

GRAFISK PROFIL.

VERSION 1 2026

SkandiaMäklarna
— REAL ESTATE —

VI HJÄLPER DIG HITTA HEM

Vi tänker inte som andra mäklare. Vi vet att det vi förmedlar är mycket mer än bara objekt, oavsett om våra kunder vill sälja eller köpa. Vi brukar säga att vi hjälper människor hitta hem, och det är vi stolta över. Att få hjälpa till i våra kunders viktigaste affär. Så att den blir bättre. Det har vi gjort i 45 år! Idag finns vi på nästan 100 kontor i Sverige, Spanien och Portugal.

Genom vårt grafiska uttryck med jordnära färger och stilrena bildmanér vill vi utstråla trygghet, kvalitet och premiumkänsla i all vår kommunikation och marknadsföring.

Välkommen hem. Välkommen till SkandiaMäklarna.

VÄLKOMMEN TILL SKANDIAMÄKLARNA

En grafisk profilmanual är en förutsättning för en konsekvent och framgångsrik kommunikation. Den visar de riktlinjer som vi alla som arbetar för SkandiaMäklarna behöver förhålla oss till för att stärka vårt varumärke.

I manualen framgår hur vi använder logotype, typsnitt, bilder och färger för att skapa rätt känsla i vårt material och i vår marknadsföring.

ELLICA STRINDBERG

ART DIRECTOR, SKANDIAMÄKLARNA HUVUDKONTORET

073-367 98 20

ellica.strindberg@skandiamaklarna.se

LOGOTYPE.

Logotypen är den viktigaste komponenten i vår grafiska profil. Den skapar omedelbar igenkänning och finns med som avsändare i allt vi gör. Vår logotype ska användas i sin helhet på allt marknadsmaterial i Sverige, Spanien och Portugal för att signalera kedjans storlek.

ANVÄNDNING AV LOGOTYPE

Mot ljus bakgrund används svart logotype, och mot mörkare bakgrund använder vi vit logotype. Använd den variant som ger bäst kontrast mot bakgrunden. I de fall en fotografisk bild utgör bakgrunden väljs den logotype som syns tydligast. På viss typ av marknadsmaterial kan vi välja att foliera vår logotype i silver för en mer exklusiv känsla. Detta har vi till exempel gjort på våra kontraktsboxar, nyckelboxar och påsar.

MARGINALER

För att logotypen ska presenteras på bästa sätt får inte andra element placeras för nära avsändaren. Nedan ser du den minsta marginalen som ska vara fri. Logotypen placeras centrerad på aktuell yta. Ytan kan utgöra annonsformat, det skurna formatet eller blockytan. Logotypen placeras primärt centrerat i nederkanten av dokumentet.

SKYLTAR

Vid skyltning av kontor används vit logotype på svart bakgrund alternativt om man vill foliera logotypen i silver. Man kan också välja svart logotype på vit bakgrund. Även vid skyltning gäller minsta tillåtna marginal enligt nedanstående illustration. Vid skyltning kan man även komplettera med vår symboliska logotype. Det måste dock alltid framgå vem som är avsändare i form av text eller med vår logotype på intilliggande element.

Minsta tillåtna marginal runt SkandiaMäklarnas logotype



SkandiaMäklarna

— REAL ESTATE —

SkandiaMäklarna

— REAL ESTATE —

SM

— REAL ESTATE —

RIKTLINJER FÖR

LOGOTYPE.

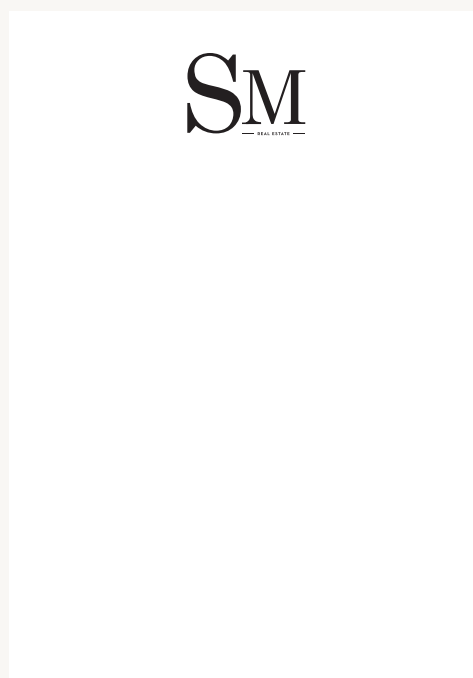
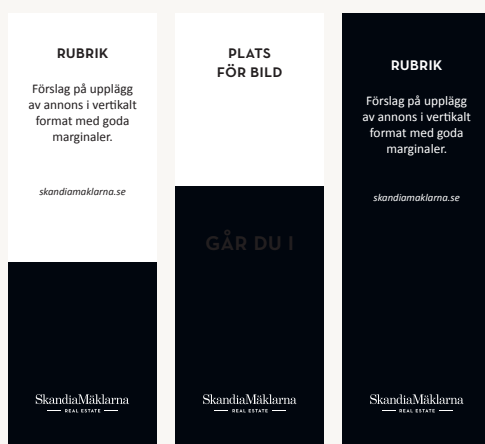
För att skapa ett enhetligt uttryck ska vår logotype användas på ett enhetligt sätt. Intill finns exempel som påvisar regler gällande applicering av logotypen. Använd en *mindre storlek* av logotypen och mer luft på alla sidor runt logotypen. Den får endast användas horisontellt. Vår logotype ska stå helt fritt utan närliggande text eller bilder.

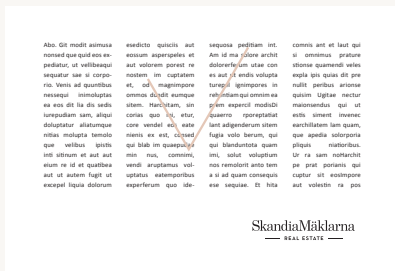
SYMBOLISK LOGOTYPE

Som komplement till vår logotype har vi en symbolisk logotype. Den ska endast komplettera vår logotype. Den ska alltid användas tillsammans med kompletterande text som tydliggör avsändaren på vårt marknadsmaterial eller vid skyltning.

ANVÄNDNING AV SYMBOLISK LOGOTYPE

Den ska användas på tex brevhuvud, digitalt marknadsmaterial och videomaterial där vår logotype behöver kompletteras. På skyltytor där det finns flera skyltfönster och ljusboxar kan symbolen användas som en del i en skyltning. Kontakta alltid oss på Huvudkontoret om ni undrar över någon speciell användning av symbolen.





HORISONTELL APPLICERING

Logotypen ska alltid presenteras *horisontellt* *centrerat* eller till *höger* på ytan. Se till att text och objekt har ett generöst avstånd till logotypen. Använd angivna marginaler. Minska ner logotypen vid mer text.

MER LUFT RUNT LOGOTYPEN

Använd logotypen i *mindre format* för att skapa mer luft. Figuren ovan ger den premiumkänsla vi eftersträvar.



ANNONSERING AV KONTOR

Även vid annonsering av lokalkontor används vår logotype i sin helhet utan tillägg. Vi är ett SkandiaMäklarna och stärks av att marknadsföra oss som ett bolag.

FÄRGER

Färgerna i denna grafiska profil ska utstråla Trygghet, pålitlighet, affärsmässighet och professionalism.

PRIMÄRFÄRGER

Primärfärgerna är Rymd, Kokos och Sandsten. Någon av dessa färger ska alltid dominera i marknads materialet. De kan kombineras med någon av sekundärfärgerna.

SEKUNDÄRFÄRG

Vanilj, Lera och Glänta är sekundärfärger. De ska alltid användas tillsammans med någon av primärfärgerna. Sekundärfärger får aldrig dominera på marknads materialet.

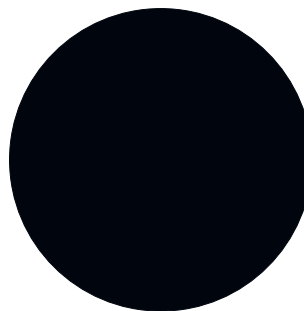
ACCENTFÄRG

Puder är endast en accentfärg, vilket betyder att den används till mindre detaljer på marknads material. Den används med fördel till text på underlag i rymd, till detaljer, bilder och knappar. Aska är en accentfärg som används till porträttbildernas bakgrund på webben.

VÄGGFÄRG

Vi rekommenderar främst Vanilj och Blond som väggfärger för ett ljust och varmt intryck. Komplettera gärna med inredningsdetaljer i jordnära färger och i silver.

Vill man ha starkare färger på någon mindre kontorsyta, kan Glänta eller Sandsten vara fördelaktiga.

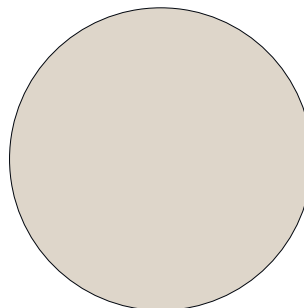


RYMD (Primär)

CMYK 40, 20, 20, 100

RGB 11, 18, 19

HEX #0B1213

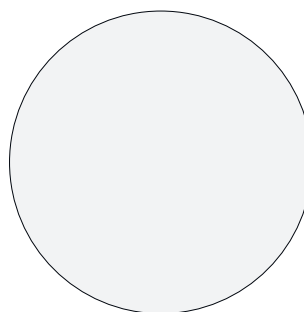


SANDSTEN (Primär)

CMYK 12, 12, 18, 0

RGB 230, 222, 211

HEX #E6DED3

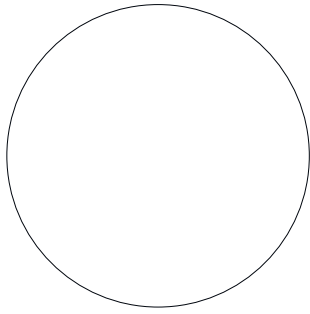


ASKA (Accentfärg webb)

CMYK 0, 0, 0, 5

RGB 246, 246, 246

HEX #F5F5F5

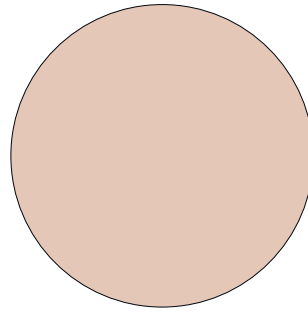


KOKOS (*Primär*)

CMYK 0, 0, 0, 0

RGB 255, 255, 255

HEX #FFFFFF

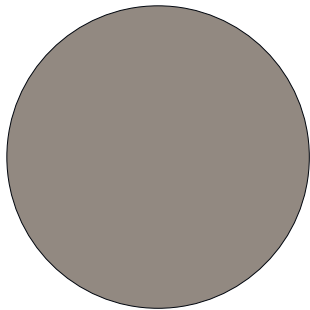


PUDER (*Accent*)

CMYK 7, 20, 22, 3

RGB 233, 207, 194

HEX #E9CFC1

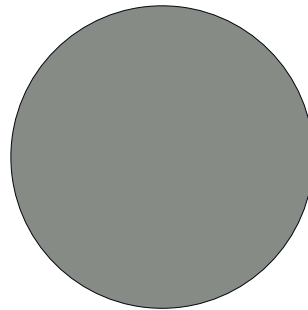


LERA (*Sekundär*)

CMYK 0 8 12 51

RGB 153 146 139

HEX #99918A

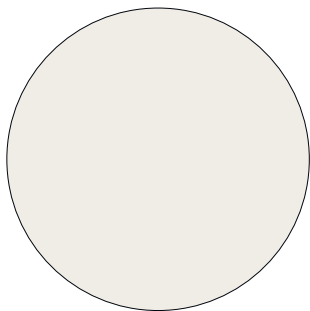


GLÄNTA (*Sekundär*)

CMYK 3, 0, 8, 54

RGB 145, 146, 140

HEX #91918C

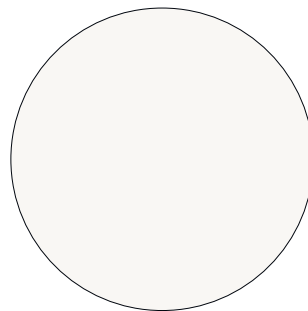


BLOND (*Komplement*)

CMYK 0, 2, 6, 8

RGB 240, 236, 229

HEX #FOECE5



VANILJ (*Sekundär*)

3, 3, 5, 0

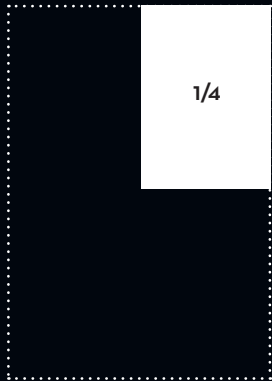
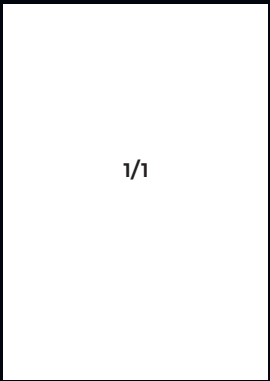
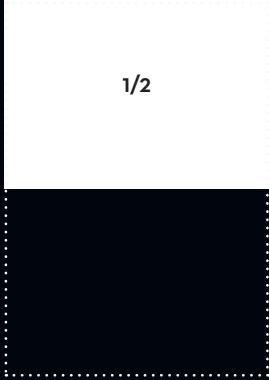
RGB 249, 247, 244

HEX #F9F7F4

DESIGNSYSTEM

MODULER.

Vårt marknadsmaterial är uppbyggt i ett designsystem med olika moduler. Vi bygger upp formen utifrån modulsystemet och komponerar sidlayouten med hjälp av 1/4, 1/2, 1/1 uppslag och 3/4 uppslag. Våra prospekt, foldrar, direktmarknadsföring och annonser utgår från detta system.



RIKTLINJER

TYPOGRAFI.

Typografi har en stor roll som budskapsbärare. Med hjälp av en väl genomtänkt och enhetlig typografi skapar vi rätt känsla hos läsaren och mottagaren. Typografera gärna med en mindre grad, för att skapa elegans och känsla av premium.

NEUTRA PREMIUM

Neutra Premium är en tidlös font med tydliga arkitektoniska linjer. Den används framför allt till rubriker, men även till korta texter. Vi använder denna font där vi vill skapa en känsla i marknadsmaterial. Neutra Premium är en kapital, det vill säga versaler som endast har en gemen höjd (x-höjd).

CALIBRI

När vi skriver längre texter, informationsfoldrar eller avtal behöver vi en font med god läsbarhet. Då använder vi Calibri till brödtexterna. Vi använder *aldrig* Calibri till rubriker men ofta till citat på marknadsmaterial.

BREV, DOKUMENT OCH AVTAL

RUBRIK

Skrivs vänsterställt i *Neutra Premium* med förhållandet

16/16 pkt. Rubriken skrivs med optisk tillriktning och +0. Anpassa rubrikens storlek efter materialet enligt samma förhållande och se till att det finns gott om marginal till dokumentets kant.

ÖVER- OCH UNDERRUBRIKER

Skrivs primärt i *Neutra Premium* med förhållandet 12/12 pkt.

INGRESSER

Skrivs primärt i *Calibri*, i förhållandet 12/17 pkt för en luftig kägel. I vissa fall passar *Neutra Premium* bättre till ingressen alternativt *Calibri kursiv*.

BRÖDTEXTER

Längre brödtexter skrivs i *Calibri Regular* primärt i förhållandet 10/15 pkt. Vid mycket långa texter med breda rader kan avståndet ökas till 10/20 pkt som mest för bättre läsbarhet, alternativt att skriva texten i 2-3 kolumner.

MARKNADSMATERIAL

RUBRIK

Skrivs centrerat eller vänsterställt i *Neutra Premium* i förhållandet 40/40 pkt. Rubriken skrivs med optisk tillriktning och +0. Anpassa rubrikens storlek efter materialet enligt samma förhållande men se till att det finns gott om marginal till dokumentets kanter. En luftig kägel ger premiumkänsla.

INGRESSER

Skrivs primärt i *Neutra Premium* i förhållandet 12/12 pkt med optisk tillriktning och +75, alternativt *Calibri kursiv* 12/17.

BRÖDTEXTER

Säljande brödtexter på max 5 rader skrivs i *Neutra Premium* i förhållandet 10/15 pkt. För marknadsmaterial med mer informativ brödtext används *Calibri Regular* i förhållandet 10/15 pkt. Vid stor textmängd kan man öka till 10/20 pkt som max. Man kan även skriva texten i 2-3 kolumner.

ABC123

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÅ
ÄÖ1234567890

Abc

Abcdefghijklmn
opqrstuvwxyzå
äö1234567890

MEDARBETARE

FOTOGRAFI.

Våra medarbetarfoton ger ett personligt intryck och skapar igenkänning. Dessa foton används till allt marknadsmaterial. Det är därför av yttersta vikt att SkandiaMäklarnas medarbetare fotograferas på exakt samma sätt i Sverige, Spanien och Portugal. Vi uppmanar er att välja en porträttfotograf till dessa foton som har rätt kunskap och kamerautrustning. Kontakta oss på huvudkontoret om ni har frågor inför er fotografering.

BILD TYPER MÄKLARE

Alla mäklare ska ha en bild i helkroppss- samt en halvkroppssformat anpassad för print och för webb för att kunna använda allt vårt marknadsmaterial. Fotografen sparar dessa både med vit bakgrund och utan bakgrund (*png*).

ÖVRIGA MEDARBETARE

Medarbetare som inte medverkar i objektsannonser behöver endast en halvkroppsbild anpassad för print och för webb som sparas både med vit bakgrund och utan bakgrund (*png*).

SITUATIONSBILDER FRÅN VARDAGEN

Vi rekommenderar även att kontoren har ett litet urval av situationsbilder på sina medarbetare från deras vardag som kan användas till mäklarsidan på vår webb, marknadsmaterial och till kontorens sociala medier för att ha ett levande flöde.

KAMERAINSTÄLLNINGAR OCH LJUSSÄTTNING

För att skapa känslan av att alla medarbetare är fotograferade vid ett och samma tillfälle är det viktigt att ta hänsyn till våra anvisningar för ljussättning och kamerainställningar. Nedan kan ni se de bildformat som vi behöver att ni tar hänsyn till om ni fotograferar medarbetare till SkandiaMäklarna.

BILDMÅTT PRINT

Helkropp: 3 000 x 6 000 px, TIFF och png

Halvkropp: 3 000 x 3 749 px, TIFF och png

Gruppbild: 3 750 x 6 000 px, TIFF

BILDMÅTT WEBB

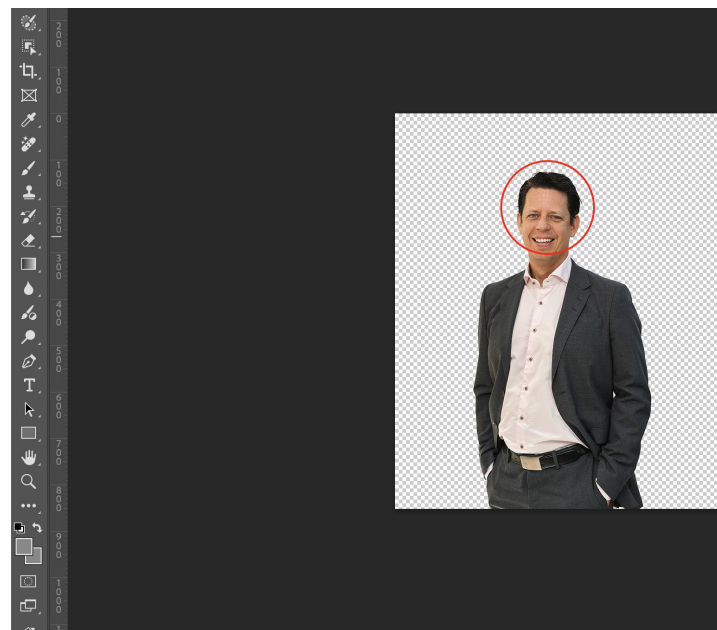
Helkropp: 1 000 x 2 000 px, jpeg

Halvkropp: 1 600 x 2 000 px, jpeg

Gruppbild: 1250 x 2000 px, jpg

Porträtt till vår webb: 696 x 852 px, utan bakgrund png

Se marginal nedan. Den röda markeringen är har 205 px i diameter och har 100 px ovanför sig. Se bild nedan.





✓ > Ramkanal - 50 pixlar
✓ > Träram - 50 pixlar
✓ > Skugga (text)
✓ > Vattenspeglning (text)
✓ > Egen RGB till gråskala
✓ > Smält bly
✓ > Sepiatoning (lager)
✓ > Kvadrantfärger
✓ > Spara som Photoshop PDF
✓ > Övertöningskarta
✓ > Konfiguration av blandpen...

✓ Kanvas
W 696 px X 0 px
H 852 px Y 0 px
Upplös.: 1500 pixlar/tum
Läge RGB-färg
8 bitar/kanal
Fyllning Genomskinlig

✓ Linjaler och stödraster
Pixelar

✓ Stödlinjer

✓ Snabbåtgärder
Bildstorlek Beskär

Lager
Normal Opacitet: 100%
Läs: Fylli: 100%
Lager 2
Lager 1

EXEMPEL

MARKNADSMATERIAL.

På detta uppslag finns exempel på
marknadsmaterial för SkandiaMäklarna.



DRÖMMER DU OM ETT LIV I SOLEN?

Våra mäklare hjälper dig hela vägen till ditt drömboende.

skandiamaklarna.se

VISSA HAR DET SÅ HÄR I NOVEMBER.

Du kanske också vill bo på sydligare breddgrader?

skandiamaklarna.se

DAGS ATT BYTA KANELBULLEN MOT CHURROS & CHOKLAD?

skandiamaklarna.se

RESAN MOT DIN SPANSKA BOSTADSDRÖM BÖRJAR HOS OSS.

skandiamaklarna.se

DRÖMMER DU OM ETT LIV I SOLEN?

Vi hjälper dig hela vägen till ditt drömboende.

skandiamaklarna.se

Se våra mest eftertraktade boenden

SkandiaMäklarna
— REAL ESTATE —

MALMÖ

VI HAR NU VARIT BOSTADSEKSPERT I MALMÖREGIONEN DE SENASTE 25 ÅREN!

Experti consequi asperis dolupta que volorepe volorero ipsum fugiet eium ari ariam volupta temporuntota doluptatur senit, eatis aut que nonsequis eturita spicimolum facestenis enditiam eum ex exparatem fuga. Nempori tiurto est. Veniendi dellitatur a sitate ero omno test facilevendi occatis sequie et erum ra glic temperia quam re que qui quatiae petesse quamus vit audam velis

SkandiaMäklarna
— REAL ESTATE —

VÅRT MALMÖ.

VI HAR NU VARIT BOSTADSEKSPERT I MALMÖREGIONEN DE SENASTE 25 ÅREN!

Här bor vi, här är vi verkamma, här kan vi varena gattsen. För 25 år sedan drog vi igång i Malmö, mobiltelefonen var tung som en tegelsten och våra bostäderna marknadsfördes i dagtidningen. Klag erbjuder vi branschens vanaste mäklartjänst som SkandiaMäklarnas största franchisetagare i år fyller vår kedja 45 år med fokus på kvalitet, trygghet och lokalismedem.

SkandiaMäklarna
— REAL ESTATE —

FUNDERAR DU PÅ ATT SÄLJA DIN BOSTAD?

KONTAKTA OSS: 070-640 30 98, SUNDVALL@SKANDIAMAKLARN.ASE

SkandiaMäklarna
— REAL ESTATE —

READY TO MOVE?

FUENGIROLA • MARBELLA • ESTEPONA

SkandiaMäklarna
— REAL ESTATE —

KONTROLLERA MATERIALET

CHECKLISTA.

Innan du skickar in ditt färdiga material för tryck är det bra att checka av det viktigaste så att materialet följer vår grafiska profil.

Lycka till!

CHECKLISTA.



Vår logotype är *rätt placerad* och har tillräckligt *mycket luft* runt sig.



Logotypen är *vit eller svart i Real Estate* och syns tydligt mot underlaget.



Vi har använt rätt typsnitt *Neutra Premium* < och/eller *Calibri*.



Texten *syns tydligt* mot bakgrunden oavsett som det är en bild eller färg.



Våra färger, grafiska form eller bildmanér tydliggör *SkandiaMäklarna är avsändare*.



Bilder vi har använt *har rättigheter* eller är *köpta*.



Materialet ser riktigt snyggt ut.

SM
— REAL ESTATE —