- 1) Orientering (kort, oversigt eller koordinat)
- 2) Dirigering (retningsgivende skiltning eller visuel kontakt med destinationen)
- 3) Identifikation (information til at afgøre om målet er nået, har man fundet bogen)

Vores skilte design skal passe ind i den eksisterende historiske biblioteksbygning, som vi ønsker skal fremstå så intakt og oprindelig som mulig. Og hver gang vi flytter rundt på bøger og inventar, skal man overveje om skiltningen skal ændres eller tilpasses. Målet er hele tiden, at have en god skiltning, hvor der er nemt at finde rundt ved hjælp af synlige pejlemærker.

### Synsvinkel på skilte

Vi skal også være opmærksom på, at ophænge skilte således, at informationen er let at læse for alle. Skilte skal f.eks. hænge i forskellige højder.



## Skilte på reolgavle

*”Vi har nogle reoler, der i stil passer meget fint til det industripræg, vi har ønsket at fastholde. Indvendig er den oprindelige stålkonstruktion bibeholdt overalt. Kabelbakker og ventilationsrør er malet i søjlernes antracitgrå farve.”<sup>6</sup>*

Skilte på reolgavle er designet således, at begge hovedsystemer, som man inddeler bøgerne efter, bliver tilgodeset. Skønlitteraturen, er ordnet alfabetisk, oftest efter forfatterens efternavn. Faglitteraturen er inddelt numerisk efter emner i talsystemet DK5, som alle biblioteker i Danmark bruger.

Størrelse: A5 (Størrelse 148 mm x 210 mm)

Materiale: Transparent papir (transparency film)

Der er udarbejdet en skabelon i Microsoft Publisher.

Nedenstående er der vist nogle eksempler:

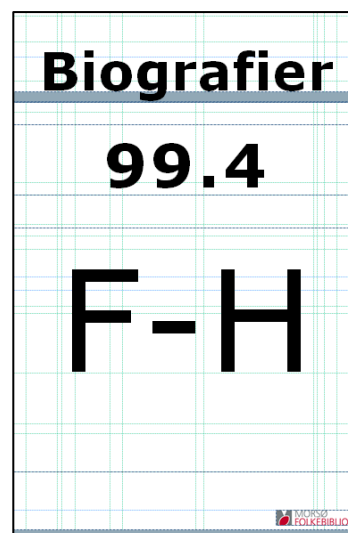
---

<sup>6</sup> Kilde, Inger Hansen, biblioteksleder, Morsø Folkebibliotek, Danmarks Biblioteker 2001 nr. 9.

**Skønlitteratur/ biografier**

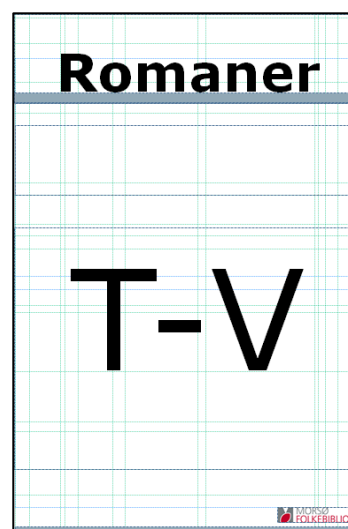
På biografier reolskiltene har vi valgt at bruge både talsystemet og en alfabetisk inddeling.

Overskrift	Verdana, 56 pkt., fed
Tal	Verdana, 63 pkt., fed
Versaler	Verdana, 150 pkt., normal

**Skønlitteratur/ romaner**

På romaner reolskiltene har vi valgt at bruge en alfabetisk inddeling.

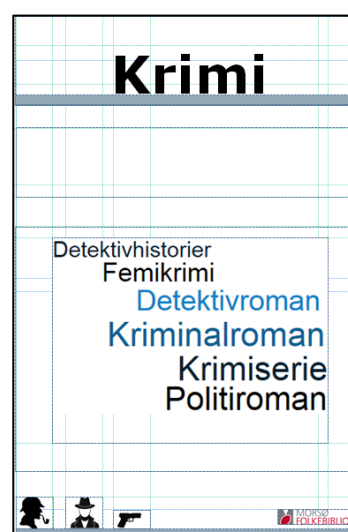
Overskrift	Verdana, 56 pkt., fed
Versaler	Verdana, 150 pkt., normal

**Skønlitteratur/ krimi**

På krimi reolskiltene er der tilføjet ekstra elementer som word cloud og piktogrammer.

Overskrift	Verdana, 56 pkt., fed
Word Cloud	H: 7,805 cm, B: 10,446 cm
Piktogram vertical	H: 1,2 cm, B: 1,4 cm
Piktogram horizontal	H: 0,7 cm, B: 1,4 cm

Skabelonen er opbygget med faste billederuder til word cloud'en og piktogrammerne.



**Skønlitteratur/ spænding**

På spænding reolskiltene er der tilføjet ekstra elementer som word cloud og piktogrammer.

Overskrift	Verdana, 56 pkt., fed
Word Cloud	H: 7,805 cm, B: 10,446 cm
Piktogram vertical	H: 1,2 cm, B: 1,4 cm
Piktogram horizontal	H: 0,7 cm, B: 1,4 cm

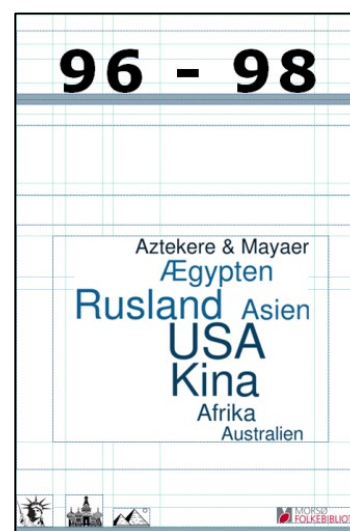
Her er der anvendt 3 vertikale piktogrammer og ikke noget horisontal piktogram. Det kan man selv bestemme, men der bør ikke bruges mere end 3 piktogrammet i alt på et reolskilt.

**Faglitteratur/ 95 - 96**

Overskrift tal	Verdana, 63 pkt., fed
Word Cloud	H: 7,805 cm, B: 10,446 cm
Piktogram vertical	H: 1,2 cm, B: 1,4 cm
Piktogram horizontal	H: 0,7 cm, B: 1,4 cm

**Faglitteratur/ 96 - 98**

Overskrift tal	Verdana, 63 pkt., fed
Word Cloud	H: 7,805 cm, B: 10,446 cm
Piktogram vertical	H: 1,2 cm, B: 1,4 cm
Piktogram horizontal	H: 0,7 cm, B: 1,4 cm





## Skilte foroven på reolsider

På siden af reolerne foroven, er der en skinne, hvori der er placeret et gråt papskilt med emnetekst. Problemet er, at vi ikke selv kan printe skiltene, da de er større end A3. Der er ikke pt. udarbejdet forslag til, hvordan de skal se ud fremover. Det er dog vigtigt, at det bliver skilte med verdana fonten og at vi selv kan printe i A4 eller A3.



## Retningsgivende skilte

Retningsgivende eller oplysningsskilte med verdana font og den grå bjælke med logo. Skriftstørrelsen kan beregnes på samme måde som til plakater, se nedenstående afsnit om plakater.



## Plakater

---

### Generelt

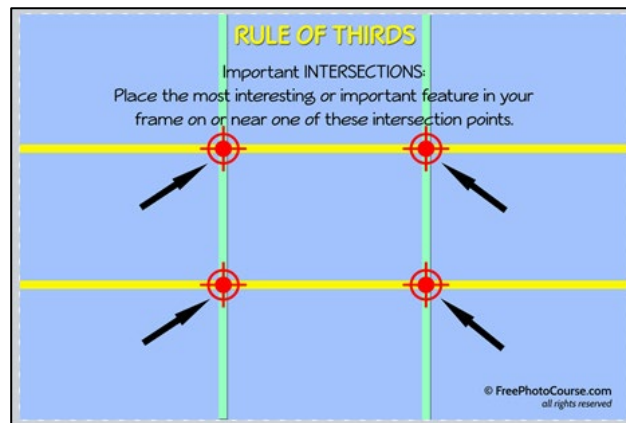
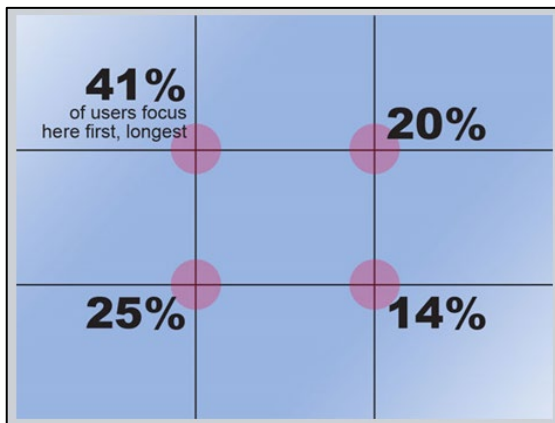
Meningen med en plakat eller det der på engelsk kaldes en poster, er at fortælle om et emne kort og præcist. Og der er altid en god idé, at overveje følgende:

Indbydende	Brug blikfang som billeder, illustrationer og lignede. Tænk over og overvej farvevalg, det skal passe til budskabet.
Læselig	Posteren skal være let tilgængelig. Grammatikken skal være i orden. Undgå passive eller svære sætninger. Ret stavfejl.
Tydelig	Hvis teksten er tydelig, kan den læses på 2-3 meters afstand. Budskabet skal også være tydeligt – tænk over, hvad du vil sige med din poster.
Velorganiseret	En logisk placering af teksten kan betyde, at du når dit publikum. Læseren skal helst ikke bruge tid på at finde næste logiske afsnit – læseren skal i stedet bruge tiden på at opsuge information.
Kortfattet	Du har under ét minut til at fange dit publikum – nogle mener så lidt som 11 sekunder. De fleste læsere opfanger kun overskriften, så sørg for, at den er fangende og kort. Gør læseren nysgerrig.

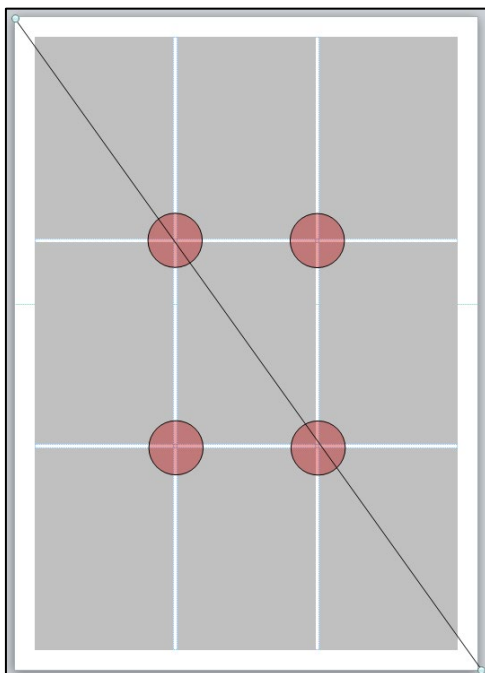
## Rules of Thirds

Vores plakattedesign er opbygget efter designprincippet *Rules of Thirds*.

Det vil sige, at vores plakatskabelon er opdelt i tredjedele, så man får en billedflade i 9 lige store felter. Der fremkommer således 4 skærepunkter, hvor de lodrette og vandrette strejer krydser hinanden. Disse snitpunkter kaldes også for *power points*. Det mest interessante eller vigtigste kan med fordel placeres i eller tæt på en eller flere af disse punkter.



Læselinjen går fra øverste venstre hjørne gennem de to snitpunkter til nederste højre hjørne og angiver den vej øjet følger, når plakaten læses. Nogen læser det dog omvendt, fra nederst højre til øverst venstre.

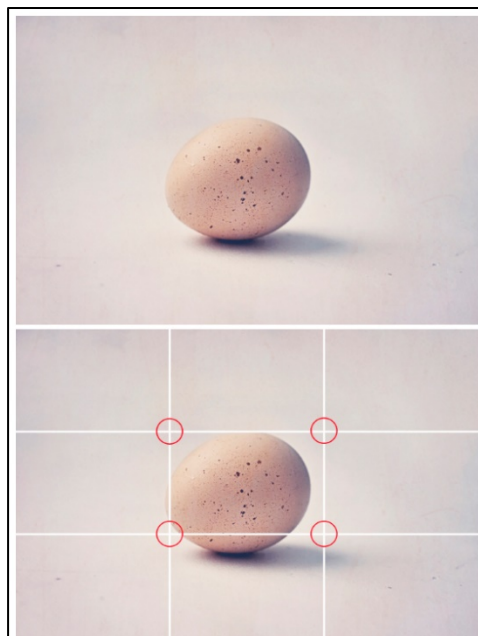


For at illustrere reglen om Rule of Thirds, er der her nedenstående to eksempler på hvordan man bruger og ikke bruger reglen.

### Eksempel A – uden brug af Rule of Thirds

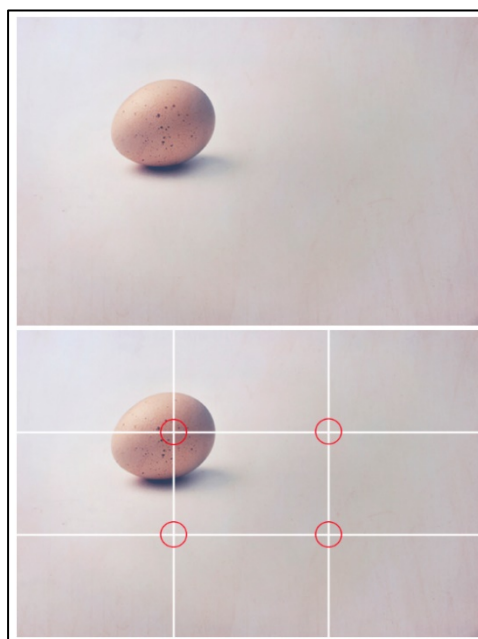
Resultatet er et stillestående billede, der ikke er velafbalanceret eller godt sammensat.

Objektet (ægget) rører ingen af skæringspunkterne.

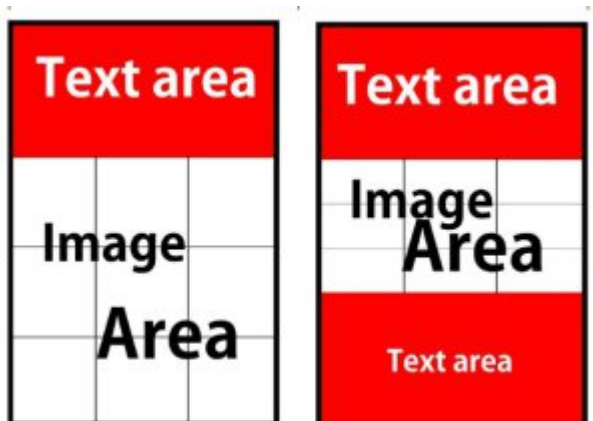
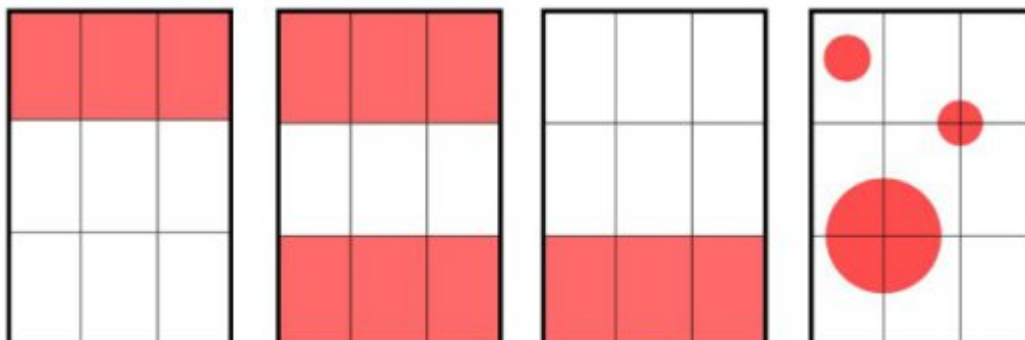


### Eksempel B – brug af Rule of Thirds

Her har man brugt reglen effektivt og det giver et velafbalanceret billede. Objektet er placeret i et af skæringspunkterne og i den vestre tredjedel af billedet. Flot *white space* til højre i billedet.



En plakat kan designes på mange forskellige måde selv om man holder fast i at bruge reglen - Rule of Thirds. Nedenstående er eksempler på, hvordan man kan inddele plakaten i tekst og billede områder.



Her er et par eksempler på bøger, hvor man har benyttet reglen på coveret.



## Skriftstørrelse på en plakat

Der findes ikke nogen entydig regel til bestemmelse af skriftstørrelsen. Men det er vigtigt, at man bruger afbalancerede skrifttypestørrelser til overskrift, underoverskrift og brødtekst. Man kan prøve sig lidt frem eller bruge en tommelfingerregel, der siger, at man dividerer overskriften med 1,6 for at finde underoverskriften osv. At det lige netop er 1,6 man dividerer med stammer fra en anden designregel – *Golden Ratio*.

“Golden Ratio to the rescue. When you learn this trick, you will never go wrong with correct font sizes. Essentially, what you do, is the following:”

- Take the size of your heading (or some kind of main text);
- Divide it by 1.6 – you will get the best size for the subheading;
- If that is too large – divide again by 1.6;
- ... and divide or multiply up or down until you get to all your needed font sizes.

Kilde: <http://www.visualexpert.co/blog/rule-thirds-golden-ratio/>

## Bilag

---

Inspiration og idéer til emner, der måske kan indgå i en senere version af designguiden.

### Markedsføringspolitik

Eksisterende dokument omkring markedsføringspolitik kan med fordel indarbejdes til at være en del af designguiden. [Se i bilagsmappen.](#)

### Aforismer

Hvis et reolskilt har et emne, hvor det er vaskeligt at lave en word cloud, kunne man som alternativ evt. lave en aforisme. [Se i bilagsmappen.](#)

### Nuding

Overvej om man kan lave en eller anden form for nuding på biblioteket. Der er indsamlet forskelligt materiale om hvad andre biblioteker har gjort. [Se i bilagsmappen.](#)

### Farver

Overvej om man vil bruge bestemte farver. Man kan evt. finde frem til farverne ved at tage udgangspunkt i biblioteksbygningen både indvendig og udvendig (murværket). Et eksempel herpå er Thisted kommune, som i deres designguide har fundet frem til farver ved bl.a. at bruge murværket på deres gamle rådhus. [Se deres designguide.](#)

### PowerPoint præsentationer

Overvej at lave en standard skabelon med logo, verdana fonten og den grå bjælke forneden.

### Annoncer

Overvej at lave en skabelon til forskellige annoncestørrelser, hvor logoet har den nødvendige respektafstand og hvor man har brugt verdana fonten. Overvej om man vil bruge den grå bjælke.

### Retningsgivende skiltning

Lav en mappe på fællesdrevet, hvor man samler alle denne type skilte. Se et eksempel i [bilagsmappen.](#)





## Merchandise

Lav en gennemgang af hvordan man har brugt logoet i forbindelse med merchandise, som f.eks. kuglepenne, muleposer, paraply, nøglering, magneter osv. Gennemgangen vil være med til at sikre at logo og skrifttype bliver brugt rigtigt. Og hvis der er afvigelser, så få dem beskrevet og beslutte om der skal laves ændringer.

## QR-kode

Kan være en mulighed, kræver dog en del vedligehold, når der bliver flyttet rundt, så skal koden også ændres. Lige nu er det blevet populært at bruge QR-koder igen.

[Se i bilagsmappen.](#)

## Fjernkending

Vigtig med en god fjernkending og ens skilte. Nedenstående skilte er ved at blive ændret.

