

2025/26

Designmanual

Innhold

Logo

Primærlogo.....	3
Frittområde.....	4
Minimumstørrelse.....	4
Bruk sammen med andre logoer.....	5
NHOs logohierarki.....	6

Fargepalett

Primærfarger	7
Sekundærfarger	8
Tilleggsfarger	8
Nøytraler.....	8
Informasjonsfarger.....	8
Kontrast og tilgjengelighet	8

Typografi

Primærfont.....	9
Sekundærfont.....	10
Systemfonter.....	11

Foto

Bilder og rettigheter	14
-----------------------------	----

Grafikk

Infografikk.....	15
Ikoner.....	15
Illustrasjoner	15

Logo

Primær logo

Logoen består av NHO-symbolet og navnetrekket.

Symbolet og bokstavformene skal aldri endres, forvrenges eller modifiseres på noen måte. Bruk alltid de originale filene.

Symbolet skal ikke brukes alene, med mindre det inngår i en spesielt utformet komposisjon eller som en integrert del av et design. I slike tilfeller skal bruken godkjennes eller avklares med NHO Design.

Kontrast

Når logoen brukes på fargede flater eller fotografier, skal den som hovedregel benyttes i en nøytral (fargeløs) versjon.

Det er viktig at logoen alltid har tilstrekkelig kontrast mot bakgrunnen, slik at både symbol og navnetrekk fremstår tydelig og lesbart.



Logo

Frittområde

For å sikre god lesbarhet og visuell balanse skal logoen alltid ha et definert frittområde rundt seg. Dette området skal holdes fritt for tekst, bilder og andre grafiske elementer.

Når logoen plasseres nær en kant eller et hjørne i et format, skal avstanden til kanten være minst tilsvarende det definerte frittområdet. Dette sikrer at logoen fremstår tydelig og uforstyrret i alle sammenhenger.

Minimum størrelse

For å bevare logoens tydelighet og gjenkjennelighet, skal den aldri gjengis mindre enn følgende:

Digital bruk: minimumshøyde 18 piksler

Trykk: minimumshøyde 6 millimeter

Disse grensene gjelder for høyden på logosymbolet, og bidrar til at detaljene i både symbol og navnetrekk forblir lesbare.



18 px | 6 mm



Logo

Bruk sammen med andre logoer

Når NHO Reiselivs logo brukes sammen med andre logoer – for eksempel NHO, landsforeninger eller eksterne aktører – skal hver aktør vises med full logo, inkludert symbol og navnetrekk.

Logoene settes opp med en tynn grå strek som skiller dem visuelt.

Avstanden mellom logoene og til øvrige elementer skal følge samme frittområde som når logoen brukes alene, slik at alle logoer fremstår balanserte og tydelige.

Med NHO



Med ekstern aktør



Med flere aktører



Ikke uten symbol



Logo

NHOs logo hiearki

NHOs logoarkitektur består av fire nivåer. Hierarkiet illustrerer hvordan merkevaren er strukturert fra toppnivå til underliggende enheter og prosjekter. Denne inndelingen sikrer en tydelig visuell sammenheng og enhetlig identitet på tvers av hele NHO-familien.

1. NHO overordnet

Den primære eller sekundære logoen skal alltid brukes når det gjelder NHO som overordnet enhet. Symbolet skal aldri brukes uten navnetrekket.

2. Organisatoriske enheter

Organisatoriske enheter som er en del av NHO, for eksempel NHO Eiendom, har egne logoer. I disse logoene står enhetsnavnet i en lettere skrifttype enn NHO-navnet for å tydeliggjøre tilhørigheten til hovedorganisasjonen.

3. Regionkontorer, landsforeninger og bransjeforeninger

Disse enhetene har egne logoer der NHO-navnet står i mindre skriftstørrelse enn enhets navn. Når en landsforening har underavdelinger eller tilknyttede bransjeforeninger, skal NHO-navnet stå adskilt og over landsforeningens navn, med en tydelig visuell sammenheng mellom nivåene.

4. Produkter, prosjekter og programmer

Produkter som Fordelen Pensjon og Fordelen Forsikring skal skrives med NHOs primærfont, Avenir Next LT Pro, men kan ikke brukes sammen med NHO-symbolet. Prosjekter og programmer, som for eksempel Female Future, skal også skrives med Avenir Next LT Pro og uten bruk av NHO-symbolet eller «NHO» i navnet, med mindre de har egne godkjente logoer.

1



2



3



4



Fargepalett

Farger er en sentral del av NHO og NHO Reiselivs visuelle identitet. Fargepaletten er delt inn i primærfarger, sekundærfarger, tilleggsfarger, informasjonsfarger og nøytrale farger.

Sekundær- og tilleggsfarger skal kun brukes i figurer, illustrasjoner og ikoner, og ikke i logoer, hovedgrafikk eller tekst.

Dersom du er i tvil om bruk av farger, eller ønsker råd om sammensetninger, ta kontakt med NHOs designavdeling på e-post: design@nho.no

- NHOs primærfarger
- NHO Reiselivs primærfarger
- Sekundærfarger
- Tilleggsfarger
- Nøytraler
- Informasjonsfarger

Bruk og balanse

Fargene skal brukes bevisst og balansert for å sikre et helhetlig og gjenkjennelig visuelt uttrykk.

Primærfargene utgjør grunnstammen i NHO og NHO Reiselivs identitet, og skal derfor dominere i alle flater der merkevaren er avsender.

NHOs primærfarger:

NHO blå		007DB9	006096
Hav	182F4E	Himmel	66C1E7
		Luft	E8F6FD
		D1EDFC	

NHO Reiselivs primærfarger

130%	00555C
Fjord	008A8B
70%	77BEC0
30%	CCEAE9
10%	F0F8F7

Sekundærfarger

130%	23224D
Lavendel	4C4D7B
Skog	008579
70%	8380A2
70%	00A087
30%	CBC9D8
30%	B0D8CE
10%	EDEC F1
10%	F1F5F4

Fargepalett

Sekundær- og tilleggsfargene brukes for å skape variasjon, visuell interesse og støtte kommunikasjonen – men aldri på bekostning av hovedidentiteten. De skal benyttes med måte, og kun i elementer som illustrasjoner, infografikk, ikoner eller diagrammer.

Nøytrale farger, som gråtoner og hvitt, fungerer som støttefarger og bidrar til luft, kontrast og balanse i layouten. Disse kan brukes i bakgrunner, mellomrom eller typografi for å fremheve innhold og sikre god lesbarhet.

Kontrast og tilgjengelighet

For å sikre god lesbarhet og universell utforming skal kontrasten mellom tekst og bakgrunn alltid være tilstrekkelig høy. Tekst skal aldri plasseres over bakgrunner eller bilder som reduserer lesbarheten, og fargekombinasjoner må velges med tanke på brukere med nedsatt syn eller fargeoppfattelse.

Som hovedregel skal tekst og viktige grafiske elementer ha en kontrastverdi som oppfyller kravene i WCAG 2.1 AA-standarden (minimum kontrastforhold 4.5:1 for brødtekst og 3:1 for store overskrifter).

Bruk primærfargene i kombinasjoner som ivaretar tydelighet og balanse. Sekundær- og tilleggsfarger bør brukes med varsomhet, og aldri som bærere av kritisk informasjon dersom kontrasten er lav.

Tilleggsgfarger:

Honning	FFC42C	Valmue	F15D38	Peon	CC608F
30%	FDEBAA	30%	F8A686	30%	E0A8BE
10%	FFFAE8	10%	FEEAE0	10%	F6E9EE

Nøytraler:

Hvit	FFFFFF	Nøytral 4	767676
Nøytral 1	F8F8F8	Nøytral 5	4D4D4D
Nøytral 2	E5E5E5	Svart	222222
Nøytral 3	C1C1C1		

Informasjonsfarger:

Suksess	00746A	Feil	CF2900
----------------	---------------	-------------	---------------

Typografi

NHO Reiselivs visuelle identitet benytter skrifttypene Avenir Next LT Pro og Tiempos Text. Avenir Next LT Pro brukes i overskrifter, ingresser og brødtekst, mens Tiempos Text kan benyttes som et alternativ i overskrifter og sitater. Begge skrifttyper er lisensbelagte og benyttes primært av designere.

For daglig bruk i Microsoft Office-programmer skal substitutt-fontene Arial Nova eller Georgia brukes, ettersom disse er tilgjengelige for alle.

Primærfont

Avenir Next LT Pro er en moderne, geometrisk grotesk skrifttype med svært god lesbarhet i både titler, ingresser og brødtekst. Uttrykket er raffinert, elegant og humanistisk, og gir et helhetlig og profesjonelt preg i all kommunikasjon.

Fonten ble designet av Adrian Frutiger og Akira Kobayashi mellom 2004 og 2007, og er publisert av Linotype.

Tilgjengelige snitt

- Avenir Next Lt Pro Regular
- Avenir Next Lt Pro Italic
- Avenir Next Lt Pro Medium
- Avenir Next Lt Pro Medium Italic
- Avenir Next Lt Pro Demi
- Avenir Next Lt Pro Demi Italic
- Avenir Next Lt Pro Bold

Avenir Next Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Avenir Next Pro Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Avenir Next Pro Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Avenir Next Pro Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Avenir Next Pro Demi Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Avenir Next Pro Demi Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Typografi

Sekundærfont

NHO Reiselivs sekundære skrifttype heter Tiempos Text, og brukes i overskrifter, mellomtitler og sitater.

Fonten er robust, lettlest og egner seg godt til både trykte og digitale flater.

Tiempos Text ble utviklet av Kris Sowersby i 2010, og er en videreutvikling av klassiske avisskrifter som Monotype Plantin og Galaxie Copernicus.

Den kombinerer tradisjonell typografisk karakter med moderne presisjon.

Tilgjengelige snitt

Tiempos Text finnes i følgende vekter:

- Tiempos Text brukes i følgende vekter:
- Tiempos Text Regular
- Tiempos Text Regular Italic
- Tiempos Text Medium
- Tiempos Text Medium Italic

Tips til bruk:

Når Tiempos Text brukes sammen med Avenir Next LT Pro, bør kontrasten mellom de to fontene utnyttes bevisst – for eksempel ved å bruke Tiempos Text i sitater overskrifter eller tematiske overskrifter for å skape variasjon og hierarki.

Tiempos Text Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Tiempos Text Regular Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Tiempos Text Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Tiempos Text Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Typografi

Systemfont – Arial Nova

Den primære systemfonten for NHO Reiseliv er Arial Nova. Denne fonten brukes i alle Microsoft Office-programmer (PowerPoint, Word, Excel m.fl.), samt i nyhetsbrev og e-postkommunikasjon.

Arial Nova er valgt fordi den er tilgjengelig for alle brukere, og samtidig ivaretar et moderne og profesjonelt uttrykk som harmonerer godt med NHO Reiselivs primær- og sekundærfonter.

Tilgjengelige snitt

Arial Nova finnes i følgende vekter:

Arial Nova Light

Arial Nova Light Italic

Arial Nova Regular

Arial Nova Italic

Arial Nova Bold

Arial Nova Bold Italic

Tips til bruk:

Bruk Arial Nova Regular til brødtekst og Bold til overskrifter eller uthevinger. Unngå å kombinere flere vekter i samme tekstfelt, og sørg for god linjeavstand og kontrast for å opprettholde lesbarheten.

Arial Nova Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Arial Nova Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Arial Nova Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Arial Nova Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Arial Nova Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Arial Nova Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Typografi

Systemfont - Georgia

Den sekundære systemfonten for NHO Reiseliv er Georgia. Fonten brukes i alle Microsoft Office-programmer (PowerPoint, Word, Excel m.fl.), og kan benyttes på lik linje som Tiempos Text.

Georgia har et klassisk og lett lesbarhet. Den utfyller Arial Nova ved å tilby en mer tradisjonell, serif-basert typografi som fortsatt harmonerer med den overordnede visuelle profilen.

Tilgjengelige snitt

Georgia finnes i følgende vekter:

- Georgia Regular
- Georgia Italic
- Georgia Bold
- Georgia Bold Italic

Georgia Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Georgia Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Georgia Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Georgia Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789?!&@€\$

Foto

Foto er en sentral del av NHO Reiselivs visuelle identitet, og brukes for å løfte frem medlemmer, mennesker og virksomheter, samt visualisere temaer og saker som er relevante for organisasjonen.

Bildene skal fortelle historier og underbygge budskapet, ikke bare fungere som dekorasjon. Bilder skal alltid være relevante og meningsbærende. Dersom det ikke finnes et egnet bilde, bør man heller velge en alternativ layout innen det visuelle systemet – for eksempel en tittel på fargeflate eller et grafisk element – fremfor å bruke et bilde kun for å fylle plass.

Fotostil

Fotostilen er varm, ekte og direkte.

Vi går tett på menneskene – i deres hverdag, på arbeidsplassen, i bransjen og i lokalmiljøet.

Belysningen skal være naturlig, fargene realistiske, og uttrykket ærlig. Overdrevne filtre, iscenesettelse eller tung etterbehandling skal unngås.

Fotografen skal oppleves som tilstede i situasjonen, ikke som en utenforstående observatør.

Lav dybdeskarphet kan gjerne brukes for å skape nærhet og fokus, særlig i portretter og miljøbilder.

Tips til bruk:

Når bilder brukes i kommunikasjon, bør de bidra til å menneskeliggjøre innholdet og reflektere mangfoldet i NHO Reiselivs medlemsmasse og samfunnsrolle. Bilder som viser samhandling, arbeidssituasjoner og ekte uttrykk styrker troverdigheten og identiteten.

Bilder og rettigheter

Alle bilder som brukes i rapporter, presentasjoner, nettsider og annet materiale skal følge gjeldende opphavsrett og lisensvilkår. Bilder kan ikke brukes fritt uten at rettighetene er avklart. Dette gjelder uansett om bildet er hentet fra nettet, NTB, en bildebank, en rapport, en presentasjon eller NHO sitt eget mediearkiv.

Den som bruker bildet, er juridisk ansvarlig for å sikre at bruken er tillatt i den aktuelle sammenhengen.

Ansvar for bruk

- Et bilde som allerede er brukt i en rapport, på en nettside eller i en presentasjon, er ikke nødvendigvis fritt til videre bruk.
- Bilder brukt av kolleger kan ikke gjenbrukes uten ny vurdering av rettigheter.
- Gratis bildebanker (som Unsplash, Pexels, Pixabay m.fl.) kan ha begrensede eller endrede lisensvilkår over tid.
- Lisensierte bildebanker (som Adobe Stock, Shutterstock og iStock) gir en begrenset bruksrett, ikke eierskap.

Lisensierte bilder

Profesjonelle bildebanker tilbyr bilder basert på lisensavtaler.

Når du laster ned et bilde, kjøper du en rett til bruk innenfor definerte rammer, ikke fri bruk.

Standardlisens gir rett til bruk i rapporter, presentasjoner, nettsider, trykksaker og sosiale medier.

Utvidet lisens kreves ved bruk i produkter for videresalg (plakater, t-skjorter, kampanjemateriell) eller ved høy distribusjon.

Editorial Use Only-bilder kan kun brukes i redaksjonelle sammenhenger og ikke i markedsføring.

Selv med lisens gjelder bruken kun slik den er beskrevet i vilkårene. Brudd på lisensvilkår kan medføre økonomiske krav.

Faksmiler og rapportforsider

- Faksmiler og rapportforsider kan inneholde rettighetsbelagte bilder.
- Slike elementer skal ikke deles videre eller brukes i materiale som distribueres eksternt.
- Faksmiler kan kun brukes til internt bruk. De skal slettes dersom presentasjonen eller dokumentet deles videre.

Bilder fra NHO sitt mediearkiv

- Bilder i NHO sitt mediearkiv kan ha begrensede rettigheter og skal alltid vurderes før bruk.
- Dersom metadata (fotograf, kilde, lisens) mangler, må rettighetene avklares før bildet brukes.
- Bilder uten dokumentert bruksrett skal ikke benyttes.

Fotokreditering

Fotokreditering skal alltid oppgis når det kreves av lisens eller kilde.

Krediteringen skal være lett synlig og lesbar, og plasseres i direkte tilknytning til bildet.

Eksempler:

Foto: Anna Larsen / Adobe Stock

Foto: Kari Olsen / iStock by Getty Images

Foto: Ola Nordmann / NTB

Dersom kreditering fjernes, flyttes eller gjøres uleselig, regnes det som brudd på lisensvilkår.

Ved tvil – krediter heller én gang for mye enn én gang for lite.

Størrelse og plassering av kreditering

- Krediteringen skal kunne leses uten zoom eller leting.
- Plasseres under bildet eller i et av hjørnene.
- Bruk samme skriftstørrelse som bildeteksten, eller minimum 70 % av brødtekststørrelse.

Grafikk | Ikoner | Illustrasjoner

Grafikk

Infografikk er et effektivt visuelt virkemiddel for å formidle informasjon på en tydelig og meningsfull måte. Elementer som grafer, søyler og diagrammer skal primært bestå av flat grafikk. Unngå bruk av gradienter, skygger og andre effekter – hold uttrykket rent, enkelt og moderne.

Bruk farger aktivt for å tydeliggjøre informasjon og skape visuell struktur. Sørg for at farger og former har god lesbarhet og tydelig kontrast mot bakgrunnen. Farger fra primær-, sekundær- og tilleggsfargepaletten kan benyttes, så lenge helhetsuttrykket forblir balansert og i tråd med NHO Reiselivs visuelle identitet. Infografikk skal bidra til å styrke forståelsen av innholdet, ikke konkurrere med det. Et enkelt, strukturert uttrykk gir best lesbarhet og profesjonell fremtoning.

Ikoner

Ikoner er et viktig virkemiddel i NHO Reiselivs visuelle identitet og bidrar til å forenkle kommunikasjonen og styrke gjenkjenneligheten i digitale og trykte flater.

Ikoner skal ha lav kompleksitet og høy kontrast for å sikre tydelighet og lesbarhet. Unngå innramming, overdreven bruk av avrundede former og dekorative elementer. Ved navigasjon bør ikonene brukes direkte på bakgrunnen, uten ramme.

Velg aldri for tynne ikoner i navigasjon eller små størrelser, og sørg alltid for tilstrekkelig kontrast mot bakgrunnen. Skygger, gradienter og høylys skal ikke brukes – ikonene skal fremstå flate, rene og tydelige. NHO Reiseliv bruker ikonserien [Phosphor Icons](#), i vekten Thin.

Illustrasjoner

Illustrasjoner brukes som et supplement til tekst og foto, og skal bidra til å forklare eller forsterke budskap – ikke fungere som ikoner eller dekor.

For å sikre tydelighet og balanse gjelder følgende retningslinjer:

Bruk illustrasjonene som selvstendige elementer. Hver illustrasjon skal stå for seg selv og ikke kombineres med andre grafiske elementer.

Sørg for god luft rundt illustrasjonen. Det skal være tilstrekkelig plass slik at motivet fremstår rent og uforstyrret.

Skaler proporsjonalt. Unngå å strekke eller forvrengte illustrasjonen.

Unngå overbruk. Illustrasjoner skal understøtte innholdet – ikke dominere layouten.

