



Brand Manager

2013-10-04

Innehåll

Inledning	3
Varumärket	5
Pay-off	6
Värdegrund	7
Texter	8-9
Logotyp	10-15
Typografi	16
Färger	17
E-postsignatur	18
Visitkort	19
Wordmall	20
Powerpointmall och annonser	21
Profilkädrer och artiklar	22
Kontakt	27

Inledning

Den grafiska profilen för Hudik Hockey är en viktig del av vårt varumärke. En väl inarbetad grafisk profil ger oss ett tydligt kännetecken bland både spelare, medarbetare, publik, sponsorer och omvärlden. Allt vi visar och gör påverkar vårt varumärke. Genom en medveten styrning av den visuella profilen påverkar vi också vårt varumärke.

Hudiksvalls Hockey Club är en förening med hög kvalitet och stark folklig förankring. En enhetlig profil förstärker vår strävan att framträda som en modern och kundinriktad ishockeyklubb och är ett sätt att marknadsföra oss. Den skapar också en tydlighet internt och stärker samhörigheten bland oss som spelar eller arbetar inom HHC eller är på annat sätt involverad som t ex föräldrar och funktionärer. Externt ger den en tydligare bild av klubben och skapar ett större förtroende.

Med hjälp av en grafisk manual ska även människor utan kunskaper inom grafisk design kunna följa de regler som finns för att den grafiska profilen ska hanteras på ett acceptabelt sätt.

Uppkomsten av nya medier och nya kanaler har lett till att vi möter fler och fler visuella intryck. Det gör att behovet av att hålla ihop klubbens kommunikation i en grafisk profil har ökat.

ARCULES

LAGGNING



B



Varumärket HHC

HHC står för Hudiksvalls Hockey Club. HHC är en förening med stora ambitioner. Barn- och ungdomsverksamheten är plattformen i vår verksamhet. Idag engagerar den drygt 200 spelare. Vårt A-lag genererar mycket publicitet och publik på våra matcher i Glyshallen och det vill vi odla ytterligare genom att utveckla vårt varumärke. HHC arbetar långsiktigt med målsättningen att nå ut med vårt budskap till en större publik; både på isen och utanför.

I dag handlar Hudik Hockey framför allt om

- **Det som händer på isen.** HHC spelar en engagerad hockey med hög kvalitet. Spelarna visar sina positiva känslor för att sprida energin upp till publiken.
- **Vad som sker på läktaren.** Känslor som svallar, glädje som spritter. HHC ska locka fram bra tryck och en positiv stämning som når ända upp till läktaren i hallen där vi spelar.
- **Stort samhällsengagemang.** Genom olika aktiviteter kan vi vara med och påverka samhället vi bor och verkar i. Via ett ökat samhällsansvar med betoning på lokala aktiviteter arbetar vi för att sprida våra värderingar i Hudiksvalls kommun.

Hockey känns!

Payoff

Hudik Hockeys payoff är – Hockey känns!

Med de orden vill vi beskriva hur vi vill att vårt varumärke ska upplevas.
Hockey känns! ska förtydliga vårt varumärke och stärka HHC:s position i våra kundens medvetande.

Hockey känns! ska användas i passande sammanhang.

Respekt Öppenhet Delaktighet

Värdegrund

Värdegrunden handlar om etik, moral och kultur. HHC:s värdegrund ligger i hur vi bemöter varandra och hur vi agerar mot publik och sponsorer och samarbetspartners.

Ledorden för vår värdegrund är:

- **RESPEKT**
Respekt genomsyrar hela vår verksamhet. Det gäller både i arbetet i vår förening och i det sportsliga utövandet.
- **ÖPPENHET**
Ömsesidig öppenhet mellan styrelse, medlemmar, föräldrar och spelare.
- **DELAKTIGHET**
Alla aktiva i vår förening som exempelvis föräldrar och spelare ska känna delaktighet i föreningens verksamhet.

Publicerad 19 juni 2013 Uppdaterad 19 juni 2013

Textstorlek 

Målvakter skriver kontrakt med HHC

HUDIKSVALL/HUDIKSVALLS TIDNING

Hudik Hockey har kommit överens med målvakterna Eric Jonsson, moderklubb Lindefallets SK, samt Markus Eriksson, moderklubb Gällsta IK, om ett kontrakt på ett år vardera. Eric och Markus kommer vara tillgänglig för spel i både J20 och A-laget.

Publicerad 7 juni 2013

Textstorlek 

Mann tar plats i HHC:s bås

Exempeltexter saxade ur artiklar på helahalsingland.se

Hudik Hockey i texter

Hudiksvalls Hockey Club

Föreningens officiella namn är Hudiksvalls Hockey Club. Det fullständiga namnet används endast i officiell kommunikation, som på fakturor, i registreringsbevis och i andra formella sammanhang.

Hudik Hockey

I den dagliga kommunikationen, till exempel e-post, pressmeddelanden, artiklar, annonser, inbjudningar mm. benämns föreningen Hudik Hockey eller HHC.

I löptext används Hudik Hockey inledningsvis, för att sedan ersättas av HHC. HHC kan användas i en rubrik som Hudik Hockey finns med i ingressen eller inledningen på artikeln. Se exempel. Hudik Hockey skrivs med stort inledande H i båda orden.

HHC

HHC är en förkortning av Hudiksvalls Hockey Club. HHC används enligt ovan i löptexter och rubriker. HHC får bara användas om det av sammanhanget klart framgår att förkortningen avser Hudik Hockey.

Exempel:

Rubrik: 4-0 till HHC

Ingress: Hudik Hockey tog hem segern när de spelade hemma i helgen.

Genitiv (äganform)

Genitiv för förkortningen HHC skrivs som :s.

För Hudik Hockey skrivs det med vanligt följande s.

Exempel:

HHC:s nya tränare

Hudik Hockeys

Tonalitet i texter

Att skriva med Hudik Hockey som avsändare innebär ett ansvar. Vad och på vilket sätt vi skriver påverkar hur vi uppfattas. Hur vi uttrycker oss i text är därför också en viktig del i varumärket.

Våra värderingar ska genomsyra våra texter. Vi skriver alltid på ett tydligt och lättförståeligt sätt. Texterna ska vara välskrivna och rättstavade. Vi vill att mottagaren ska känna delaktighet och därför undviker vi i största möjliga mån krångligt fackspråk och interna formuleringar som kan distansera oss från läsaren.



Logotyp

Hudik Hockeys logotyp är den viktigaste delen av vår visuella identitet och ska därför användas tydligt och konsekvent och alltid på ett klokt och respektfullt sätt. Logotypen ska användas i färg. Detta för att färgen tillsammans med typsnittet ska vara som en igenkänningsignal. Det gör det lättare för Hudik Hockey att synas i dagens mediabrus. Regler som rör logotypens färg, storlek och frizon är viktiga att följa för att alltid skapa igenkänning.

Logotyp – rätt format

Logotypen finns i olika format som är avsedda för olika typer av användning.

JPG

Används vid infogande av märke i word-dokument, powerpoint, mailsignaturer, webb etc. JPG-formatet är ett komprimerat bildformat som är känsligt för storleksförändringar, använd därför alltid originalstorleken.

EPS

Används i fyrfärgstryck (CMYK) exempelvis vid tryck av marknadsföringsmaterial, annonser, vepor, skyltar etc. Detta filformat kan infogas som bild i de flesta program-miljöer. Bilden är vektoriserad vilket medger storleksförändring då bilden är uppbyggd av kurvor och linjer. Stöds av de flesta illustrations- och layoutprogram. Vid utskrift krävs dock en skrivare som kan tolka EPS-formatet. *Notera att EPS-format vanligtvis inte kan förhandsgranskas.*

PDF

Används ungefär på samma som EPS, filen kan förhandsgranskas med Adobe Acrobat Reader.

PNG

Används vid produktion på webben. Fungerar även i word-dokument och powerpoint.

Logotyp – symbolik

Hudik Hockeys uppdaterade logotype består av flera delar.

Den fokuserade och kraftfulla gåsen symboliserar lagets styrka. Den breder ut sina vingar i en segergest.

Gåsen har sedan starten varit en symbol för HHC. Inspirationen är hämtad från ishallens läge vid Hudiksvalls fågelsjö - Lillfjärden - där fåglar lever och trivs året om.

Det grå fältet är silhuetten av Hudiksvalls ishall, Glysishallen, som invigdes 1989.



1978 – Årtalet är då Hudiksvalls Hockey Club bildades

Den röda färgen symboliserar våra kärnvärden Respekt, Öppenhet och Delaktighet. Färgen kan också associeras med hög puls och styrka, hjärtats färg. Dessutom är rött Hudiksvalls kommuns accentfärg.



Logotypen med svart ytterkant används mot ljus bakgrund.



Logotyp – varianter

För att synas tydligt mot olika bakgrunder finns vår logotyp i olika varianter. Den aktuella bakgrunden avgör vilken variant som ska användas för att logotypen ska synas klart och tydligt.

Vid ljus bakgrund används logotypen med svart ytterkant. Mot färgad eller mörk bakgrund används logotypen med vit ytterkant.

Logotyp – svart-vitt

Vid svart-vitt tryck används logotypen på samma sätt som vid färgtryck. Logotypen med svart ytterkant används vid tryck på ljus bakgrund. Vid tryck på mörk bakgrund används logotypen med vit ytterkant.



Logotypen med vit ytterkant används mot mörk bakgrund.



Logotyp – frizon

Runt logotypen finns en frizon. Frizonen är det rekommenderade minimiavståndet till annan grafik, text eller bild. Samma minimiavstånd gäller till ytterkanten på det material där logotypen ska placeras. Frizonen är ett minimum; ju mer fri yta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder den.

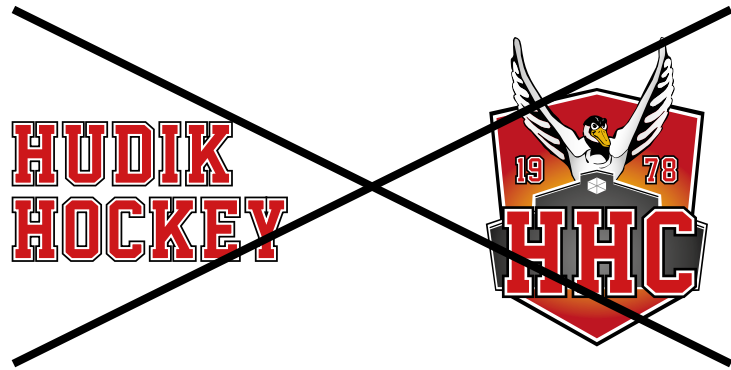
Avståndet från logotypen skall vara bredden på bokstaven H i aktuell storlek.



Logotyp – storlek

För att logotypen alltid ska uppfattas tydligt bör den aldrig användas i mindre storlek än 15 mm. Det får heller aldrig förekomma några färg-, form- eller placeringsändringar i logotypen. Den är en enhet och skall användas så.





Logotyp med text

Logotypen i fyrfärg tillsammans med texten används när man vill ha en tydlig avsändare t ex i office-material. Den får då inte delas upp utan ska användas oförändrad.



Logotyp med text får ej delas upp eller placeras på andra sätt i förhållande till varandra.

Text utan symbol

Vid vissa tillfällen kan det vara bättre att bara använda HHC eller Hudik Hockey utan symbol. Texten får användas vänsterställd eller med båda orden på en rad.

Texten i fyrfärg med svart ytterkant används mot vit eller ljus bakgrund och texten med vit ytterkant används mot svart, röd eller mörk bakgrund.

HHC

**HUDIK
HOCKEY**

HUDIK HOCKEY

HHC

**HUDIK
HOCKEY**

HUDIK HOCKEY

Typografi

Teckensnitt och speciell typografi är en viktig del av Hudik Hockeys visuella identitet. Frutiger LT är ett klassiskt teckensnitt med hög läsbarhet. Genom att balansera de olika varianterna av Frutiger skapar vi ett enhetligt och professionellt uttryck.

Teckensnitt för tryck

Frutiger LT 45 Light (standard brödtext)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Frutiger LT 45 Light (bold version)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö**

Frutiger LT 55 Roman (alternativ brödtext)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Frutiger LT 95 Ultra Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö**

Frutiger LT

Alternativa teckensnitt

De alternativa teckensnitten används i de fall då inte övriga typsnitt är tillgängliga, eller när det krävs ett typsnitt som är standard i alla datorer. Ett exempel är att Arial används som brödtext för webben och i e-postsignaturer.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö**

Teckensnitt på matchtröja och i logotyp

SUPERSTAR M54 REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Färger

Färg är ett optiskt fenomen med stark associativ och psykologisk effekt. Det är lätt att minnas färger och färgkombinationer. Våra kärnvärden är Respekt, Öppenhet och Delaktighet och de sammanfattas i vår röda HHC-färg. Den röda färgen är därför vår huvudfärg och en viktig identitetsbärare. Som accentfärger kan svart, vitt, olika gråtoner och gult användas.

Färgsystem

Beroende på vilket medium du ska använda så definieras färgerna på olika sätt:





CMYK - används till fyrfärgstryck (offset & print).

RGB - används till format som visas på skärm (webb, ppt, läsplatta).

HEXADECIMAL - används på webben.

PMS - används när dekorfärger (exakt blandade färgtoner) används i tryck eller när man utgår från ett speciellt material, till exempel profilprodukter, screentryck, val av folier, mm.

NCS - används för att måla på olika ytmaterial.

	CMYK	RGB	HEXADECIMAL	PMS	NCS
	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100	R: 0 G: 0 B: 0	#130500	Pantone process black	
	C: 15 M: 100 Y: 100 K: 0	R: 205 G: 23 B: 25	# CD1719	186C	
	C: 10 M: 30 Y: 96 K: 0	R: 233 G: 180 B: 10	#E9B40A	124C	
	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 85	R: 74 G: 74 B: 73	#4A4A49	447C	

E-postsignatur

Mailsignaturen görs i Arial som är ett standardtypsnitt och i 85% svart.

Utan bild

Med vänlig hälsning

Fredrik Jönsson

Försäljnings- och Marknadsansvarig

Mob: +46 (0)708 - 26 85 59

Hudik Hockey

Promenaden
824 33 Hudiksvall
www.hudikhockey.se

Följ oss:

facebook.com/hudiksvallshc
twitter.com/HHC_Officiella

Hälsning, Arial 8/9,5 pkt

Namn, Arial Bold Italic 11/15 pkt

Titel, Arial Italic 8/9,5 pkt

Telefonnummer, Arial 8/9,5 pkt

Företagsnamn, Arial 11/9,5 pkt

Adress, Arial 8/9,5 pkt

Med logotyp som bild

Med vänlig hälsning

Fredrik Jönsson

Försäljnings- och Marknadsansvarig

Mob: +46 (0)708 - 26 85 59



Hudik Hockey

Promenaden
824 33 Hudiksvall
www.hudikhockey.se

Följ oss:

facebook.com/hudiksvallshc
twitter.com/HHC_Officiella

Hälsning, Arial 8/9,5 pkt

Namn, Arial Bold Italic 11/15 pkt

Titel, Arial Italic 8/9,5 pkt

Telefonnummer, Arial 8/9,5 pkt

Företagsnamn, Arial 11/9,5 pkt

Adress, Arial 8/9,5 pkt

Visitkort



Framsida visitkort

Visitkort

Format: 90 x 55 mm

Namn: Frutiger LT 45, bold, 12/14,5 pkt, svart

Titel: Frutiger LT 45, italic, 8/12 pkt, svart 80 %

Tel/mail/webb: Frutiger LT 45, 8/12 pkt, svart 80 %

Sociala medier: Frutiger LT 45, 7/12 pkt, svart 40 %

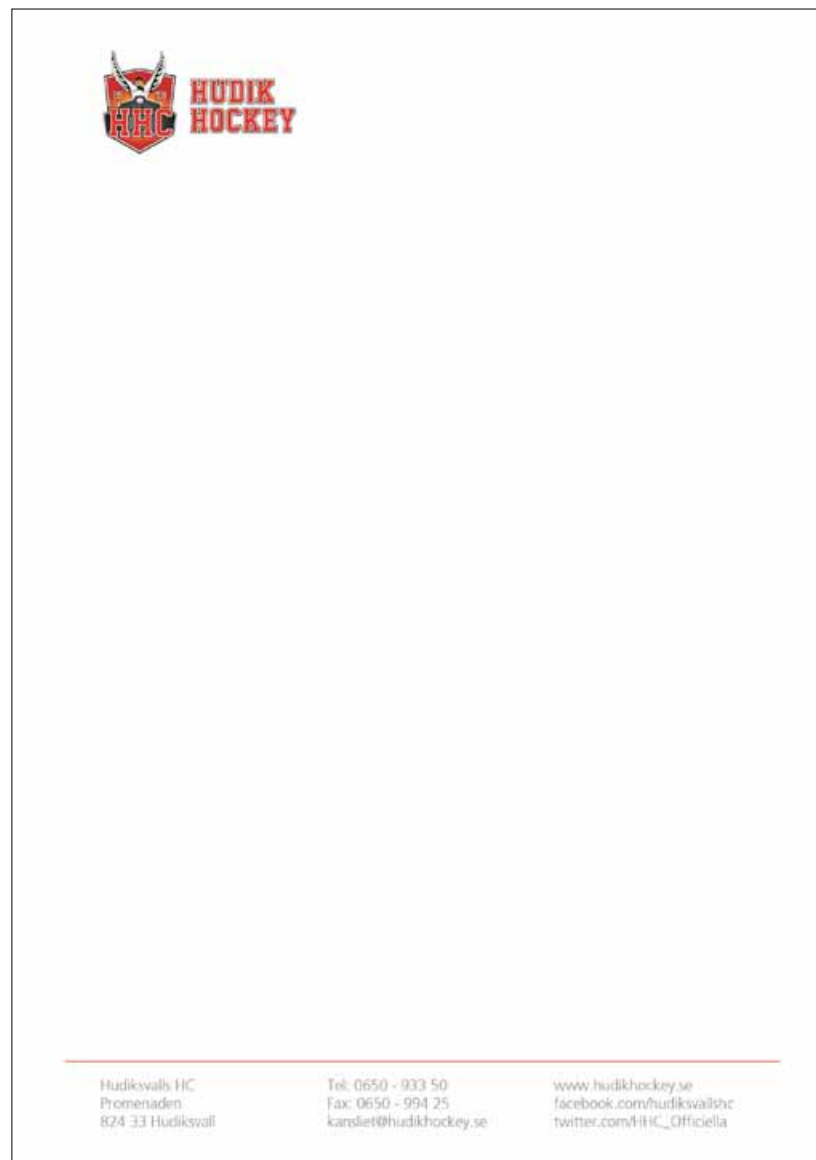
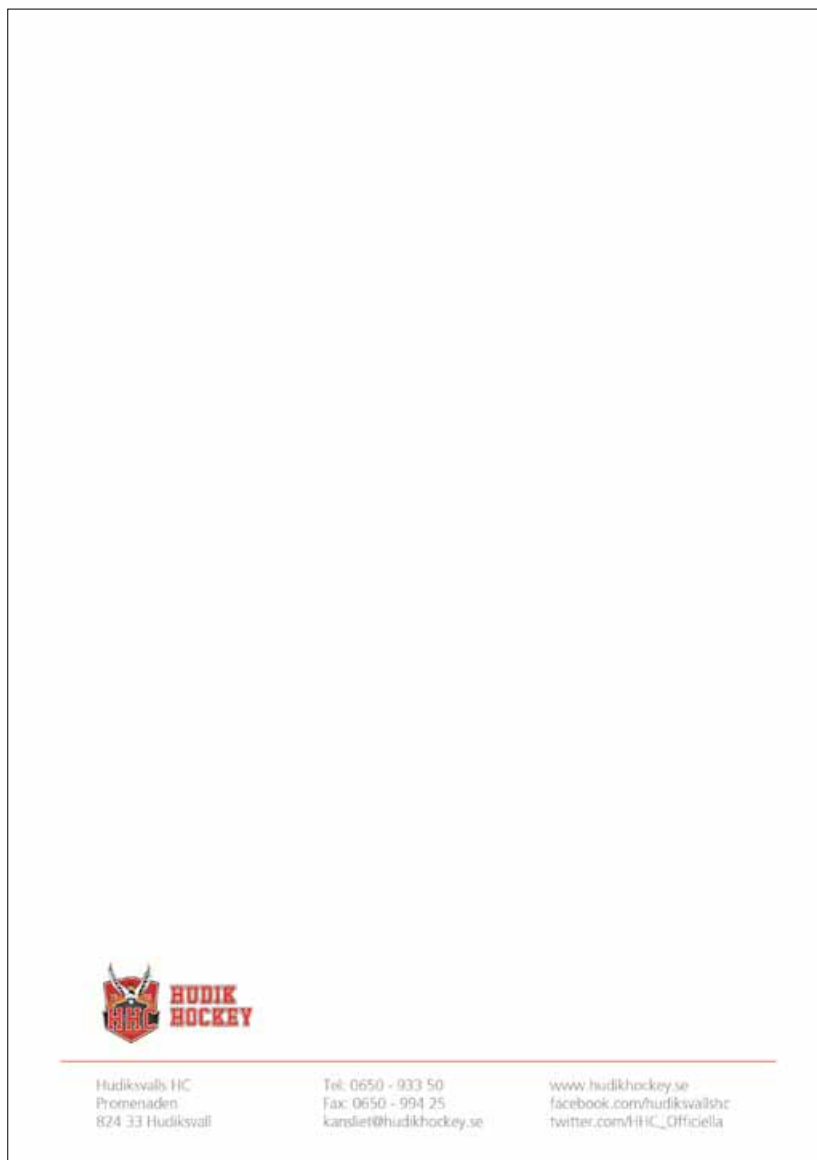
Uppgifter

De uppgifter som finns på visitkortet är namn, titel, e-post, mobiltelefon och adresser för sociala medier .



Baksida visitkort

Wordmall



Powerpointmall

Rubrik

- Text
 - Text
 - Text



hudikhockey.se

Annonser

Söndag 22 sept 16.00



**Premiärnervositeten
avklarad. Nu kör vi!**

**HUDIK HOCKEY
VS.
HEDEMORA SK**




HOCKEY KÄNNS!
"Sätter vi alla chanser vi har
så blir det helt andra siffror"

Matchvärd:
monitor
ERP SYSTEM

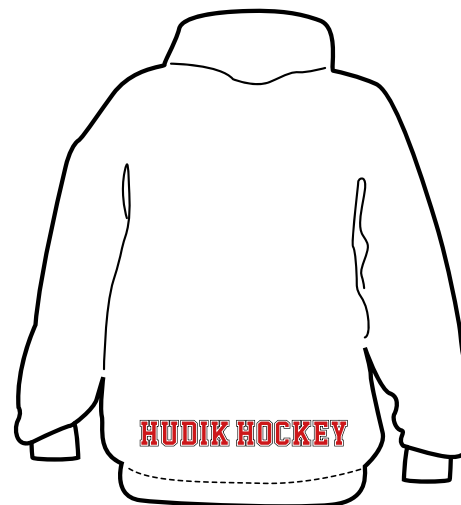
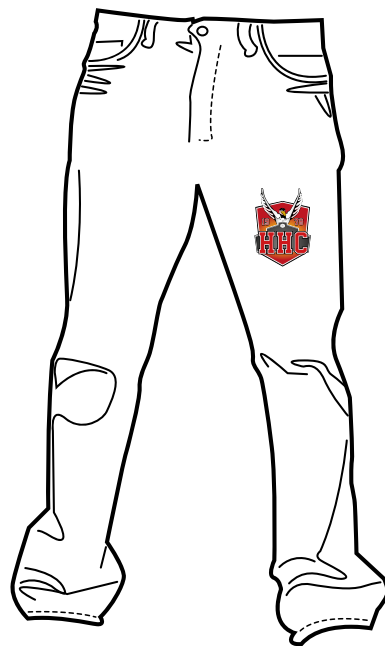
Biljetter & matchinfo: hudikhockey.se

HHC Dalamotstånd 22 september!
HHC vs. Hedemora SK



Profilkläder och artiklar

Loggan bör alltid ligga till vänster närmast hjärtat. Här ser vi olika exempel på hur logotypen och namnet kan placeras på olika profilartiklar.







TAB KARL HEDIN

TAB KARL HEDIN

TAB KARL HEDIN

TAB KARL HEDIN

TAB KARL HEDIN

TAB KARL HEDIN

TAB KARL HEDIN

facebook.ohappa.se
twitter.ohappa.se
www.ohappa.se

KATION

Gripen
of Sweden

MJ'S
HATTHEN

SEIDLITZ
15
IGGESUND
IGGESUND GROUP

PETERSSON
19
IGGESUND
IGGESUND GROUP

HT

HT

Gripen



WINTERSPORT®

EN - HUDIKSVALL

ALF ANSSONS
PL **B**

Ma

BILBOL
LUNC



Kontakt:

Den grafiska manualen för Hudik Hockey är producerad av ohappa AB, kommunikations- och reklambyrå. Vid frågor gällande användning av logotypen, den grafiska manualen och användarrättigheter, vänligen kontakta ohappa.

Telefon: 0650-23740

E-Post: info@ohappa.se

www.ohappa.se

Kontakt på Hudik Hockey är marknadsansvarig Fredrik Jönsson.

Mobil: 0708 - 26 85 59

E-Post: fredrik.jonsson@hudikhockey.se



Hudik Hockey

Promenaden, 824 33 HUDIKSVALL

0650 - 933 50

kansliet@hudikhockey.se

www.hudikhockey.se

 facebook.com/hudiksvallshc

 twitter.com/HHC_Officiella