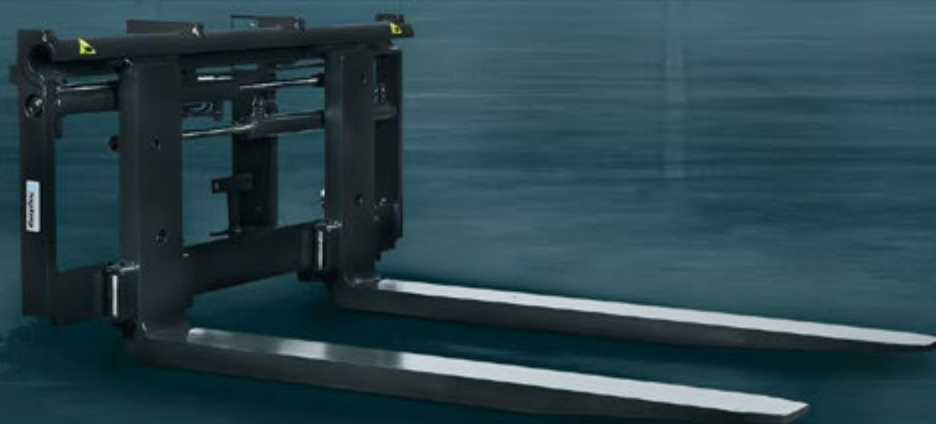


Hagaberg



GRAFISK MANUAL 2019:2

INNEHÅLL

Logotyp	04
Payoff	08
Monogram	10
Grafiskt element	11
Färger	12
Typografi	14
E-postsignatur	19
Rollup	20
Annonser	21
Visitkort	24
Profilering	26
PPT-presentation	28
Bildmanér	30



LOGOTYP

Hagabergs logotyp består av ordbilden "Hagaberg" på en rad tillsammans med "gafflarna" sammanbundna med H:et.

Logotypen finns framtagen i två varianter - den primära H-blå och en negativ vit variant. Använd i första hand den blå. På mörka bakgrunder där den H-blå blir otydlig kan den negativa logotypen användas.

Logotypen placeras som standard i det översta vänstra hörnet, går inte detta av någon anledning, placeras logotypen i något av de andra hörnen.

Se till att alltid använda rätt logotyp för olika ändamål. Vektoriserad logotyp (eps) för tryck och print. PNG eller JPEG för digital användning - webb sociala medier etc.

VAD ÄR EN LOGO? En logotyp, ofta förkortat till logo eller logga, är ett grafiskt varumärke, emblem eller symbol som vanligtvis används av kommersiella företag, organisationer och även privatpersoner som marknadsföring genom att underlätta omedelbar visuell igenkänning. Logotyper är antingen helt grafiska (symboler eller ikoner), en komposition av ett namn, eller en kombination av symbol och namn. I dag används ordet logotyp ofta som synonym med ordet varumärke.



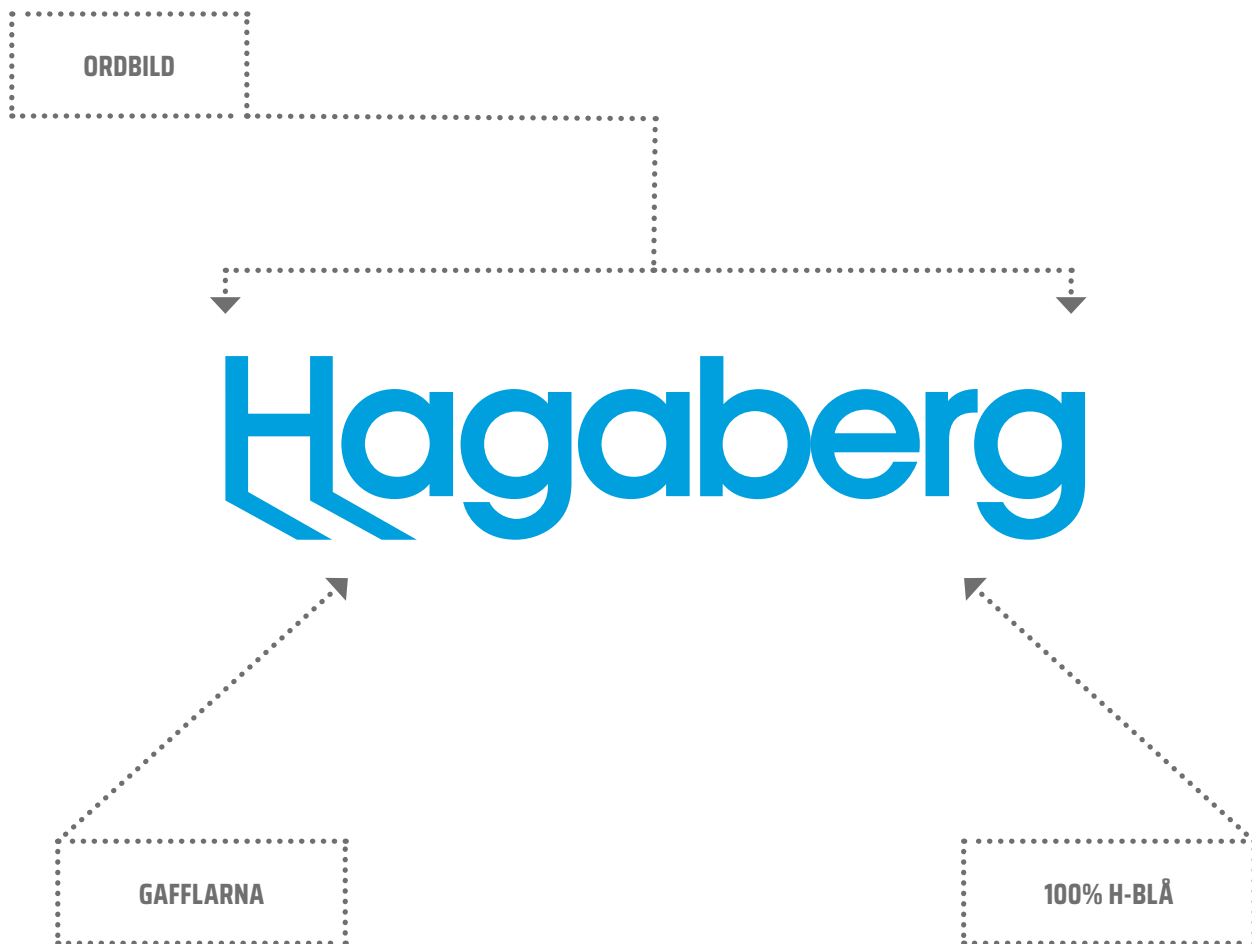
Logotypen placeras med fördel i ett hörn (som standard det översta vänstra) i exempelvis annonser. Men tänk på att det behöver finnas tillräckligt med "luft" runt logotypen.

Logotypen får inte på något sätt förvrängas eller förändras. De varianter av logotypen som visas här i manualen är de enda varianter som får användas.

Hagaberg



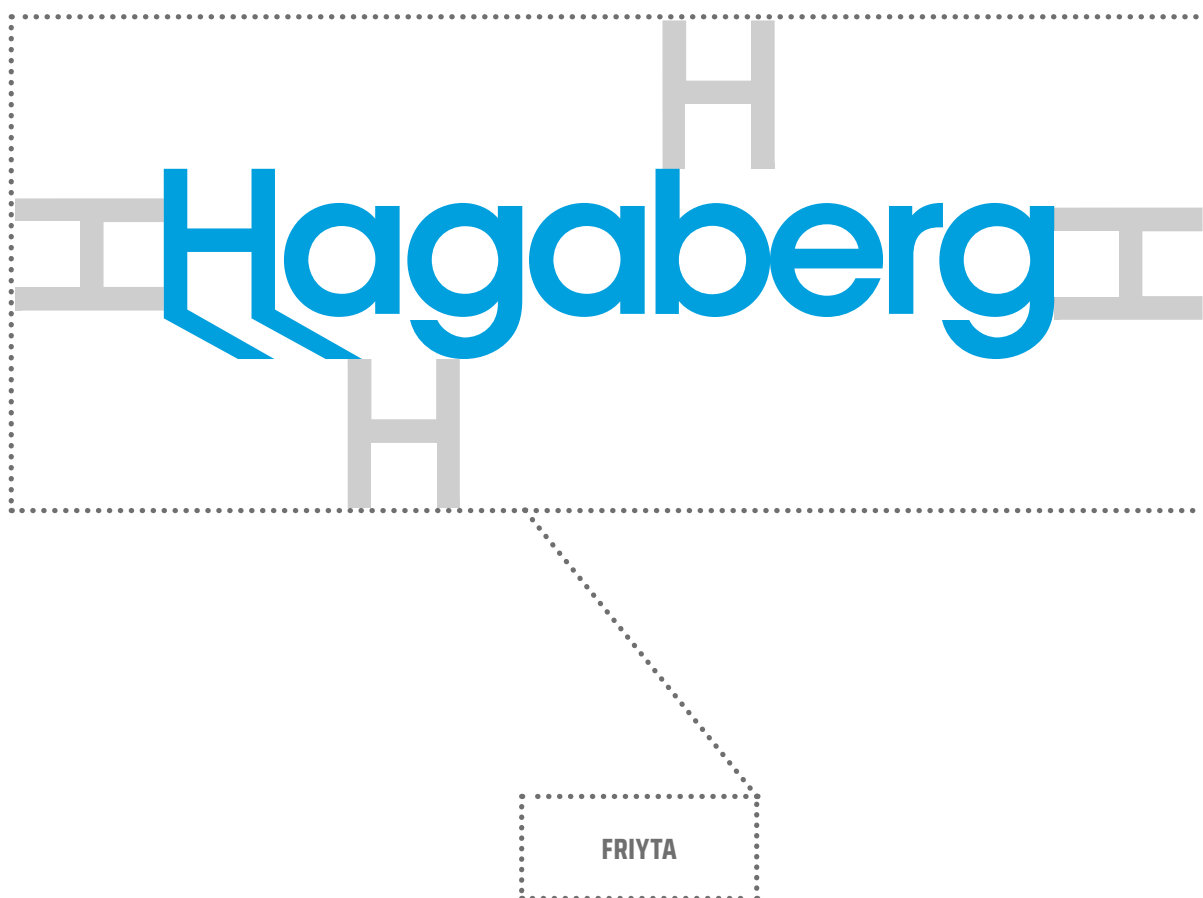
HAGABERG LOGOTYP | 2019



LOGOTYPENS OLIKA DELAR

Hagabergs logotyp består av ordbilden "Hagaberg" på en rad tillsammans med "gafflarna" sammanbundna med H:et

Logotypen är kompakt och enkel att placera. Bokstäverna tillsammans med "gafflarna" skapar en komplett logotyp som visar kärnkompetensen.



LOGOTYPENS FRIYTA

Logotypen behöver lite "luft" för att synas på bästa sätt. Ovan ser du hur du kollar att du använder rätt friyta. Den får gärna vara större men inte mindre!

Undantag: Vid vissa tillfällen kan monogrammet, H:et användas istället för logotypen. Se regler för detta på sida 10.

PAYOFF

**Hagaberg har en payoff, ett varumärkeslöfte mot kunderna.
”RELIABILITY + INNOVATION” är kärnan i Hagabergs varumärke.
Hagaberg skapar pålitliga produkter och innovation inom sitt
marknadsområde.**

Payoffen ”RELIABILITY + INNOVATION” är en viktig del av Hagabergs marknadsföring. Tillsammans med logotypen och det karaktäristiska och unika typsnittsmanéret är payoffen nyckelkomponenter för varumärket.

Det finns en speciellt framtagen version av logotypen där payoffen även är med. Den finns som H-blå och även som vit/negativ att använda på färgade bakgrund eller på bilder. Använd alltid den speciellt framtagna versionen.

Ska payoffen stå för sig själv, utan logotypen - använd varianten med en ram. Denna finns i två varianter med payoff på en eller två rader i blått, gult och vitt.

VAD ÄR EN PAYOFF? En payoff är en beskrivning på hur ett företag vill att deras varumärke ska upplevas. Ofta är den placerad i anslutning till företagets logotyp och då skriven med ett ord eller en kortare mening. Payoffen har likheter med både valspråk, motto och devis, men skiljer sig från dessa genom att den har en kommersiell funktion. En payoff förtydligar varumärket för att det ska kunna maximera sin position i kundens medvetande och ytterst hjälpa till att öka försäljningen. Den är en viktig del av förklaringen av erbjudandet till kunden och ett sätt att ytterligare levandegöra detta.

Payoffen är alltid H-blå, gul eller vit/negativ mot en bakgrund eller bild.



Payoffen får aldrig ha någon annan färg eller nyans.

Payoffen ”ligger” alltid ner. Payoffen placeras alltid centrerat under logotypen.



Använd alltid rätt payoff för olika ändamål. Vektoriserad payoff (eps) för tryck och print. PNG eller JPG för digital användning - webb, sociala medier etc.

Hagaberg

RELIABILITY + INNOVATION

RELIABILITY
+
INNOVATION

RELIABILITY + INNOVATION

RELIABILITY + INNOVATION

RELIABILITY + INNOVATION

MONOGRAM

Vid vissa tillfällen där det är väldigt ont om plats, exempelvis i mobilversionen av webbplatsen, kan monogrammet användas istället för den primära logotypen.

Monogrammet består av H:et från logotypen och finns i två varianter, en med bara H:et och en rund. Monogrammet finns både i H-blått och som negativ/vit.

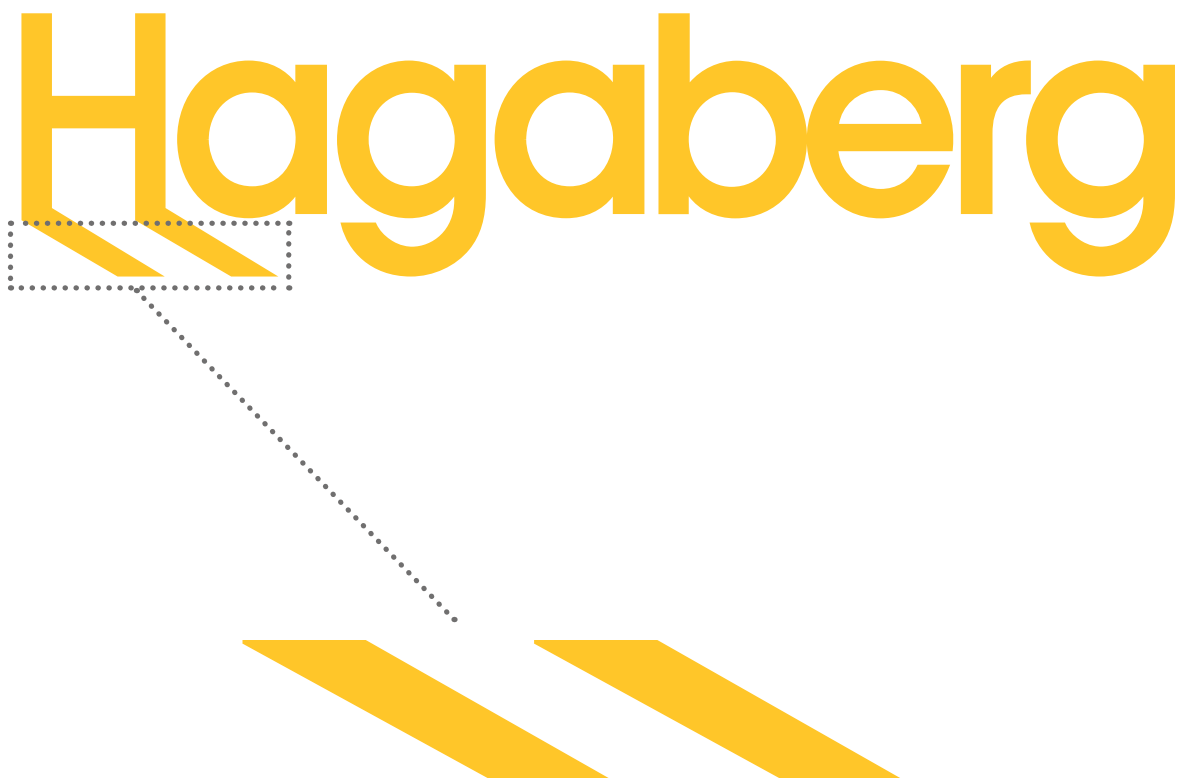


GRAFISKT ELEMENT

Hagaberg har ett grafiskt element som utgår från "gafflarna" i logotypen.

Det grafiska elementet används alltid i gult - aldrig i någon annan färg.
Gafflarna placeras i ett hörn i exempelvis annonser eller liknande. Se exempel på användning på sidan 18, 22 och 25.

Vänd på gafflarna vågrätt för en mer dynamisk effekt såsom på sidan 18.



FÄRGER

Hagaberg har en primär profilmfärg för sitt varumärke - H-blå.

Hagabergs profil omfattar även två olika komplementfärger. En gul och en mörkare blå färg .

Den gula färgen används sparsamt och enbart för olika grafiska element eller aktiviteter på webbplatsen. Den mörkare blå används som bakgrund, i text eller som solida grafiska element.

VAD ÄR BLÅ? Blå är en av de traditionella spektralfärgerna och karakteriseras av kort våglängd. Det blåa färgområdet omfattar en mängd olika nyanser. I det standardiserade färgbeteckningssystemet NCS är blå en av sex elementarfärger och har beteckningen B. I RGB-systemet för additiv färgblandning är blå (B) en av de tre primärfärgerna. Blått är färgen hos himmel och vatten men är för övrigt ovanligt i naturen. I västerländsk symbolik representerar blått ofta tro och trofasthet, och i svensk politik står blått för borgerlighet. Inom den västerländska kulturkretsen symboliserar blått ofta tro i triaden tro, hopp och kärlek.

Primärfärgen är alltid H-blå.



100%

Komplementfärg 1 är gul.

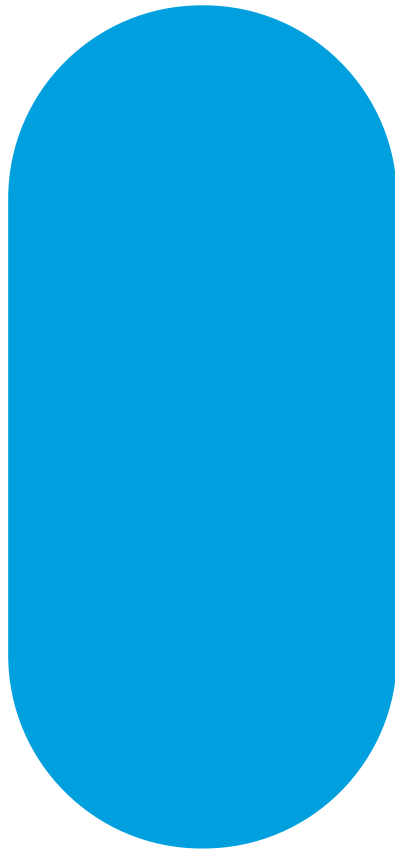


100%

Komplementfärg 2 är mörkblå.



100%



PMS 299 C
RGB 0, 160, 223
CMYK 83, 14, 0, 0
HEX #00a0df



PMS 123 C
RGB 255, 198, 41
CMYK 0, 24, 85, 0
HEX #ffc629



PMS 309 C
RGB 0, 59, 74
CMYK 100, 58, 47, 47
HEX #003b4a

TYPOGRAFI

Hagaberg har ett varumärkestypsnitt - Saira. Eller rättare sagt en typsnittsfamilj med flera olika skärningar (tjocklekar). Det är enbart detta typsnitt som får användas för varumärkets kommunikation och profilering.

Alla varumärken förtjänar ett eller fler riktigt bra typsnitt som skapar ett unikt och sammanhållande utseende och stil, manér. Hagaberg har ett tydligt och karaktäristiskt typsnitt för att stärka och förenkla varumärkets kommunikation i alla kanaler.

Det huvudsakliga typsnittet, Saira finns i många olika skärningar (tunn, fet, kursiv mfl.) som genom rätt användande skapar ett helt unikt utseende.

Syftet med att alltid använda samma typsnitt är att stärka varumärkets visuella identitet. Saira innehåller alla tecken som behövs - från "de vanliga" bokstäverna till särskilda tecken och symboler som kan behövas.

Text skrivs främst i svart eller vitt, men kan även skrivas i H-blått.

Saira är ett typsnitt som finns på Google Fonts vilket innebär att det är enkelt att ladda ner och inte kräver särskilda licenser för att användas. Du laddar enkelt ner typsnittet Saira på www.googlefonts.com.

Vilka skärningar av typsnittet som du ska använda anges i de exempel som finns på följande sidor - sida 16, 17, 23 och 25.

VAD ÄR ETT TYPSNITT? Typsnitt, teckensnitt eller stilsort avser en uppsättning bokstäver, siffror och tecken med ett karaktäristiskt och genomgående utseende och ett gemensamt namn. I ett typsnitt kan i många fall ingå olika varianter - skärningar. Dessa kan vara olika grundformer (rak eller kursiv), olika grovlekar eller sorter (fet, mager) eller olika bredder (kondenserad, extrabred). Typsnittet kan innehålla många kombinationer av dessa, som kondenserad mager rak eller extrabred fet kursiv. En hel del typsnitt har dock bara ett fåtal sådana varianter eller saknar dem helt och hållet.

Många typsnitt är uppkallade efter den bokstavstecknare eller (i äldre tid) stämpelskärare eller stilgjutare som skapat dem; till exempel Garamond, Baskerville och Bodoni.

SAIRA CONDENSED SEMIBOLD - Det primära typsnittet

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ

” @ # % & ! > ? [\ ^ _ }
± ½ ≈ ™ © ® ¿

REGEL 1 Knip -20! Genom att "dra" ihop varje bokstav lite så ser all text mycket snyggare och tajtare ut. Det kallas för att knipa.

-20

REGEL 2 Stor rubrik, enkelt budskap. Skriv kort, enkelt och gör budskapet lätt att läsa och uppfatta. Förenkla och gör ditt budskap tydligt.

OK!

REGEL 3 Följ alltid de mallar och exempel som finns framtagna för Hagabergs kommunikation. Typsnitten och hur de används är en stor del av varumärkets identitet.

Saira Condensed Light

Saira Condensed Medium

Saira Condensed Semibold

Saira Condensed Bold

**SAIRA CONDENSED OLIKA SKÄRNINGAR
SOM ANVÄNDS**

Saira Condensed Bold, 48 pt, versaler

Saira Condensed Light, 16 pt

OPTIMERAT!

Hagaberg är experter på effektiva och anpassade aggregat för gaffeltruckar.

Hagaberg
RELIABILITY + INNOVATION



THE E-SERIES
LIFTING CAPACITY : 2000-5000 KG

Saira Condensed Bold, 20 pt, knip -30, versaler

Saira Condensed Bold, 41 pt, knip -40, versaler

E-POSTSIGNATUR

Hagaberg har ett varumärkestypsnitt - Saira. Men när det gäller E-post så måste man vara säker på att mottagaren har typsnittet installerat på sin dator för att ditt budskap ska visas på korrekt sätt. Därför används ett så kallat webbsäkert typsnitt till E-post.

Det typsnitt som används i all kommunikation via E-post är **Arial**. Arial är ett webbsäkert typsnitt som finns förinstallerat på alla enheter.

Hur E-postsignaturen ska utformas visas här på nästa sida med logotypen längst ner i signaturen.

Viktigt att tänka på när man ställer in alla inställningar i ditt mailprogram är att det inbyggt kan finnas olika inställningar för vilka färger och typsnitt som ska användas vid olika situationer, till exempel att det blir en annan färg när du svarar på eller vidarebefordrar ett mail. Så se till att mailprogrammet är inställt på Arial och svart text på alla olika ställen.

Med vänlig hälsning / Yours sincerely,

Stefan Carlsson Pautt
Affärsutvecklingschef I CBDO

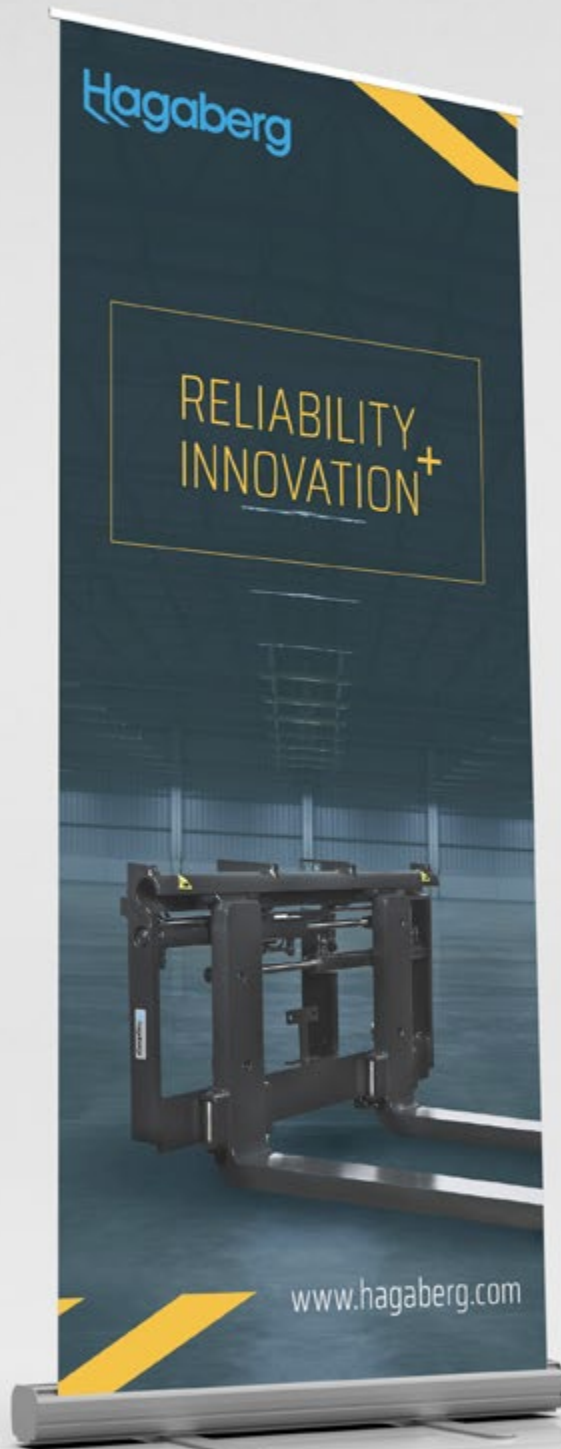
+46 584 140 46

stefan@hagaberggroup.com

www.hagaberg.com



ROLL-UP



ANNONSER

Hagabergs annonser sticker ut i mängden med sitt speciella manér.

I Hagabergs annonser används stora bakgrundsbilder på vilka slagkraftiga rubriker och korta texter placeras.

Se till att logotypen är väl synlig, antingen genom att placera på en så ren bakgrund som möjligt, eller genom att lägga en tonplatta bakom logotypen.

Se exempel på annonser på sidan 17 och 20.

Hagaberg

RELIABILITY + INNOVATION



OPTIMERAT!



Hagaberg är experter på effektiva och anpassade aggregat för gaffeltruckar.

VISITKORT

Här visas hur visitkort ska utformas.





Saira Condensed Semibold 11 pt, versaler

Saira Condensed Light 11 pt

Saira Condensed Light 9 pt, radavstånd
10,8 pt, spärrad + 20

Hagaberg

MAGNUS LARSSON

Vd

magnus.larsson@hagaberg.com
+46 584 140 43 | +46 72 702 30 80
www.hagaberg.com

PROFILERING

Bakgrundsbild till dator och mobil.

Hagaberg
RELIABILITY + INNOVATION

A close-up, high-angle shot of a silver laptop. The screen is the central focus, displaying a dark blue background with a perspective view of a long, empty industrial hallway or warehouse. In the center of the hallway, a brown forklift is parked. The Hagaberg logo, consisting of a stylized 'H' followed by the word 'Hagaberg', is positioned in the upper right quadrant of the screen. Below the logo, the tagline 'RELIABILITY + INNOVATION' is written in a smaller, white, sans-serif font. The laptop's keyboard is visible in the lower right corner, and the background behind the laptop is a blurred outdoor scene with green foliage.



PPT-PRESENTATION



RELIABILITY + INNOVATION

Saira Condensed Semibold, 60 pt,
versaler

PLATS FÖR RUBRIK

Saira Condensed Medium, 48 pt

Ingress på tre, fyra eller fem rader beroende på textens innehåll. Men "keep it simple" är nog ändå mottot när det gäller PPT. Vi vet att logotyper stjäl uppmärksamhet så de är bara på första sidan.

PLATS FÖR RUBRIK

Ingress på tre, fyra eller fem rader beroende på textens innehåll. Men "keep it simple" är nog ändå mottot när det gäller PPT. Vi vet att logotyper stjäl uppmärksamhet så de är bara på första sidan.

BILDMANÉR

Bildmanéret är en stor del av Hagabergs varumärke, därför är det viktigt att alla bilder håller hög kvalitet och förmedlar rätt känsla.

Hagabergs bilder ska förmedla mycket power. Bilderna är kontrastrika, skarpa och innehåller mycket färg.

Bilderna skildrar Hagabergs produkter - både i arbete och som separata produktbilder. Bilder som ska användas som bakgrundsbilder bör hållas ganska rena - lägga gärna till den mörka blå tonen så som i exemplet på denna sida.





RELIABILITY
+
INNOVATION