

*Haugaland Kraft*

# Visuell identitet og profilmanual

**Her bor Kjetil og Martha**

*Breiavatnet i Haugesund*



## Om manualen

Denne håndboken gir retningslinjer for bruk av merkevare-ressursene til Haugaland Kraft. Disse inkluderer blant annet logo, farger og valg av skrifttyper. Elementene representerer Haugaland Kraft, og det er viktig å bruke dem riktig.

Målet med merkevareressurser er at kunder og samarbeidspartnere skal kjenne igjen kommunikasjon fra Haugaland Kraft, og samtidig skille oss ut fra andre aktører. Derfor må vi bruke de visuelle elementene våre på samme måte hver gang. En godt innarbeidet visuell profil gjør kommunikasjonsjobben vår mye enklere.

Et godt mål er at folk skal tenke "Haugaland Kraft" når de ser hvilket som helst av de visuelle elementene våre. For å få det til må vi tenke langsiktig, og selvsagt aldri endre på elementene utover retningslinjene i denne manualen.

Konsekvent kommunikasjon over lang tid vil hjelpe oss å bygge merkevaren Haugaland Kraft.

# Innhold

## Merkevaren

Visjon	5
Din egen kraft	6
Verdier	7

## Logoidentitet

Logovarianter	8
Sponsorbruk	10
Logobruk	12
Altibox logoer	13
Navnetrekk	14
Slagord	15

## Fargepalett

Trykkfarger	18
Webfarger	19
Folie + Ral	23

## Skrifttype

Ekstern fontbruk	25
Intern fontbruk	26

## Tilleggselementer

Kraftstjernen	28
---------------	----

## Vår stemme

Måten vi uttrykker oss på	29
---------------------------	----

## Aksidens

Brevark, visittkort & konvolutter	32
--------------------------------------	----

## Universell utforming

Innledning	39
Grafisk tekst	40
Farger	41
Illustrasjon og foto	42

## Profilering

Flagg	44
Skilt	48
Annonsemaler	49
Arbeidsklær	53
Bildekor	56
Bildebruk	61
Illustrasjonsbruk	63

## Digital tilstedeværelse

Sosiale kanaler	65
Ikoner	66

## Give aways

Diverse eksempler	67
-------------------	----

Spørsmål vedrørende  
retningslinjene rettes til:

Gunn Margareth Lassesen  
T 52 70 70 34 / M 982 37 034  
gml@hkraft.no

Vår visjon er å gi kraft til en sterk og attraktiv region. Mellom Boknafjorden i sør og Bjørnefjorden i nord byr regionen vår på vakker natur, gunstig beliggenhet, gode oppvekstkår og mennesker med stor drivkraft. Vi vil bidra til å utvikle områder som er og

blir viktige i fremtiden, både for næringsliv og samfunn. Vi skal sørge for lønnsom, sikker og effektiv energiforsyning og bidra til en fremtidsrettet og helhetlig infrastruktur til det beste for hele regionen. Eller sagt på kortere vis:

# *Din egen kraft*

## ***Din egen kraft***

Din egen kraft er både et slagord og en leveregel for oss. Vi leverer strøm, nett og fiber til lokalsamfunnene vi er en del av, og benytter oss av lokale leverandører der det er mulig. Naturressursene vi benytter oss av er allemannseie.

Vi jobber for et rikt og mangfoldig samfunn der samfunnskritisk infrastruktur som nett, fiber og strøm er en selvfølge. Vår rolle er å levere det nødvendigste et samfunn trenger, og å bygge opp under det som gjør samfunnet verdt å leve i. Vi vil inspirere og løfte frem mennesker, lag, foreninger og organisasjoner gjennom vår støtte og vårt engasjement i lokalmiljøene.

Din egen kraft er vår funksjon, vårt løfte og vårt mål.

## Verdier

### Kundefokusert

- Vi gjør kundene fornøyde.
- Vi er imøtekommende og tjenestevillig i forhold til kundene, samtidig som vår lojalitet udiskutabelt ligger i Haugaland Kraft.
- Vi tenker hele tiden på hvordan vi skal skaffe nye kunder, samtidig som vi alltid gir “det lille ekstra” for de eksisterende.
- Vi behandler alle kunder individuelt – men rettferdig.
- Vår kollega er også vår kunde.

### Endringsvillig

- Vi spør oss selv hvordan Haugaland Kraft og vi skal utvikle oss og bli bedre.
- Verden endrer seg kontinuerlig og vi er med i den utviklingen som skjer.

### Pålitelig

- Vi er til å stole på.
- Andre vet hva de kan forvente av oss.
- Når vi har påtatt oss en jobb blir den også gjort – garantert!

### Tydelig

- Vi sier hva vi mener, men med respekt for andre.
- Vårt budskap er enkelt og lettfattelig, og vi forsikrer oss om at vi blir forstått.
- Åpenhet er ikke bare et ord!

Haugaland Krafts primærlogo skal alltid brukes der det er praktisk mulig. I tilfeller hvor dette ikke er mulig bruker vi de sekundære logovariantene. Der det er praktisk mulig skal man alltid benytte logo med slagord.

Logo med nynorsk slagord brukes i kommunikasjon der resterende budskap og tekst kommuniseres på nynorsk.

**Logo**  
*Primær  
variant*



*Din egen kraft*



*Di eiga kraft*



Haugaland Krafts primærlogo skal alltid brukes der det er praktisk mulig. I tilfeller hvor dette ikke er mulig bruker vi de sekundære logovariantene. I tilfeller der sekundære logovarianter plasseres på mørke bakgrunner eller på bilder, er det viktig at det er nok kontrast slik at logoen blir godt synlig.

Sekundære logovarianter kan brukes både med og uten slogan. Primærlogo med kontur er å foretrekke fremfor hvit og sort logo. De negative variantene i sort og hvitt skal brukes i ytterst få tilfeller. Som f. eks sponsorrekker hvor alle logoer står i hvitt eller sort.

## Logo Sekundær variant



Eksempel på bruk av sekundær logovariant

Logo på sponsordrakter bør spesialtilpasses for hver sponsoravtale. Nedenfor er det listet opp noen retningslinjer for å enkelt kunne velge passende logovariant.

## Logo Sponsor



Det skal alltid bruke primærlogo på bakgrunner hvor logo er godt synlig.



Det skal alltid bruke primærlogo på bakgrunner hvor logo er godt synlig.



Logo med kontur skal brukes når bakgrunnsflaten er tilnærmet lik logofarger.



Logo med kontur skal alltid brukes på flerfarget eller mønstrete bakgrunnsflater.



Aldri logo uten hvit kontur på striper.



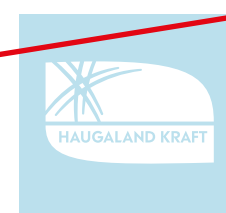
Aldri logo uten hvit kontur på mørk bakgrunn.



Aldri utslått logo i sort.



Aldri negativ logo med stjerne og wordmark i sort.



Aldri utslått logo i hvitt.



NORGESHUS  
- det du vil ha

macron

NORGESHUS  
- det du vil ha

macron

FK Haugesund

altibox

altibox

HAUGALAND KRAFT

NORGESHUS  
- det du vil ha

macron

altibox

HAUGALAND KRAFT

NORGESHUS  
- det du vil ha

macron

FK Haugesund

NORGESHUS  
- det du vil ha

macron

altibox

HAUGALAND KRAFT

NORGESHUS  
- det du vil ha

NORGESHUS  
- det du vil ha

macron

FK Haugesund

altibox

HAUGALAND KRAFT

NORGESHUS  
- det du vil ha

macron

altibox

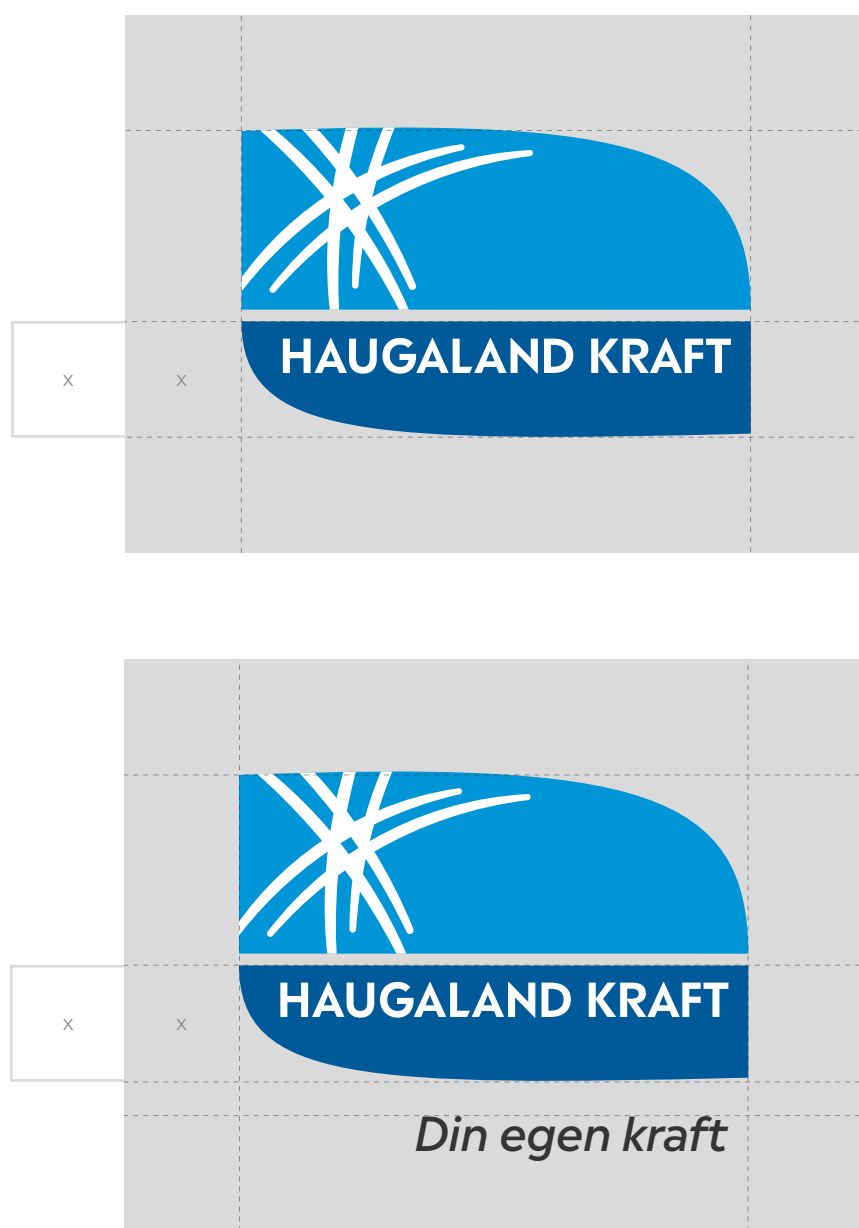
SUPER DEKK

Det grå området rundt logo viser den minst anbefalte avstand til nærmeste objekt. Avstanden tilsvarer et kvadrat av det mørkeblå bassenget. Logo har ingen begrensning på maksimum størrelse, men det er laget anbefalinger på minimum størrelse.

Reglene er noe forskjellig ved bruk av logo med slagord kontra uten.

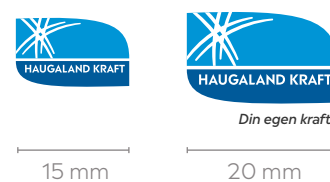
Dersom logostørrelsen gjør at navnet eller slagordet blir vanskelig å lese, skal versjonen uten slagord benyttes.

## Logobruk

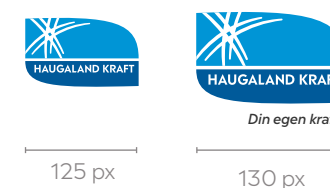


Minste tillatte logostørrelse

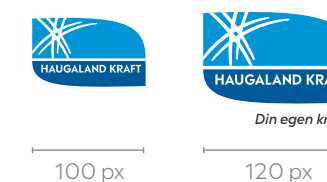
Print:



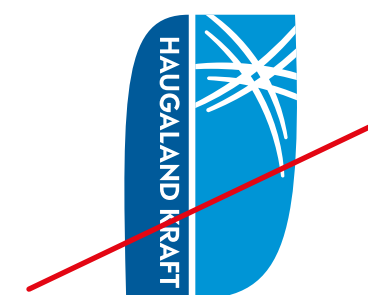
Digitalt:



Mobil:



Korrekt logobruk



Aldri bruk logo stående



Aldri dra i eller forvreg logo



*Din egen kraft*

Aldri flytt på elementer



*Din egen kraft*

Aldri endre på farger



Aldri beskjer logo

Det finnes to sett med partnerlogoer. De deles inn i kategoriene Vektet partner og Vektet Altibox. Under vises de som er vektet Haugaland Kraft. Innenfor disse kategoriene finnes en variant hvor Altibox står i rød boks og en hvor Altibox står i skrift.

Kontakt Nina Grevstad på [nhg@hkraft.no](mailto:nhg@hkraft.no) for å få tilsendt rett logovariant.

## Partnerlogo *Altibox*



VI LEVERER  
**altibox**



VI LEVERER  
**altibox**



VI LEVERER  
altibox



VI LEVERER  
**altibox**



VI LEVERER  
**altibox**



VI LEVERER  
altibox



VI LEVERER  
**altibox**



VI LEVERER  
**altibox**

På noen formater hvor det ikke egner seg med logo, kan vi bruke navnetrekket. I disse tilfellene skal dette alltid settes i Kraft Blått eller hvitt (se fargepalett). Navnetrekk må alltid brukes sammen med stjerne.

## Navnetrekk

**HAUGALAND KRAFT**  
**HAUGALAND KRAFT**

Slagordet “Din egen kraft” kan om nødvendig tas ut og plasseres adskilt fra logo. Slagordet må i så tilfelle alltid plasseres sammen med stjerne eller logo, det må aldri stå helt alene. Slagordet settes med Madera Medium italic (se fontvalg) og fargen skal være enten Kraft Cyan, Kraft Blå eller hvitt (se fargepalett).

Bokmål slagord brukes i kommunikasjon der resterende budskap og tekst kommuniseres på bokmål.

## Slagord bokmål

# *Din egen kraft*

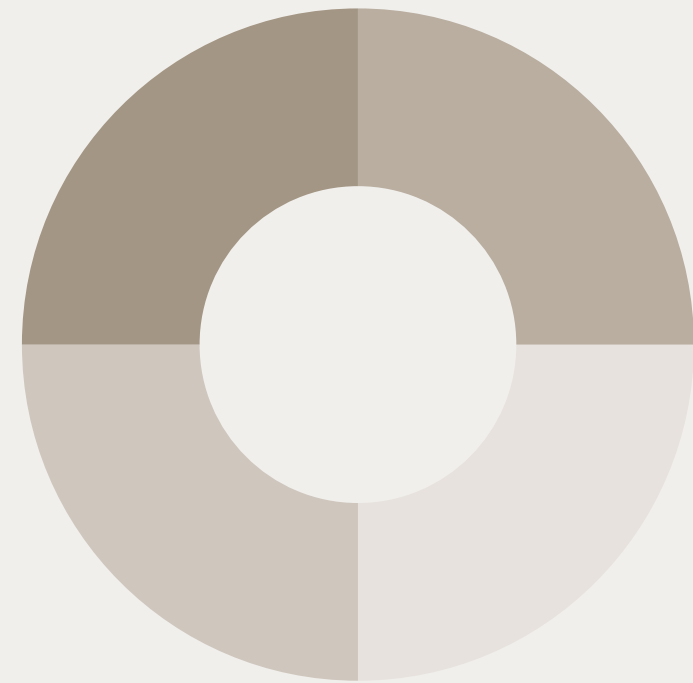
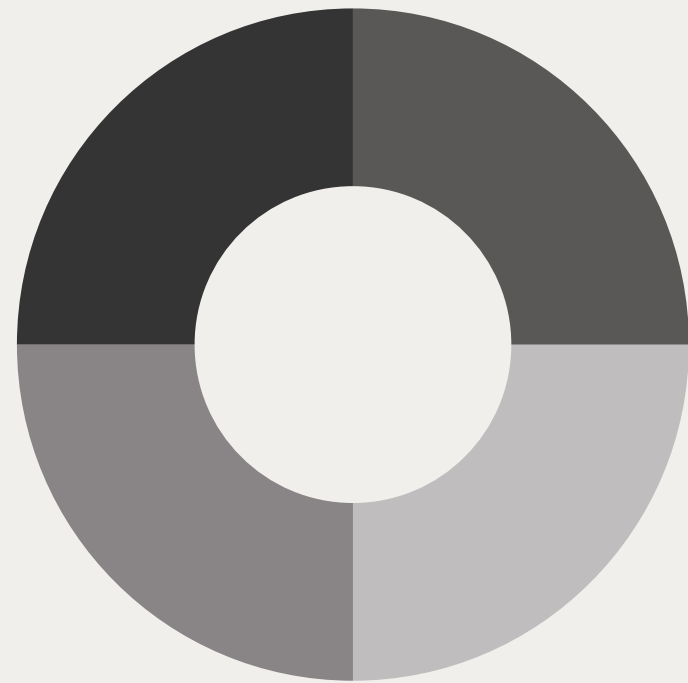
Slagordet “Din egen kraft” kan om nødvendig tas ut og plasseres adskilt fra logo. Slagordet må i så tilfelle alltid plasseres sammen med stjerne eller logo, det må aldri stå helt alene. Slagordet settes med Madera Medium italic (se fontvalg) og fargen skal være enten Kraft Cyan, Kraft Blå eller hvitt (se fargepalett).

Nynorsk slagord brukes i kommunikasjon der resterende budskap og tekst kommuniseres på nynorsk.

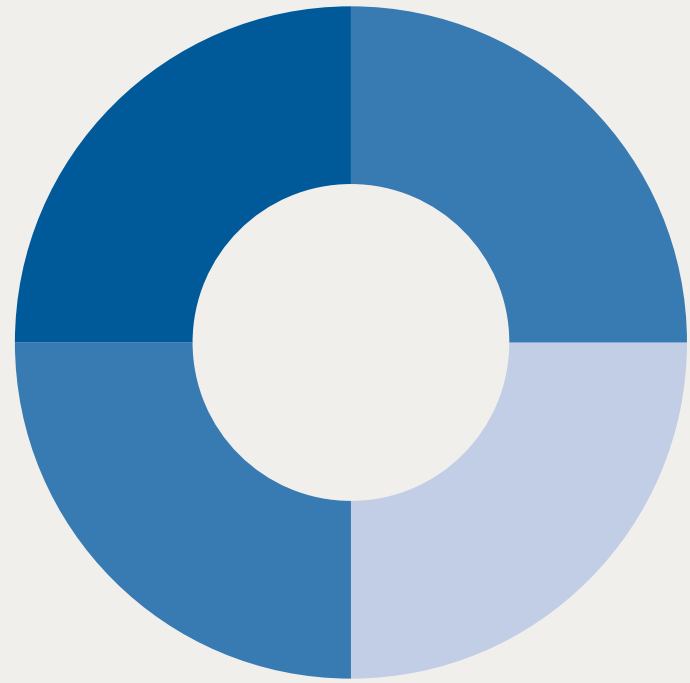
**Slagord nynorsk**

*Di eiga kraft*





**Fargepalett**



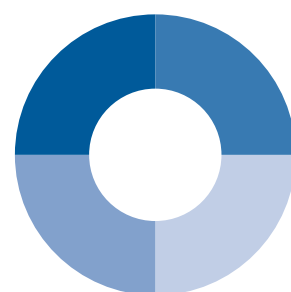
## Fargekoder Trykk

Haugaland Kraft har et eget sett med farger som skal brukes for å skape et unikt visuelt uttrykk. Kraft Cyan og Kraft Blå er primærfargene. Primærfargene er tilstede i Haugaland Krafts primære logovariant, men kan også brukes på andre flater

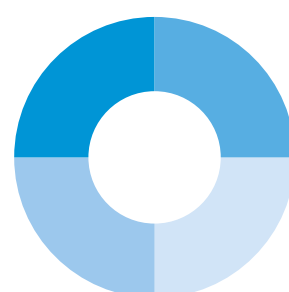
som en sentral faktor i det visuelle uttrykket.

Haugaland Kraft har i tillegg en sekundær palett. Sekundærfargene er aksentfarger og skal brukes for å komplementere primærfargene.

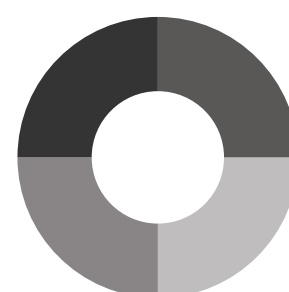
Primærpalett



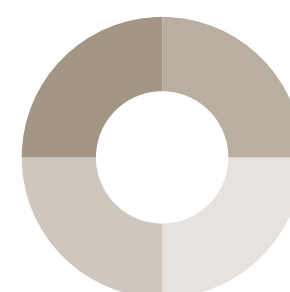
**Kraft Blå**  
CMYK 100 - 50 - 0 - 20  
Pantone 287 C  
100 / 75 / 50 og 25%



**Kraft Cyan**  
CMYK 85 - 21 - 0 - 0  
Pantone 2925 C  
100 / 75 / 50 og 25%



CMYK 69 - 59 - 56 - 65  
Pantone 426 C  
100 / 75 / 50 og 25%

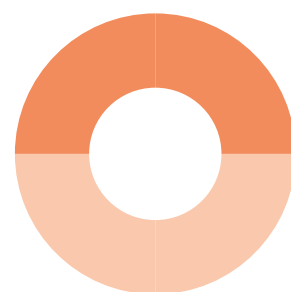


CMYK 34 - 33 - 43 - 15  
Pantone 7530 C  
100 / 75 / 50 og 25%

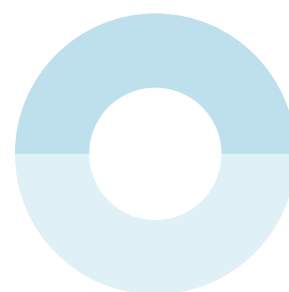


CMYK 0 - 0 - 0 - 20  
Pantone Cool Grey 1 C  
100 og 50%

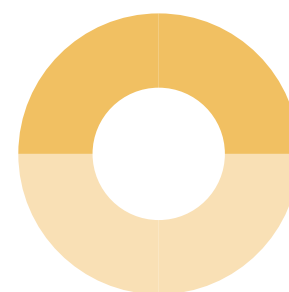
Sekundærpalett



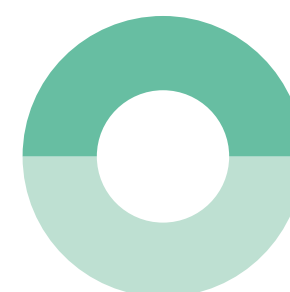
CMYK 0 - 55 - 65 - 0  
Pantone 1635 C  
100 og 50%



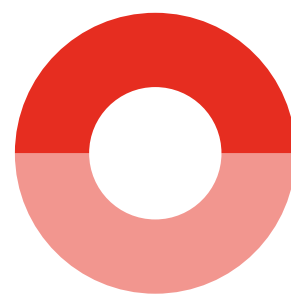
CMYK 30 - 2 - 7 - 0  
Pantone 628 C  
100 og 50%



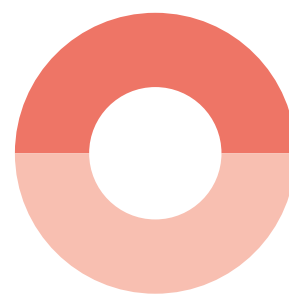
CMYK 6 - 27 - 69 - 0  
Pantone 135 C  
100 og 50%



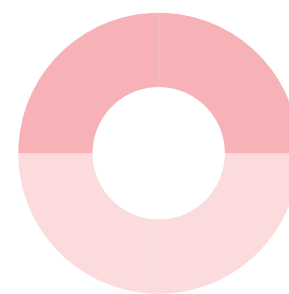
CMYK 61 - 0 - 45 - 0  
Pantone 3385 C  
100%



**Altibox Rød**  
CMYK 0 - 92 - 92 - 0  
Pantone 179 C  
100 og 50%



CMYK 0 - 66 - 55 - 0  
Pantone 7416 C  
100 og 50%

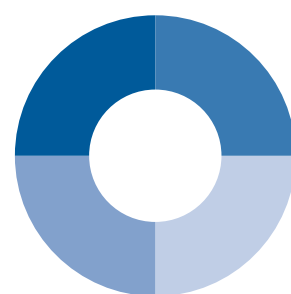


CMYK 0 - 40 - 20 - 0  
Pantone 1767 C  
100 og 50%

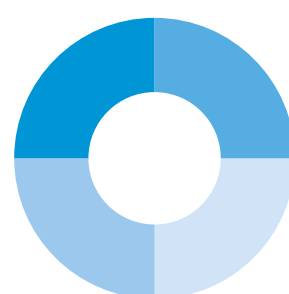
Kraft Cyan og Kraft Blå er primærfargene i den digitale paletten. Den sekundære paletten er utvidet med signalvarianter som kan brukes i grafikk som grafer, illustrasjoner, ikoner etc.

Signalfarger kan kun brukes i 100% på grafikk. De graderte fargene er ment å brukes på bakgrunner og sammen med forklarende tekst.

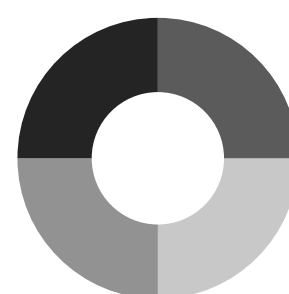
## Fargekoder Web



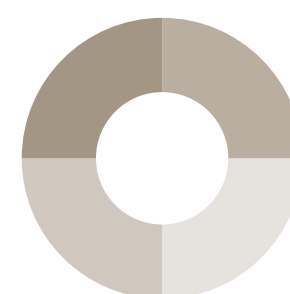
**Kraft Blå**  
RGB 0 - 90 - 154  
HEX 005A9A



**Kraft Cyan**  
RGB 0 - 150 - 214  
HEX 0095D6



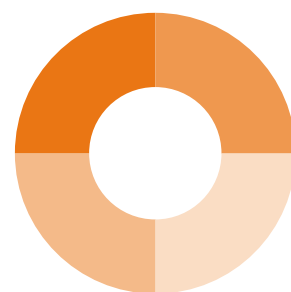
RGB 36 - 36 - 36  
HEX 242424



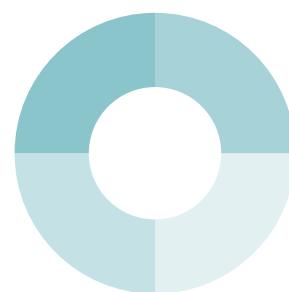
RGB 164 - 150 - 132  
HEX A49684



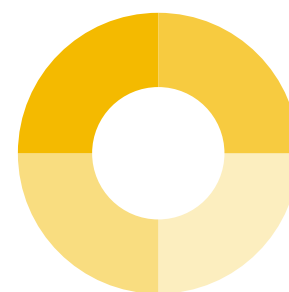
RGB 218 - 218 - 218  
HEX DADADA



RGB 234 - 118 - 20  
#EA7614



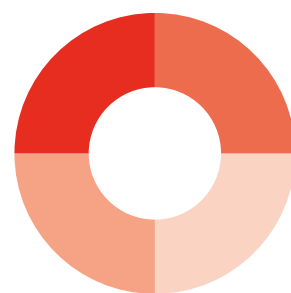
RGB 138 - 197 - 203  
#8AC5CB



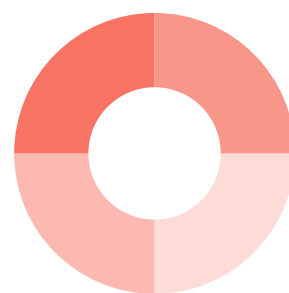
RGB 244 - 186 - 0  
#F4BA00



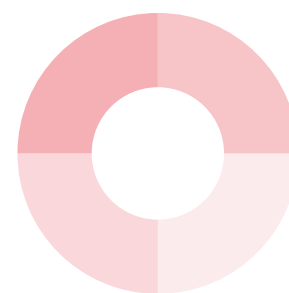
RGB 103 - 190 - 163  
HEX 67BEA3



**Altibox Rød**  
RGB 224 - 49 - 39  
#E03127

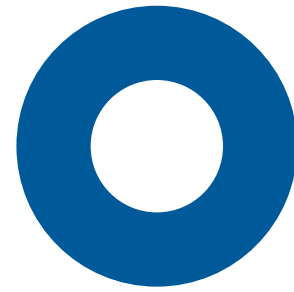


RGB 248 - 114 - 100  
#F77363

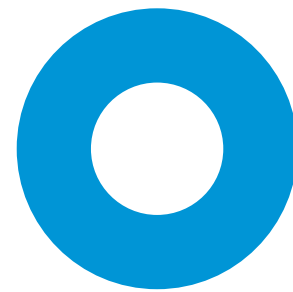


RGB 245 - 176 - 181  
#F5B0B5

Fargekoder  
Web



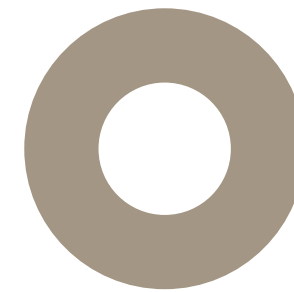
**Kraft Blå**  
RGB 0 - 90 - 154  
HEX 005a9a



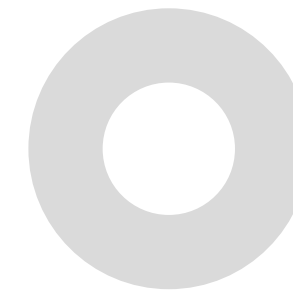
**Kraft Cyan**  
RGB 0 - 150 - 214  
HEX 0095d6



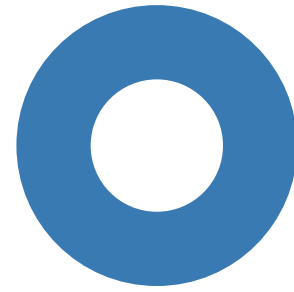
RGB 36 - 36 - 36  
HEX 242424



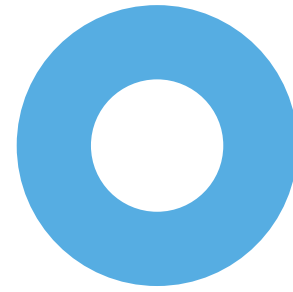
RGB 164 - 150 - 132  
HEX a49684



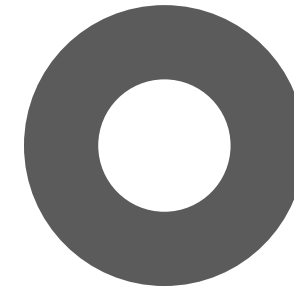
RGB 218 - 218 - 218  
HEX dadada



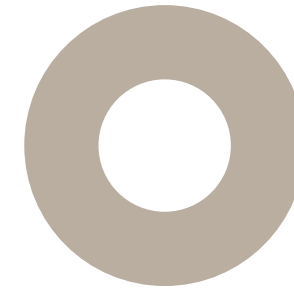
RGB 57 - 122 - 178  
HEX 397AB2



RGB 86 - 173 - 226  
HEX 56ADE2



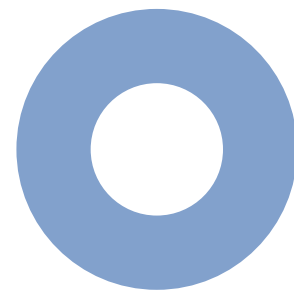
RGB 91 - 91 - 91  
HEX 5B5B5B



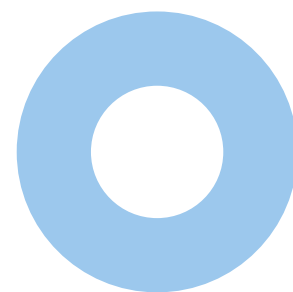
RGB 185 - 174 - 160  
HEX B9AEA0



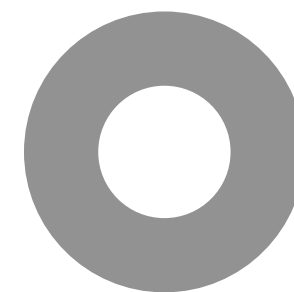
RGB 236 - 236 - 236  
HEX ECECEC



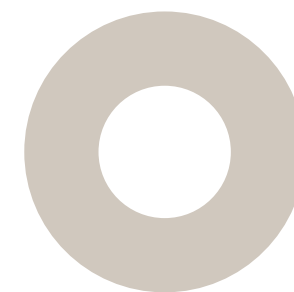
RGB 130 - 161 - 204  
HEX 82A1CC



RGB 156 - 200 - 237  
HEX 9CC8ED



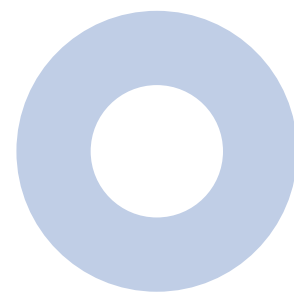
RGB 146 - 146 - 146  
HEX 929292



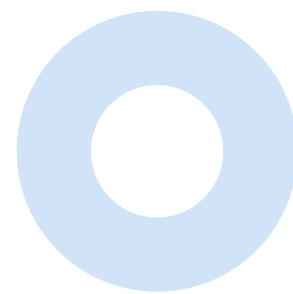
RGB 208 - 200 - 190  
HEX DOC8BE



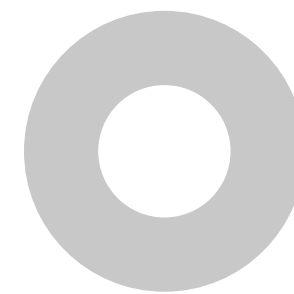
RGB 237 - 237 - 236  
HEX EDEDEC



RGB 192 - 206 - 230  
HEX COCEE6



RGB 209 - 227 - 247  
HEX D1E3F7



RGB 200 - 200 - 200  
HEX C8C8C8



RGB 230 - 226 - 222  
HEX E6E2DE

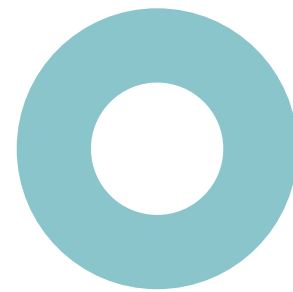


RGB 246 - 246 - 246  
HEX F6F6F6

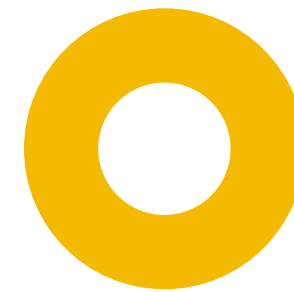
Fargekoder  
Web



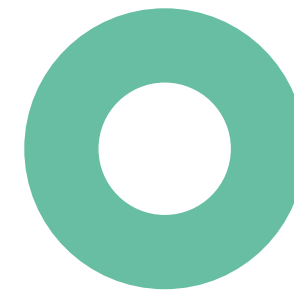
RGB 234 - 118 - 20  
HEX EA7614



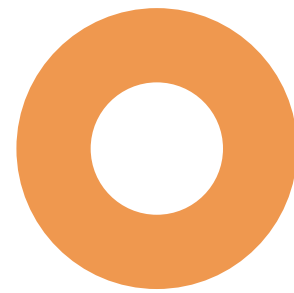
RGB 138 - 197 - 203  
HEX 8AC5CB



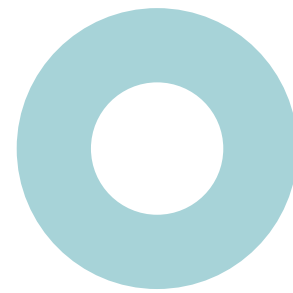
RGB 244 - 186 - 0  
HEX F4BA00



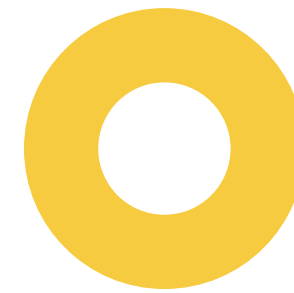
RGB 103 - 190 - 163  
HEX 67BEA3



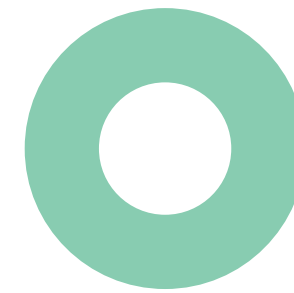
RGB 239 - 152 - 79  
HEX EF984F



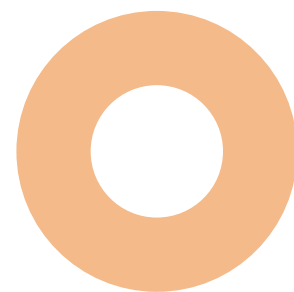
RGB 167 - 211 - 216  
HEX A7D3D8



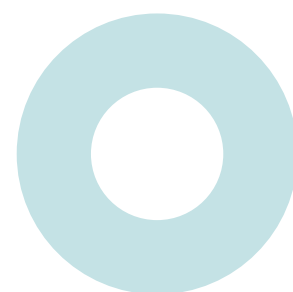
RGB 247 - 203 - 64  
HEX F7CB40



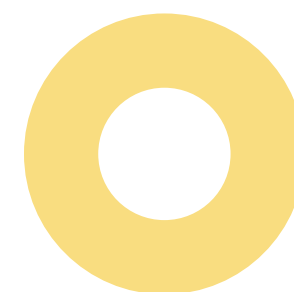
RGB 136 - 204 - 177  
HEX 88CCB1



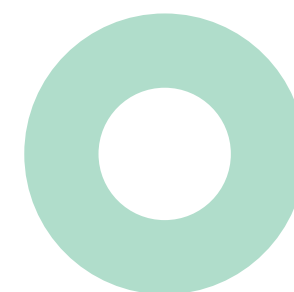
RGB 244 - 186 - 137  
HEX F4BA89



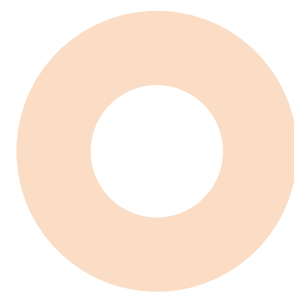
RGB 196 - 226 - 229  
HEX C4E2E5



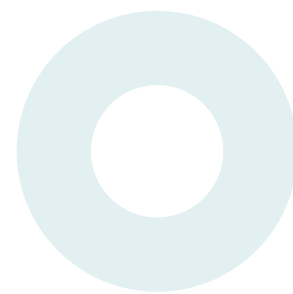
RGB 249 - 221 - 128  
HEX F9DD80



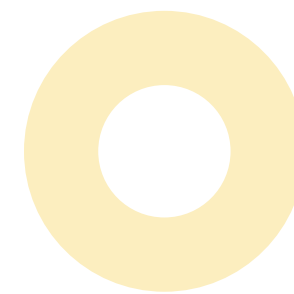
RGB 176 - 221 - 203  
HEX B0DDCB



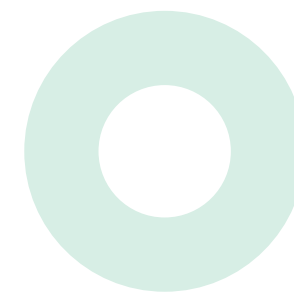
RGB 250 - 221 - 196  
HEX FADDC4



RGB 226 - 240 - 242  
HEX E2F0F2



RGB 252 - 238 - 191  
HEX FCEEBF

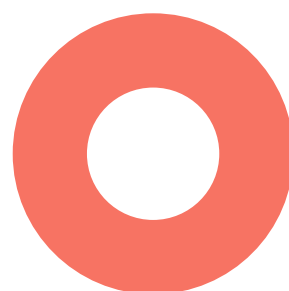


RGB 215 - 238 - 229  
HEX D7EEE5

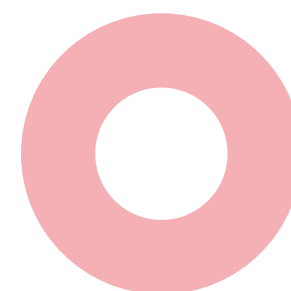
## Fargekoder Web



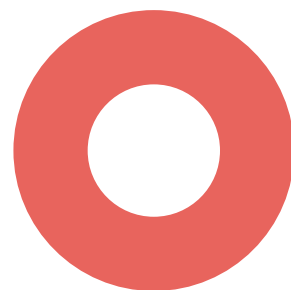
**Altibox Rød**  
**RGB** 224 - 49 - 39  
**HEX** E03127



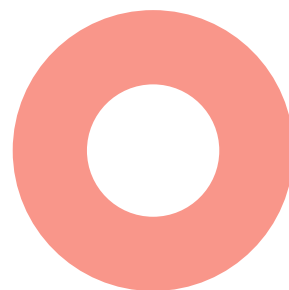
**RGB** 248 - 114 - 100  
**HEX** F77363



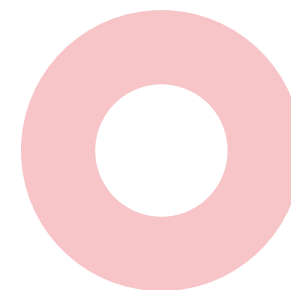
**RGB** 245 - 176 - 181  
**HEX** F5B0B5



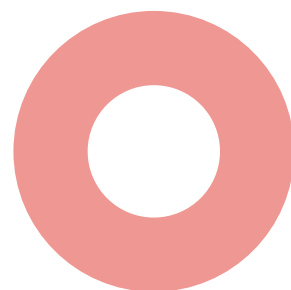
**RGB** 232 - 100 - 93  
**HEX** E8645D



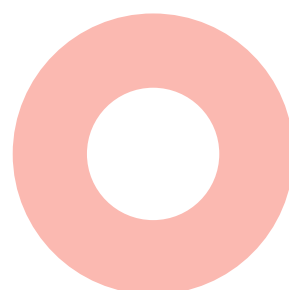
**RGB** 249 - 150 - 138  
**HEX** F9968A



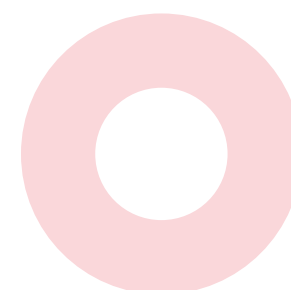
**RGB** 247 - 196 - 200  
**HEX** F7C4C8



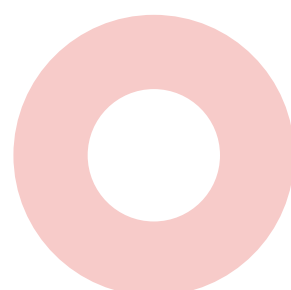
**RGB** 239 - 152 - 147  
**HEX** EF9893



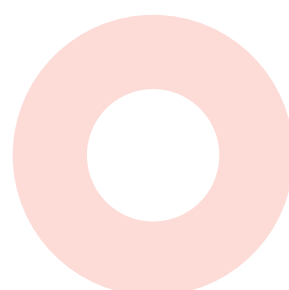
**RGB** 251 - 185 - 177  
**HEX** FBB9B1



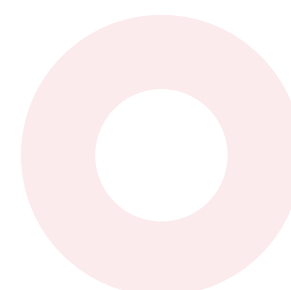
**RGB** 250 - 215 - 218  
**HEX** FAD7DA



**RGB** 247 - 203 - 201  
**HEX** F7CBC9



**RGB** 253 - 220 - 216  
**HEX** FDDCD8



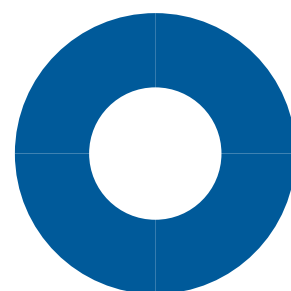
**RGB** 252 - 235 - 237  
**HEX** FCEBED

Foliefarger er plukket ut fra 3M folie, 80 series. Ralfargene er tatt ut fra RAL Classic. For korrekt fargegjengivelse bør man alltid sikre seg at leverandør bruker samme kart. Om dette ikke er tilfelle bør det bes om fargeprøver fra leverandør.

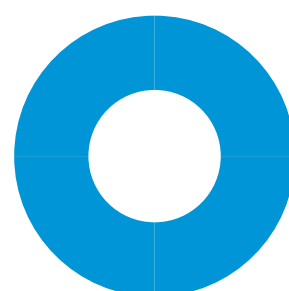
Det er kun noen utvalgte farger av den sekundære paletten som kan brukes til å komplementere primærfargene.

## Fargekoder

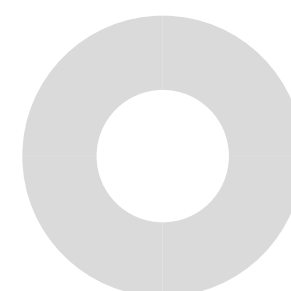
### Folie + Ral



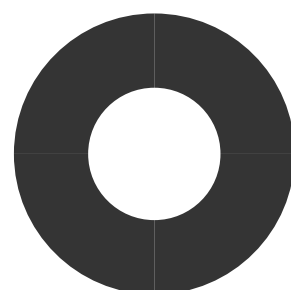
**Kraft Blå**  
3M: SC 80-1789 Fjord Blue  
Ral: 5013



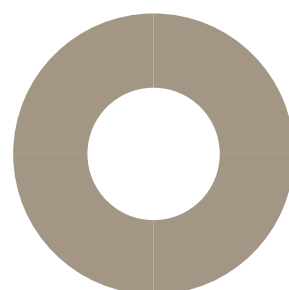
**Kraft Cyan**  
3M: SC 80-57 Olympic Blue  
Ral: 5015



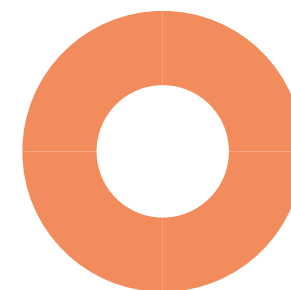
**Kraft Cyan**  
3M: SC 80-384/5 Light Grey  
Ral: 9018



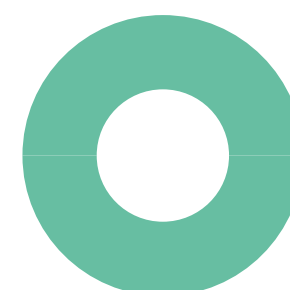
3M: SC 80-12 Black  
Ral: 9011



3M: SC 80-2430/5 Sand  
Ral: 1019



3M: SC 80-14 Bright Orange  
Ral: 2003



3M: SC 80-716 Aqua  
Ral: 6027

Fargene kan brukes for å gi et sprekt og vågalt uttrykk der det passer seg. Vi skal alltid vise oss som lokale og tillitsvekkende, men kan bevege oss mot lekent og iøynefallende i visse tilfeller. Her må man bruke skjønn og tenke på hvem som ser elementene, og i hvilke situasjoner de vil forekomme.

## Farger i bruk

### *Eksempel*





Skrifttypen Madera er en slagkraftig, allsidig og brukervennlig geometrisk sans serif font. Den fremstår troverdig, ryddig og solid med trekk som passer godt til Haugaland Krafts merkevare.

Skrifttypen har en liten knekk i enkelte bokstaver, noe som gir varme og personlighet på en diskret måte. Skriften er lett å lese og passer like godt både til digital bruk og i trykksaksammenheng.

!&?@

Hh

Madera font fra Monotype

Haugaland Kraft

*Din egen kraft*

KK

1 2 3 4 5

I ekstern kommunikasjon brukes fonttypen Madera.  
Med ekstern kommunikasjon menes for eksempel  
annonser, brosjyrer, nettsider og lignende.  
Alle tilgjengelige snitt av fonttypene kan brukes.  
Fontsnittet kan lastes ned på [myfonts.com](https://myfonts.com)

## Ekstern kommunikasjon

### *Madera*

Light

AaBbCcDdEeFf 123456

Italic

*AaBbCcDdEe*

Regular

AaBbCcDdEeFf 123456

Bold Italic

***AaBbCcDdEe***

Medium

AaBbCcDdEeFf 123456

Bold

**AaBbCcDdEeFf 123456**

ExtraBold

**AaBbCcDdEeFf 123456**

Haugaland Krafts interne font er Arial. Denne fonten er en standard systemfont som kan erstatte Madera i intern kommunikasjon. Eksempler på kommunikasjon der dette kan bli nødvendig er i brødtekst på brevark, PPT-presentasjoner eller lignende.

## Intern kommunikasjon

### *Arial*

Regular

AaBbCcDdEeFf123456

Italic

*AaBbCcDdEe*

Bold

**AaBbCcDdEeFf123456**

Bold Italic

***AaBbCcDdEe***

Black

**AaBbCcDdEeFf123456**

Stjernesymbolet er det mest unike grafiske element i det visuelle uttrykket. Stjernen kan kun settes på bakgrunner eller bilder der det kommer tydelig frem at Haugaland Kraft er avsender, for eksempel ved bruk av slagord, logo eller navnetrekk plassert et annet sted på formatet.

Stjernen er et spesialtilfelle når det gjelder våre visuelle elementer. Den skal aldri brukes alene for å representere Haugaland Kraft, men vi kan bruke den som et grafisk element ved å blåse den opp eller ta utsnitt av den.

## Kraftstjernen



## Vår stemme

Måten vi skriver på reflekterer merkevaren vår, og forteller folk både bevisst og underbevisst hvem vi er og hva vi står for. Det er viktig at vi viser at det står mennesker bak. Det er også viktig at vi er konsekvente i måten vi skriver slik at folk blir trygge på oss.

### **Tydelige**

Energi, strøm og fiber kan være forvirrende temaer for folk. Vi må ta ansvar for å forklare ting så enkelt så mulig. Sørg for at du selv forstår hva du vil kommunisere, og bruk enkle ord og korte setninger. Fortell det viktigste, og fortell hvor man kan finne mer informasjon.

### **Menneskelige**

Vi representerer Haugaland Kraft, men vi som skriver er mennesker. Folk skal føle at de snakker med personer, så smilefjes og tøying av grammatiske regler er lov innimellom. Vi skriver heller “du” enn “kunden”. Glimt i øyet er bare positivt!

### **Lokalkjente**

Ingen andre kraftleverandører er lokal-kjente på Haugalandet. Vi kjenner folkene vi jobber for, og vi kjenner byene, tettstedene og gatene rundt oss. Det skal vi vise så ofte vi kan.

Vår stemme skal være tydelig, menneskelig og gjerne med glimt i øyet.

**Vår stemme**  
*Eksempel*



Haugaland Kraft Energi AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
hkraft.no



Haugaland Kraft Fiber AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
hkraft.no

LEVERANDØR AV  
**altibox**

**Nina Høybakk**  
Salgs- og markedssjef  
Mobil: +47 90 64 84 02  
nina.hoybakk@hkraft.no

**Maria Osnes Tønnessen**  
Digital markedscoordinator  
Mobil: +47 91 81 30 48  
maria.tonnessen@hkraft.no

Haugaland Kraft Energi AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
hkraft.no

**Nina Høybakk**  
Salgs- og markedssjef  
Mobil: +47 90 64 84 02  
nina.hoybakk@hkraft.no

Haugaland Kraft Fiber AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
hkraft.no

Din egen kraft



LEVERANDØR AV  
**altibox**

**Nina Høybakk**  
Salgs- og markedssjef  
Mobil: +47 90 64 84 02  
nina.hoybakk@hkraft.no

Haugaland Kraft Fiber AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
hkraft.no



**Maria Osnes Tønnessen**  
Digital markedscoordinator  
Mobil: +47 91 81 30 48  
maria.tonnessen@hkraft.no

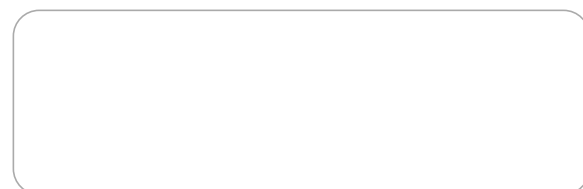
Haugaland Kraft Energi AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
hkraft.no

**Maria Osnes Tønnessen**  
Digital markedscoordinator  
Mobil: +47 91 81 30 48  
maria.tonnessen@hkraft.no

**Maria Osnes Tønnessen**  
Digital markedscoordinator

Haugaland Kraft Energi AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
hkraft.no

## Aksidens



**Maria Osnes Tønnessen**  
Digital markedscoordinator  
Mobil: +47 91 81 30 48  
maria.tonnessen@hkraft.no

Haugaland Kraft Energi AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
[hkraft.no](http://hkraft.no)



Postboks 2015  
5504 Haugesund  
Tel 987 05 270

Besøksadresse  
Haukelivegen 25  
5504 Haugesund

[hkraft.no](http://hkraft.no)

*Din egen kraft*



## Aksidens



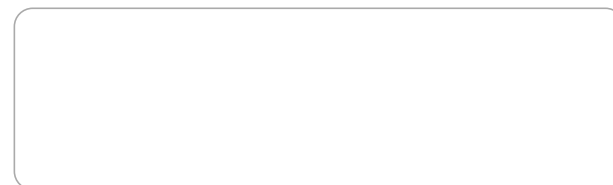
**Nina Høybakk**  
Salgs- og markedssjef  
Mobil: +47 90 64 84 02  
nina.hoybakk@hkraft.no

LEVERANDØR AV  
**altibox**

Haugaland Kraft Fiber AS  
Haukelivegen 25  
Pb. 2015, 5504 Haugesund  
[hkraft.no](http://hkraft.no)



VI LEVERER  
**altibox**




VI LEVERER  
**altibox**

Postboks 2015  
5504 Haugesund  
Tel 987 05 270

Besøksadresse  
Haukelivegen 25  
5504 Haugesund

[hkraft.no](http://hkraft.no)

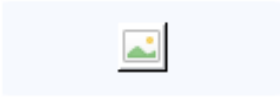
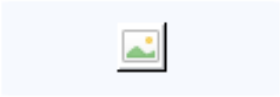
Haugaland Kraft    Haukelivegen 25    Tel: 987 05 270  
Postboks 2015    Org. No: 915 636 756 MVA  
5504 Haugesund    [hkraft.no](http://hkraft.no)



Deres referanse    Deres dato    Vår referanse    Dato  
264736-v1    22.10.2019

**Brevmal**  
Her kommer tekst


Med vennlig hilsen



Navn Etternavn  
Stillingstittel  
[navn.etternavn@hkraft.no](mailto:navn.etternavn@hkraft.no)

[Din egen kraft](#)

Haugaland Kraft    Haukelivegen 25    Tel: 987 05 270  
Fiber AS    Postboks 2015    Org. No: 915 635 881 MVA  
5504 Haugesund    [bredband@haugaland-kraft.no](mailto:bredband@haugaland-kraft.no)





VI LEVERER  
**altibox**

Deres referanse    Deres dato    Vår referanse    Dato  
264736-v1    22.10.2019

**Brevmal**  
Her kommer tekst

Med vennlig hilsen



Nina ~~Hoybakk~~  
Seksjonsleder  
[nina.hoybakk@hkraft.no](mailto:nina.hoybakk@hkraft.no)

Bestill Altibox på fiber fra Haugaland Kraft på [haugnett.no](http://haugnett.no)

**Aksidens**  
*Brevark  
tilbud*



Postboks 2015  
5504 Haugesund  
Tel 987 05 270

[hkraft.no](http://hkraft.no)

Besøksadresse  
Haukelivegen 25  
5504 Haugesund

*Din egen kraft*



VI LEVERER  
**altibox**

Postboks 2015  
5504 Haugesund  
Tel 987 05 270

[hkraft.no](http://hkraft.no)

Besøksadresse  
Haukelivegen 25  
5504 Haugesund

**Aksidens**  
*Adressert  
konvolutt*

C5 uten vindu

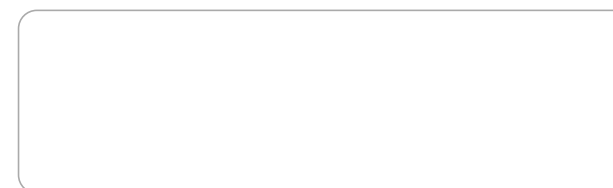


Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund

EC4 med vindu



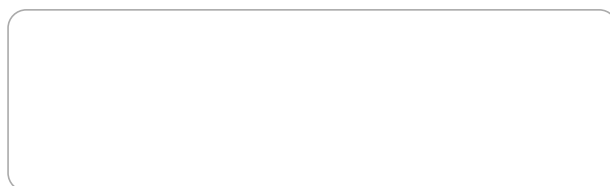
Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund



E65 med vindu



Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund



**Aksidens**  
*Adressert  
konvolutt*

C5 uten vindu



Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund

EC4 med vindu



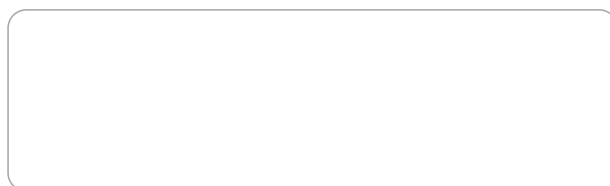
Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund



E65 med vindu



Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund



# Aksidens Adressert konvolutt

C5 uten vindu



VI LEVERER  
**altibox**

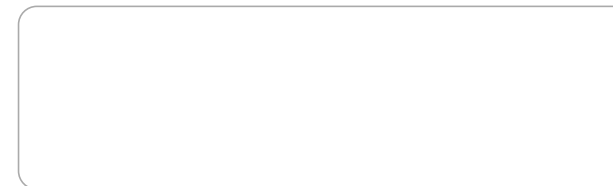
Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund

EC4 med vindu



VI LEVERER  
**altibox**

Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund

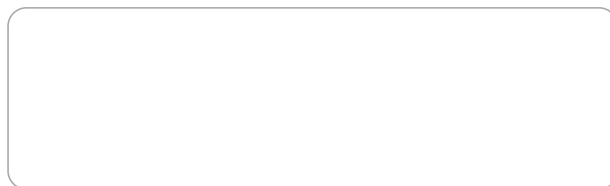


E65 med vindu



VI LEVERER  
**altibox**

Returadresse: Haugaland Kraft, Postboks 2015, 5504 Haugesund



## Universell utforming

Haugaland Kraft skal være inkluderende og gi alle like muligheter til å holde seg oppdatert. Universell utforming handler om å tilrettelegge for omgivelsene og ta hensyn til variasjoner i funksjonsevne hos brukere. Dette vil vi strebe etter.

For å lykkes med gode løsninger som alle kan bruke, må universell utforming være en naturlig del av alle utviklingsløp, enten det handler om re-design eller nye løsninger. Utgangspunktet er i hovedsak å utforme overordnede løsninger så brukervennlige som mulig for alle, uten at det er behov for spesialløsninger.

Dette er i tråd med grunntankene for universell utforming.

Tekstbudskap må utformes grafisk slik at de er godt leselige og ha tilstrekkelig kontrast til bakgrunnen. Tekst skal alltid skrives med Kraft blå eller sort på hvit bakgrunn. På mørk bakgrunn skal man alltid skrive med hvitt. Husk høy kontrast!

## Universell utforming

### *Grafisk tekst*

Tekst skal alltid skrives med Kraft blå eller sort på hvit bakgrunn

På mørk bakgrunn skal man alltid skrive med hvitt.

Skriftstørrelse:

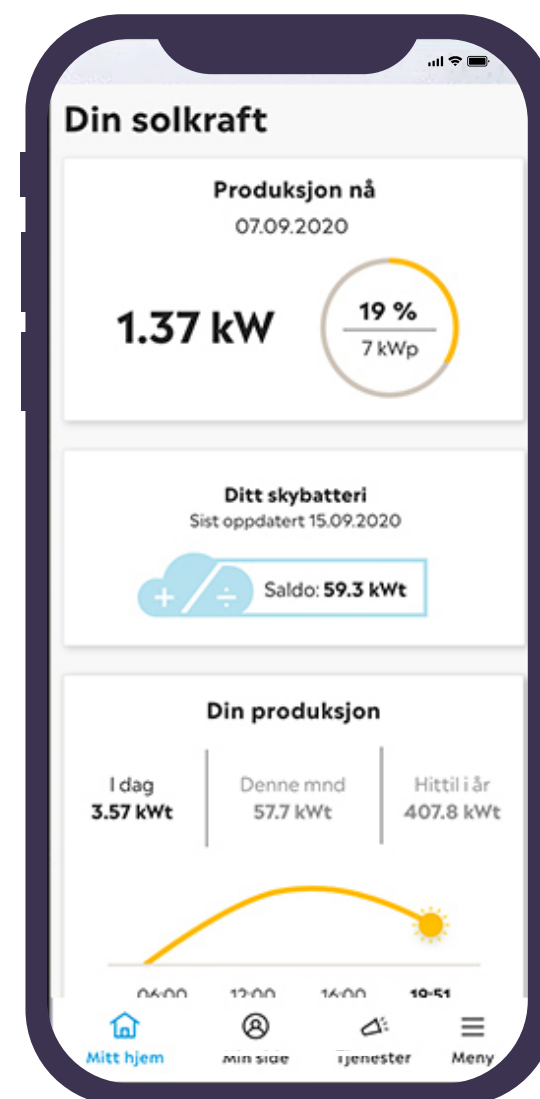
Minste tillatte størrelse digitalt er 14 px.



Alle farger i paletten er mulig å bruke, men fargene må brukes slik at tilstrekkelig kontrast oppnås og slik at hovedbudskap eller viktig funksjonalitet fremheves. Det bør alltid være en tydelig tilstedeværelse av primærfargene Kraft Cyan og Kraft Blå.

## Universell utforming

### Farger



På digitale flater må illustrasjoner og foto alltid stå sammen med supplerende og forklarende tekst.

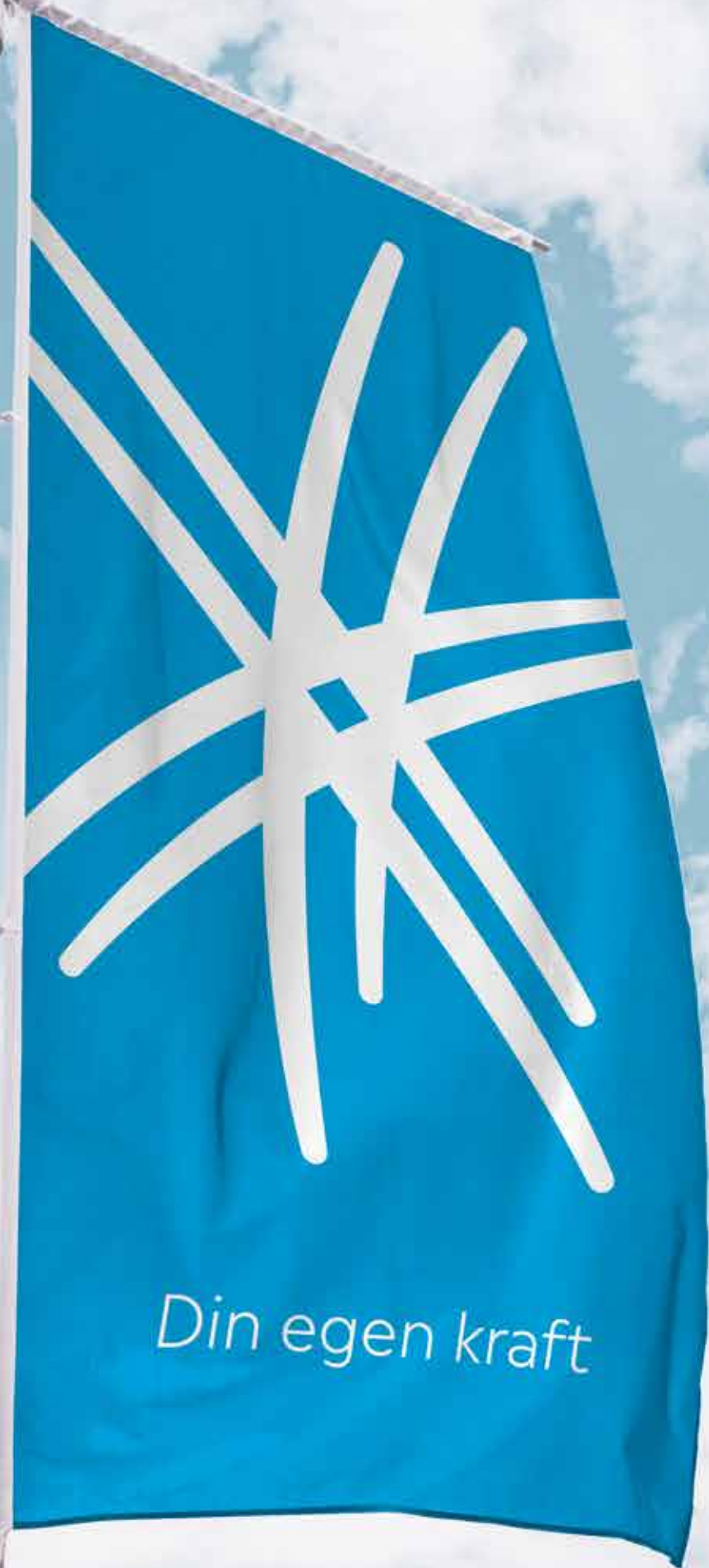
Universell utforming

*Illustrasjon  
og foto*

# Himakos

Et lyst, varmt og trygt hjem  
med nett nok til alle.





Stjernen skal alltid brukes i Kraft Blå, Kraft Cyan, grått eller i hvitt på en av de to primærfargene. Stjernen kan aldri stå alene uten enten logo, slagord eller navnetrekk. Kraft Blå eller Kraft Cyan skal alltid være en del av fargepaletten på flaggprofil.

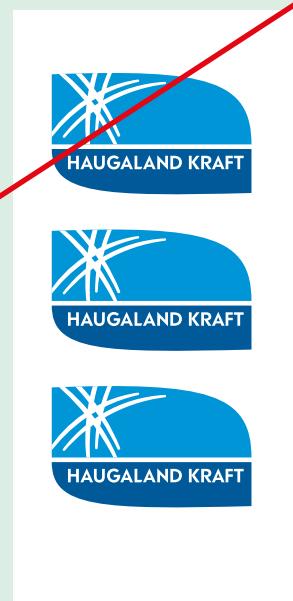
## Profilering Flagg



Aldri bruke sekundærfarger uten primærfargene Kraft Cyan eller Kraft Blå.



Aldri sette logo på høykant



Aldri flere logoer på samme format.



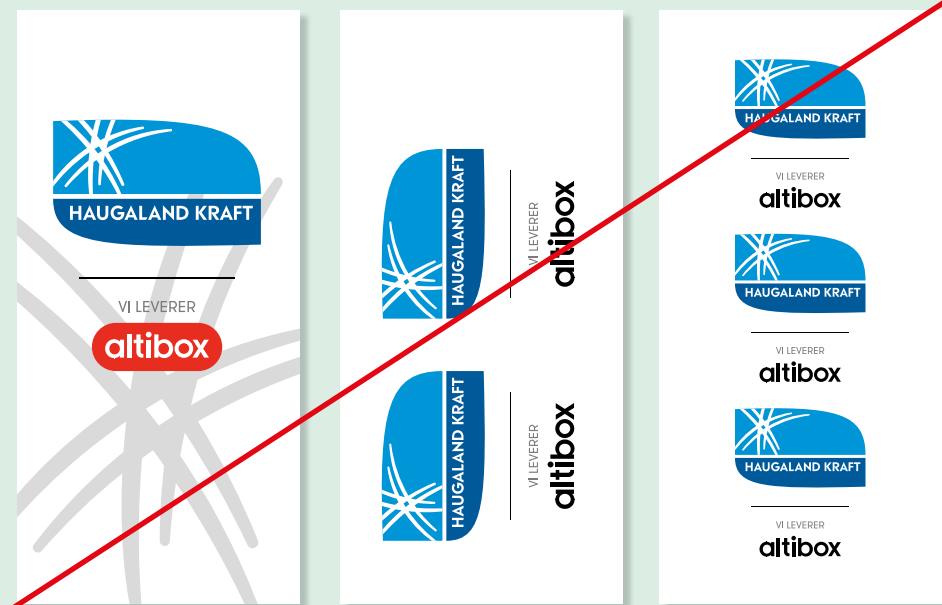
Korrekt bruk av elementer i tilknytning til hovedkontor eller avdelingskontor



Korrekt bruk av elementer i sponsorsammenheng

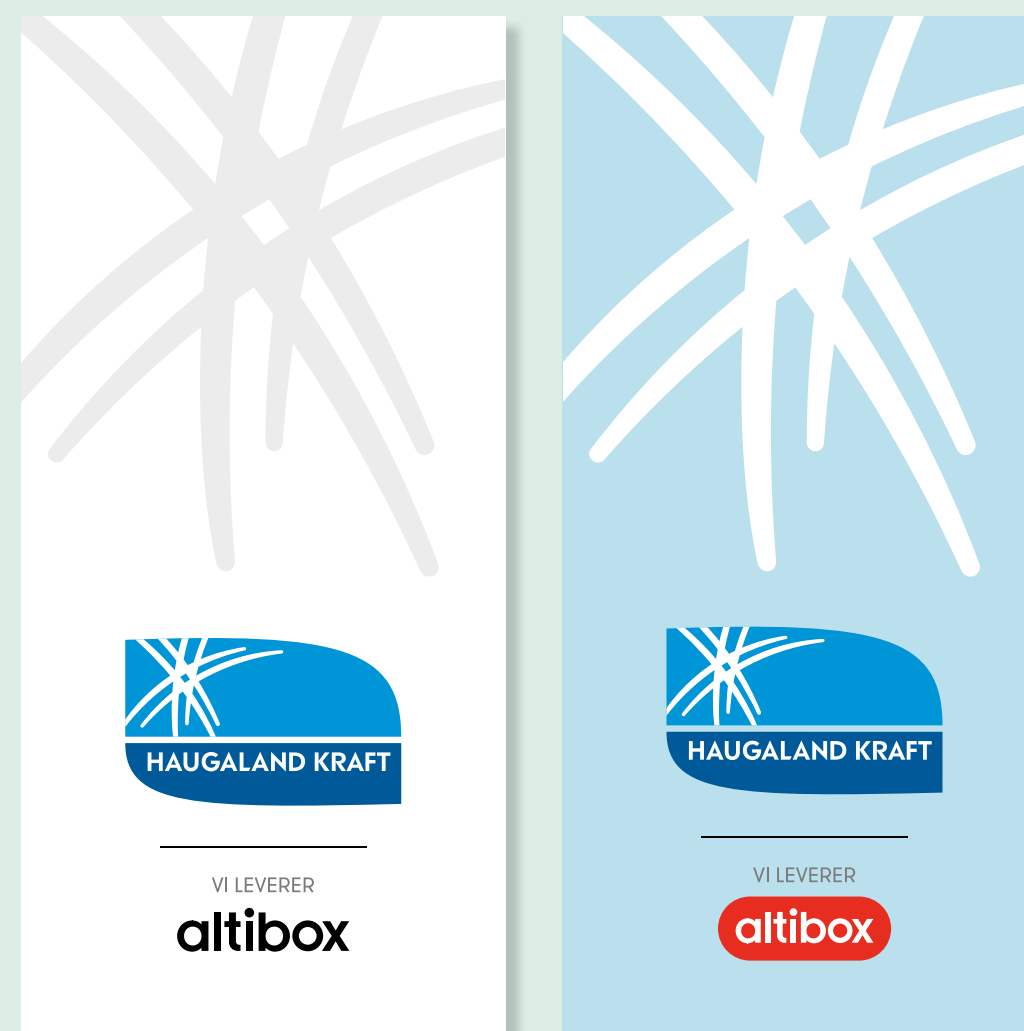
Stjernen skal alltid brukes i grått eller i hvitt når den står i sammenheng med partnerlogo. Partnerlogo skal aldri overlape stjernen.

## Profilering Flagg Altibox



Partnerlogo skal aldri overlape stjernen

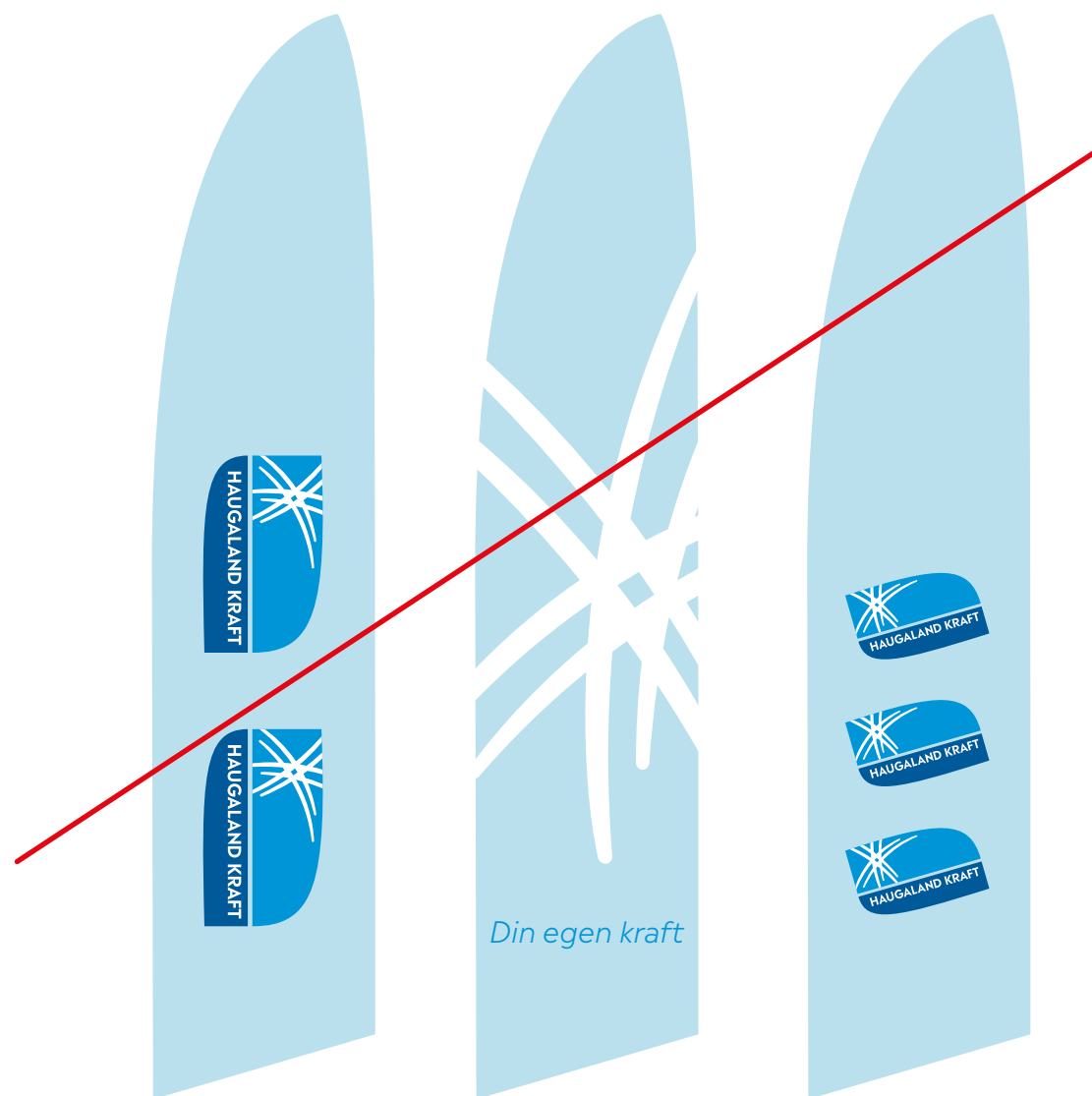
Aldri sett flere logoer på høykant



Korrekt bruk av elementer hvor partnerlogo ikke kommer i konflikt med stjerne

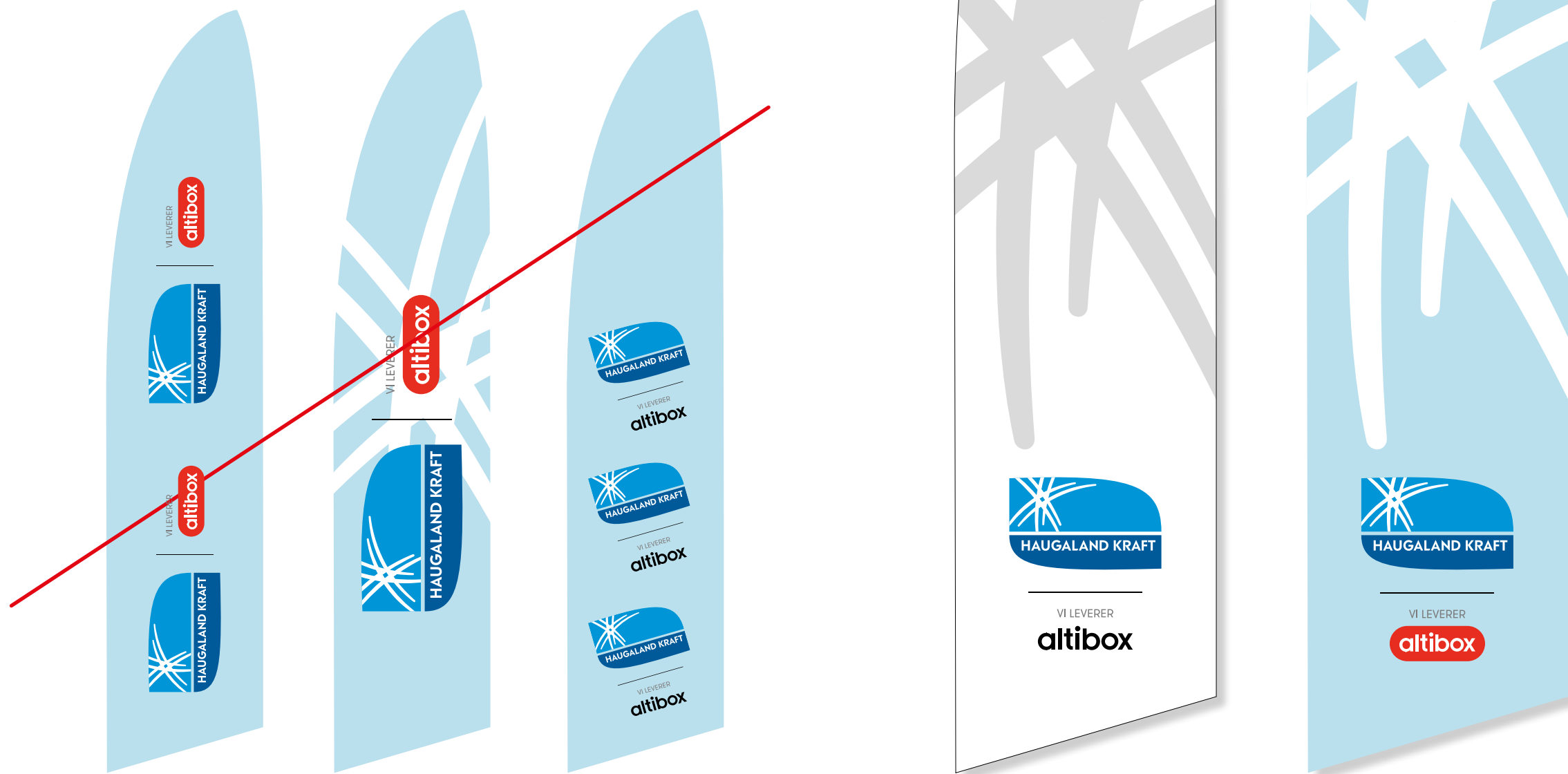
Stjernen skal alltid brukes i Kraft Blå, Kraft Cyan, grått eller i hvitt på en av de to primærfargene. Stjernen kan aldri stå alene uten enten logo, slagord eller navnetrekk. Kraft Blå eller Kraft Cyan skal alltid være en del av fargepaletten på skiltprofil.

## Profilering *Beachflagg*



Stjernen skal alltid brukes i grått eller i hvitt når den står i sammenheng med partnerlogo. Partnerlogo skal aldri overlape stjernen.

## Profilering Beachflagg Altibox



Stjernen skal alltid brukes i Kraft Blå, Kraft Cyan, grått eller i hvitt på en av de to primærfargene. Stjernen kan aldri stå alene uten enten logo, slagord eller navnetrekk. Kraft Blå eller Kraft Cyan skal alltid være en del av fargepaletten på skiltprofil.

## Profilering Skilt



Aldri flere logoer på samme format.



Aldri sette logo på høykant



Aldri flere logoer på samme format.



Aldri midtstill stjerne eller beskjær formatet slik at stjernen blir ukjennelig.  
Aldri bruk stjerne i annet enn grått eller hvit.



Korrekt bruk av elementer



På printannonser setter vi primærlogo nede til høyre. Vi holder oss til Madera i Regular, Italic og Bold. Overskrift og søknadsfrist fremheves med Kraft Cyan.

## Profilering

# Annonsemal papir

Vi søker

# energimontør

Vi får mer å gjøre i Skånevik fremover, og trenger derfor flere energimontører. Er du utdannet energimontør og har lyst på jobb i ditt lokale energiselskap, vil vi gjerne ha en søknad fra deg.

Kraftbransjen er i endring. Derfor er det viktig at du er nysgjerrig på fremtiden og ny teknologi. Energimontørene våre er ansatt i Haugaland Kraft Nett AS, og vedlikeholder strømmettet fra Boknafjorden i sør til Bjørnefjorden i nord, fra Utsira i vest til Suldal i øst. Det er en viktig jobb som krever at du kan jobbe selvstendig og løse problemer, samtidig som du må kunne kommunisere tydelig med dine kolleger. Stillingen vil ha arbeidsplass på kontoret vårt i Skånevik.

**Er du en energimontør med gnist for faget? Søk på stillingen på [hkraft.no](http://hkraft.no)**

Konsernet Haugaland Kraft består av et morselskap og 3 heleide datterselskaper, Haugaland Kraft Nett AS, Haugaland Kraft Fiber AS og Haugaland Kraft Energi AS. I tillegg er vi majoritets-eier i Sunnhordland Kraftlag AS og Afiber AS. Hovedkontoret ligger i Haugesund med avdelinger på Fitjar, Sand, Sauda, Stord, Ølen/Skånevik og Halsnøy. Hovedvirksomhetene er produksjon, overføring og omsetning av elektrisk kraft, samt utbygging/drift av fibernettverk. Konsernet har om lag 460 ansatte. Vår visjon er: «Vi gir kraft til en sterk og attraktiv region»



Din egen kraft

På digitale annonser setter vi primærlogo nede til høyre. Vi holder oss til Madera i Regular, Italic og Bold. Call-to-action knapp settes i kraftblått.

## Profilering Annonsemaal digitalt

Vi søker

**energimontør/  
elektriker**

[Les mer](#)



HAUGALAND KRAFT  
*Din egen kraft*

Vi søker

**energimontør/elektriker**

Vi får mer å gjøre i Skånevik fremover, og trenger derfor flere energimontører i Haugaland Kraft Nett AS. Er du utdannet energimontør, vil vi gjerne ha en søknad fra deg.

[Les mer og søk på stillingen](#)



HAUGALAND KRAFT  
*Din egen kraft*

I sosiale medier må stillingstittel komme tydelig frem i topp tekst, call-to-action tekst og knapp settes under et eventuelt bilde. Bilder skal tydelig vise avsender, gjerne i form av logo på klær, bil e.l. Eventuelt skal logo med konturramme settes nede til høyre på bilde.

## Profilering

# Annonsemaal digitalt

**Haugaland Kraft AS**  
Sponset

Vi får mer å gjøre i Skånevik fremover, og trenger derfor flere energimontører i Haugaland Kraft Nett AS. Er du utdannet energimontør og har lyst på jobb i ditt lokale nettselskap?



**Er du en energimontør med gnist for faget?**  
Da vil vi gjerne ha en søknad fra deg.

HKRAFT.NO [Finn ut mer](#)

I kampanjekommunikasjon må alltid produktet i kampanjen komme tydelig frem i heading. Det skal ikke være nødvendig å merke kommunikasjonen med F.eks "Alarm", dette skal komme tydelig frem i budskap og bildebruk.

Kampanjekommunikasjon kan utformes på forskjellig vis og kommuniseres i forskjellige kanaler, men det må aldri være tvil om at Haugaland Kraft er avsender.

## Profilering Kampanje- annonser

# Unike fordeler til deg, fra oss i Haugaland Kraft



HK Kundeklubb er vår nye kundeklubb hvor vi ønsker å belønne våre mange lojale, lokale og gode kunder. Få blant annet rabatter på produkter hos oss og våre samarbeidspartnere, eksklusive invitasjoner til arrangement, og ikke minst en medlemsgevinst på 2 % på alt du kjøper av oss.



- ✓ Medlemsgevinst
- ✓ Eksklusive invitasjoner
- ✓ Rabatter på produkter

### Lanseringstilbud!

Alle som melder seg inn i kundklubben og blir Toppmedlem innen februar 2021, får godskrevet medlemsgevinst seks måneder tilbake i tid.



HELT GRATIS!

**Slik blir du medlem**

Alt du trenger å gjøre for å motta disse fordelene er å melde deg inn i HK Kundeklubb. Dette gjør du enkelt og helt gratis ved å registrere deg i appen vår Mitt Hjem. Alle med et privat kundeforhold hos Haugaland Kraft kan bli medlem i kundklubben. Les mer på [hkraft.no/kundeklubb](http://hkraft.no/kundeklubb)



# Watt!?

Hold på popcornet, Gunnar.  
I dag lanserer vi kundeklubb.





Et logoemblem i gummi erstatter all logofolie på arbeidsklær. Merket kan både sys og limes, begge deler for å øke varighet, samt øke kvalitetsfølelse. Av hensyn til økonomi og logistikk er det satt et standard format på merket.

## Profilering *Logomerke*



En grunnregel for alt yttertøy er at Haugaland Kraft skal vise igjen på fremsiden og baksiden av jakken. Det er utviklet et standard logoemblem i gummi (50 mm) som skal brukes på alle klær. På jakker skal emblemet festes på venstre side i brysthøyde.

Stjernen folieres i reflekstrykk og må tilpasses hver jakke. Standard format for arm er 20 x 19 cm (A4). Logo på rygg er 281 x 181 mm (A4). "Din egen kraft" er 28,5 x 4 cm og plasseres i midten av blått felt. På bukse brukes stjerneformat 20 x 19 cm.

## Profilering Arbeidsklær



Foruten logo så skal stjernen løftes frem som et sentralt element på alle biler. Stjernen skal alltid folieres i Kraft Cyan og plasseres i bakre sideende. Stjernen skal blåses opp og ut av formatet for å pakkes inn i bilen. Stjernen må spesialtilpasses.

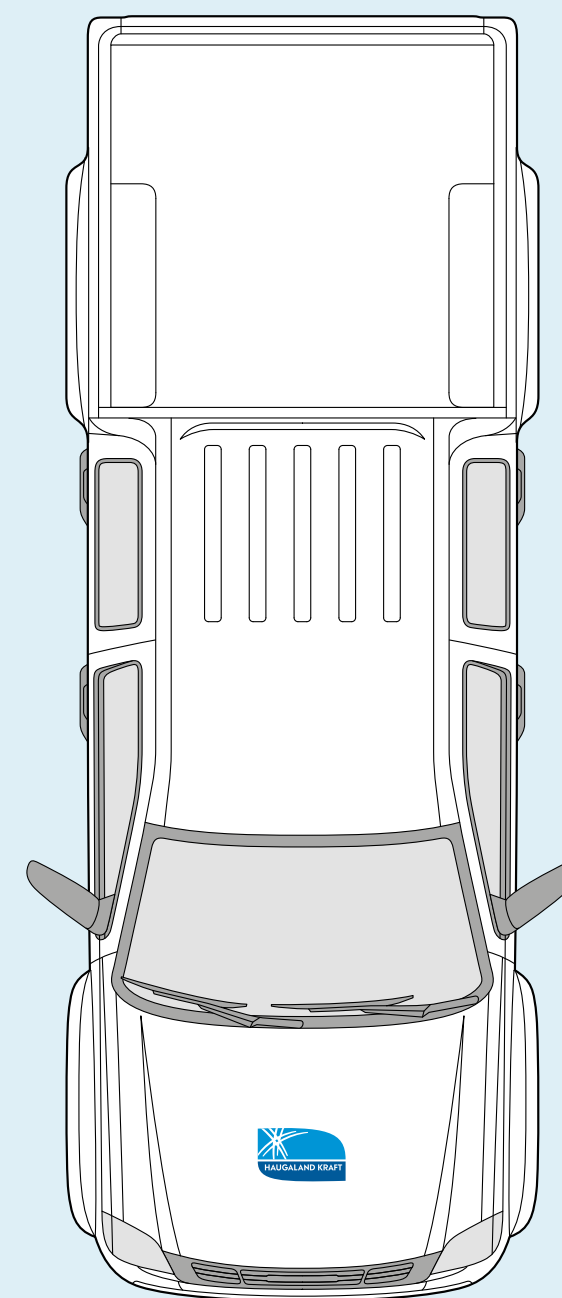
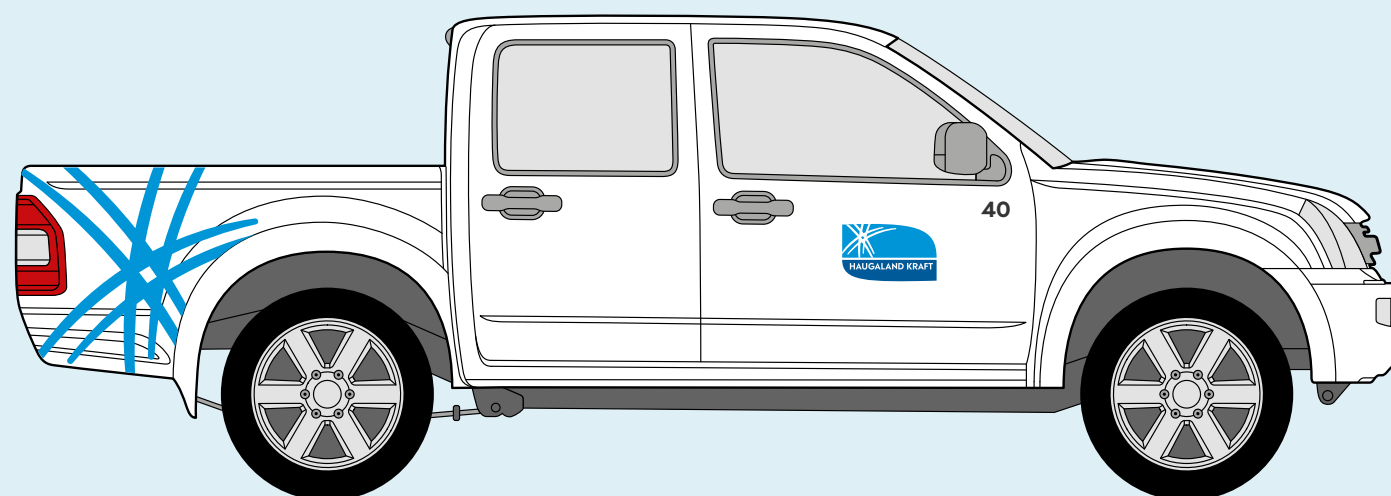
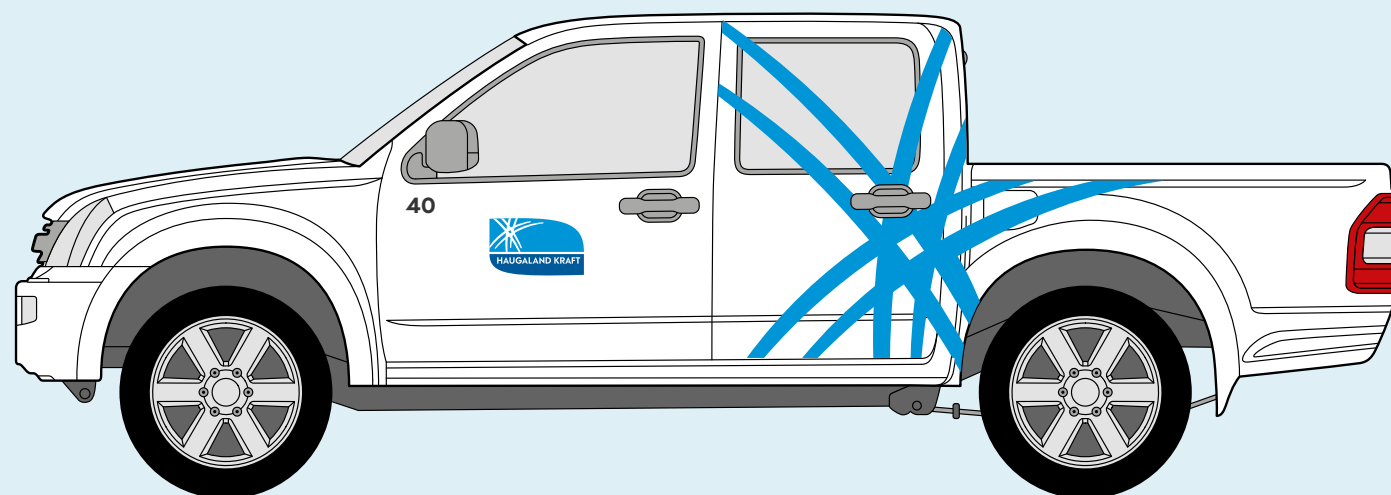
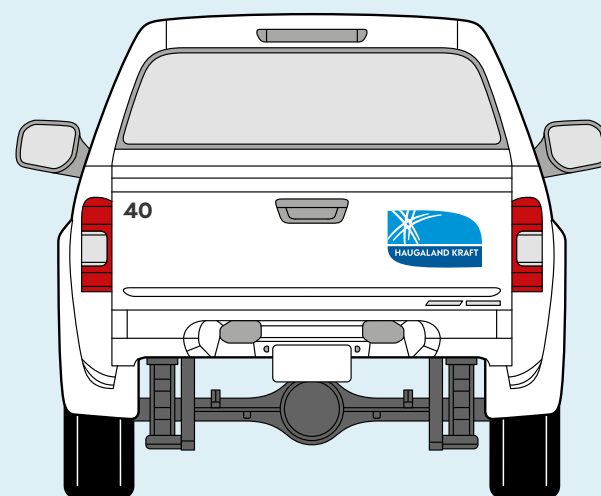
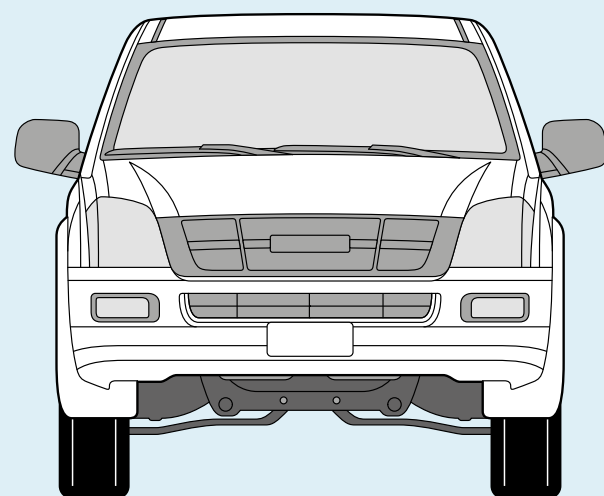
Av hensyn til økonomi og logistikk finnes det to standard størrelse på logomerker.

Format 1: 300 x 180 mm

Format 2: 400 x 240 mm

## Profilering Bildekor Nett

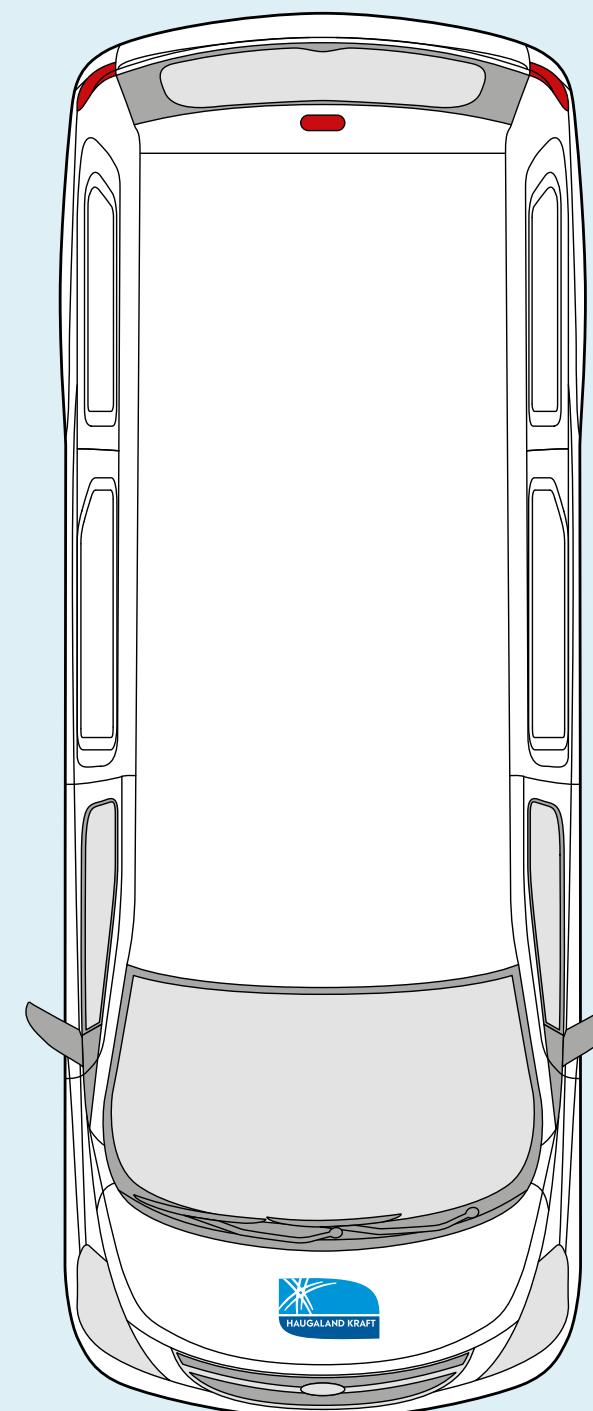
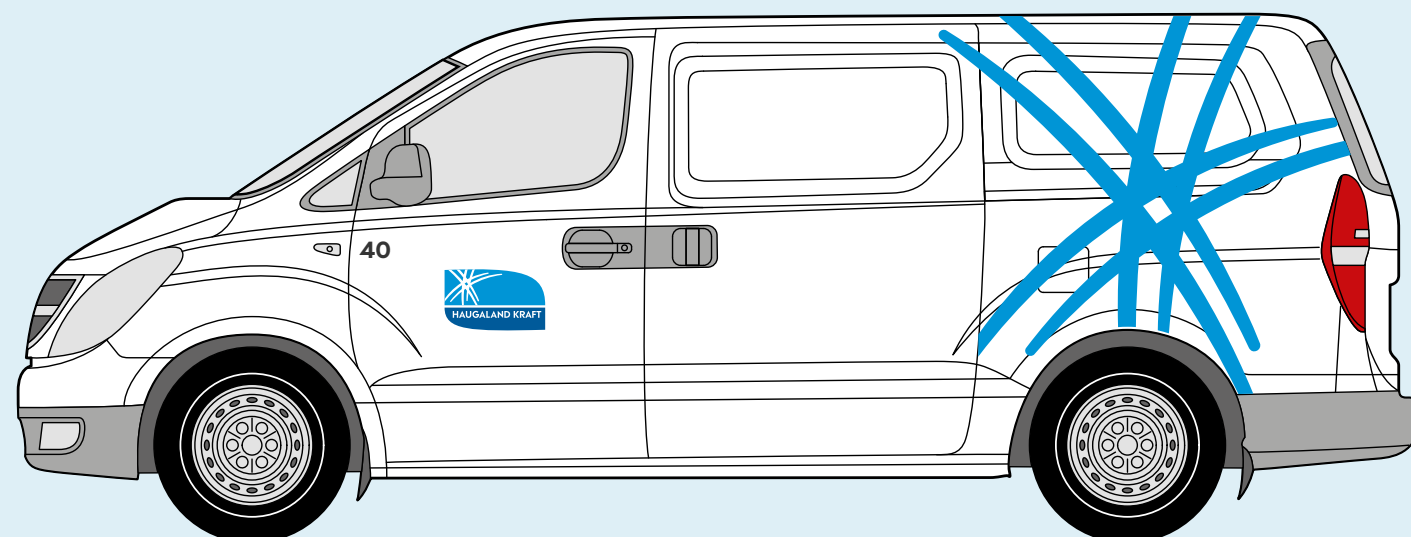
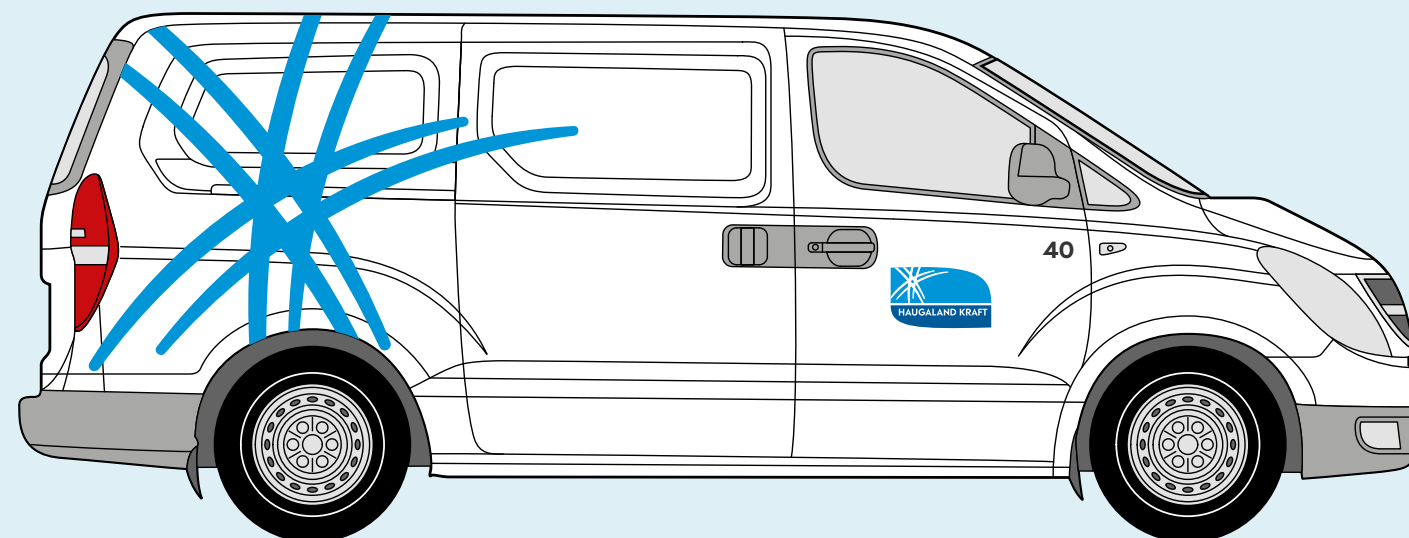
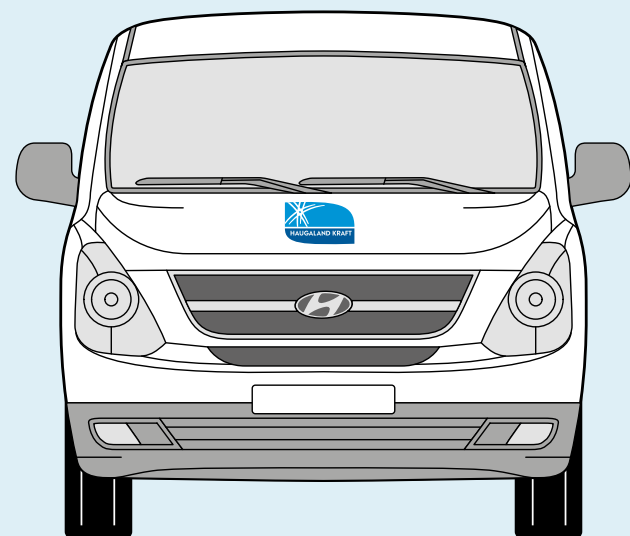
Generell dekor.





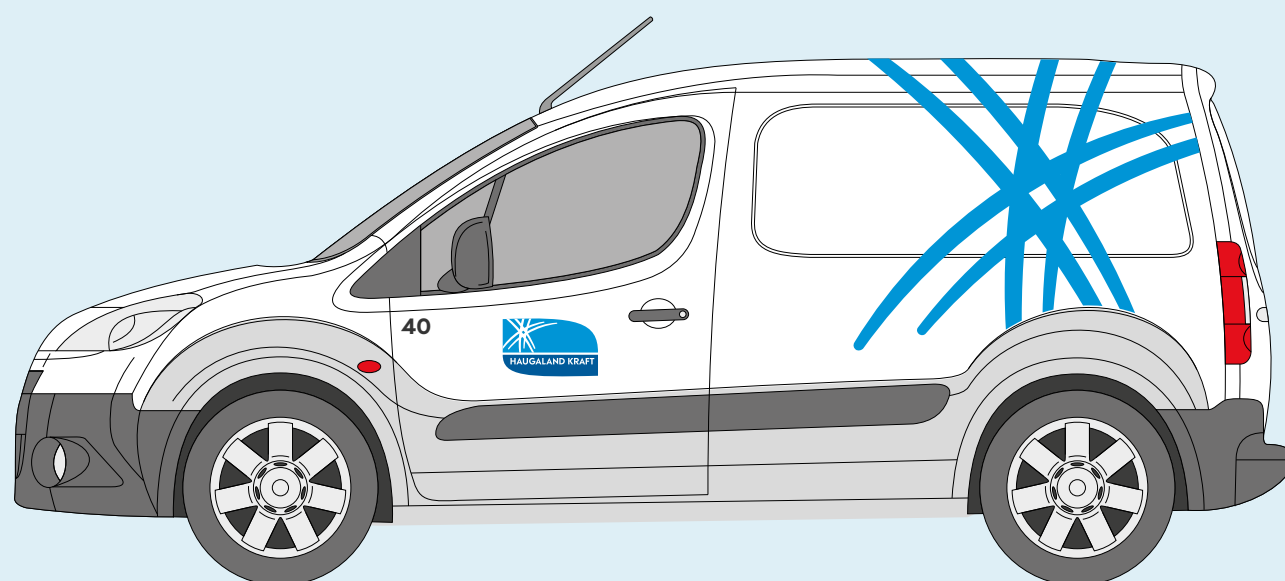
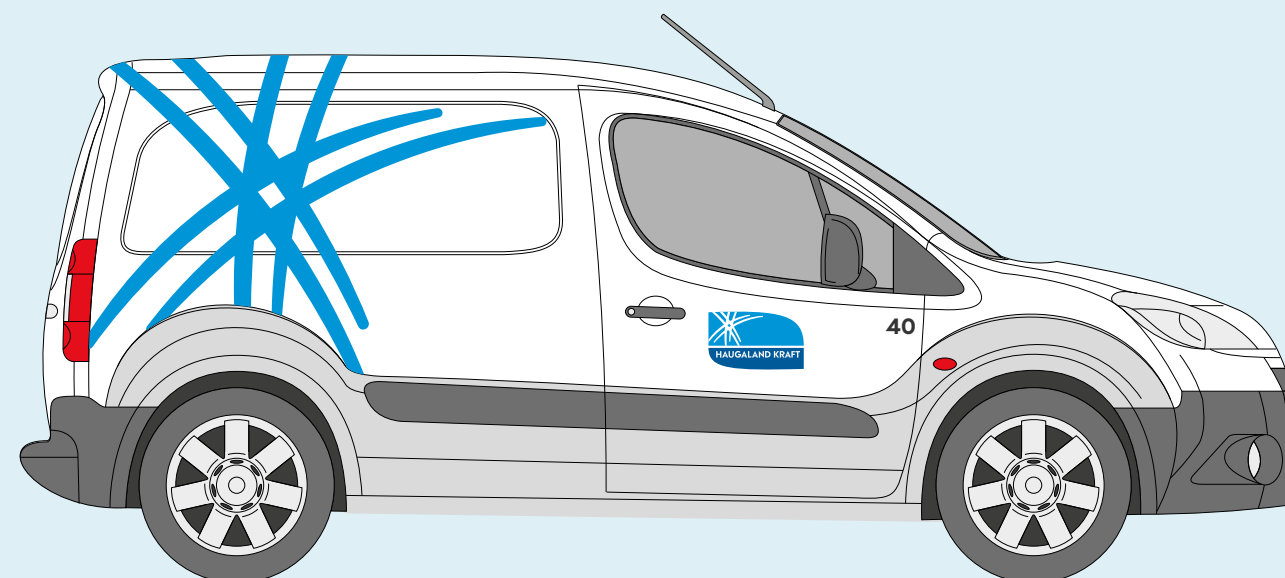
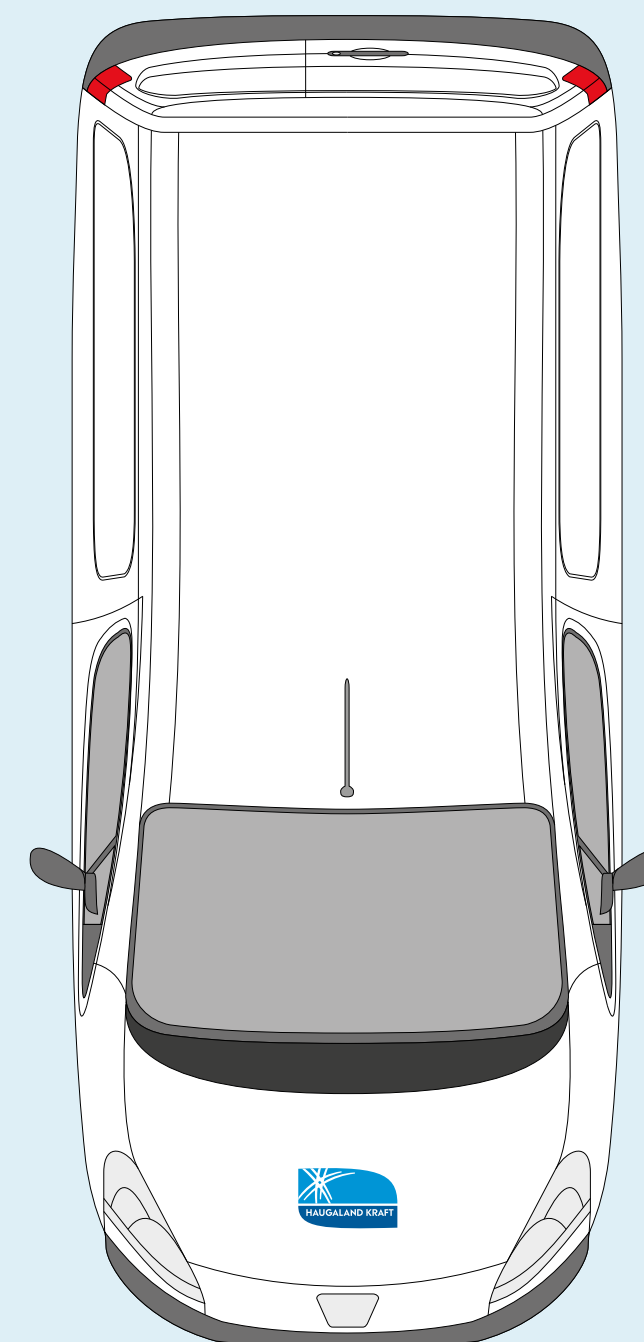
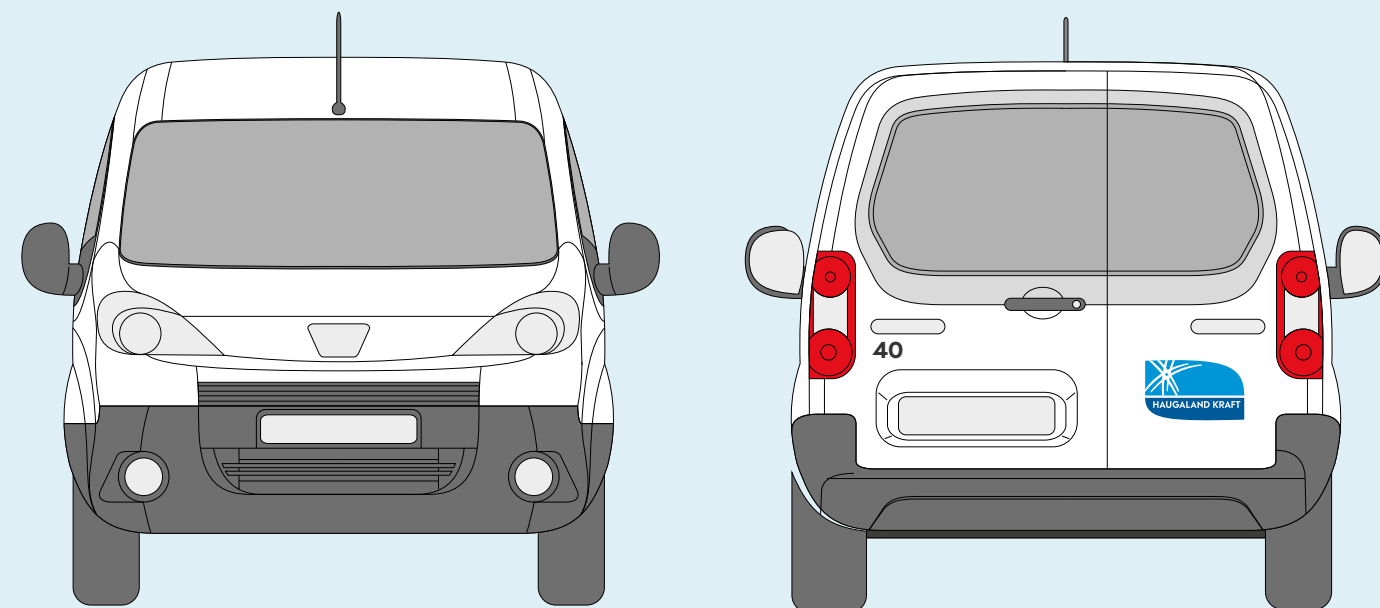
Profilering  
Bildekor  
Nett

Generell dekor.



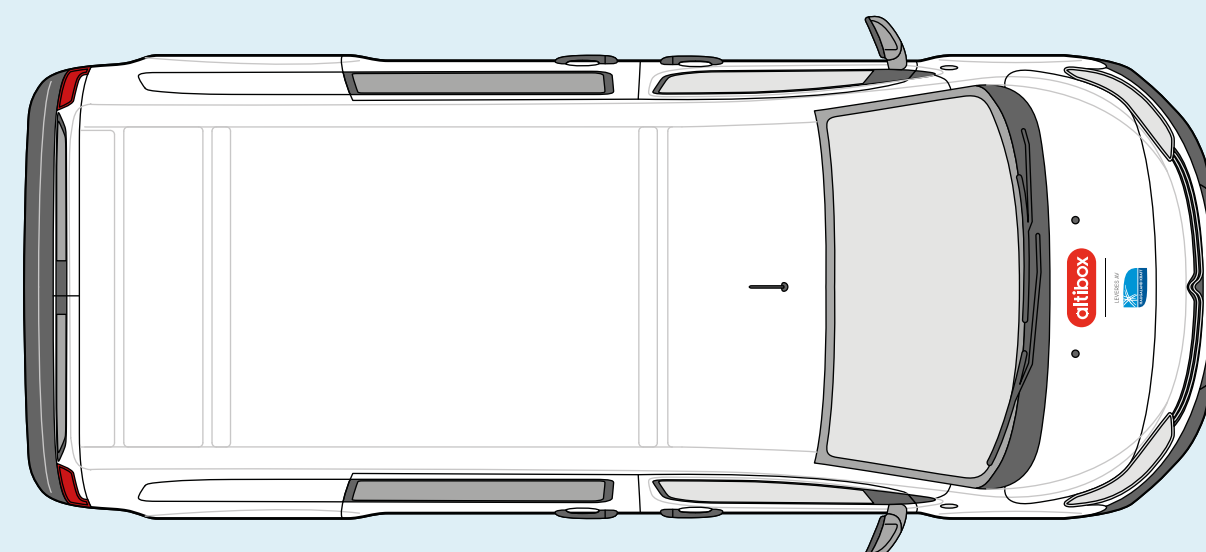
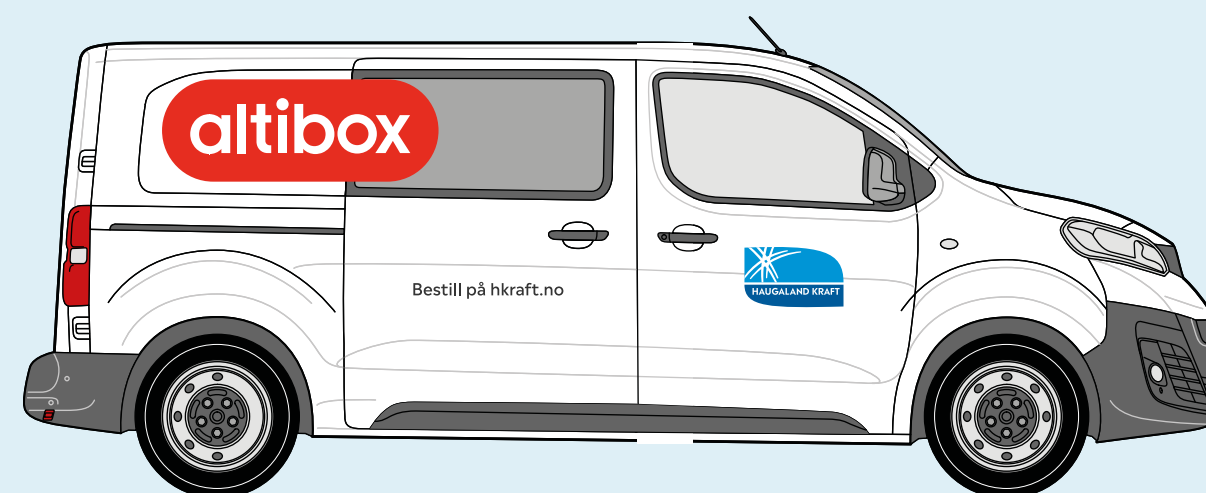
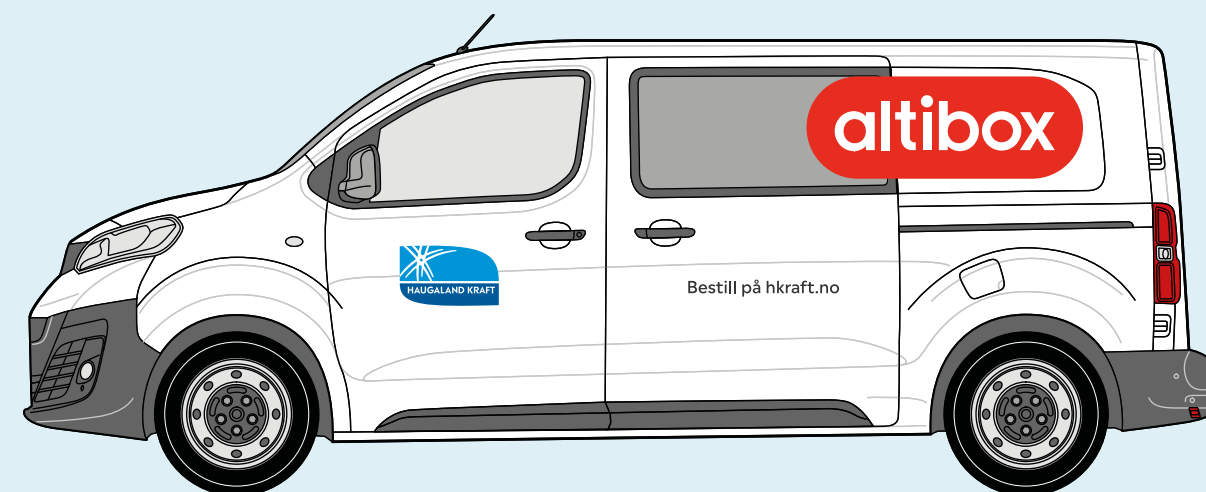
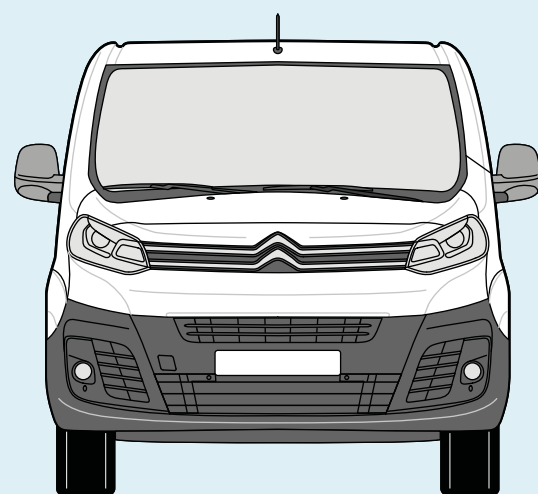
Profilering  
Bildekor  
Nett

Generell dekor.



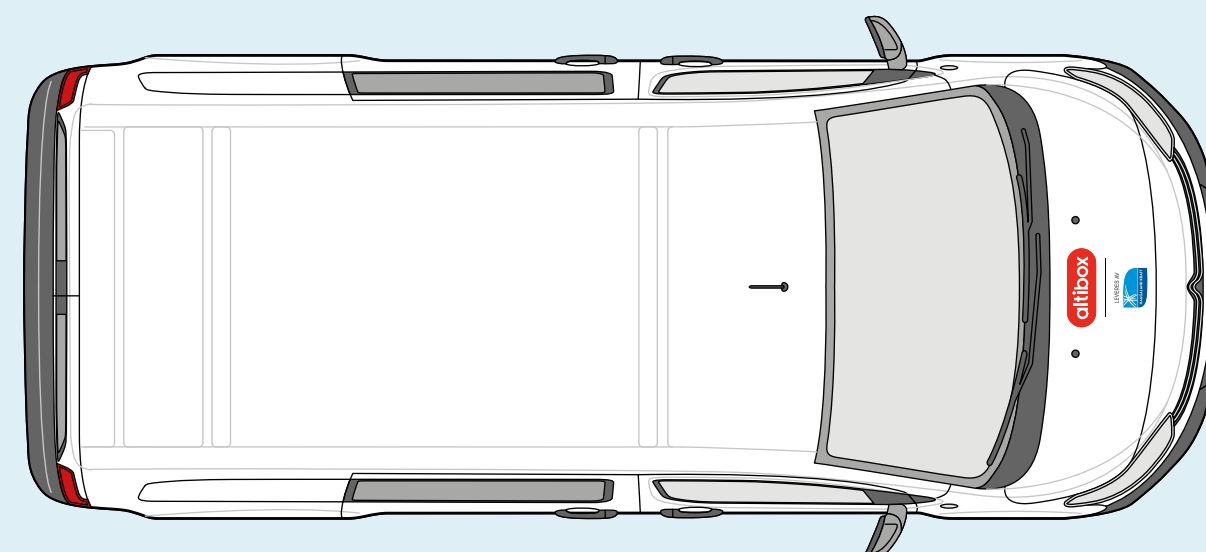
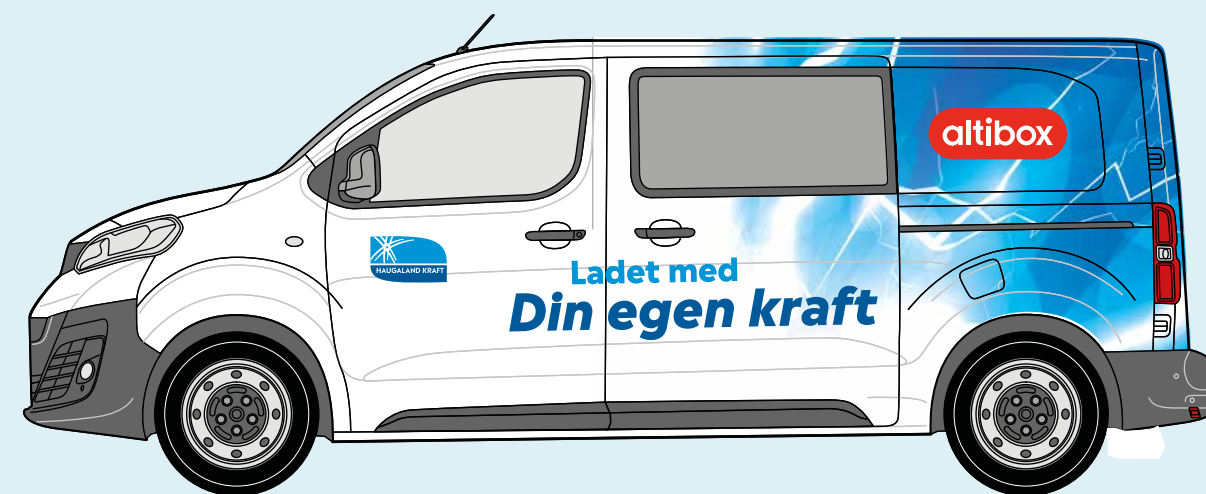
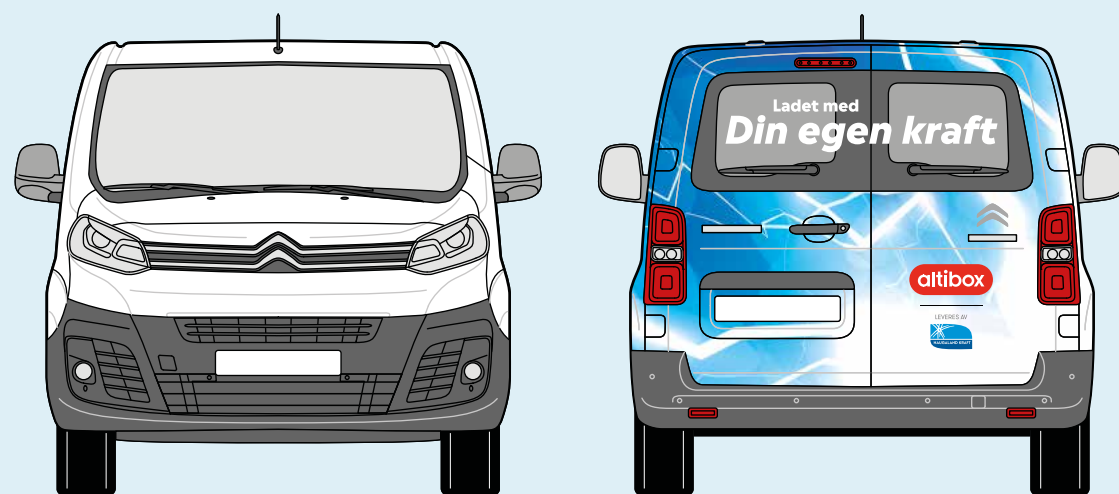
# Profilering Bildekor Altibox

Generell dekor.



# Profilering Bildekor Altibox

Generell dekor  
for el-bil.



Haugaland Kraft er en lokal aktør, og det skal vi vise. Alle bilder som brukes i kommunikasjonen vår skal være av mennesker som er lokale, eller oppfattes som lokale, og fra steder lokalt i distriktet. Bildene må ikke oppfattes som oppstilte eller arrangerte.

Det er laget et eget bildebibliotek hvor man enkelt kan laste ned bilder. Kontakt Gunn Evy Auestad på mail: [gunn.evyauestad@hkraft.no](mailto:gunn.evyauestad@hkraft.no) for tilgang til bildebiblioteket.

## Bildebruk

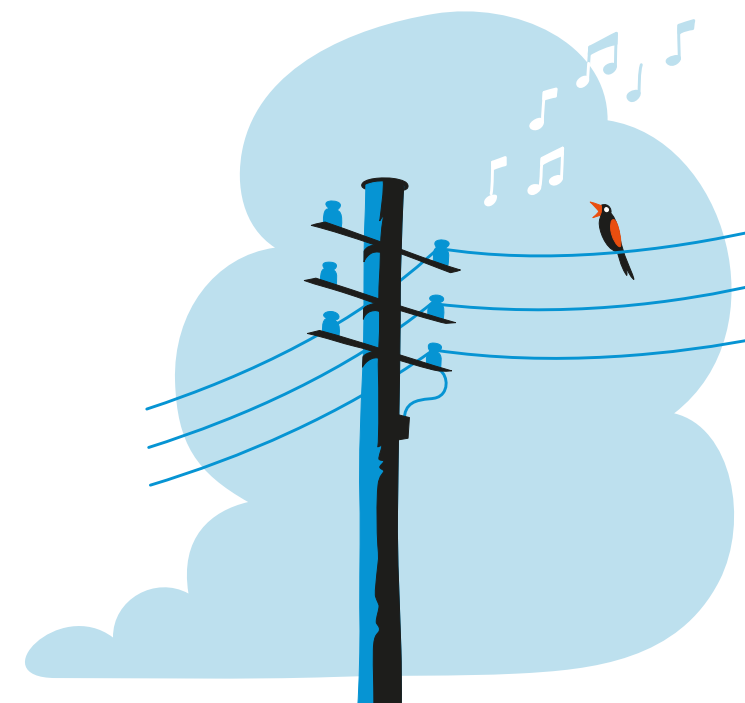




Det er ønskelig med et lekent og nært uttrykk på illustrasjoner som utformes, gjerne med et glimt i øyet. Illustrasjonene som brukes må samtidig ha et tydelige budskap og representere målgruppen i regionen Haugaland Kraft opererer.

Profilmfarger må alltid brukes og de må brukes slik at tilstrekkelig kontrast oppnås og slik at hovedbudskap eller viktig funksjonalitet fremheves. Det bør alltid være en tydelig tilstedeværelse av primærfargene Kraft Cyan og Kraft Blå.

## Profilering Illustrasjoner



Profilering  
Illustrasjoner

Kraftgården sommerversjon.  
Illustrert av Rune Markhus.

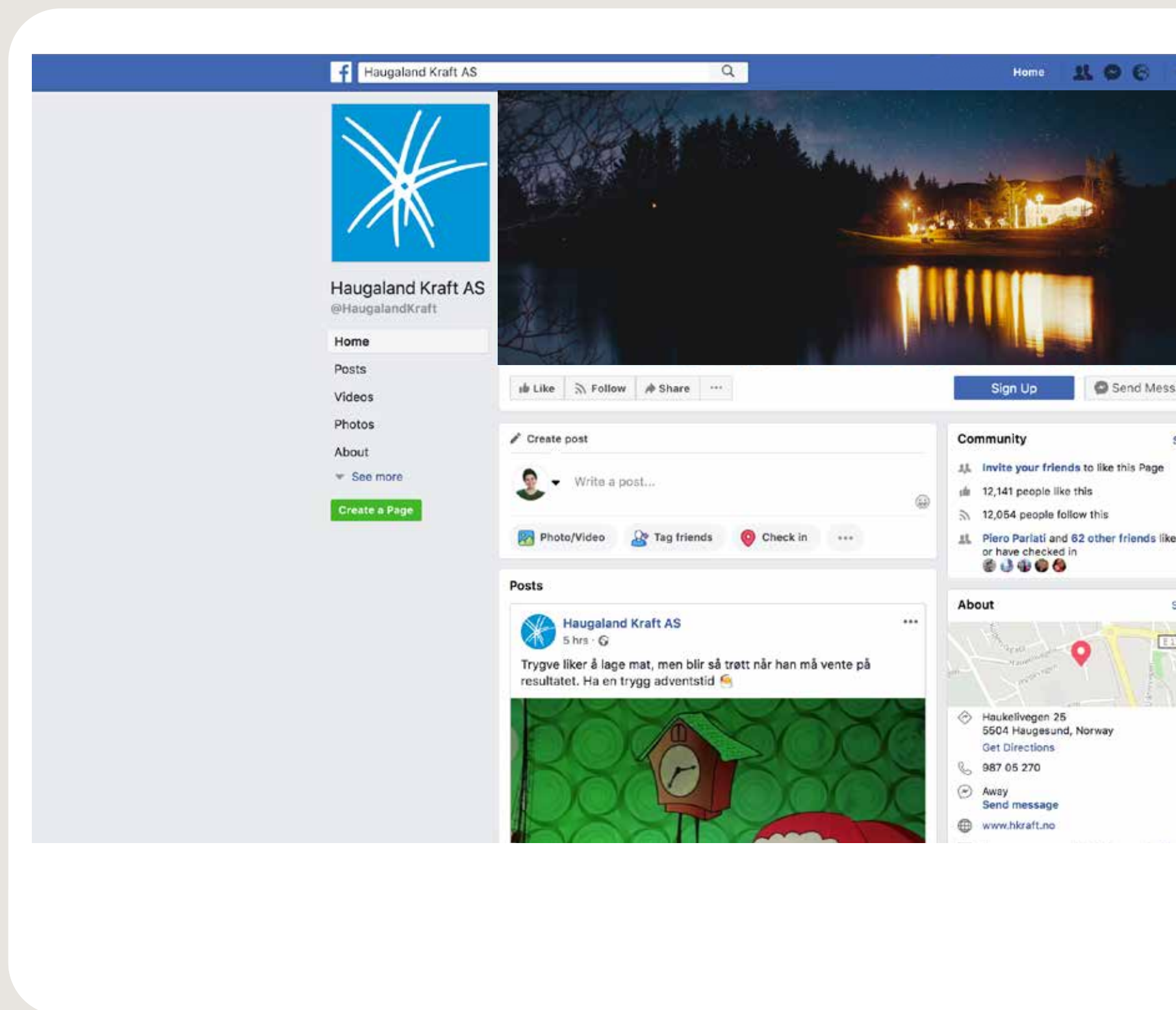
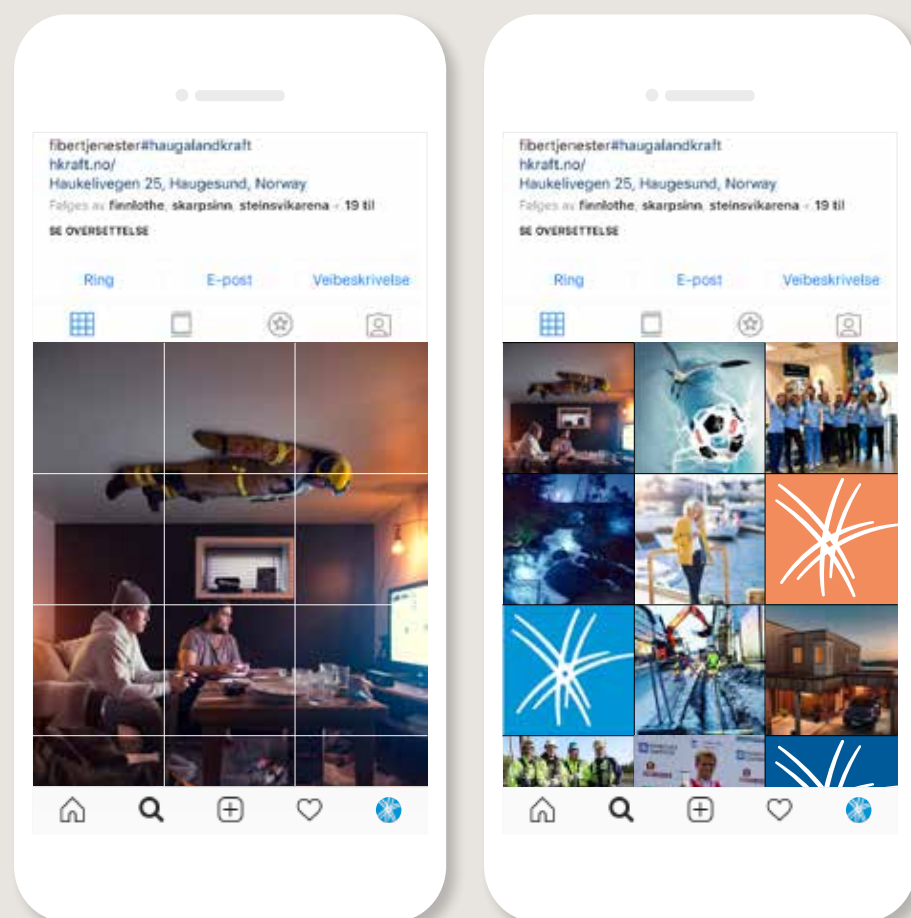




Det er viktig at kampanjer i avis og på nettbannere også viser igjen i sosiale medier. Det lages ulike sett med stjernebilder som kan brukes til generelle opplysninger. Facebook kan inneholde mer faglig informasjon, gode råd og/eller faglige linker.

Instagram bør holdes til enklere budskap og merkevarebygging. Typiske innlegg kan være bilder fra kampanjer, bilder av ansatte eller bilder hvor Haugaland Kraft er tagget o.l.

## Digital tilstedeværelse *Sosiale kanaler*



Utviklings & Digitaliseringsavdelingen vår jobber internt med utvikling av nye ikoner. Ta alltid kontakt med avdelingen om du har spørsmål om bruk av eksisterende ikoner.

Ikoner kan brukes både med og uten ramme. Tykkelse på strekene kan variere, men skal holdes over 2,5 punkt slik at ikonene blir godt synlige også i små størrelser.

## Digital tilstedeværelse *Ikoner*



Form og fargebruk, samt kreativ tekst knyttet mot konsernets virksomhetsområder, kan gi en sprek og nyskapende følelse, med glimt i øyet.

## Give aways Eksempler



Form og fargebruk, samt kreativ tekst knyttet mot konsernets virksomhetsområder, kan gi en sprek og nyskapende følelse, med glimt i øyet.

**Give aways**  
*Eksempler*



