

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
Navnetrekk	13
Slagord	14

Fargepalett

Trykkfarger	17
Webfarger	18
Folie + Ral	21

Skrifttype

Ekstern fontbruk	24
Intern fontbruk	25

Tilleggselementer

Kraftstjernen	26
---------------	----

Vår stemme

Måten vi uttrykker oss på	27
---------------------------	----

Aksidens

Brevark, visittkort & konvolutter	30
--------------------------------------	----

Profilering

Mailsignatur	37
Flagg	39
Skilt	41
Annonsemaler	42
Arbeidsklær	46
Bildekor	49
Bildebruk	57

Digital tilstedeværelse

Sosiale kanaler	59
Ikoner	60
App	61
Diverse eksempler	62

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 nødvendige 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. 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 sponssorrekker hvor alle logoer står i hvitt eller sort.

Logo

Primær variant



Din egen kraft

Primære logovarianter



Din egen kraft

Din egen kraft

Sekundære logovarianter

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 sponssorrekker hvor alle logoer står i hvitt eller sort.

Logo

Sekundær variant



Eksempel på bruk av sekundæ 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.



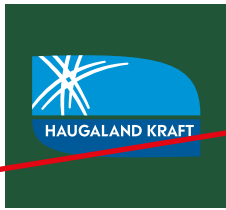
Logo med kontur skal brukes når bakgrunnsflaten er tilnærmet lik logofarger.



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.

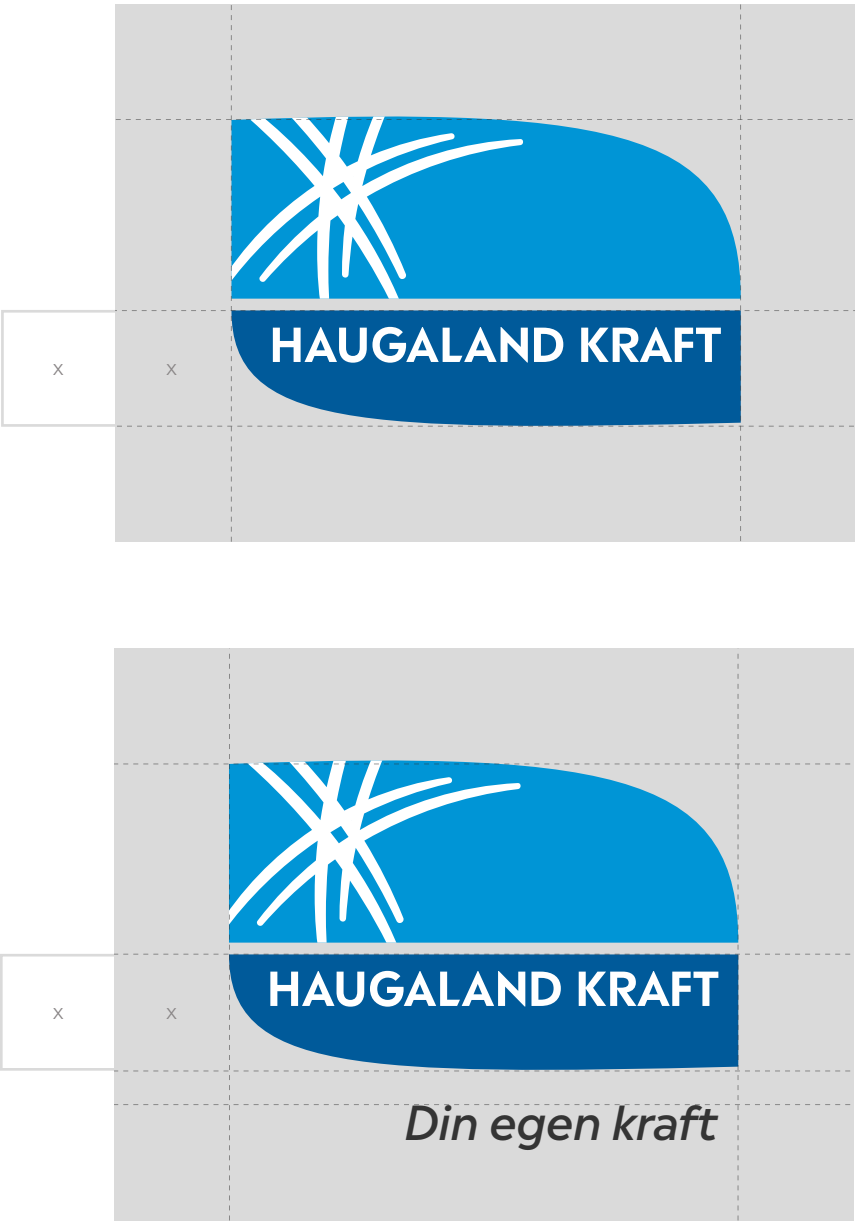


Det grå området rundt logo viser den minst anbefalte avstand til nærmeste objekt. Avstanden tilsvarer et kvadrat av det mørkeblå bassenget. Logo har ingen begrensning på maksimum størrelse, men det er laget anbefalinger på minimum størrelse.

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

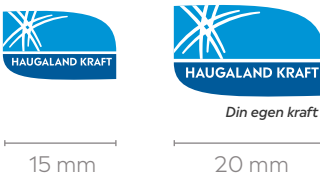
Dersom logostørrelsen gjør at navnet eller slagordet blir vanskelig å lese, skal versjonen uten slagord benyttes.

Logobruk

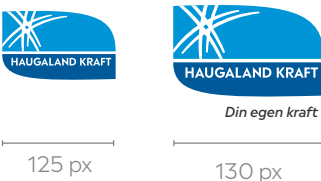


Minste tillatte logostørrelse

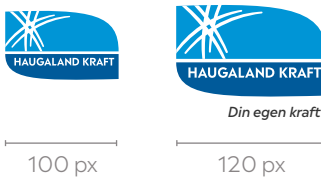
Print:



Digitalt:



Mobil:



Korrekt logobruk



Aldri bruk logo stående



Aldri dra i eller forvrenng logo



Aldri flytt på elementer



Aldri endre på farger



Aldri beskjaer logo

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

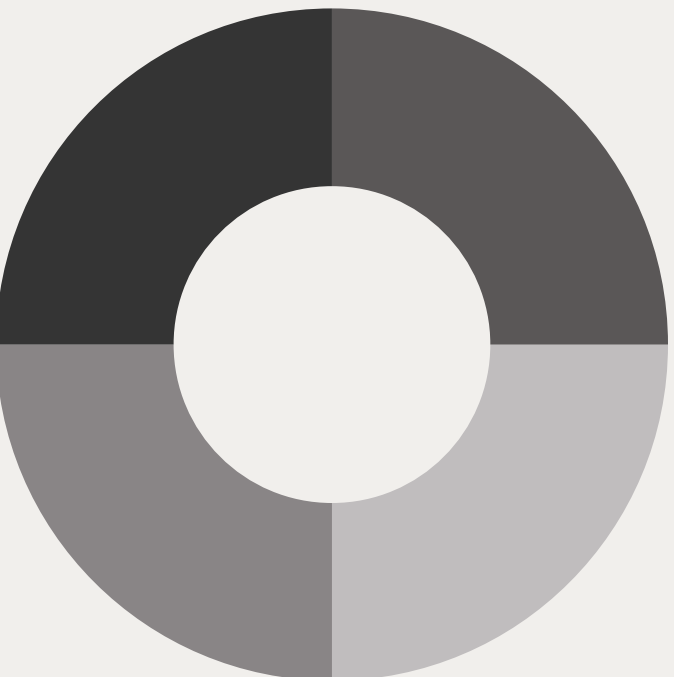
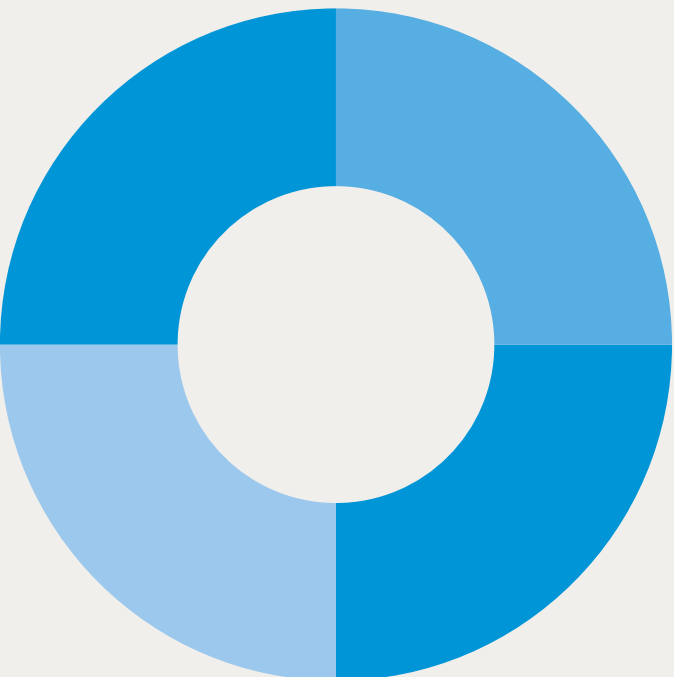
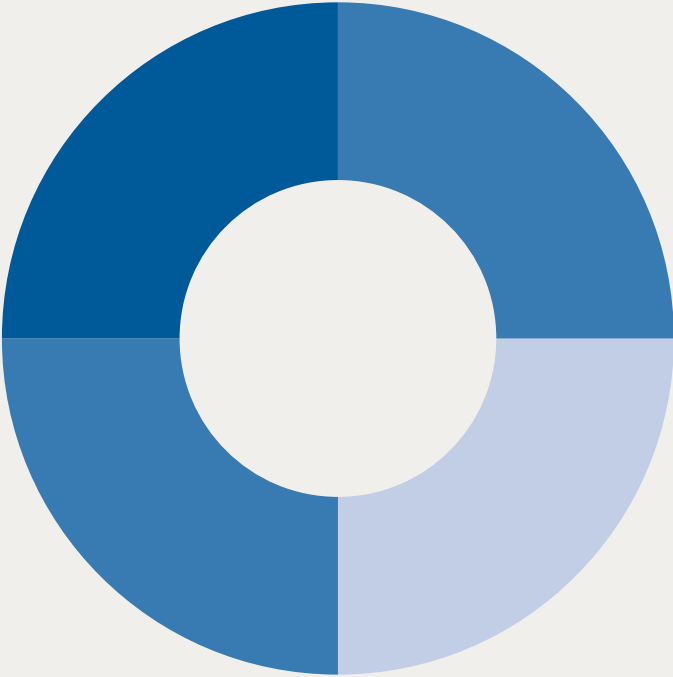
Slagordet “Din egen kraft” kan om nødvendig tas ut og plasseres adskilt fra logo. Slagordet må i så tilfelle alltid plasseres sammen med stjerne eller logo, det må aldri stå helt alene. Slagordet settes med Madera Medium italic (se fontvalg) og fargen skal være enten Kraft Cyan, Kraft Blå eller hvitt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

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

Slagord nynorsk

Di eiga kraft

Fargepalett

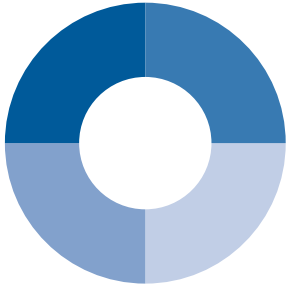


Haugaland Kraft har et eget sett med farger som skal brukes for å skape et unikt visuelt uttrykk. Kraft Cyan og Kraft Blå er primærfargene. Primærfargene er tilstede i Haugaland Krafts primære logovariant, men kan også brukes på andre flater

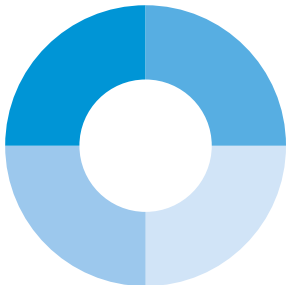
som en sentral faktor i det visuelle uttrykket.

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

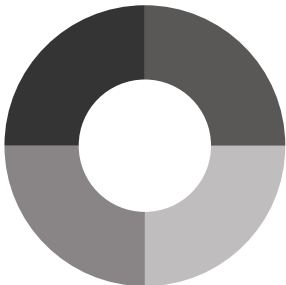
Fargekoder
Trykk



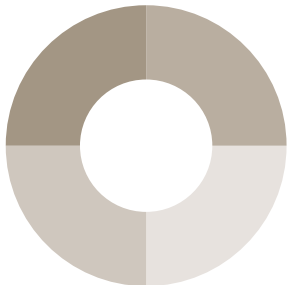
Kraft Blå
CMYK 100 - 50 - 0 - 20
Pantone 287 C
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



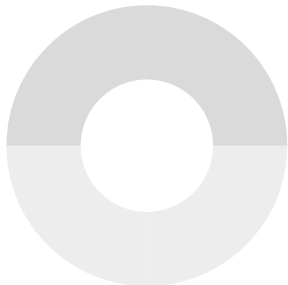
Kraft Cyan
CMYK 85 - 21 - 0 - 0
Pantone 2925 C
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



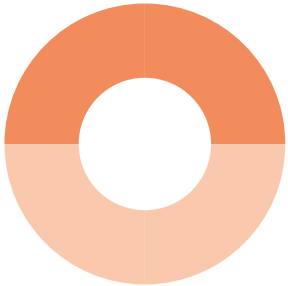
CMYK 69 - 59 - 56 - 65
Pantone 426 C
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



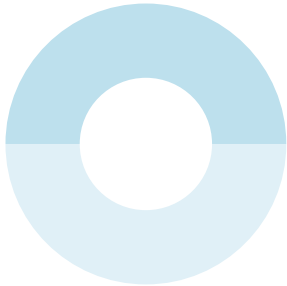
CMYK 34 - 33 - 43 - 15
Pantone 7530 C
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



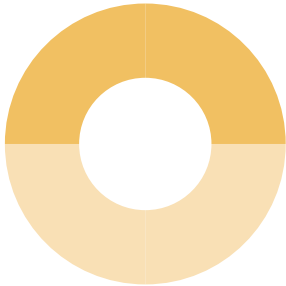
CMYK 0 - 0 - 0 - 20
Pantone Cool Grey 1 C
Kan brukes i:
100 og 50%



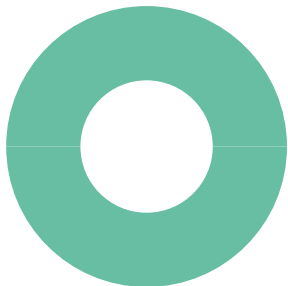
CMYK 0 - 55 - 65 - 0
Pantone 1635 C
Kan brukes i:
100 og 50%



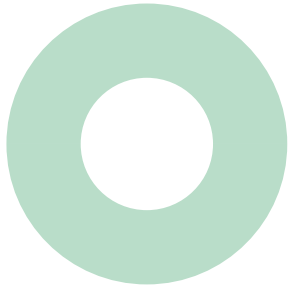
CMYK 30 - 2 - 7 - 0
Pantone 628 C
Kan brukes i:
100 og 50%



CMYK 6 - 27 - 69 - 0
Pantone 135 C
Kan brukes i:
100 og 50%



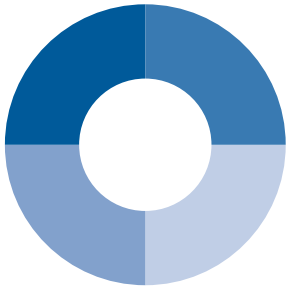
CMYK 61 - 0 - 45 - 0
Pantone 3385 C
Kan brukes i:
100%



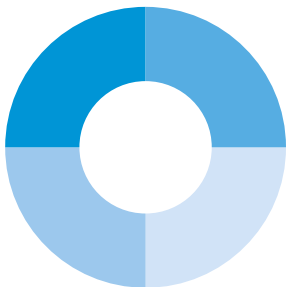
CMYK 33 - 0 - 27 - 0
Pantone 351 C
Kan brukes i:
100%

Kraft Cyan og Kraft Blå er primærfargene i den digitale paletten. Den sekundære paletten er utvidet med signalvarianter til bruk i grafer o.l. På de neste sidene følger fargekoder til primær- og sekundærfargene.

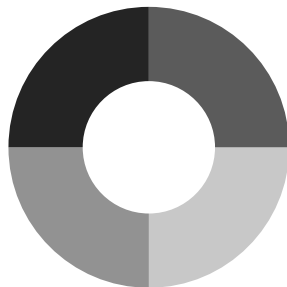
Fargekoder
Web



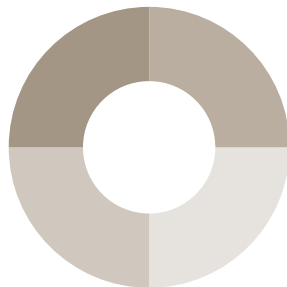
Kraft Blå
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



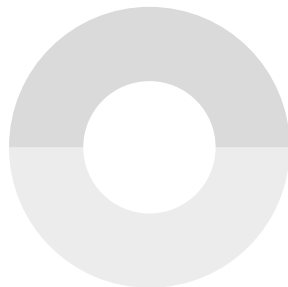
Kraft Cyan
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



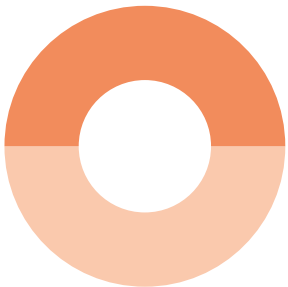
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



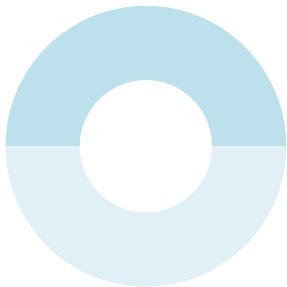
Kan brukes i:
100/ 75 / 50 og 25%



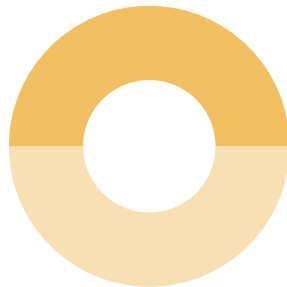
Kan brukes i:
100 og 50%



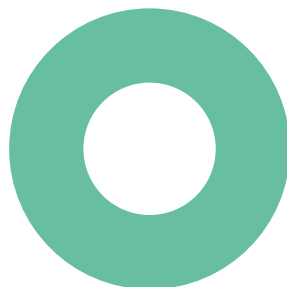
Kan brukes i:
100 og 50%



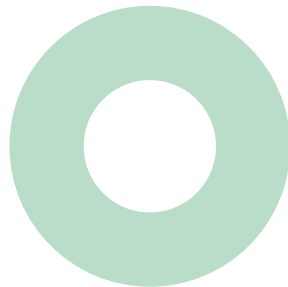
Kan brukes i:
100 og 50%



Kan brukes i:
100 og 50%



Kan brukes i:
100%



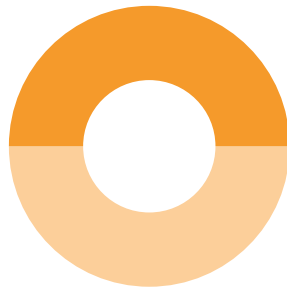
Kan brukes i:
100%



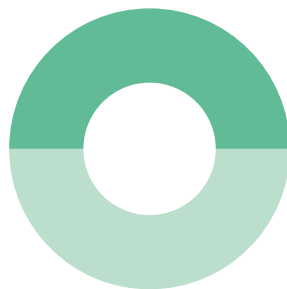
Signal
Kan brukes i:
100 og 50%



Signal
Kan brukes i:
100 og 50%

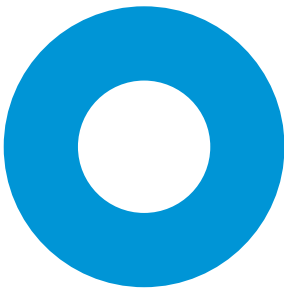
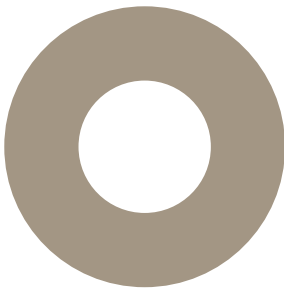
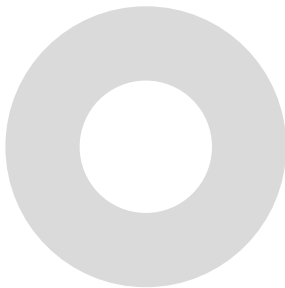
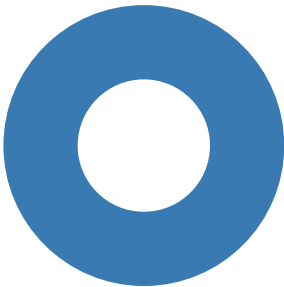
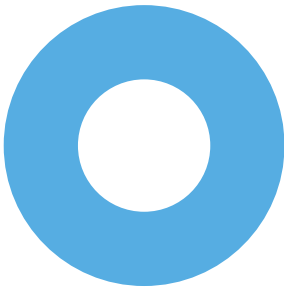
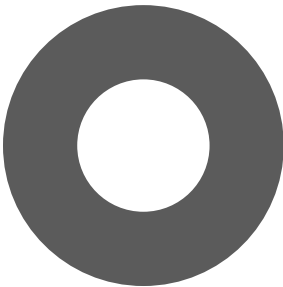
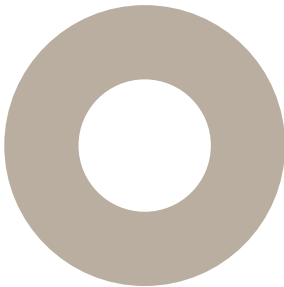
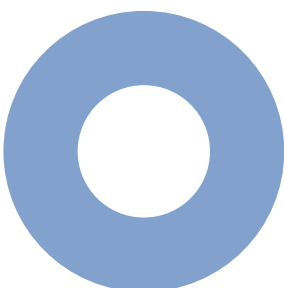
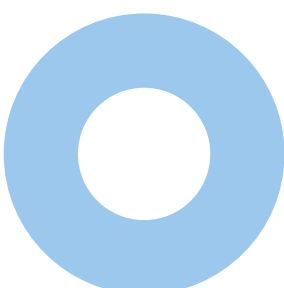
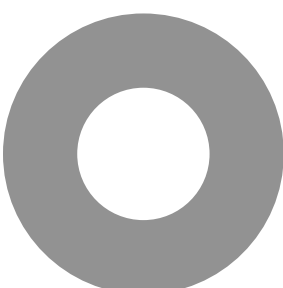
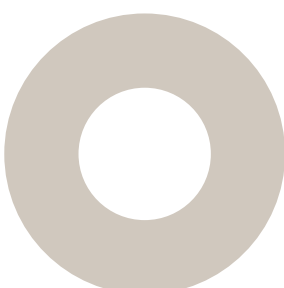
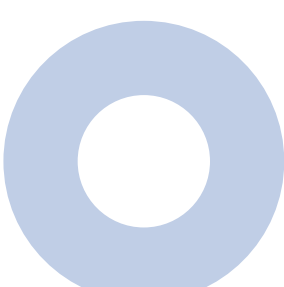
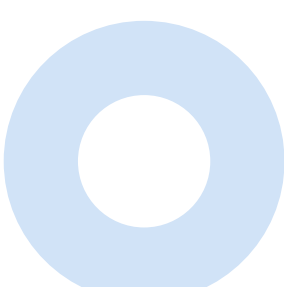
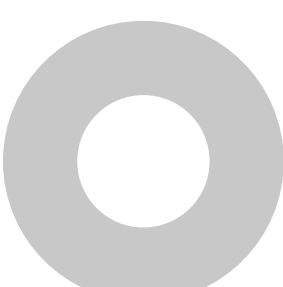


Signal
Kan brukes i:
100 og 50%



Signal
Kan brukes i:
100 og 50%

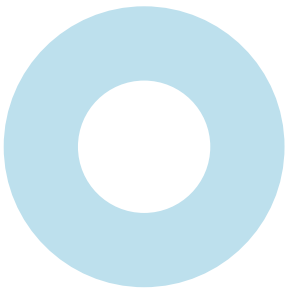
Fargekoder
Web

				
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
				
Kraft Blå RGB 57 - 122 - 178 HEX 397ab2	Kraft Cyan RGB 86 - 173 - 226 HEX 56ade2	RGB 91 - 91 - 91 HEX 5b5b5b	RGB 185 - 174 - 160 HEX b9aea0	RGB 236 - 236 - 236 HEX ececec
				
Kraft Blå RGB 130 - 161 - 204 HEX 82a1cc	Kraft Cyan RGB 156 - 200 - 237 HEX 9cc8ed	RGB 146 - 146 - 146 HEX 929292	RGB 208 - 200 - 190 HEX d0c8be	
				
Kraft Blå RGB 192 - 206 - 230 HEX c0cee6	Kraft Cyan RGB 209 - 227 - 247 HEX d1e3f7	RGB 200 - 200 - 200 HEX c8c8c8	RGB 230 - 226 - 222 HEX e6e2de	

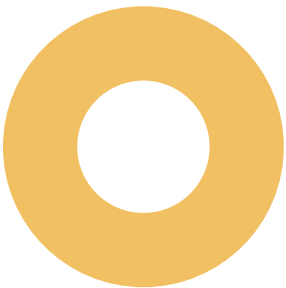
Fargekoder
Web



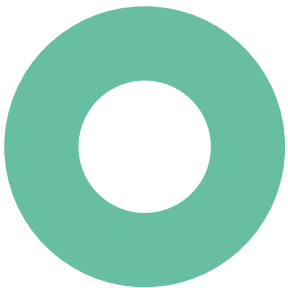
RGB 242 - 140 - 92
HEX f28c5c



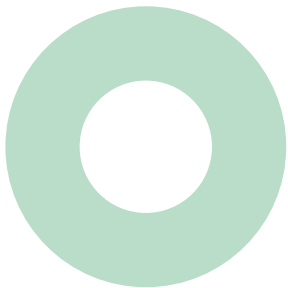
RGB 190 - 224 - 237
HEX bee0ed



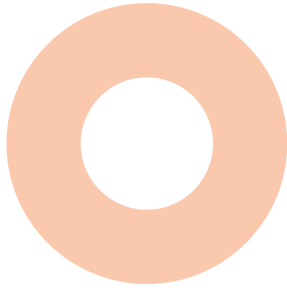
RGB 241 - 192 - 98
HEX f1c062



RGB 103 - 190 - 163
HEX 67bea3



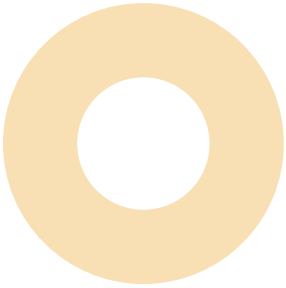
RGB 185 - 221 - 201
HEX b9ddc9



RGB 250 - 201 - 173
HEX fac9ad



RGB 224 - 240 - 246
HEX e0f0f6



RGB 248 - 224 - 180
HEX f8e0b4



Signal
RGB 234 - 118 - 20
HEX ea7614



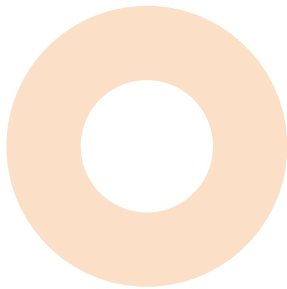
Signal
RGB 138 - 197 - 203
HEX 8ac5cb



Signal
RGB 245 - 154 - 43
HEX f59a2b



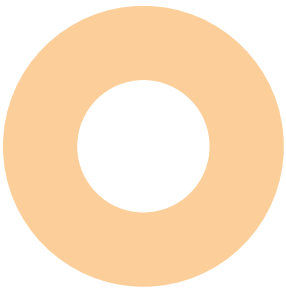
Signal
RGB 97 - 187 - 151
HEX 61bb97



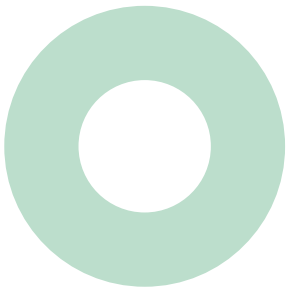
RGB 247 - 190 - 140
HEX f7be8c



RGB 202 - 226 - 229
HEX cae2e5



RGB 252 - 207 - 154
HEX fccf9a

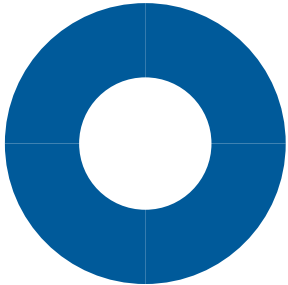


RGB 188 - 222 - 204
HEX bcdecc

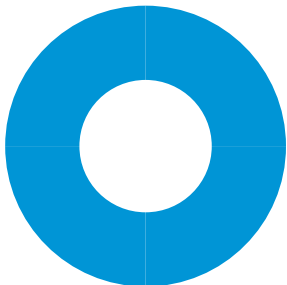
Foliefarger er plukket ut fra 3M folie, 80 series. Ralfargene er tatt ut fra RAL Classic. For korrekt fargegjengivelse bør man alltid sikre seg at leverandør bruker samme kart. Om dette ikke er tilfelle bør det bes om fargeprøver fra leverandør.

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

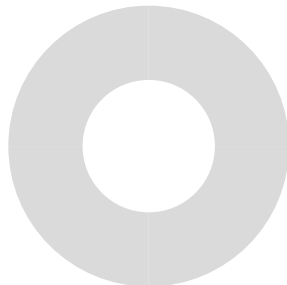
Fargekoder
Folie + Ral



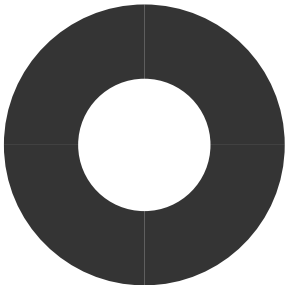
Kraft Blå
3M: SC 80-1789 Fjord Blue
Ral: 5013



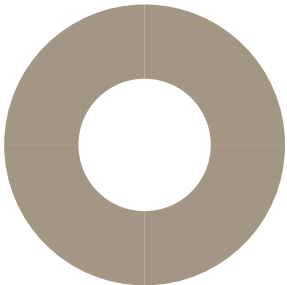
Kraft Cyan
3M: SC 80-57 Olympic Blue
Ral: 5015



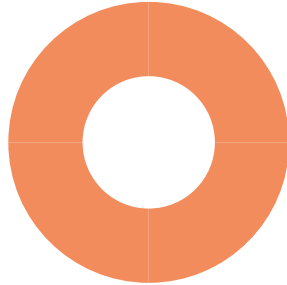
Kraft Cyan
3M: SC 80-384/5 Light Grey
Ral: 9018



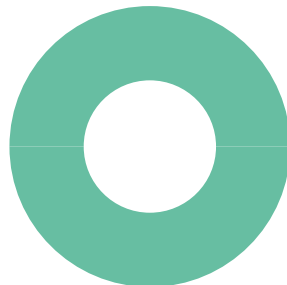
3M: SC 80-12 Black
Ral: 9011



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 12345

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

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



Din egen kraft

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

LEVERANDØR AV
altibox

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

Haugaland Kraft Fiber AS
Haukelivegen 25
Pb. 2015, 5504 Haugesund

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

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



Din egen kraft

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

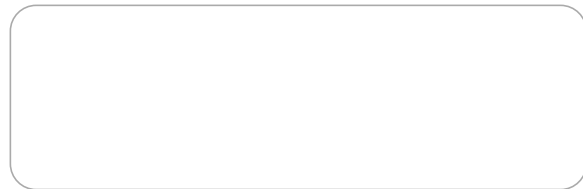
Haugaland Kraft Energi AS
Haukelivegen 25
Pb. 2015, 5504 Haugesund
hkraft.no

Aksidens



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

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



Postboks 2015
5504 Haugesund
T 987 05 270

hkraft.no

Besøksadresse
Haukelivegen 25 5504 Haugesund



Din egen kraft

Aksidens



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

LEVERANDØR AV
altibox



Postboks 2015
5504 Haugesund
T 987 05 270

hkraft.no

Besøksadresse
Haukelivegen 25 5504 Haugesund



VI LEVERER
altibox



Din egen kraft

Haugaland Kraft

Haukelivegen 25
Postboks 2015
5504 Hagesund

Tel: 987 05 270
Org. No: 915 636 756 MVA
hkraft.no



Deres referanse

Deres dato

Vår referanse
264736-v1

Dato
22.10.2019

Brevmal

Her kommer tekst

Med vennlig hilsen



Navn Etternavn
Stillingstittel
navn.etternavn@hkraft.no

Din egen kraft

Haugaland Kraft
Fiber AS

Haukelivegen 25
Postboks 2015
5504 Hagesund

Tel: 987 05 270
Org. No: 915 635 881 MVA
bredband@haugaland-kraft.no



Deres referanse

Deres dato

Vår referanse
264736-v1

Dato
22.10.2019

Brevmal

Her kommer tekst

Med vennlig hilsen



Nina Høybakk
~~Seksjonsleder~~
nina.hoybakk@hkraft.no

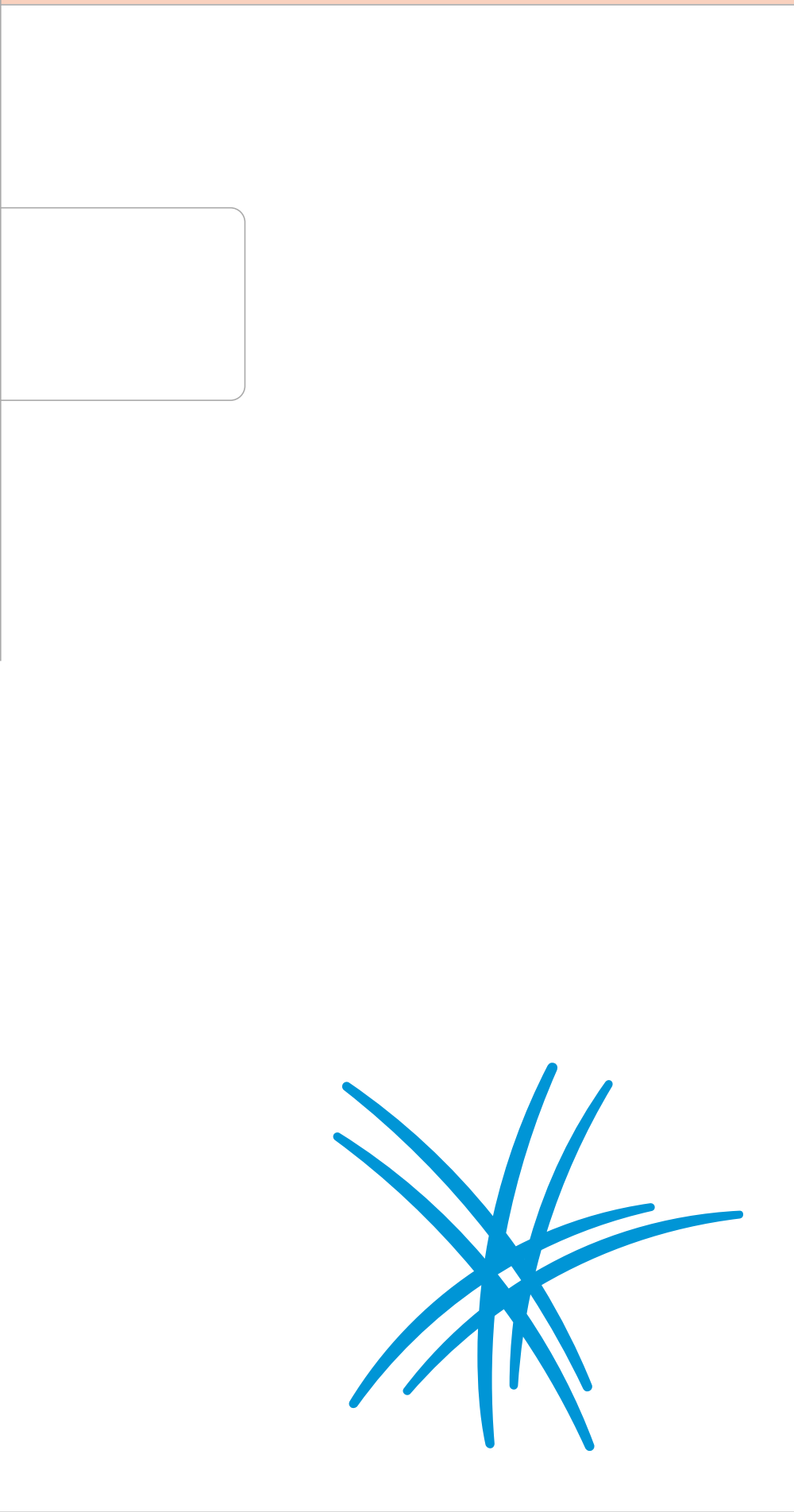
Bestill Altibox på fiber fra Haugaland Kraft på haugnett.no

Aksidens

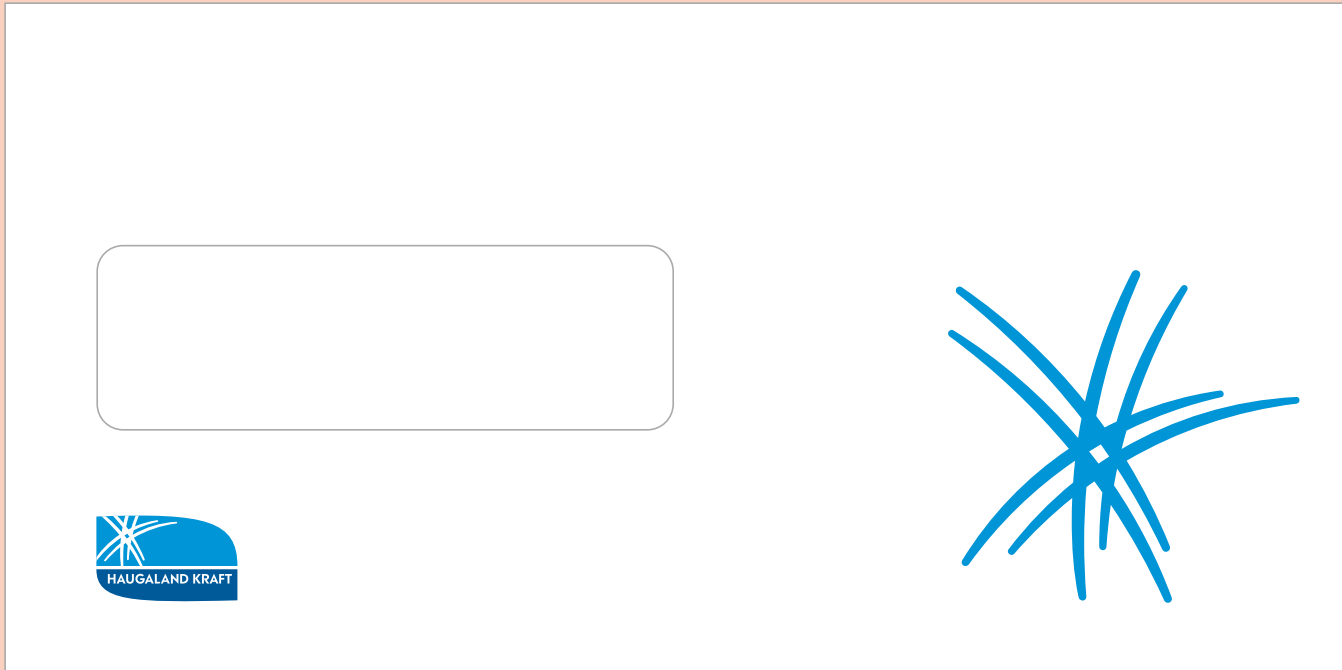
C5 med vindu



EC4 med vindu



E65 med vindu



Aksidens

C5 med vindu



Din egen kraft

EC4 med vindu



Din egen kraft

E65 med vindu



Din egen kraft

Aksidens

C5 med vindu



Din egen kraft

EC4 med vindu



Din egen kraft

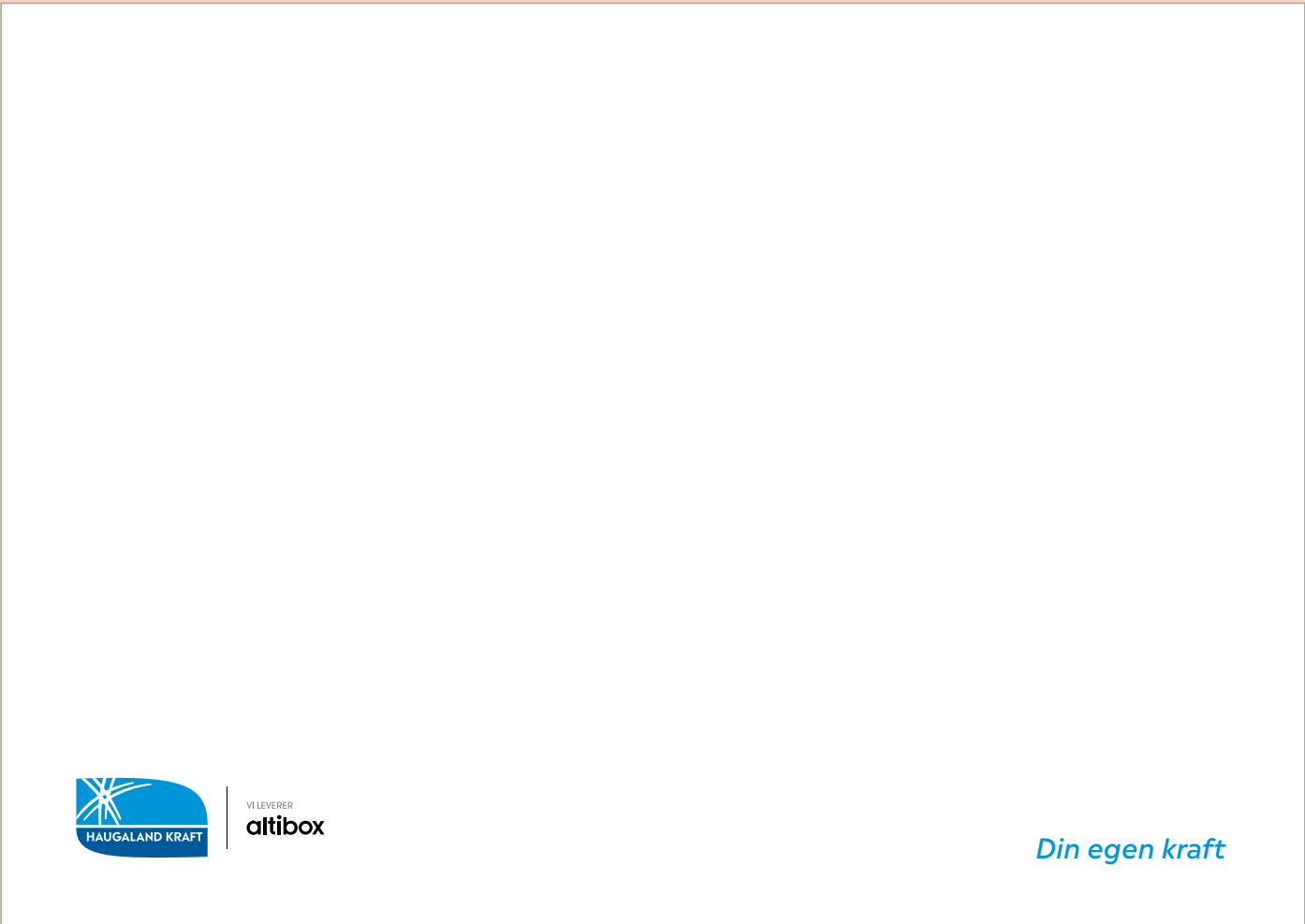
E65 med vindu



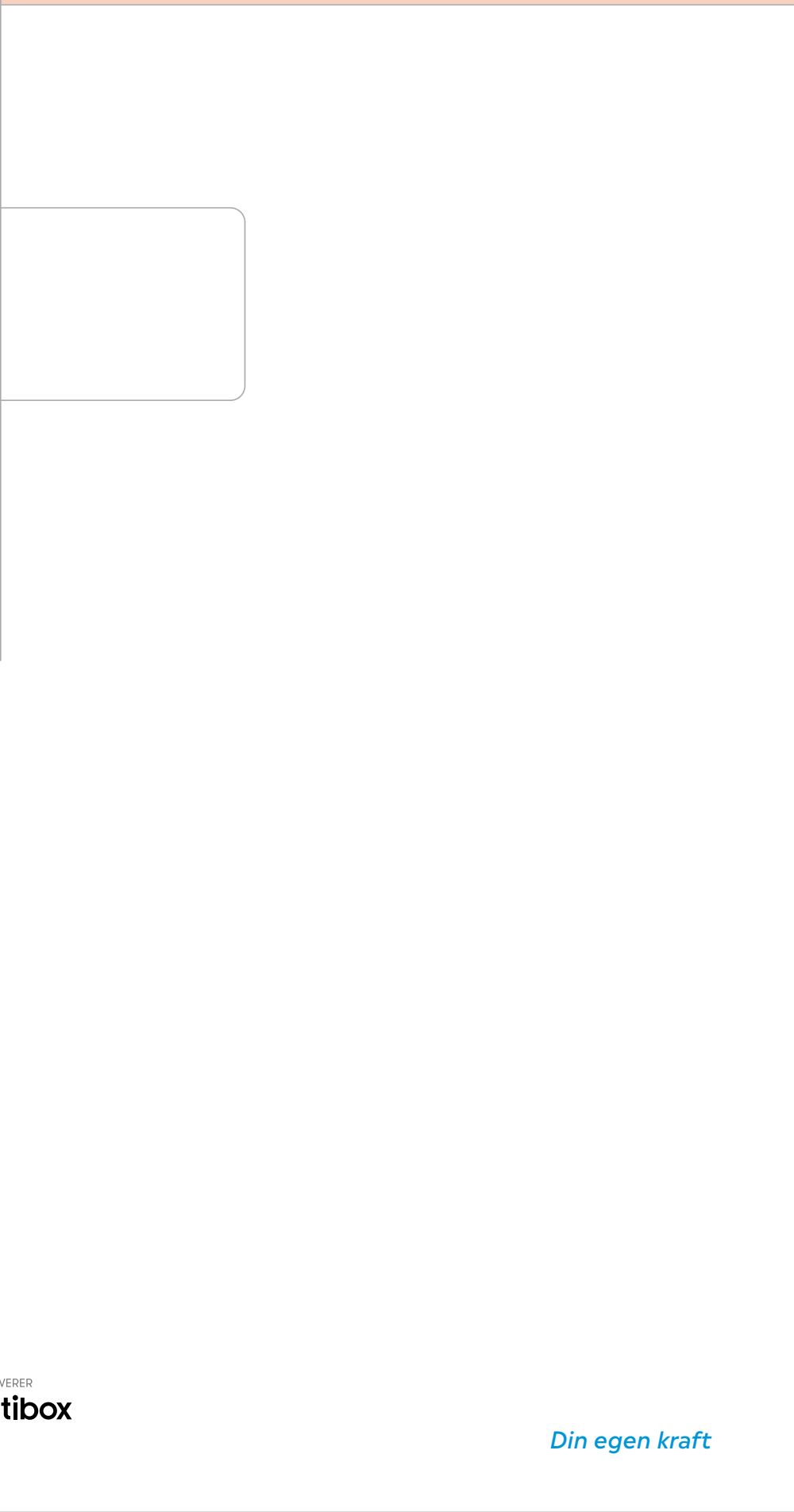
Din egen kraft

Aksidens

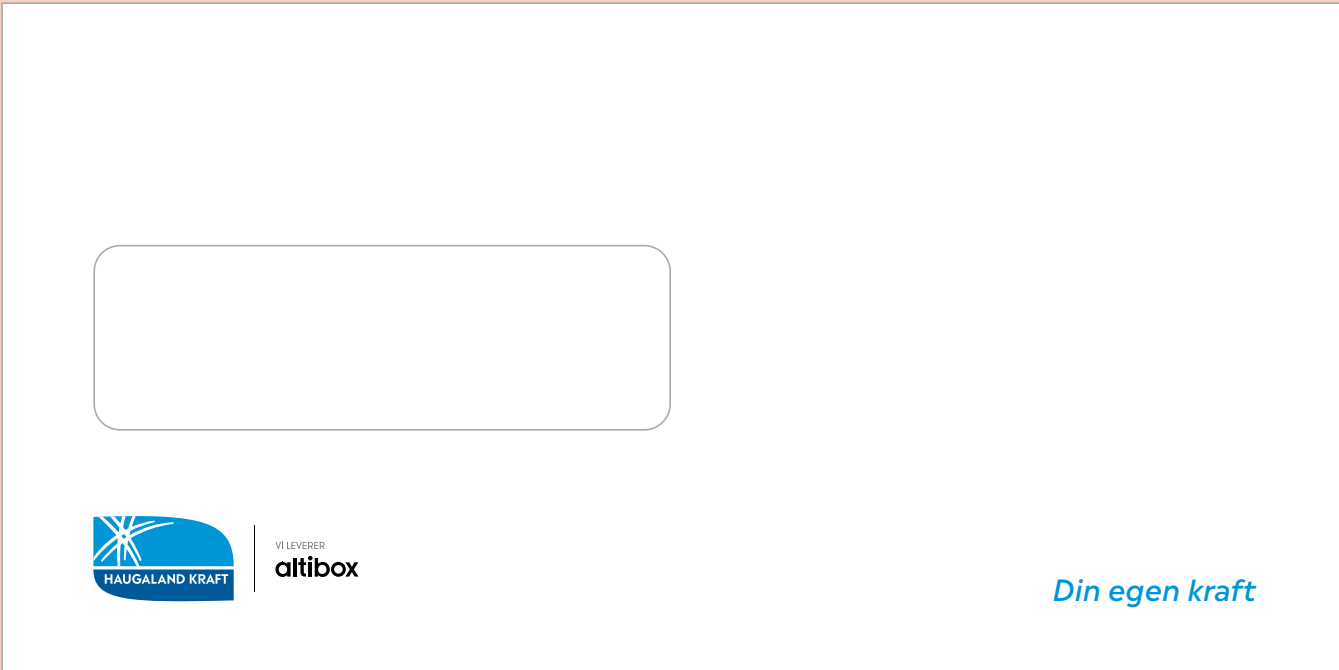
C5 med vindu



EC4 med vindu



E65 med vindu



For å fremstå lokal, personlig og nær skal fornavn fremheves og fullt for- og etternavn står under. Fornavnet skrives i Arial Regular 24 pt. All annen tekst skrives i Arial Regular 12 pt.

For enkelte avdelinger, som for eksempel fiber, kan det om nødvendig legges til et banner i bunn. Størrelsen på dette er 600 x 114 pixler

Profilering

Mailsignatur

Bokmål / nynorsk

Måten vi skriver på reflekterer merkevaren vår, og bevisst hvem vi er og hva vi står for. Det er viktig a Det er også viktig at vi er konsekvente i måten vi s

Vennleg hilsen

Maria

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

Haugaland Kraft Strøm AS
hkraft.no



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.

Vennlig hilsen

Nina

Nina Høybakk - Seksjonsleder Kunde Mobil: +47 90 64 84 02 nina.hoybakk@hkraft.no

Haugaland Kraft Fiber AS
hkraft.no





Din egen kraft



Din egen kraft

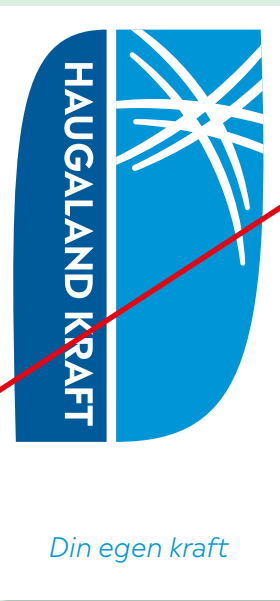
Stjernen skal alltid brukes i Kraft Blå, Kraft Cyan, grått eller i hvitt på en av de to primærfargene. Stjernen kan aldri stå alene uten enten logo, slagord eller navnetrekk. Kraft Blå eller Kraft Cyan skal alltid være en del av fargepaletten på flaggprofil.

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 tilknytting til hovedkontor eller avdelingskontor

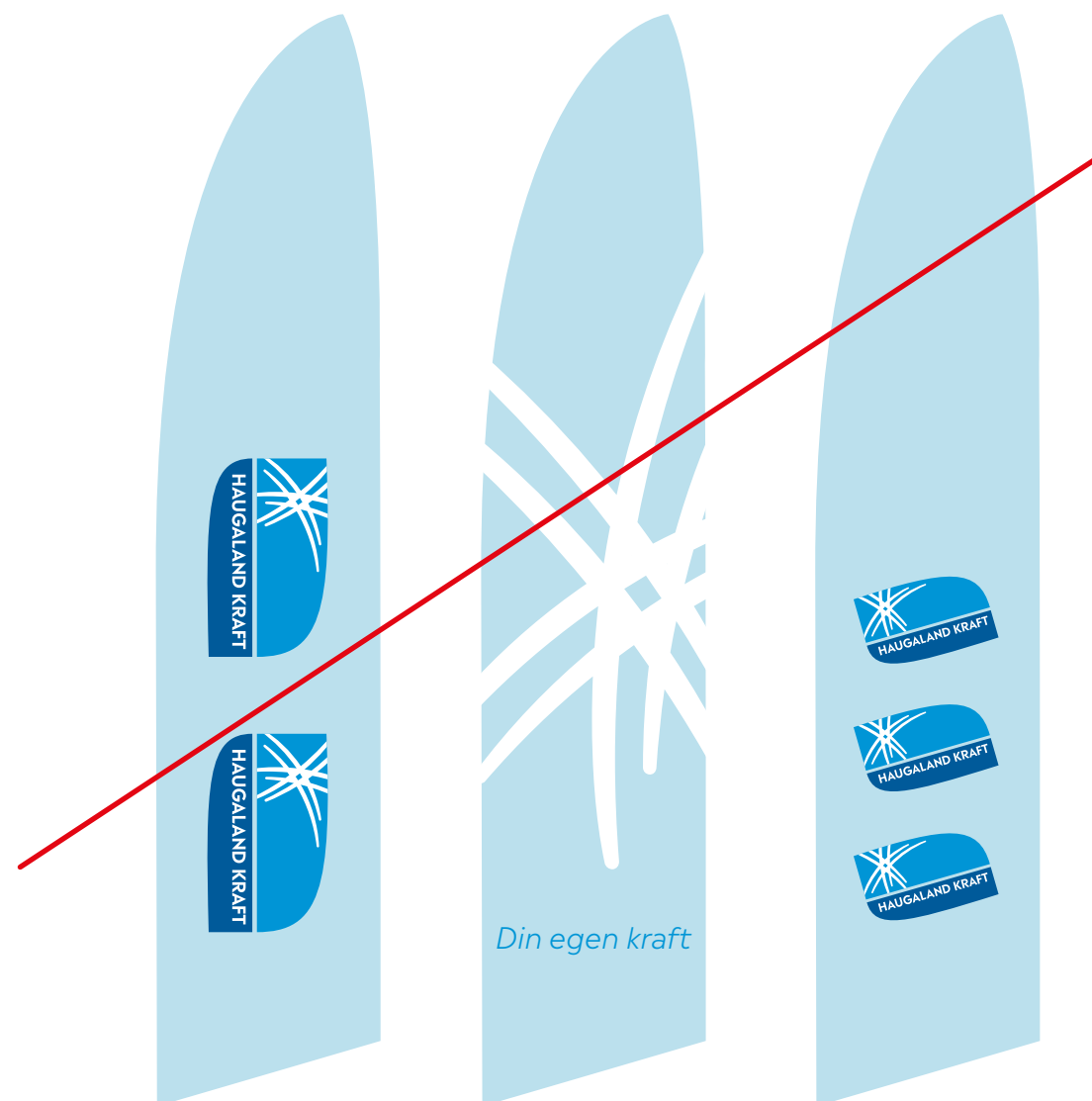


Korrekt bruk av elementer i sponsorsammenheng

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.

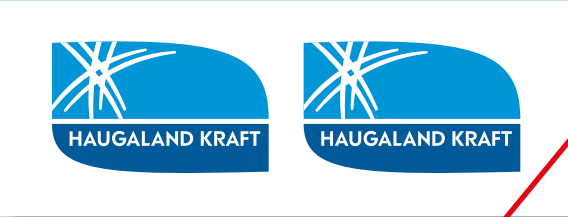
Profilering

Beachflagg

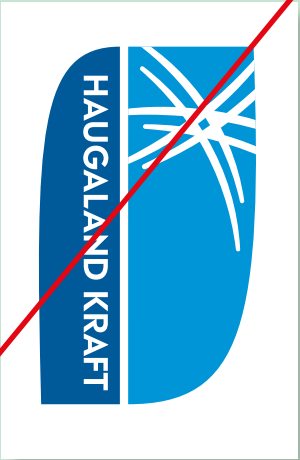


Stjernen skal alltid brukes i Kraft Blå, Kraft Cyan, grått eller i hvitt på en av de to primærfargene. Stjernen kan aldri stå alene uten enten logo, slagord eller navnetrekk. Kraft Blå eller Kraft Cyan skal alltid være en del av fargepaletten på skiltprofil.

Profilering Skilt



Aldri flere logoer på samme format.



Aldri sette logo på høykant



Aldri flere logoer på samme format.



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



Din egen kraft



Din egen kraft



Din egen kraft



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

Hovedkontorer ligger i Haugesund med avdelinger på Stord, i Sauda og i Ølen/Skånevik. Hovedvirksomhetene er overføring og omsetning av elektrisk kraft, samt utbygging/drift av fibernettverk på Haugalandet. Konsernet eies av kommuner i regionen, SØK AS og Finnås Kraftlag SA og har i overkant av 390 ansatte. Besøk oss på nett for mer informasjon; hkraft.no



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



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

Profilering
Kampanje-
annonser

I kampanjeannonser må produktet i kampanjen alltid komme tydelig frem i heading. I eksempelet nedenfor tydliggjører vi produktet ALARM i heading. For eksempel så skal alarmkonseptet alltid beskrives som “Alarm fra Haugaland Kraft”.

Kampanjene skal alltid være så tydlige i kommunikasjonen at det aldri er noen tvil om hva det er som er produktet. Det skal aldri være nødvendig å merke kampanje med “Alarm” under logo eller andre steder på flaten.



Du er tryggere med alarm fra Haugaland Kraft

Brannalarmen fra Haugaland Kraft er direkte koblet til 110-sentralen. Takket være vårt samarbeid med det lokale brannvesenet vil alarmen gå hos dem samtidig som den går hjemme hos deg. Det betyr direkte utrykning uten mellomledd — litt som å ha en brannmann i taket. Sikre hjemmet ditt på hkraft.no



Brann- og innbruddsalarm med direkte kobling til det lokale brannvesenet.



Din egen kraft



Du er tryggere med alarm fra Haugaland Kraft

Brannalarmen fra Haugaland Kraft er direkte koblet til 110-sentralen. Takket være vårt samarbeid med det lokale brannvesenet vil alarmen gå hos dem samtidig som den går hjemme hos deg. Det betyr direkte utrykning uten mellomledd — litt som å ha en brannmann i taket. Sikre hjemmet ditt på hkraft.no



Brann- og innbruddsalarm med direkte kobling til det lokale brannvesenet.



Din egen kraft



Et logoemblem i gummi ersatter 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



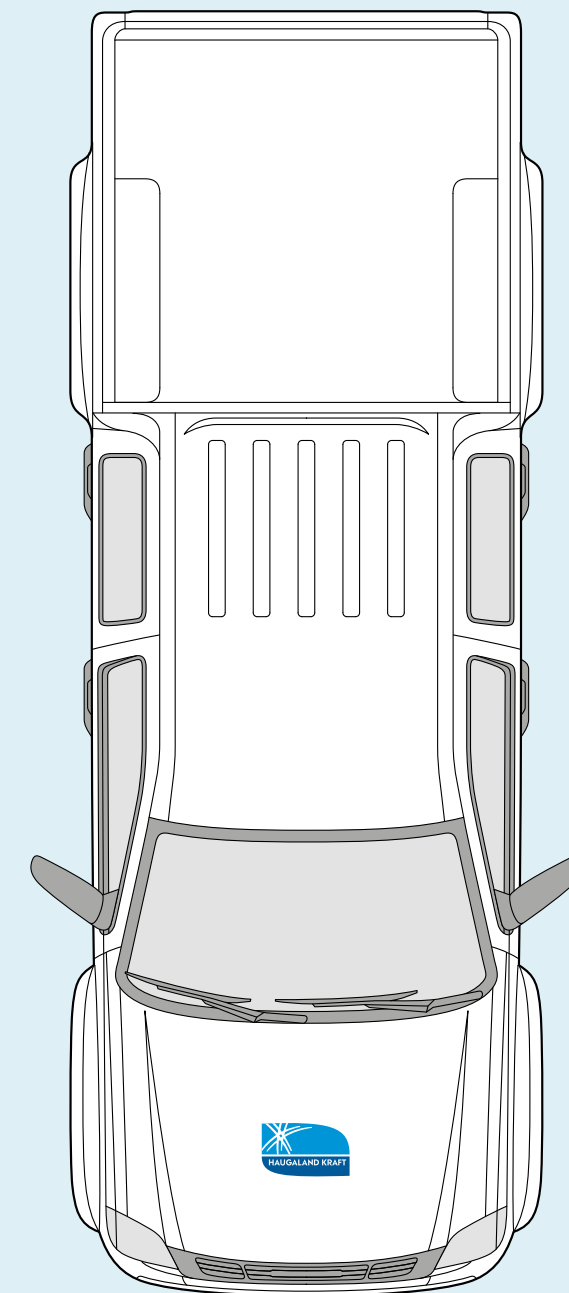
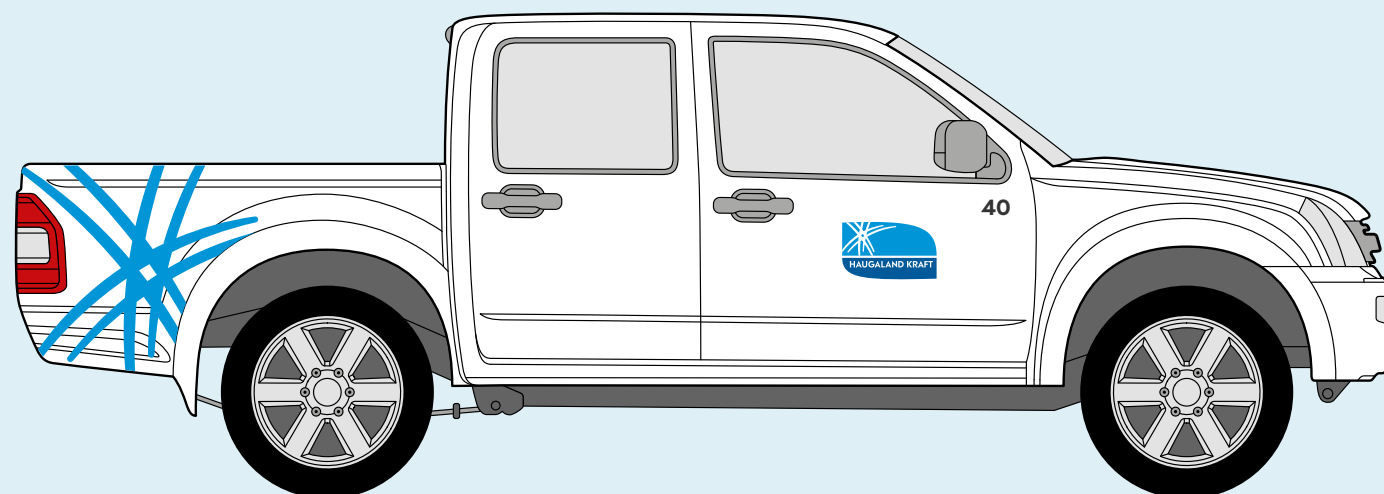
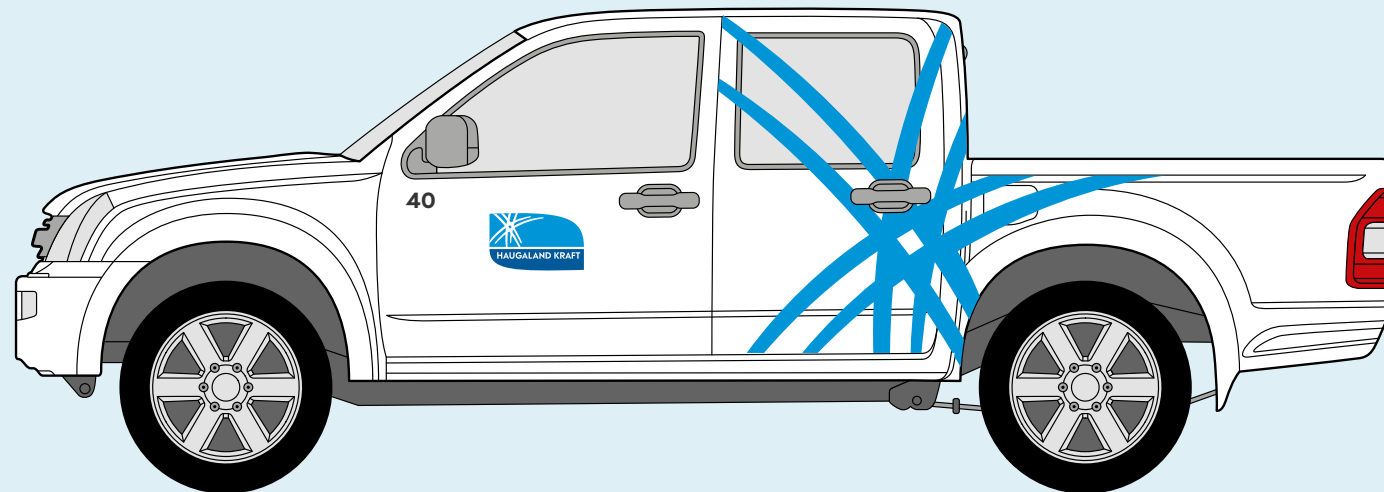
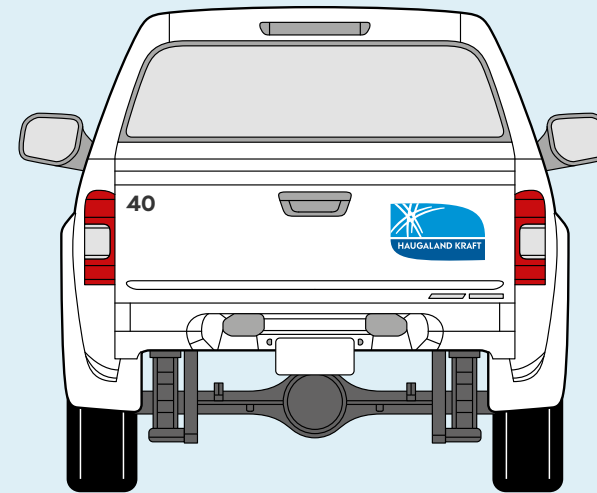
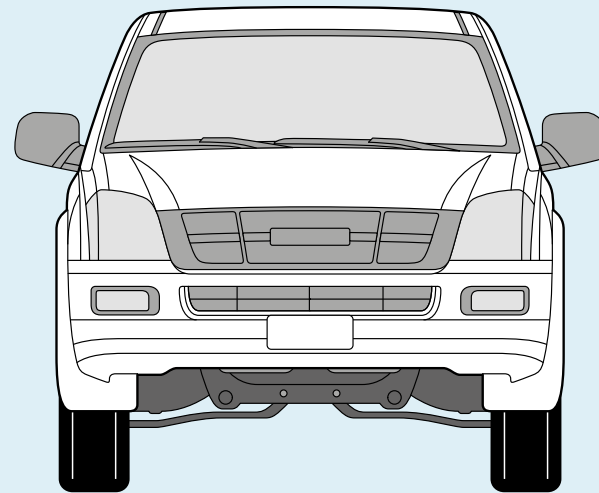
Profilering Bildekor Nett

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.

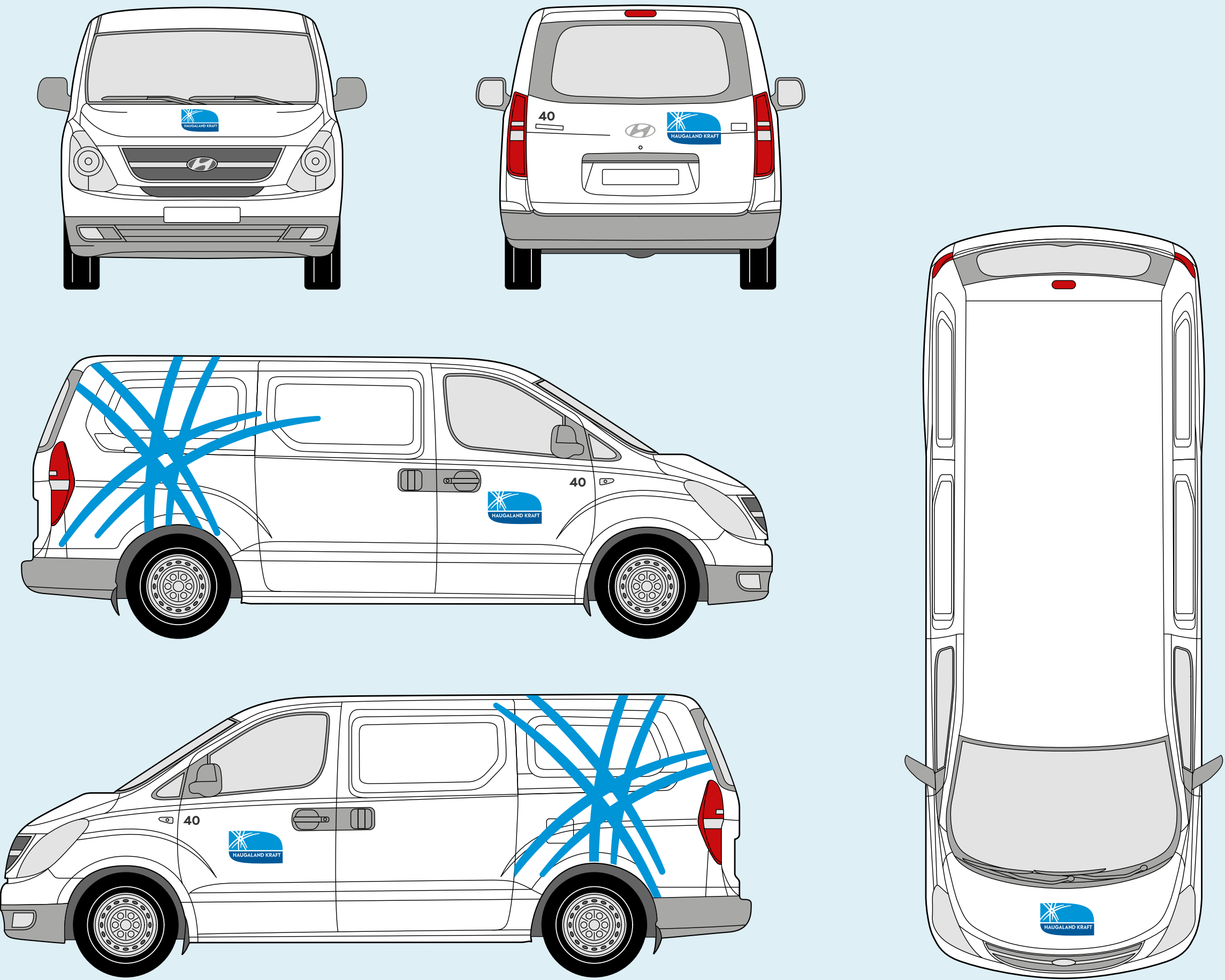
Av hensyn til økonomi og logistikk finnes det to standard størrelse på logomerker.

Format 1: 300 x 180 mm

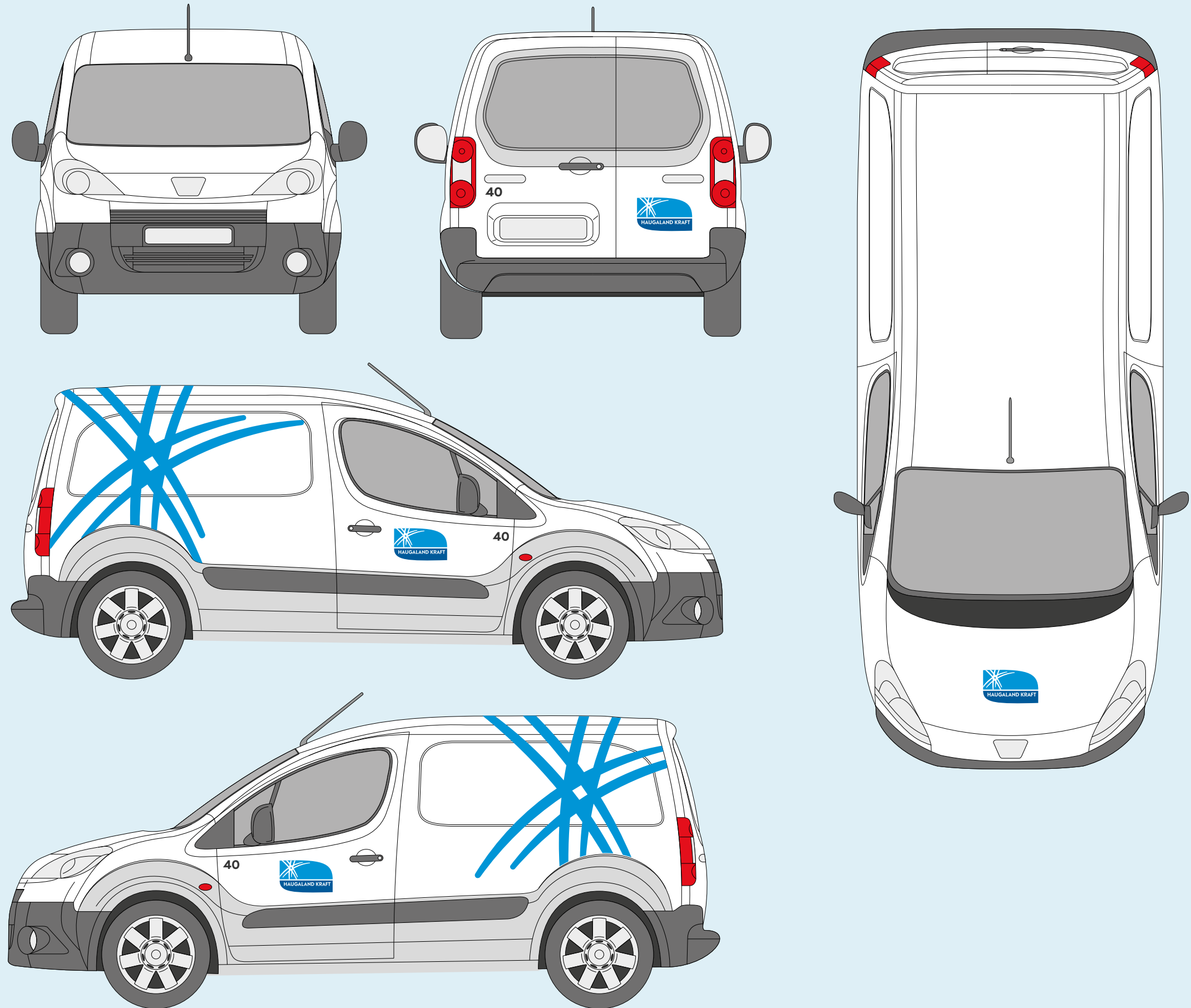
Format 2: 400 x 240 mm



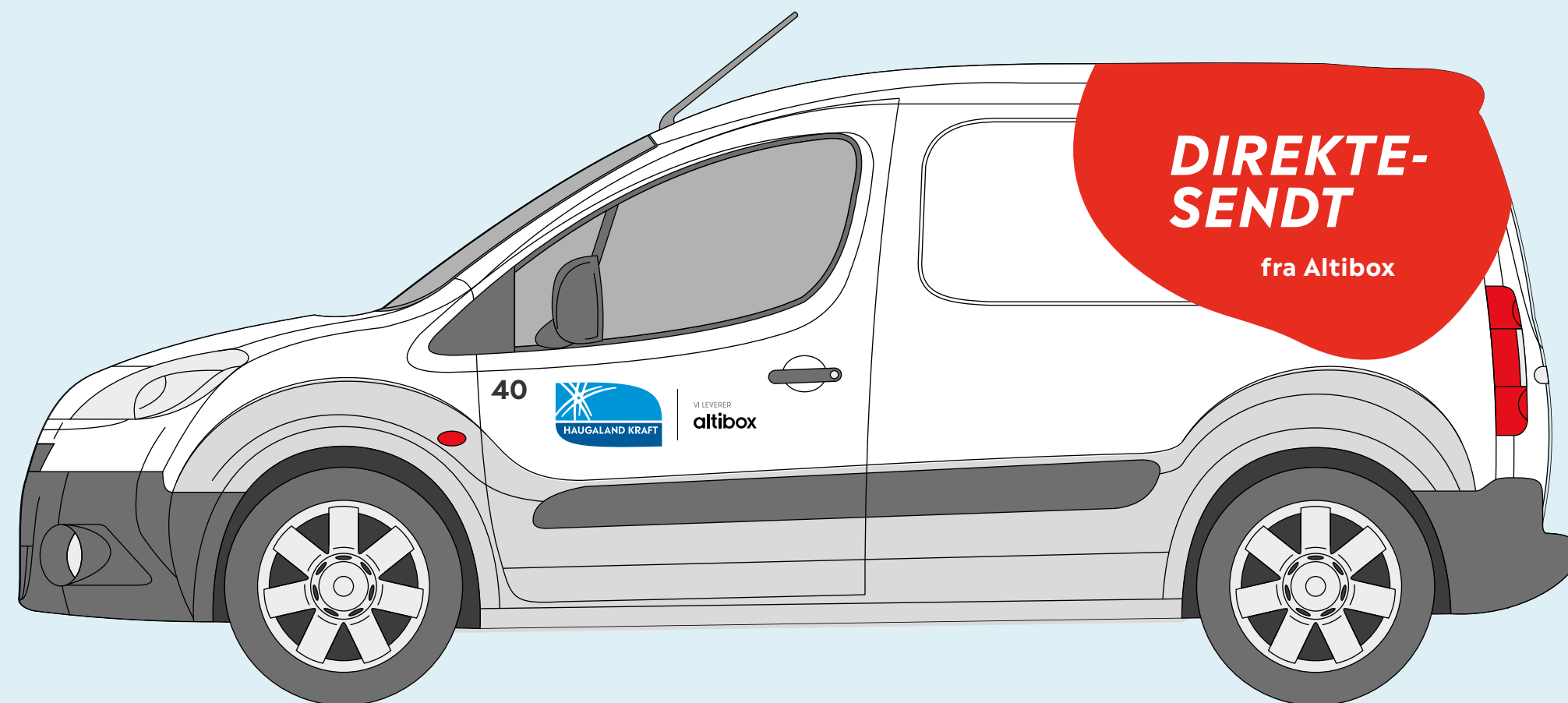
Profilering
Bildekor
Nett



Profilering
Bildekor
Nett



Profilering
Bildekor
Altibox



Alle eksterne leverandører av Haugaland Kraft som utfører arbeid med fiber, skal merke bilen med en magnetramme når arbeidet utføres. Det er laget to ulike budskap slik at man kan variere.

Profilering
Bildekor
Altibox

Nye
episoder
på vei



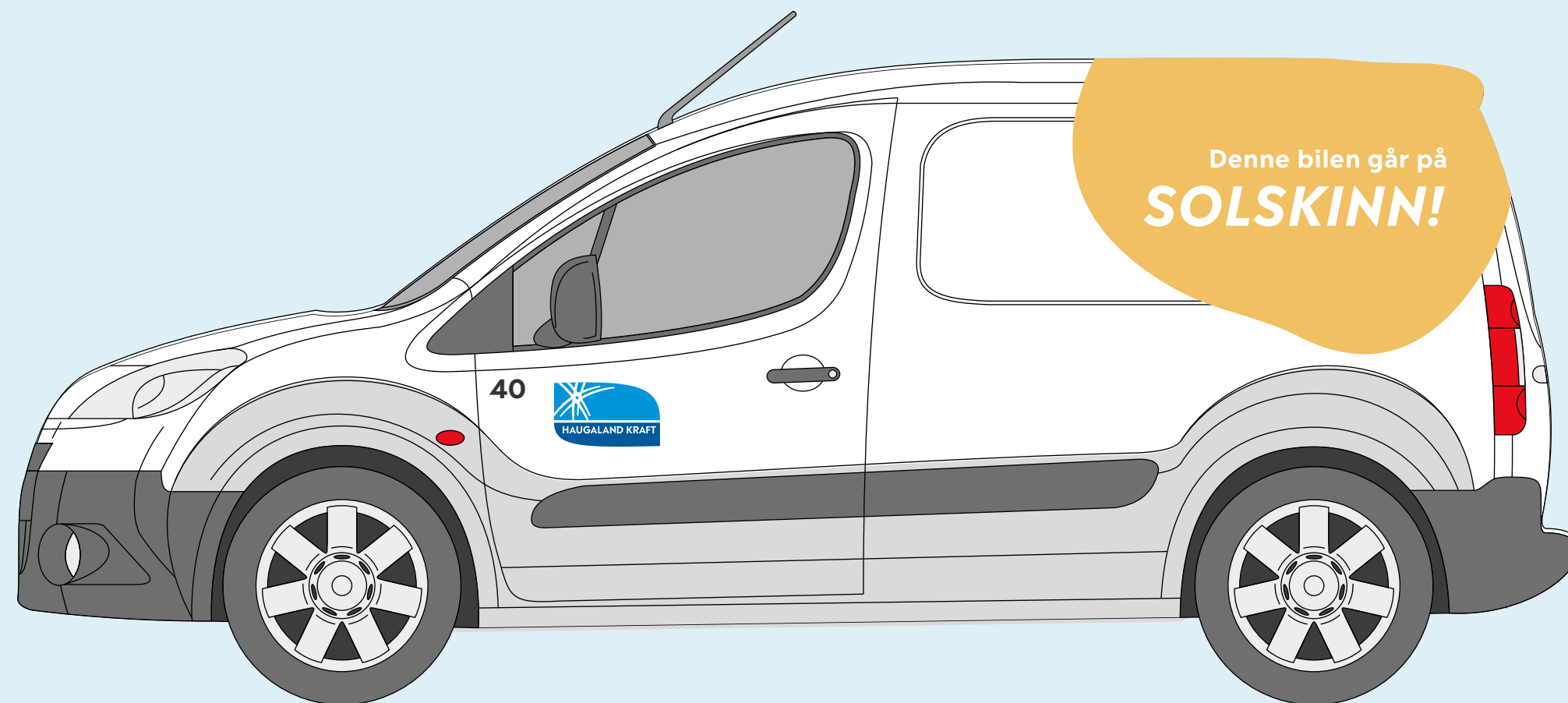
VI LEVERER
altibox

Direkte-
sendt fra
Altibox

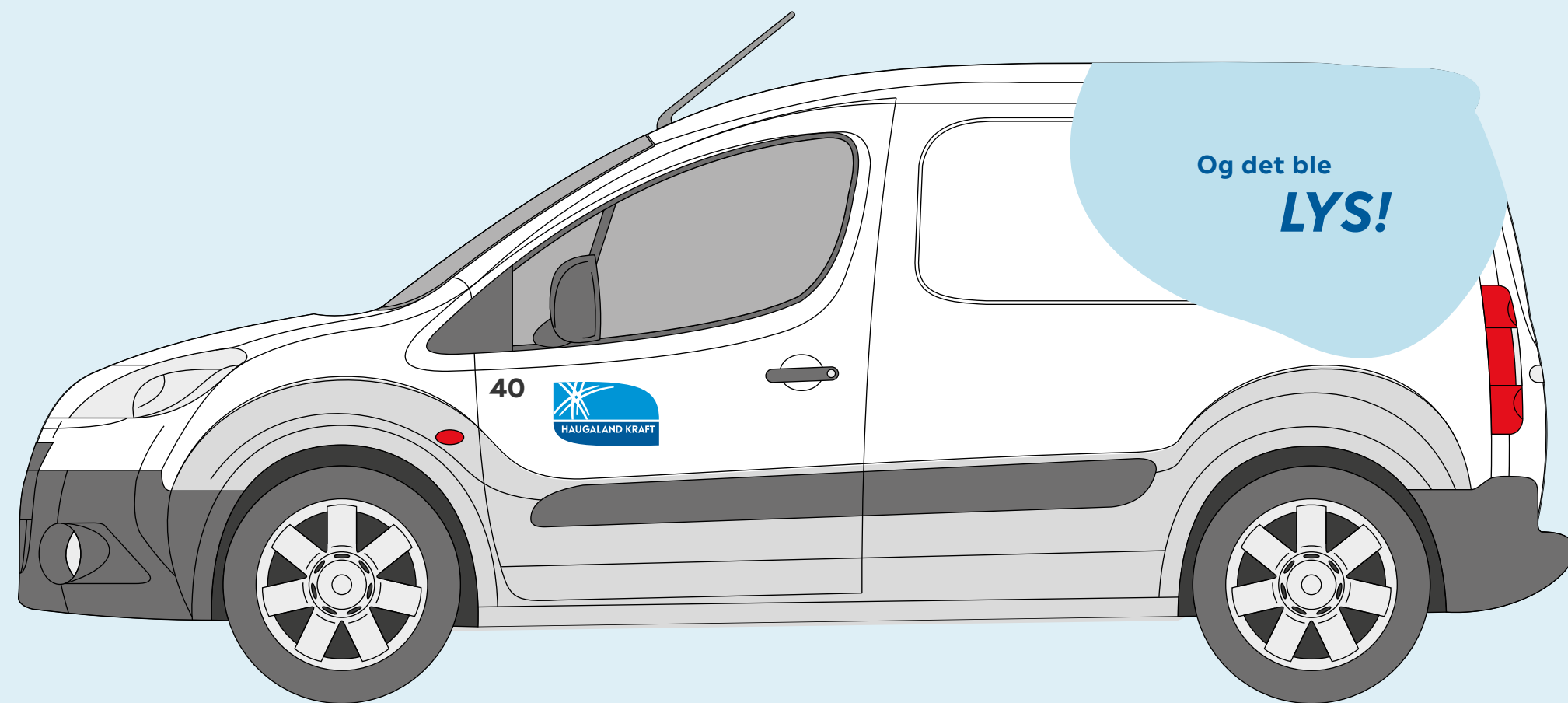


VI LEVERER
altibox

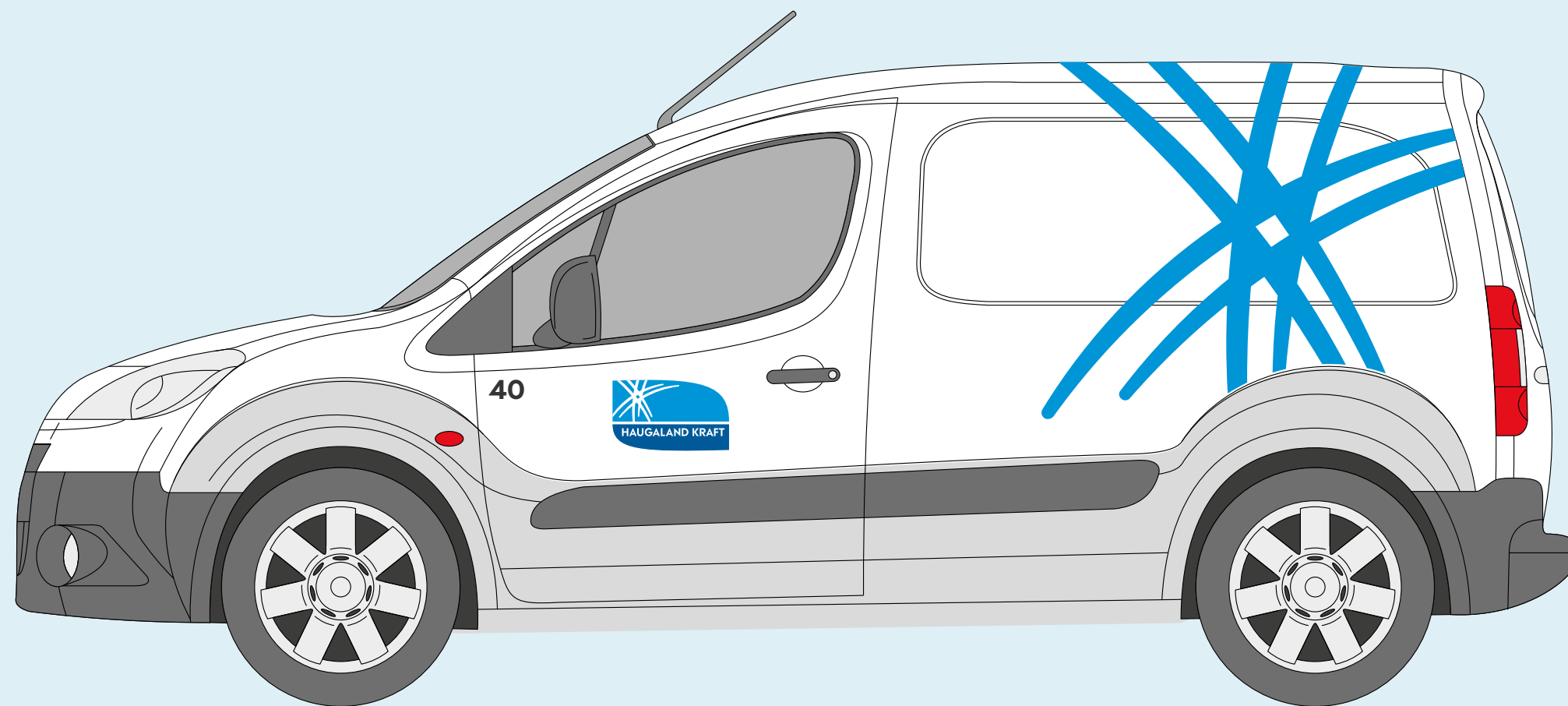
Profilering
Bildekor
Solkraft



Profilering
Bildekor
Energi



Profilering
Bildekor
Nett



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.

Bildebruk



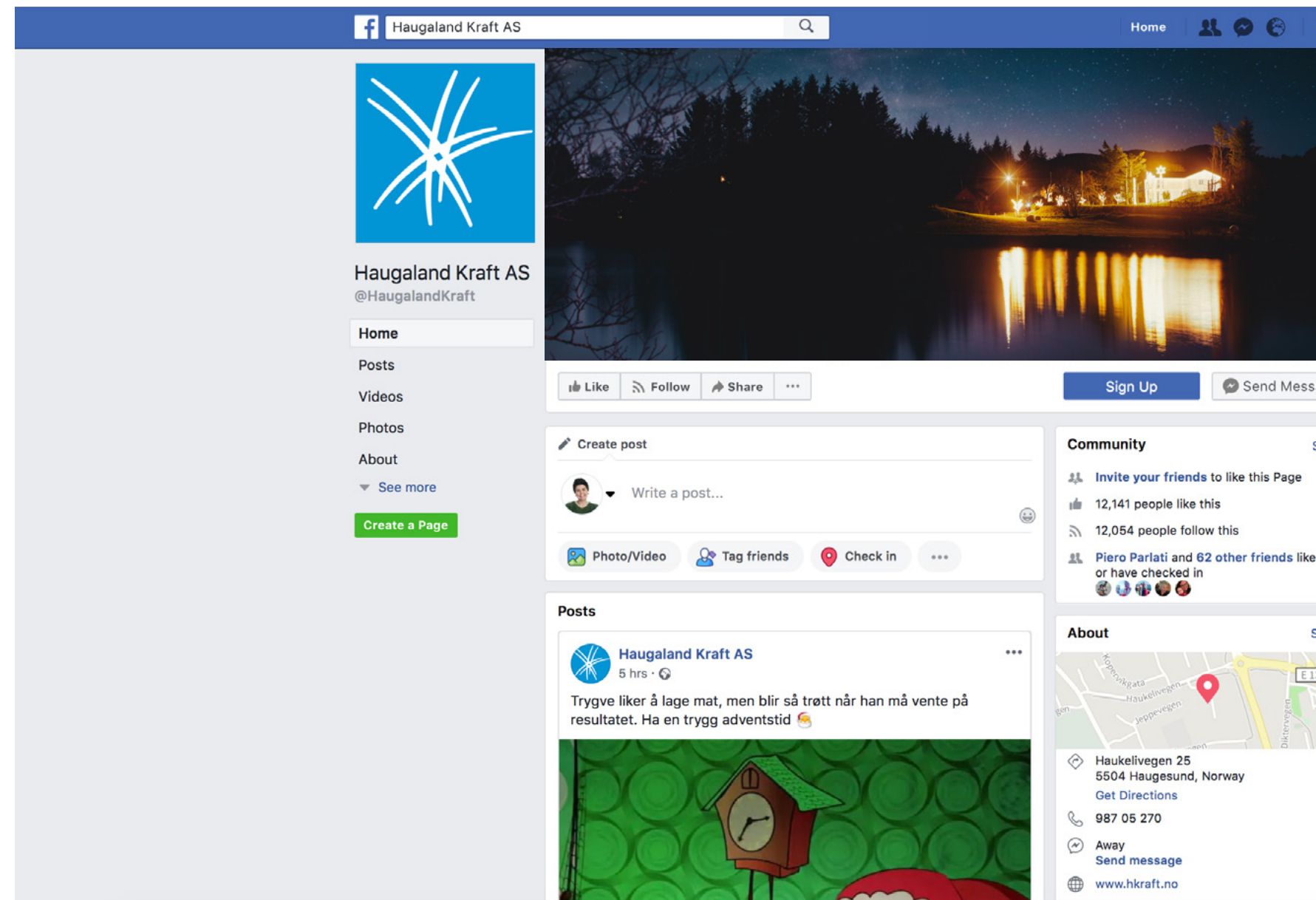
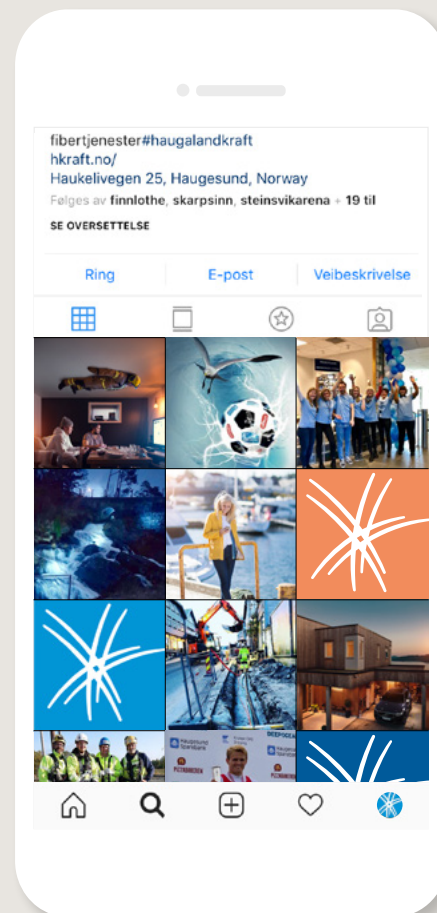
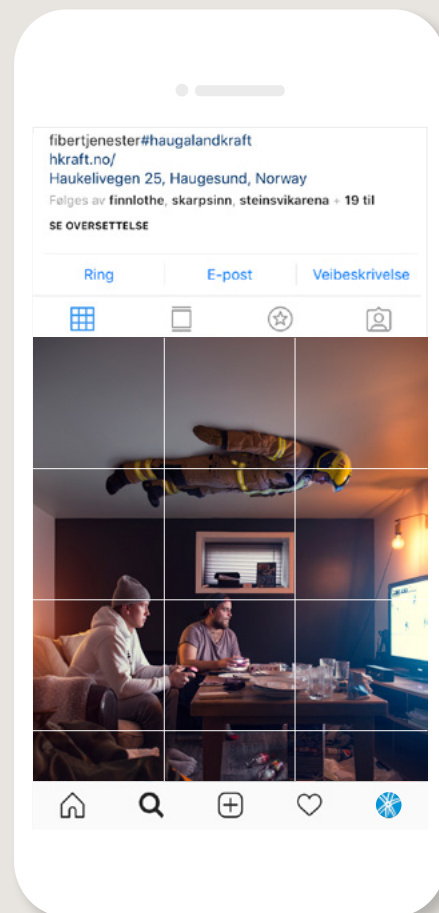


Digital tilstedeværelse

Sosiale kanaler

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.



Det er laget et eget rammeverk til utvikling av ikoner. Rammeverket består av en grid og et fokusområde som man forholder seg for å skape ikoner som er konsekvente både med tanke på form og plassering. Ikoner kan brukes både med og uten ramme.

Streker i ikoner skal alltid ha avrundede avslutninger, tykkelse på strekene kan variere i tykkelse, men bør holdes forholdsvis tykke slik at ikonene blir godt synlige også i små størrelser.

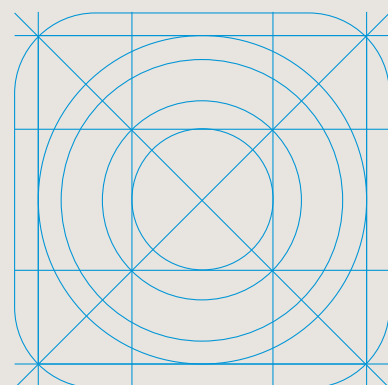
Digital tilstedeværelse

Ikoner



Innen flere av Haugaland Krafts forretningsområder vil det i fremtiden bli nødvendig å utvikle apper for å tilfredsstille kunders behov for styring og oversikt over tjenester. I tilfeller hvor apper skal utformes må det ligge retningslinjer for utforming til grunn.

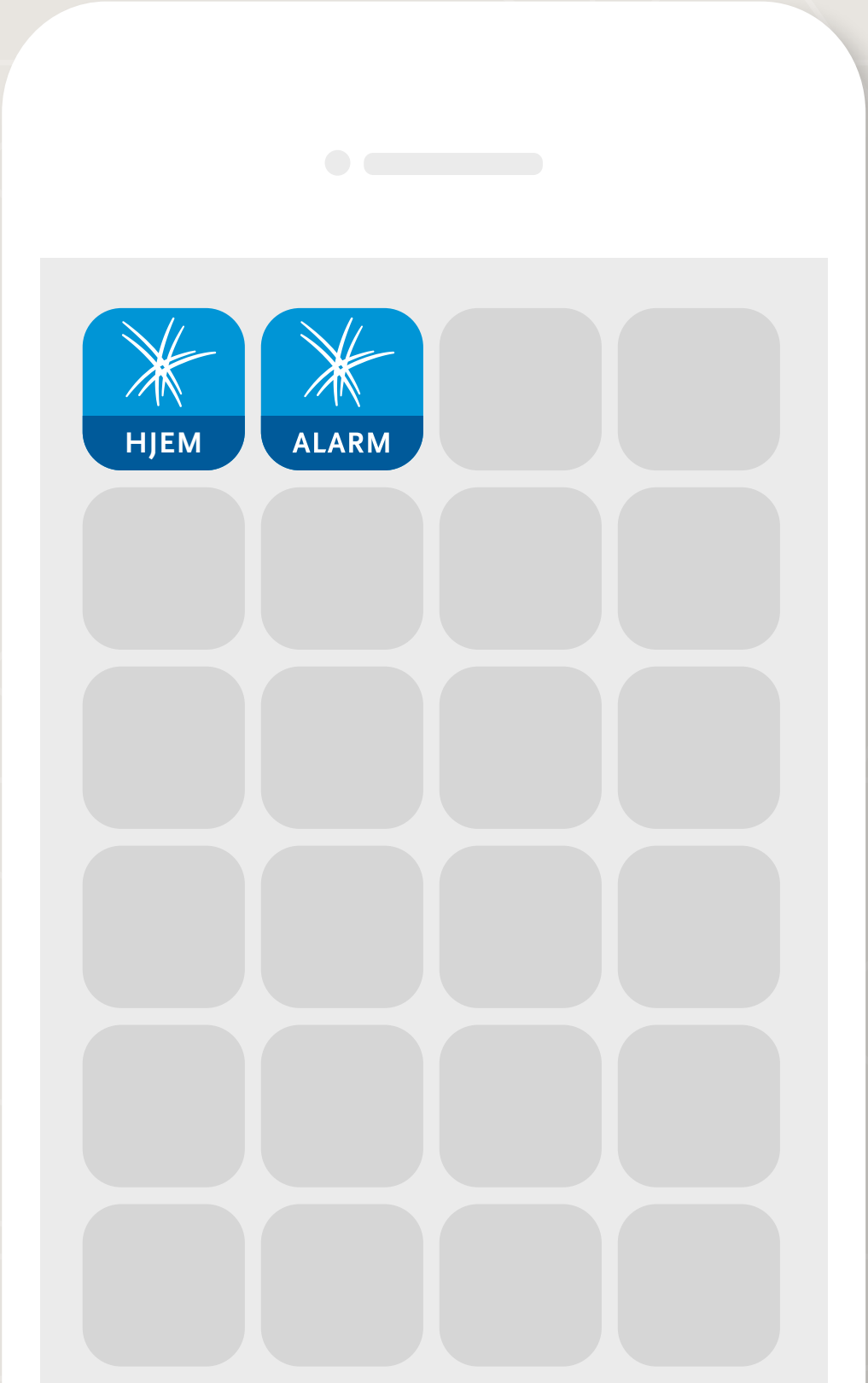
Digital tilstedeværelse
App



iOS



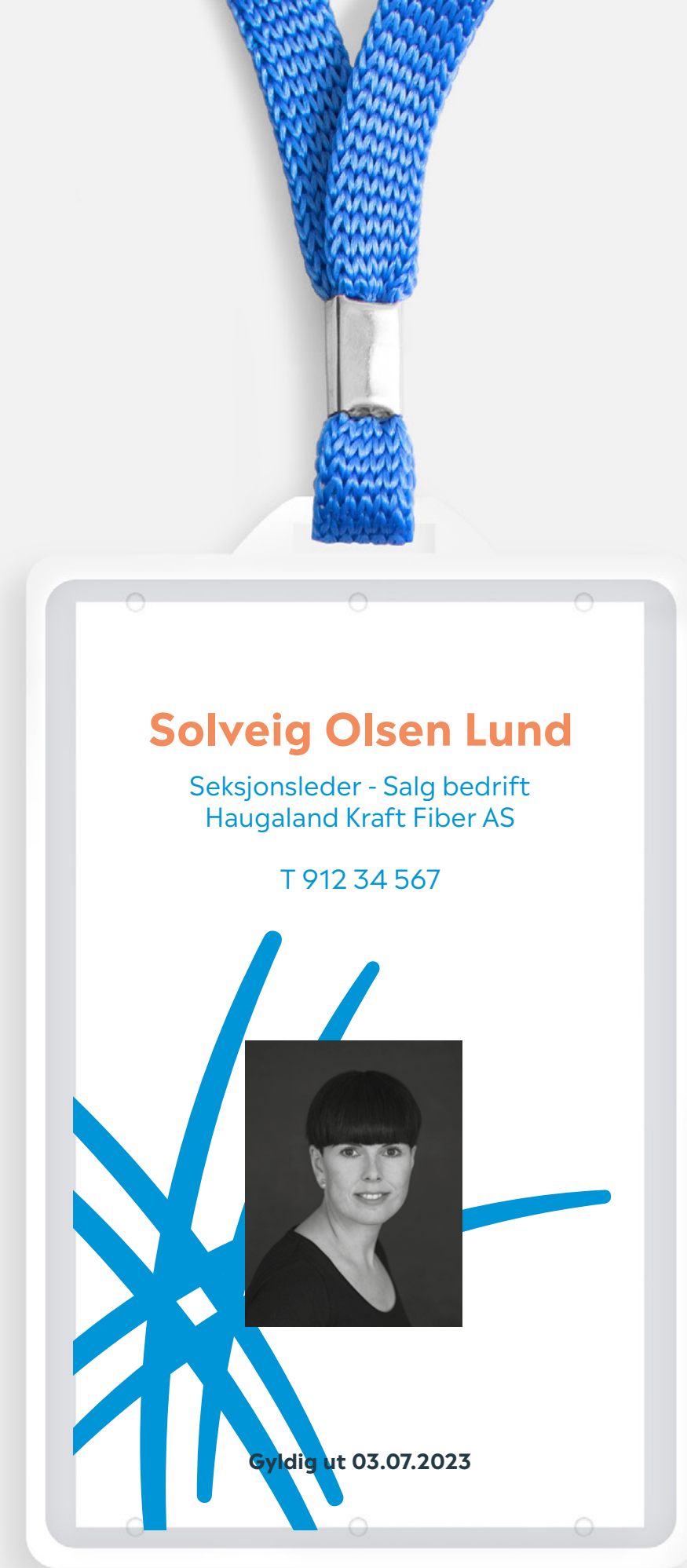
Android



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

Profilering

Eksempler



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

Profilering *Eksempler*



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

Profilering

Eksempler



