



**GÖTEBORGS
HAMN**

GRAFISK PROFIL

version 1.1 2021-11-01



INNEHÅLL

Inledning sid 3

Identitet och avsändare

Våra värderingar

Tonalitet

1. Logotyp 9
2. Typografi 20
3. Färger 27
4. Grafiska element 33
5. Bildspråk 37
6. Illustrationer 44
7. Mönster 48
8. Tillämpningar Kommunikation 50
9. Tillämpningar Identitet 61
10. Rörligt 68

Det här är Göteborgs Hamns grafiska profil. Den är till för att hjälpa oss att bygga och vårda varumärket Göteborgs Hamn. Den beskriver hur vi ser ut, hur vi uttrycker oss och hur vi låter. Genom att alltid uppträda på ett enhetligt och konsekvent sätt skapar vi igenkänning och trygghet och bygger förtroende för varumärket. Vårt uttryck återspeglar också vad vi står för, våra kärnvärden

och hur vi vill uppfattas av vår omvärld. Grafiska profilen är ett hjälpmedel i vårt dagliga arbete. Här hittar du enkla och tydliga riktlinjer som säkerställer att all kommunikation som kommer från Göteborg Hamn har samma uttryck och känsla. Genom att tillsammans vårda vår identitet hjälps vi åt att bygga ett starkt varumärke med en tydlig personlighet som är lätt känna igen.



En tydlig identitet för en nytänkande hamn

En identitet. Två avsändare.

Göteborgs Hamn är ett varumärke som representerar både ett godsnav och ett bolag.

Godsnavet är hamnverksamheten och erbjudandet som vi marknadsför världen över: Skandinaviens största hamn och en garant för näringslivets access till hela världen. När vi skriver om godsnavet (alla aktörerna i hamnen) så skriver vi Göteborgs Hamn. När vi syftar på vårt bolag skriver vi Göteborgs Hamn AB eller hamnbolaget.

Göteborgs Hamn AB (Gothenburg Port Authority) är bolaget som har ansvaret för att bygga, utveckla och marknadsföra hela Göteborgs Hamn nationellt och internationellt.

I extern kommunikation kommunicerar vi oftast i egenskap av godsnavet. Det är det vi marknadsför och det är främst godsnavet som utgör innehållet på vår publika webbplats.

Men ibland pratar vi och kommunicerar i egenskap av bolaget. Utseendet och tonaliteten är densamma som för godsnavet, men avsändaren har då en annan innebörd. Oavsett i vilken av rollerna vi kommunicerar så är det viktigt att vi alltid uppträder på samma sätt. Med ett konsekvent och tydligt uttryck som bygger varumärket Göteborgs Hamn – i stort som smått, varje dag, året runt.

Vi ska vara världens mest konkurrenskraftiga hamn och en garant för näringslivets access till hela världen.

Göteborgs Hamn har en tydlig vision: Vi ska vara världens mest konkurrenskraftiga hamn. Vägen dit är att varje dag jobba för att vara en garant för näringslivets access till hela världen. Det är stora ord, men vi är också Skandinaviens största hamn och en fullservicehamn med direkttrafik till viktiga marknader, vilket gör att vi kan garantera högeffektiva, hållbara och pålitliga transporter, dygnet runt, året runt.

Men Göteborgs Hamn är mer än så. Vi är också kända för att vara i ständig utveckling för att möta framtidens möjligheter. Med fokus på hållbarhet, innovation och digitalisering driver vi utvecklingen av klimateffektiva godsflöden.

Allt detta tillsammans är det som utgör varumärket Göteborgs Hamn, och ligger till grund för vår identitet.

Våra värderingar

Varumärket Göteborgs Hamn vilar på fyra tydliga värderingar som genomsyrar allt vi gör: Samverkan, Hållbarhet, Innovation och Pålitlighet. Dessa gäller både för godsnavet Göteborgs Hamn och för bolaget Göteborgs Hamn AB. Våra värderingar utgör en stabil och trygg plattform som hjälper oss att hålla riktningen i vårt dagliga arbete. Man kan se våra värderingar som våra egna lotsar som visar vägen så vi alltid uttrycker vårt varumärke på rätt sätt. Oavsett var, när och hur man möter Göteborgs Hamn så ska varumärket ha en tydlig personlighet med samma tydliga värderingar. Därför är det viktigt att vi alla håller oss till våra grafiska riktlinjer, vår tonalitet och vårt visuella uttryck som beskrivs i den här grafiska profilen.

Samverkan

– logistik är inget solospel, vi samverkar för att skapa kundvärde.

Hållbarhet

– hamnen har funnits i 400 år.

Det skapar hållbara perspektiv – och medför ett stort ansvar.

Innovation

– vi är öppna för nya idéer och vågar utmana traditioner.

Pålitlighet

– mångårig historia och gedigen branschkunskap gör oss till en pålitlig partner.

TONE of VOICE

/språk

Hur uttrycker sig Göteborgs Hamn? Vårt sätt att kommunicera tar också avstamp i våra värderingar. Vi låter pålitliga, trovärdiga och visionära. Vi har ett rakt, enkelt och engagerat språk, även när vi pratar om komplexa ämnen. Vi är inkluderande och vill att många ska förstå, inte bara de med fackkunskap.

Kom ihåg att det alltid är en person som läser och hör vår kommunikation, inte ett företag. Därför talar vi oftast direkt till mottagaren och skriver gärna du, men aldrig med stor bokstav annat än efter punkt.

Tonaliteten ska vara genomgående i allt vi gör, men det är också viktigt att också kunna variera tonläget beroende på kanal. Precis som i vardagliga livet, anpassar vi oss efter sammanhang när vi pratar eller skriver.

TONE of VOICE

/bild

I en värld av hamnbolag, fraktbolag och logistik kan bildspråket lätt bli lite kallt och generiskt. Men det är inte Göteborgs Hamn. Vi strävar alltid efter att våra bilder ska ha en humanistisk vinkling och att vårt miljöansvar ska framgå. Det bottnar i våra värderingar och gör att vi skiljer oss från andra aktörer och skapar en känsla av tillit, ansvar och kvalitet.

GRAFISKA REGLER

I den grafiska profilen ingår en rad verktyg som tillsammans bygger vår visuella identitet, t ex logotyp, typsnitt, färger, illustrationsmanér och bilder. Genom att använda de redskapen enligt manualens rekommendationer bidrar du till att skapa en tydlig helhet i allt vi gör.

Har du frågor om profilen, är osäker på hur du ska tillämpa reglerna eller saknar rekommendationer för att producera specifikt material, kontakta Marketing Communications.



1 LOGOTYP

Logotypen är en avsändare och garant för allt vi säger och gör. För att garantera att logotypen används på ett konsekvent och tydligt sätt finns några få och enkla riktlinjer. De omfattar bland annat logotypens färger, storlek och frizon.

LOGOTYP

/historia

Med Göteborgs Hamns logotyp menar vi företagsnamnet och symbolen (G med Vinga fyr) i dess särskilda grafiska form.

Den ursprungliga logotypen ritades 1944 av den österrikiske formgivaren Fritz Rücker. Att det blev bokstaven G som användes var ganska självklart för symboltecknaren Rücker eftersom bokstaven har formen av en hamn. Att sedan lägga till Vinga fyr, den gamla göteborgska sjöfartssymbolen, gav logotypen ytterligare särprägel och karaktär.

Logon har under årens lopp moderniserats och nyligen anpassats för att passa digitala medier bättre.



CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba

CMYK 0-0-0-0
RGB 255-255-255
HEX #ffffff

CMYK 0-0-0-100
PMS Process Black
RGB 0-0-0
HEX #000000

LOGOTYP

/stående

Logotypen finns i blått, vitt och svart. Färgblandningarna varierar beroende på vilket typ av media som används. Var därför alltid noga med att ange rätt kod.

I första hand ska du använda de blå logotyperna. Mot färgad bakgrund eller i mörkare bild används i första hand den negativa logotypen. Den svarta används vid de tillfällen då varken den negativa eller den blå logotypen passar.

Färdiga filer finns att ladda ner via bildbanken.



CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba

CMYK 0-0-0-0
PMS Process White
RGB 255-255-255
HEX #ffffff

CMYK 0-0-0-100
PMS Process Black
RGB 0-0-0
HEX #000000

LOGOTYP

/stående + devis

Logotypen finns även med devisen:

The Port of Scandinavia

Devisen är ett kort, kärnfullt uttryck för vem vi är, vad vi står för och hur vi vill bli uppfattade. Denna version av logotypen bör användas enligt följande kriterier:

- Som en förstärkning till avsändaren (t ex snarare på baksidor än framsidor av trycksaker).
- I mån av plats/media.
- Bör inte användas där avsändare uppenbart är bolaget (t ex i platsannonser).

Färdiga filer finns att ladda ner via bildbanken.



CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba

CMYK 0-0-0-0
PMS
RGB 255-255-255
HEX #ffffff

CMYK 0-0-0-100
PMS Process Black
RGB 0-0-0
HEX #000000



**GÖTEBORGS
HAMN**

The Port of Scandinavia



**GÖTEBORGS
HAMN**

The Port of Scandinavia



**GÖTEBORGS
HAMN**

The Port of Scandinavia

LOGOTYP

/liggande + devis

Logotypen är också framtagen i en liggande version. Den används vid de tillfällen där utrymmet skulle medföra att den stående varianten skulle bli för liten.

Även den här logotypen finns med devisen:

The Port of Scandinavia

I första hand ska du använda de blå logotyperna. Mot färgad bakgrund eller i mörkare bild används i första hand den negativa logotypen. Den svarta används vid de tillfällen då varken den negativa eller den blå logotypen passar.

Färdiga filer finns att ladda ner via bildbanken.



CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba

CMYK 0-0-0-0
PMS Process Black
RGB 255-255-255
HEX #ffffff

CMYK 0-0-0-100
PMS Process Black
RGB 0-0-0
HEX #000000



LOGOTYP

/engelska

Logotypen finns även i en engelsk variant, både med och utan devis. Den är tänkt att användas när du vänder dig till en mer internationell publik.

Stående eller liggande logotyp väljer du utifrån utrymmets förutsättningar.

I första hand ska du använda de blå logotyperna. Mot färgad bakgrund eller i mörkare bild används i första hand den negativa logotypen. Den svarta används vid de tillfällen då varken den negativa eller den blå logotypen passar.

Färdiga filer finns att ladda ner via bildbanken.



CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba

CMYK 0-0-0-0
PMS Process Black
RGB 255-255-255
HEX #ffffff

CMYK 0-0-0-100
PMS Process Black
RGB 0-0-0
HEX #000000

LOGOTYP i cirkel

Ett nytt sätt att lyfta fram logotypen är att placera den i en cirkel. Det här sättet använder du för att ytterligare lyfta fram logotypen och låta den bli ett dekorativt element, en "dekal" som tillför modernitet och ger större frihet i layouten.

Det är viktigt att titta på exemplen i kapitlet Tillämpningar på sidan 50 för att förstå hur logotyp i cirkel ska användas. Cirkeln finns i tre godkända färgkombinationer – inga andra färger får användas och den får inte heller appliceras med opacitet.

Det är bara den stående logotypen som appliceras på det här sättet. Det är inte tillåtet att på något sätt förändra eller justera logotypens och cirkelns form, proportion eller färger.

Färdiga filer finns att ladda ner via bildbanken.



CMYK 100-40-0-0	CMYK 0-0-0-0	CMYK 100-77-35-35
PMS 300 C		PMS 7694 C
RGB 0-116-186	RGB 255-255-255	RGB 16-53-88
HEX #0074ba	HEX #ffffff	HEX #103558

ENGELSK VERSION AV LOGOTYPE I CIRKEL

LOGOTYP

i halvcirkel

Logotypen kan också användas med företagsnamn och symbol i en vit halvcirkel. Den placeras i ovan- eller underkant på en bild eller färgplatta.

OBS! Den vita halvcirkeln ska alltid ansluta till en vit yta utanför bilden eller färgplattan. Får aldrig läggas mot utfallande bild.

Halvcirkeln är alltid vit med blå logotyp. Det är inte tillåtet att på något sätt förändra eller justera logotypens och halvcirkelns form, proportion eller färger.

Färdiga filer finns att ladda ner via bildbanken. Där hittar du även en engelsk version av logotypen.

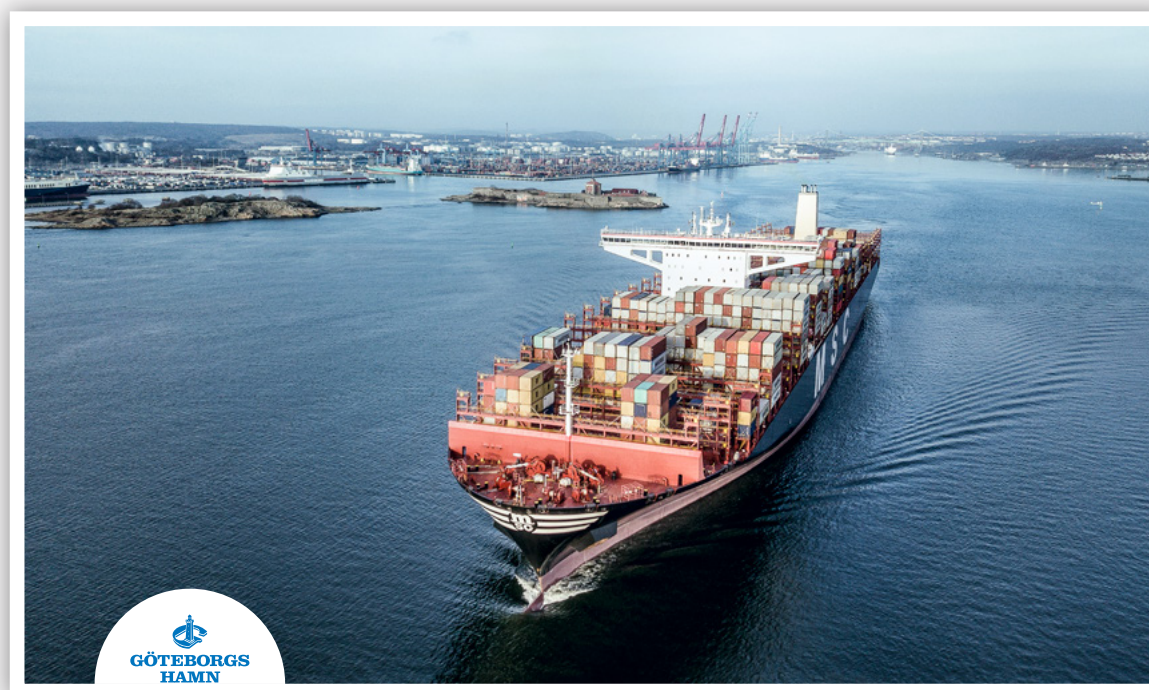
Fler exempel på hur halvcirkeln ska appliceras i layout hittar du i kapitlet Tillämpningar.



LOGOTYP FÖR APPLICERING
I OVANKANT AV LAYOUT



LOGOTYP FÖR APPLICERING
I UNDERKANT AV LAYOUT



EXEMPEL PÅ TILLÄMPNING



CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba

CMYK 0-0-0-0
RGB 255-255-255
HEX #ffffff

LOGOTYP

/enbart symbol

I undantagsfall, när det finns begränsat utrymme för logotypen, kan symbolen användas utan företagsnamnet. Detta gäller exempelvis på pins eller profilbilder i digitala kanaler.

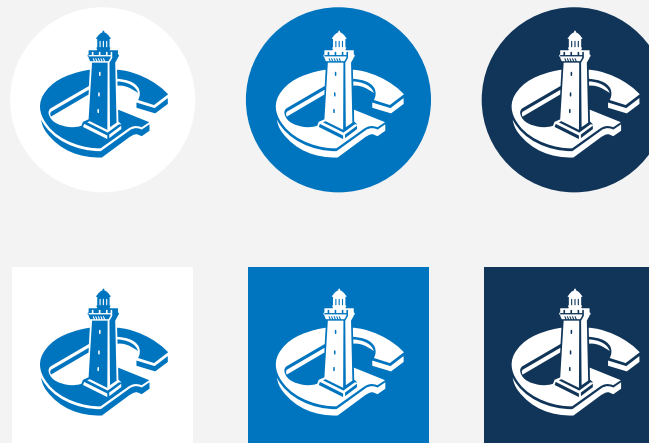
Symbolen får enbart läggas in mot mörkblå, blå eller vit bakgrund som finns i den godkända färgskalan.

Det är inte tillåtet att på något sätt förändra eller justera symbolens form, proportion eller färger.

Färdiga filer finns att ladda ner från bildbanken.



SYMBOLEN G MED VINGA FYR



FÄRDIGA FILER FINNS PÅ GÖTEBORGS HAMNS BILDBANK



CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba

CMYK 0-0-0-0
PMS
RGB 255-255-255
HEX #ffffff

CMYK 100-77-35-35
PMS 7694 C
RGB 16-53-88
HEX #103558

CMYK 0-0-0-100
PMS Process Black
RGB 0-0-0
HEX #000000

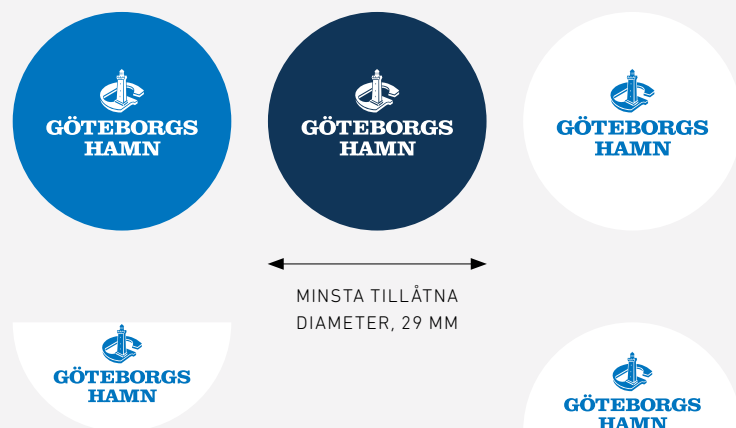
LOGOTYP

/frizoner och storlekar

Låt alltid logotypen få ordentligt med utrymme. Frizonen är det minsta möjliga område runt logotypen som behöver vara rent och fritt från distraktioner för att logotypen ska framträda och komma till sin rätt. Innanför denna yta får inte text eller annan grafik placeras.

Logotypen i cirkelformen har en frizon som utgörs av själva cirkeln, där inte heller text eller annan grafik får placeras, men se gärna till att det finns ytterligare fritt utrymme även utanför cirkeln.

Det finns inga regler för största storlek på logotypen men som minst får logotypen vara 22 mm bred utan frizon. Med cirkel är minsta diameter 29 mm. Detta är för att läsbarheten och tydligheten i logotypen fortsatt ska vara hög.



MINSTA TILLÅTNA STORLEK

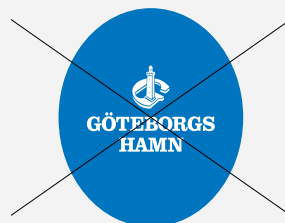
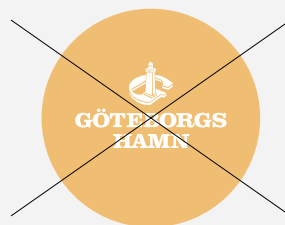


LOGOTYP

/otillåtna varianter

Vår logotyp (med och utan devis) är unik och får aldrig förvanskas. Det är inte tillåtet att på något sätt förändra eller justera logotypens form, proportioner, opacitet eller färger.

Undvik också att placera logotypen mot färger och bakgrunder som är främmande för Göteborgs Hamn eller som försvårar läsbarheten.



2 TYPOGRAFI

Typografi är en viktig del av vår grafiska profil. Våra profiltypsnitt är valda för att vara lättlästa och personliga och ge en enhetlig bild av Göteborgs Hamn. De ska dessutom fungera i alla kanaler och stämma överens med identiteten i övrigt.

Vi delar upp typografin i två delar: identitetstypografi och vardagstypografi.

IDENTITETSTYPOGRAFI

Hit räknas de typsnitt som vi använder i extern kommunikation. Detta gäller till exempel webb, trycksaker och annonser. Dessa typsnitt används av vår reklambyrå och Marketing Communications.

VARDAGSTYPOGRAFI

Här ingår de typsnitt som alla anställda på Göteborgs Hamn AB använder i den dagliga kommunikationen, till exempel när vi skriver brev och gör digitala presentationer.

TYPOGRAFI

/rubriker

Göteborgs Hamns rubriktypsnitt i extern kommunikation är Darbee Legend, ett typsnitt med modern och personlig karaktär som utstrålar kaxig stolthet och framåtanda. De vinklade avsluten på bokstäverna stämmer fint in i vår övriga layout. Det är också läsbart och platseffektivt, då det är en aning kondenserat.

Typsnittet finns i många vikter och skärningar, här visar vi bara de mest frekvent använda.

Typsnittet används endast av vår reklambyrå samt Marketing Communications.

Darbee Legend – 65 Bold Ruler

Är alltid huvudval för rubriker, men kan också användas till ingresser, i diagram med mera. Kan användas både versalgement och versalt.

Darbee Legend – 45 Desert Gold

Används mest för kontrastera och skapa dynamik ihop med huvudrubriktypsnittet Darbee Legend 65. Kan också användas som bildtext, kommentarer etc.

Darbee Legend – 25 Sun Chariot

Används som kontrasttypsnitt ihop med huvudrubriktypsnittet Darbee Legend 65. Bör användas med försiktighet i små grader.

DARBEE LEGEND – 65 BOLD RULER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

DARBEE LEGEND – 45 DESERT GOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

DARBEE LEGEND – 25 SUN CHARIOT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

TYPOGRAFI

/brödtext huvudtypsnitt

Vårt huvudtypsnitt för brödtext i extern kommunikation är DIN Rounded. Det är ett typsnitt som med sina rundade former kontrasterar fint mot rubriksnittets kantighet. Det har också hög läsbarhet vilket är viktigt. Typsnittet används endast av vår reklambyrå samt i viss utsträckning av Marketing Communications.

DIN Next Rounded LT Pro – Light

Används som vårt huvudsakliga brödtextsnitt när storleken och trycktekniken tillåter. Om graden blir för liten får man välja Regular istället.

DIN Next Rounded LT Pro – Regular

Används med fördel när graden blir liten eller som negativ text. Kan också förekomma som ingress- eller bildtext.

DIN Next Rounded LT Pro – Medium

Ibland kan man behöva poängtera något ord eller mening och då kan man använda Medium, men endast för kortare ord eller meningar.

DIN NEXT ROUNDED LT PRO – LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåöö

DIN NEXT ROUNDED LT PRO – REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåöö

DIN NEXT ROUNDED LT PRO – MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåöö

TYPOGRAFI

/brödtext längre texter

Adobe Caslon lämpar sig bra för längre texter och används som komplement till huvudtypsnittet DIN Next Rounded.

För siffror i löptext ska Expert-varianterna användas.

Detta typsnitt används av vår reklambyrå samt Marketing Communications.

Adobe Caslon – Regular

Används till citat och brödtexter.

Adobe Caslon – Expert

Används när det förekommer siffror i Adobe Caslon – Regular.

Adobe Caslon – Italic

Används till ingresser och bildtexter.

Adobe Caslon – Italic Expert

Används när det förekommer siffror i Adobe Caslon – Italic.

ADOBE CASLON – REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ADOBE CASLON – EXPERT

1234567890

ADOBE CASLON – ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ADOBE CASLON – ITALIC EXPERT

1234567890

TYPOGRAFI

/vardagstypografi

Vardagstypografin används i daglig kommunikation
– till exempel i brev, mejl eller PowerPoint-presentationer.
Dessa typsnitt ska också användas i all internkommunikation.

Calibri – Light

Används till kortare brödtexter.

Calibri – Bold

Används i första hand till rubriker, men kan också användas
för att lyfta ett kort ord eller en siffra i en löptext.

I familjen finns även **Calibri – Regular** används till ingress
eller när graden är mycket liten.

Som komplement till typsnittet Calibri finns typsnittet
Times som har en mer klassisk och mjuk karaktär.

Times – Regular

Används till löpande text.

Times – Italic

Används till ingresser och bildtexter.

CALIBRI – LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

CALIBRI – BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

TIMES – REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

TIMES – ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VXYZÅÄÖ1234567890?!&#%
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

TYPOGRAFI

/tillämpning

Här är ett exempel där typografin är i harmoniskt samspel. Eftersträva alltid att följa de här proportionerna i så stor utsträckning som möjligt.

Exempel en textsida i A4-format:

Rubrik

Darbee Legend – 65 Bold Ruler
54 p, optisk 0

Ingress

Darbee Legend – 65 Bold Ruler
10/15 p, optisk 0

Brödtext

DIN Next Rounded – Light
9/14 p, optisk 0

Mellanrubriker

Darbee Legend – 45 Desert Gold
8,5/14 p, optisk +30, versaler

Långa mellanrubriker minskas andra radens radfall till 13 p.

Bildtext

Darbee Legend – 25 Sun Chariot
8/10 p, optisk 0



**Laborporuptae nobis mil aditatem et, voluptatque en
renciae ctiaia quas magnatint ipsamendest veni officiet
unde repuda strupta doluptate praes apeles et quatem
licabo. Roqui verunt temqui scipicae conecest ducilis
ullabor eictur magnis dit liquis delesequisti sintorit qui
as sunt ea volent officte optatiam con et.**

Guodiorit venis reic torro esciti comnis ea dolor rore etos
nist, sum volorem. Est ad mollique offic te num simi, nose
soloratiist, aut faccumquam reprat aut odi beaqui samelisa
rerferis ni idusapid quibus as dolupta nobit fugias eictius
moluptatur molum eosandignia ex escium nos apero temut
peligenaborporuptae nobis mil et aditatem et, voluptatque
renciae ctiaia quas magnatint ipsamendest veni.

LABORPORUPTAE NOBIS MILET OSERA

Roqui verunt ntemqui scipicae conecest ducilis ullaborato
es eictur magnis dit liquis delesequisti sintorit, qui as sunt
adel volent officte optatiam, con et adele quodiorit venis
torro ex esciti comnis ea dolorrore nist, sum volorem. Est
adderas mollique offic te num simi, nos soloratiist, aut fac.

NOBIS MILET OSERA ENOTECA MABILIS MOLAPUTUR QUAS MAGNITELES

Repudae strupta doluptate praes a peles et quatem licabo.
Ro qui verunt ntemqui scipicae conecest ducilis ullabor
eictur magnis dit liquis delesequisti sintorit, qui as suntea.

Nam que dolorer untius enis quam ipsae pro millatur. At et
mod et la sitatum quates vendipiet lab is corions eucptium,
que dolum facestion explabor aboriam aut isitatusam fuga.
Ecatqui repedi ut volorehende porepelitae necto beaque
molupti scipit occusandebis autemo audias ad minctatur.
Volorro rerfe riotem que num nossitat fuga. Hitaturerum
eum laut idemet facia volupta nonsed quaspel igenem sinto
incte cullam int odici aliqui tem repedio que volupta speris
sunt alis eicidi omnimendit, opta que si tem rerspis sapitat.



Laborporuptae nobis mil et aditatem et, voluptatque en renciae
ctiaia quas magnatint ipsamendest veni officiet unde.

Sedi consequam, aut eatem acearum simet quam siminci
latur voluptae pro mo tempor repeditate pratis dollabores
sitaepuda culpa plicid quo dolupid excepel iatur, eat. Quunt
pelecab oremos nus, quunt, latisinti vent. Necto pliquasin
nem es dem serum vent ut ad maio dolecerum et experum
laut offic to int exero mi, con cus, aliquat aut aut etur alibus.

TYPOGRAFI

/tillämpning

Här är ett exempel där typografin är i harmoniskt samspel. Eftersträva alltid att följa de här proportionerna i så stor utsträckning som möjligt.

Exempel en textsida i A4-format:

Rubrik

Darbee Legend – 25 Sun Chariot

Darbee Legend – 65 Bold Ruler

45 p, optisk 0

Ingress

Darbee Legend – 55 Rock Sand

14/19 p, optisk 0

Brödtext

DIN Next Rounded – Light

9/14 p, optisk 0

Mellanrubriker

Darbee Legend – 55 Rock Sand

8,5/14 p, optisk +30, versaler

Långa mellanrubriker minskas andra radens radfall till 13 p.

Bildtext/citat

Adobe Caslon – Semibold Italic

12/15 p, optisk 0

Bildtext

Darbee Legend – 25 Sun Chariot

8/12 p, optisk +30, versaler

Volymutveckling i godsnavet

Sequis elisit exceptatios apist, simus exerehe ndebis eostrum vitem accullam, perem omi abo. Itatinc imolumendunt quam venis dolupta accusam umentempos dolore quisa que est, assi conecta ero estiorerum quos doluptatquae nos mo corupta ditae. Cillignimo doluptae. Gaiducil incit vernatiorem fuga. Nem ade ut unto iunt aut exerum etiundam erovide liquosam quia conempo rrovita qui del ipitatibus.

HÖGRE MARKNADSANDELAR INOM CONTAINER OCH JÄRNVÄG

Um aut officuria eturem sit volorum quatus, utem aut quis sum, quibusdae sedit omnihitatum fugitatem quo bear- undaes nonse dolupiendit venimolut pos elitatis dellautas res re nobitae est, sequoss imintet omnis vellece ptatemq uaeovi tatur, quaepeidis doluptasitas doluptas aut volecto exerspe riassitatum quat id unt omnissum quae eos sus aut repre, occupta corecaetur maionsecto consedis quatemp orepel iment officia volor aut re moditio nsequia vellia non nem faccum estist explaboriam quodigentum cor maxim illa consequiae maionse prae. Nam excesti aestrum con et dit odit perum quid ut ere imagnie nihilitaquo mos rem qui quunt quatur situs quid quaspinda quaspit inveliquae num siti quossec esseditestio quame poriaecte voles ipsustent exped et velest, omnihil eturitur.

LÄGRE, MEN FORTFARANDE HÖGA VOLYMER FÖR RORO, FÄRJA OCH BILAR

Delectium velibus, temverit lamet dolecatibus imus eos qui cusam sumet, non endigna testis int ulparupta aut volorem elibusa antur, eicta aut verferiae voluptiore offic tet adit, aut inis cum ius simin con pal nonsequis doluptu resequos quae es dolorepedi tem coraectur aliquae ceptatur.

LÄGRE VOLYMER INOM ENERGI

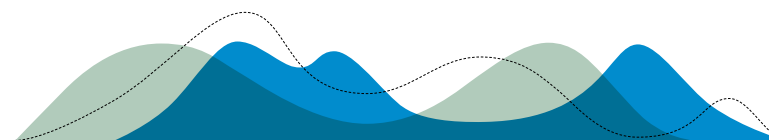
Temquae ella dipid mincit laidit restio to volo dollupi tiuntib usandia essin net ut etus iur? Quis nihicit as sincto dolupta tiat asimet este volupta dolorem ento int doluptatur, tempe dolupiendae et quam, ex enis et reprerat. Nimusae dolum eatium de od quiaeri aspediti cum rerae delia aliti consequi officitatore adel modignis unt natempore dolupta dolupta eicta officie nduciis mos alitem dem quate magniti vent vole haricon sequiscia quiam estio eturi, ipsam aboae sintios.

KRYSSNINGEN OCH KOMMANDE REKORDÅR

Ecto optae que nis que peris vollant aut officitis mo tessi inci deria quam quam ligenitati aut res idessiti ut modis tior recae excerrorest lanitas itatia aribus quidelia que nobis el molorio ipsam, quodi cusam iment fugit laudam nis eiciis cust, odit plam, sam, odici nullam nam, sustiaspelit quiam, ut aut vent quis ne vorlorro ipictus ea nernati. Temquae ellar mincit la idit restio to volo dollupi.



Porepudio enit venibil experspit ipsanimus dolor rem non repe queom nietur sandit, vendipi ctaturi sum berecab oriaesent officiere volorerro.



NIET VELIQUO VOLENT ADIOREHENTIA CORRUM NIMET LANDUCIDUST AS ALIT QUOSAM

3 FÄRGER

Göteborgs Hamn har en flexibel och modern färgpalett med nordisk ton. Progressiv och dynamisk med såväl milda toner som kaxiga signalfärger för att ge maximalt utrymme för kreativitet.

Det är även tillåtet att använda färgerna med transparens, vilket ger upphov till intressanta färgmöten och spännande effekter.

Tänk dock på att färger uppträder olika beroende på om de är tryckta med PMS-färg eller 4-färg; på bestruket eller obestruket papper; på skärm eller i en trycksak.

OBS! Utgå alltid från högsta möjliga läsbarhet när du väljer färger. EU:s tillgänglighetskrav ställer krav på bra kontrast och användning av färger.

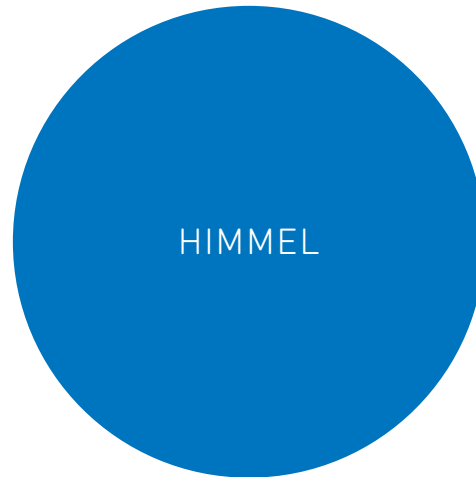
FÄRGER

/primärfärger

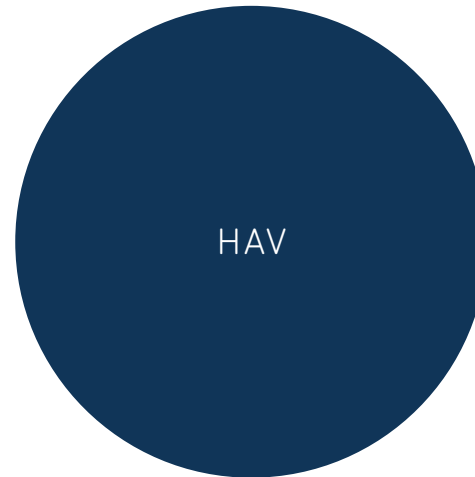
Som huvudfärger har Göteborgs Hamn två nyanser av blått som symboliserar vår verksamhet. Vi kallar dem Himmel och Hav. Vårt hängivna arbete för minskade utsläpp symboliseras av Himmel; en klar blå nyans.

Vattnet och vågorna, bäraren av vår verksamhet, symboliseras av Hav; en mörkare havsblå. Observera att detta är huvudfärgerna i logotypen, i övrig kommunikation bör de förekomma mer sparsamt.

CMYK 100-40-0-0
PMS 300 C
RGB 0-116-186
HEX #0074ba



CMYK 100-77-35-35
PMS 7694 C
RGB 16-53-88
HEX #103558



FÄRGER

/komplementfärger

Våra komplementfärger lyfter och skapar spännande synergier med primärfärgerna.

Den här färgpaletten kopplar till vårt nordiska ursprung. De mättade naturfärgerna och milda pastellerna passar fint till större färgplattor, medan de tunna nyanserna kan användas som bakgrundstoner. Samtliga komplementfärger kan användas med transparens.

Observera att samtliga färgchip har egna unika färgkoder, de ljusare färgerna är alltså inte nyanser av de mörkaste färgerna. Detta för att komplementfärgerna ska behålla sin lyster även i ljusare toner.

Fler exempel på hur komplementfärger ska appliceras i layout hittar du i kapitlet Tillämpningar.



CMYK 0-40-100-70	CMYK 1-27-60-5	CMYK 0-20-45-3	CMYK 0-13-29-2	CMYK 0-8-19-1	CMYK 0-5-9-0
RGB 106-74-0	RGB 240-190-115	RGB 247-208-152	RGB 251-225-189	RGB 253-237-213	RGB 255-245-235
HEX #6a4a00	HEX #f0be73	HEX #f7d098	HEX #fbe1bd	HEX #fdeedd5	HEX #fff5eb



CMYK 77-53-89-47	CMYK 59-22-51-2	CMYK 44-13-38-0	CMYK 29-6-25-0	CMYK 23-3-17-0	CMYK 13-2-9-0
RGB 56-71-41	RGB 119-162-138	RGB 158-190-170	RGB 194-216-201	RGB 208-227-219	RGB 229-239-236
HEX #384729	HEX #77a28a	HEX #9ebeaa	HEX #c2d8c9	HEX #d0e3db	HEX #e5efec



CMYK 0-80-60-56	CMYK 12-65-53-0	CMYK 4-49-31-0	CMYK 0-27-18-0	CMYK 0-15-9-0	CMYK 0-9-5-0
RGB 131-48-45	RGB 219-116-106	RGB 237-156-154	RGB 249-204-199	RGB 252-228-226	RGB 253-239-238
HEX #83302d	HEX #db746a	HEX #ed9c9a	HEX #f9ccc7	HEX #fce4e2	HEX #fdefee



CMYK 41-71-57-61	CMYK 44-47-51-19	CMYK 24-33-37-10	CMYK 8-12-18-6	CMYK 2-6-9-3	CMYK 2-4-5-2
RGB 89-51-50	RGB 140-119-107	RGB 189-163-148	RGB 227-216-203	RGB 245-237-229	RGB 247-243-240
HEX #593332	HEX #8c776b	HEX #bda394	HEX #e3d8cb	HEX #f5ede5	HEX #f7f3f0



CMYK 75-23-18-53	CMYK 75-23-18-0	CMYK 44-14-13-0	CMYK 26-7-8-0	CMYK 15-3-5-0	CMYK 9-2-3-0
RGB 28-92-113	RGB 45-154-190	RGB 155-193-213	RGB 199-219-231	RGB 224-237-242	RGB 236-244-247
HEX #1c5c71	HEX #2d9abe	HEX #9bc1d5	HEX #c7dbe7	HEX e0edf2	HEX #ecf4f7



CMYK 67-57-47-45	CMYK 41-30-33-11	CMYK 30-22-23-4	CMYK 17-12-13-2	CMYK 7-5-7-1	CMYK 3-2-4-1
RGB 73-74-81	RGB 154-156-154	RGB 186-186-186	RGB 216-216-216	RGB 239-238-236	RGB 247-247-245
HEX #494a51	HEX #9a9c9a	HEX #bababa	HEX #d8d8d8	HEX #efeec	HEX #f7f7f5

FÄRGER

/accentfärger

Accentfärgerna har en annan karaktär och funktion än komplementfärgerna. De är starka signalfärger som skapar lyskraft åt detaljer. De står för drivet och energin i vår verksamhet. De används främst på mindre ytor, ikoner och tabeller till exempel. Men de kan även

användas för transparenta färgplattor i större format, men då gäller det att det görs med eftertanke och försiktighet. Fler exempel på hur accentfärger ska appliceras i layout hittar du i kapitlet Tillämpningar.



CMYK 0-56-79-0
RGB 241-136-63
HEX #f1883f

CMYK 70%

CMYK 50%

CMYK 30%

CMYK 15%

CMYK 7%



CMYK 82-27-41-10
RGB 13-132-140
HEX #0d848c

CMYK 70%

CMYK 50%

CMYK 30%

CMYK 15%

CMYK 7%



CMYK 67-0-14-0
RGB 60-188-217
HEX #3cbcd9

CMYK 70%

CMYK 50%

CMYK 30%

CMYK 15%

CMYK 7%



CMYK 0-77-25-0
RGB 235-90-130
HEX #eb5a82

CMYK 70%

CMYK 50%

CMYK 30%

CMYK 15%

CMYK 7%



CMYK 34-0-90-0
RGB 190-209-51
HEX #bed133

CMYK 70%

CMYK 50%

CMYK 30%

CMYK 15%

CMYK 7%



CMYK 0-10-82-0
RGB 255-223-60
HEX #ffdf3c

CMYK 70%

CMYK 50%

CMYK 30%

CMYK 15%

CMYK 7%

FÄRGER

/färgkompisar

Med vår rika färgpalett blir möjligheterna till färgkombinationer oändliga och när det gäller färgval finns det stort utrymme för kreativ frihet. Men för att förenkla har vi tagit fram tolv färdigmatchade färgkombinationer att utgå ifrån. Tänk också på möjligheten att jobba med opacitet i färgerna för att uppnå nya spännande effekter.

SOBRA TONER OCH MILDA KOMPLEMENTFÄRGER



MÖRKA TONER MED FÄRGSTARKA KOMPISAR



FÄRGSTARKT OCH DYNAMISKT



FÄRGPLATTOR

mot fotografier

Göteborgs Hamn är öppet och transparent – det ska vi även visa i vårt grafiska uttryck. Låt tonade färgplattorna spela mot foton och överlappa varandra för att skapa spännande dynamik. Det är viktigt att utgå från bildens förutsättningar när du applicerar plattorna och tänk på alla fotografier är inte lämpliga att använda. Läsbarheten i text är första prioritet, så anpassa alltid den tonade färgplattan med antingen opacitet eller transparens för maximal läsbarhet.



EXEMPEL PÅ FÄRGPLATTOR MED MULTIPLICERAD EFFEKT



EXEMPEL PÅ FÄRGPLATTA MED MULTIPLICERAD EFFEKT



EXEMPEL PÅ FÄRGPLATTA MED 85% OPACITET

4 GRAFISK SYMBOL

Vår grafiska symbol "The Arrow" i kombination med bild och typografi skapar en stark och tydlig identitet, ett grafiskt DNA som våra målgrupper känner igen oavsett kommunikationskanal. Göteborgs Hamn blir lätt att identifiera, till och med när avsändaren inte syns. Symbolen skapar också utrymme för stor kreativ frihet, både i rörliga kanaler och traditionellt tryck.

THE ARROW

/symbolen

The Arrow är en enkel och stark grafisk symbol. Den påminner om marina gradbeteckningar, men är också en symbol för vår framåtrörelse. Den enkla formen kan med fördel användas i både stora och små format.

Exempel på hur The Arrow ska appliceras i layout hittar du i kapitlet Tillämpningar.

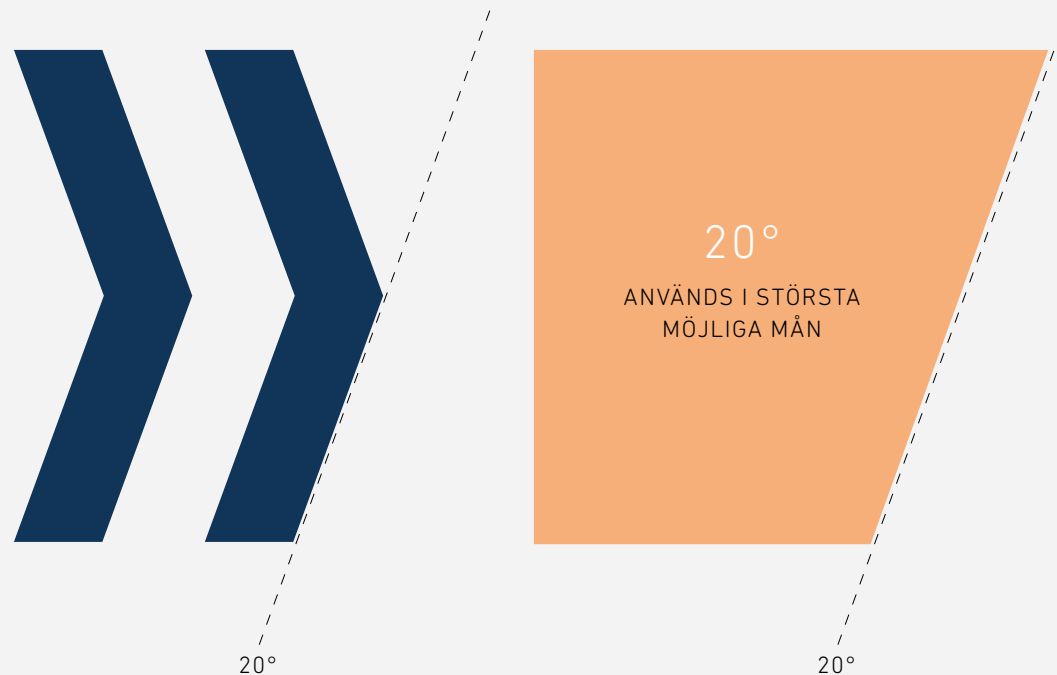


THE ARROW

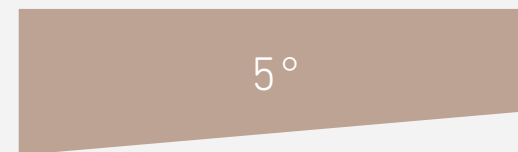
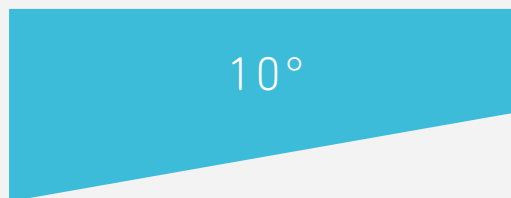
/systemet

The Arrow kan användas för att skapa effekter och understryka delar av kommunikationen, men pilens form styr också hur vi beskär färgplattor i layout.

Beskärningar ska utgå från pilens 20-gradiga spetsvinkel. I layouter där det inte fungerar, kan även beskärningar med 5 och 10 graders lutning användas. De mindre lutningarna passar bäst i över- och underkant på layouten.



LUTNINGSGRADER DÅ FÄRGPLATTAN LIGGER I ÖVER- ELLER UNDERKANT PÅ LAYOUTEN



THE ARROW

/exempel

Som dekorelement kan The Arrow användas på många olika sätt; som accentuerande bildelement, hel platta under text eller som grafisk symbol ihop med text.

När The Arrow används som dekorelement, så styr pilens vinkel hur färgplattorna beskärs i layouten.

Genom att konsekvent använda den snedställda vinkeln stärker vi associationen till Göteborgs Hamn i all kommunikation. I den här typen av layout kan även färgpaletten användas för att färgsätta de grafiska elementen.

Exempel på hur The Arrow och färgplattor appliceras tillsammans i layout hittar du i kapitlet Tillämpningar.



5 BILDSPRÅK

En bild säger mer än tusen ord sägs det. Just därför har vi lagt stor vikt vid att hitta vårt eget uttryck i bildspråket, en stil och tonalitet som genomsyrar vårt fotouttryck för att ge en enhetlig bild av oss.

Utöver det definierade fotografiska uttrycket kan specifika kampanjfotografier tas fram, men det får enbart göras av Marketing Communications i samarbete med reklambyrån.

VERKSAMHETEN

Skildrar vår dagliga verksamhet både i hamnområdet och på kontoret.

HAMNOMRÅDET

Här hittar vi fartyg, större vyer, drönbilder och helikopterbilder.

VISIONSBILDER

Datorvisualiserade bilder av framtida projekt.

REDAKTIONELLT

Invigningar, pressbilder, eventbilder etc.

PERSONAL

Medarbetarbilder för hemsida etc.



BILDSPRÅK

/grading

Göteborgs Hamn har ett konsekvent färgspråk och det ska även synas i fotografiernas toner. Bilderna måste passa ihop och ha samma känsla och tonalitet, oavsett om det är en närbild på medarbetare i hamnen eller en storslagen drönbild av ett kryssningsfartyg på väg in i hamninloppet.

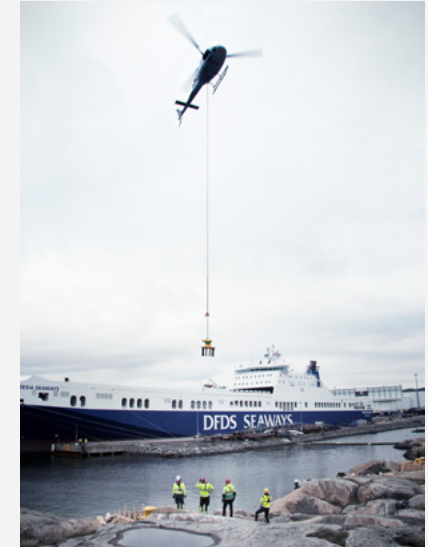
Med grading menar vi färgställningen av bilderna. Genom att enhetligt och konsekvent färgmatcha alla foton får de en tydlig varumärkestonalitet.

Det här gäller för alla foton oavsett innehåll:

NORDISKT SVALA TONER

NEDTONADE FÄRGER

MJUKT DAGSLJUS, MEN MED KONTRASTER



BILDSPRÅK

/verksamheten

Det ska kännas att vår hamn sjuder av liv och aktivitet. Lastning och lossning pågår, människorna är i fokus. Den rätta känslan når vi genom att jobba med kort skärpedjup och fokusera på personer och aktiviteter. Utrållningen ska vara proffsig, positiv och spontan. För att göra ett trovärdigt intryck måste det vara riktiga människor i riktiga arbetsituationer.

Vi eftersträvar att våra bilder ska vara välkomponerade och inte bli röriga. Känslan är ren och modern.

AKTIVITET OCH ARBETE
PROFFSIGT
PERSONLIGT OCH POSITIVT



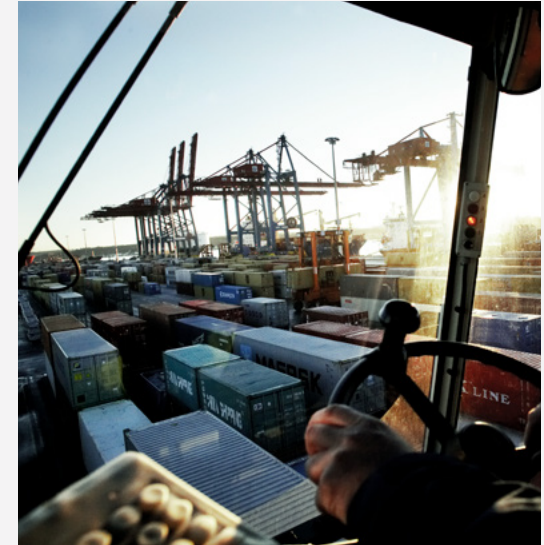
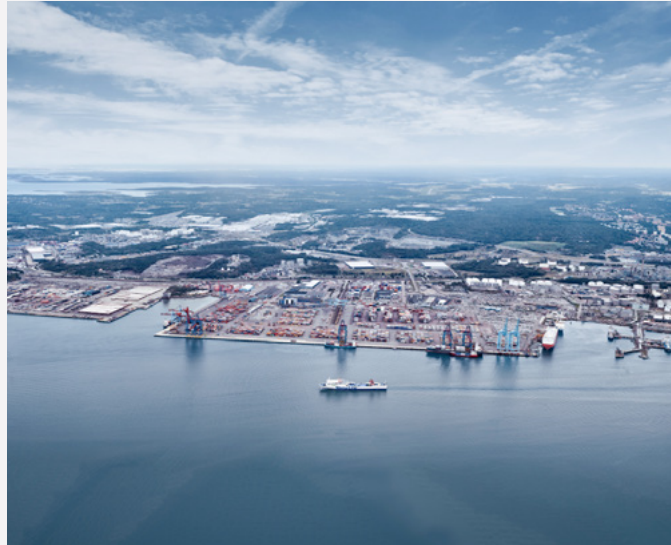
BILDSPRÅK

/hamnområdet

Bilder på hamnen och vår närmiljö ska vara storslagna och imponerande. Full aktivitet är ledordet. Fartyg i rörelse, kranar i arbete och vida vyer över hamnen är viktiga inslag för att skapa rätt känsla.

Rent hav och ren natur ska också avspglas i bilderna.

NORDISKT
AKTIVITET
MILJÖANSVAR



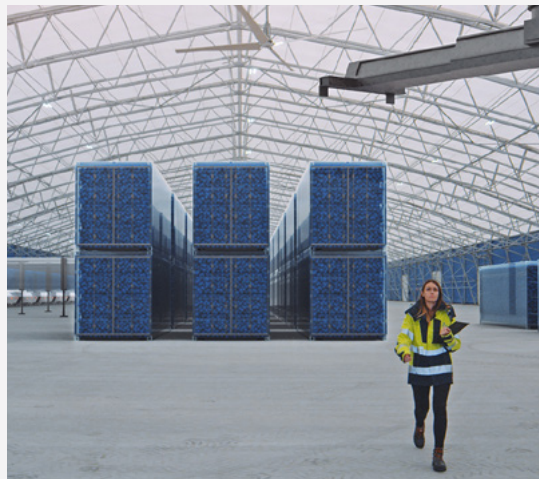
BILDSPRÅK

/visionsbilder

Göteborgs Hamn står för innovation, utveckling och tydliga visioner.

Visionsbilderna används primärt i vår kommunikation när vi vill visualisera framtidsplanerna för godsnavet. Det är fiktiva bilder och animationer skapade med avancerad digital teknik för att förklara sammanhang och fånga intresse med ett progressivt och spännande innehåll. Visionsbilderna färgställs i blåa toner för ett enhetlig och konsekvent bildspråk. Visualiseringarna tas fram av reklambyrån på beställning.

PROGRESSIVA
DYNAMISKA
BLÅ FÄRGSKALA



BILDSPRÅK

/redaktionellt

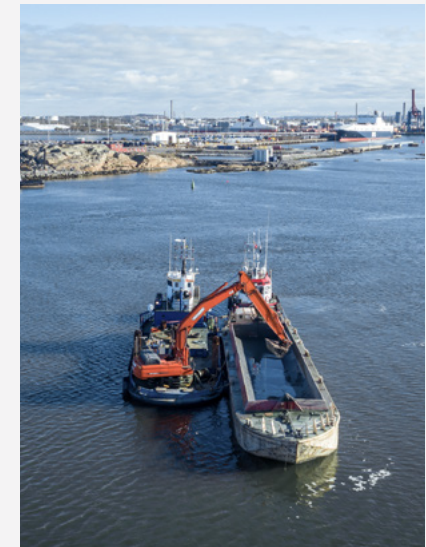
Redaktionellt och dokumentärt bildmaterial behöver inte ha samma uttryck och grading som övrigt kommunikationsmaterial.

OBS! Bildmaterialet ska fortfarande hålla en hög fotografisk standard gällande skärpa, komposition och ljussättning.

REALISTISKT

LEVANDE

AKTUELLT



BILDSPRÅK

/medarbetare

Människorna är vår viktigaste tillgång och vi vill att det ska märkas. Varje medarbetare är vårt ansikte utåt, därför är det viktigt att alla blir professionellt fotograferade med ett varmt och välkomnande uttryck.

Lika viktigt är att konsekvent använda samma fotomanér och fylla på med porträttbilder allt eftersom vi blir fler.



6 ILLUSTRATIONER

I vår dagliga verksamhet har vi ofta behov av att visualisera information i form av tabeller, statistik, kartor etc.

När vi redovisar fakta, siffror, kartor med mera är det viktigt att hålla sig till illustrationsmanéret som presenteras på de följande sidorna.

IKONER

TABELLER & INFOGRAPHIC

KARTOR

IKONER

/manér

Det viktigt att applicera ett lekfullt, lättillgängligt och avskalat formspråk för symboler, ikoner och andra illustrationer. Ta alltid utgångspunkt i Göteborgs Hamns färgpalett vid formgivningen och eftersträva stram tydlighet med en kul knorr.

I vår bildbank finns olika ikoner, använd gärna dom för att göra kommunikationen lättillgänglig och trevlig.



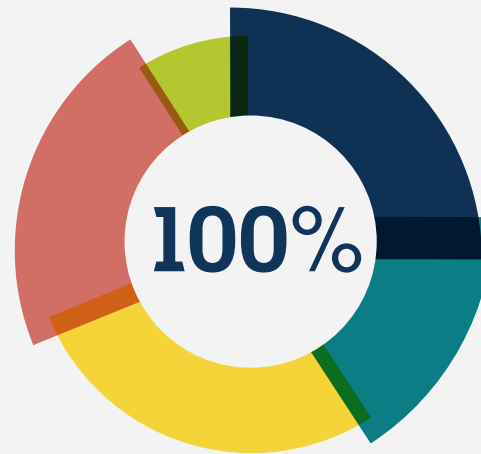
DEN SOBRA OCH NEDTONADE FÄRGSKALAN



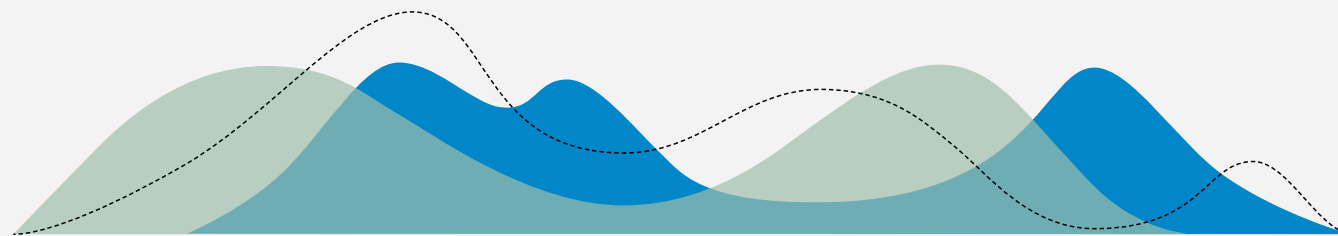
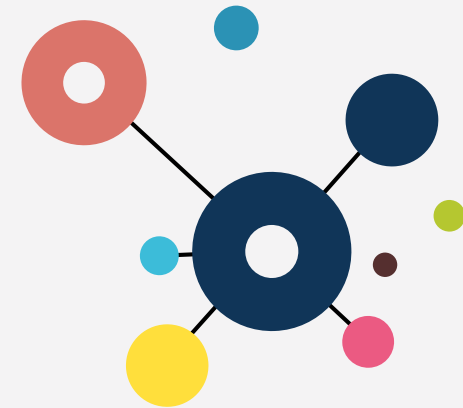
DEN FÄRGSTARKA OCH KAXIGA

TABELLER & infographics

Statistik kan ofta upplevas som otillgänglig och svår-
begriplig. Där kan kreativ infographic och väldesignade
tabeller göra underverk. Tänk på att utnyttja möjligheten
att arbeta med transparens i färgerna. Då uppstår nya
spännande effekter.



CIRKELDIAGRAM MED OPACITET



VÅGDIAGRAM MED OPACITET

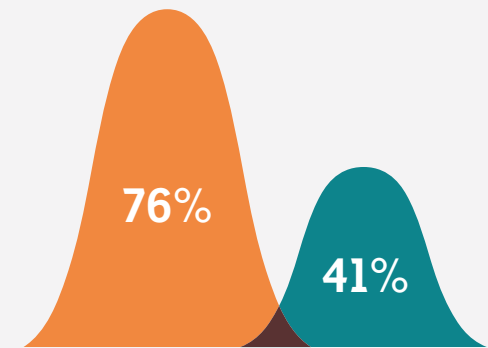


DIAGRAM MED OPACITET

7 MÖNSTER

Göteborgs Hamn har ett eget och unikt mönster. Det utgår från The Arrow och kan enkelt anpassas med hjälp av den breda färgpaletten.

MÖNSTER

Mönstret har ett brett användningsområde och genom att välja olika utsnitt kan vi öka variationen. Här är exempel på hur samma mönster kan se väldigt olika ut beroende på färgval och storlek.

På bildbanken finns ett mönster med en färdig färgställning som får användas under förutsättning att det inte förändras eller förvanskas.

Till andra produktioner tar Marketing Communications och reklambyrån fram det på beställning för att säkerställa att mönstret anpassas och hanteras på rätt sätt.



EXEMPEL PÅ ANDRA FÄRGGKOMBINATIONER



DETTA MÖNSTER FINNS FRAMTAGET OCH KAN ANVÄNDAS



8 TILLÄMPNINGAR

Kommunikation

På de följande sidorna visar vi hur alla delar i den grafiska profilen samverkar. Syftet är att visa på de kreativa möjligheterna, men också visa hur alla beståndsdelarna samverkar och bildar en helhet i olika kanaler.

Det är genom att tillämpa Göteborgs Hamns unika grafiska DNA på ett enhetligt och konsekvent sätt som vi mest framgångsrikt förmedlar företagets och godsnavets styrkor, värderingar och personlighet.

TILLÄMPNINGAR KOMMUNIKATION:

GARANTTEXT

TRYCKSAKER

ANNONSER PRINT & SOCIAL MEDIA

REKRYTERINGSSANNONSER

ROLLUPS

POWERPOINT

INBJUDNINGAR

DIGITALT



GARANTTEXT

Göteborgs Hamn AB är en del av Göteborgs Stad. Bolagets förhållande till staden ska vara tydligt för boende, besökare, näringsliv, anställda och omvärlden. Därför finns en så kallad garanttext som tydliggör att Göteborgs Hamn AB är ett helägt kommunalt bolag i Göteborgs Stad.

Därför ska material där Göteborgs Hamn AB är avsändare kompletteras med garanttexten "Göteborgs Hamn AB – en del av Göteborgs Stad" i den mån det går. Det innebär inte att vi måste lägga till det på varenda slide i powerpointpresentationer eller på varenda sida i en trycksak – utan snarare på sista sidan i tryckt material, på sista sidan i powerpointpresentationer, i sista bildrutan i rörligt material samt i annonsering.

Garanttexten används enbart när bolaget är avsändare.

Garanttext

DIN Next Rounded – Light alt. Regular
Versaler ca 5,5p, optisk +60

GÖTEBORGS HAMN AB – EN DEL AV GÖTEBORGS STAD
MUNICIPAL COMPANY, CITY OF GOTHENBURG

EXEMPEL PLACERING GARANTTEXT I ANNONSER

Vi klimatbantar svensk utrikeshandel. Hur många ton vill du gå ner?

CARBON DIET
CO₂
GÖTEBORGS HAMN

Har du räknat på hur mycket dina transporter belastar miljön? Sånt räknar vi på varje dag. För om vi på allvar ska bygga en hållbar värld måste vi se till att godset kan flöda in och ut ur Sverige med minsta möjliga miljöpåverkan. Göteborgs hamn anses redan idag vara en av världens ledande hamnar på miljöområdet. Det kan ju låta lite skrytigt, men vi stannar inte där. Till 2030 ska vi minska koldioxidutsläppen i hela godsnavet med 70 procent. Och vad har det med dig att göra? Jo, genom att transportera ditt gods via Göteborgs hamn så är du med och bygger en mer hållbar och framtidssäker logistikkedja. Samtidigt kan du sänka ditt totala CO₂-avtryck för dina produkter med tusentals ton. Så, är du redo att banta med oss?

LÄS MER PÅ [GÖTEBORGHAMN.SE/KLIMAT](https://www.goteborghamn.se/klimat)

GÖTEBORGS HAMN

Vi kan banta den här ryggsäcken med 1 kilo.

GÖTEBORGS HAMN AB – EN DEL AV GÖTEBORGS STAD

GÖTEBORGS HAMN

TRYCKSAKER

/broschyrer, foldrar

Även om kommunikation blir alltmer digital så finns det fortfarande behov av att lämna ett mer beständigt intryck. Vi producerar många rapporter och redovisningar och i våra trycksaker är det viktigt att vi håller ihop det grafiska uttrycket med en konsekvent profil.

För tryckt publik information i A4-format ska alltid utfallande bilder användas med en tonad färgplatta i ovankant. Färgrutan ska ligga under rubriken och ha proportionella marginaler till kanterna. Rubriksnitt: Darbee Legend.

Ibland tar vi fram specifika trycksaker för mässor, event eller liknande och där är det tillåtet att använda ett annat uttryck.



ANNONSER

/print

Annonsers utformning kan variera beroende på kampanj, syfte och idé. De måste alltid innehålla logotyp, grafiska profilelement och webbadress. Samt garanttexten när bolaget, Göteborgs Hamn AB, är avsändare.

GÖTEBORGS HAMN AB - EN DEL AV GÖTEBORGS STAD

幫助室內植物度過寒冬

Vi kan banta den här tidningen med 1,2 kilo.

Att exportera papper och andra varor via Göteborgs hamn kan minska klimatpåverkan med flera hundra kilo koldioxid per container. Vilken typ av varor fraktar du? Se hur vi klimatbantar transporter på goteborgshamn.se/klimat

GÖTEBORGS HAMN

EXEMPEL PÅ LIGGANDE ANNONS

Vi klimatbantar svensk utrikeshandel. Hur många ton vill du gå ner?



Har du räknat på hur mycket dina transporter belastar miljön? Sånt räknar vi på varje dag. För om vi på allvar ska bygga en hållbar värld måste vi se till att godset kan flöda in och ut ur Sverige med minsta möjliga miljöpåverkan. Göteborgs hamn anses redan idag vara en av världens ledande hamnar på miljöområdet. Det kan ju låta lite skrytigt, men vi stannar inte där. Till 2030 ska vi minska koldioxidutsläppen i hela godsnavet med 70 procent. Och vad har det med dig att göra? Jo, genom att transportera ditt gods via Göteborgs hamn så är du med och bygger en mer hållbar och framtidssäker logistikkedja. Samtidigt kan du sänka ditt totala CO₂-avtryck för dina produkter med tusentals ton. Så, är du redo att banta med oss?

LÄS MER PÅ GÖTEBORGS HAMN SE / KLIMAT



EXEMPEL PÅ HELSIDA

ANNONSER

/SoMe

I social media kan vi kombinera stillbilder, rörlig grafik, film och ljud beroende på syfte och kampanj. Det innebär att många grafiska komponenter kan användas och inkorporeras.

Även om möjligheterna är många – var noga med att alltid följa de grafiska riktlinjerna vad det gäller typografi, färger och vinklar på färgplattor. Nedan är exempel från kampanjer där den tonade färgplattan och pilen rör sig snyggt över bilden.



REKRYTERING

För att effektivt rekrytera nya medarbetare och skapa intresse för Göteborgs Hamn AB som attraktiv och modern arbetsplats är vi synliga i sociala medier och andra nätverk. Målet är att förmedla bilden av ett nytänkande företag.

Vi rekryterar genom verktyget Workbuster som genererar info på LinkedIn. Veldig sällan sker rekrytering i tryckt media.

Här är ett exempel på rekryteringsannonser och rollups med ett tydligt budskap som både lockar arbetssökande och bygger varumärke. En tydlig uppmaning hänvisar till vår webbsida och andra nätverk där all information om tjänsten finns.

I annonserna används limegrönt som accentfärg för att stå ut och väcka uppmärksamhet i bruset.



EXEMPEL PÅ DIGITALA PLATSANNONSER

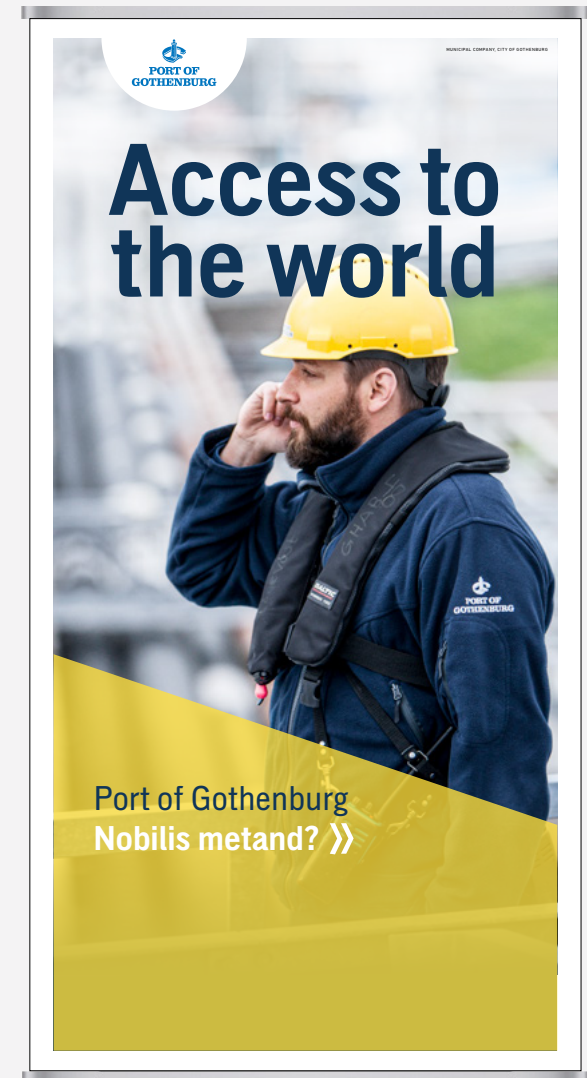


EXEMPEL PÅ EN ROLLUP

ROLLUPS

Rollups med Göteborgs Hamn som avsändare ska produceras enligt den grafiska profilen. Exakt utformning varierar beroende på kampanj, idé och syfte.

Specifikt för rollups är att logotypen alltid ska placeras högst upp för att synas ordentligt. Minst ett ytterligare profilerande grafiskt element ska också finnas med.



PPT-PRESENTATION

De presentationer som producerats av byrån följer den grafiska profilen. Det är gjort i InDesign – med typsritten Darbee och DIN – och har låsta bilder. De kan inte redigeras men däremot går det att komplettera med nytt material om så önskas. Se till att presentationen hänger ihop grafiskt och känns som en sammanhållen helhet. Därför används alltid Göteborgs Hamns PowerPoint-mallar. Mer om det på nästa sida.



FÖRSTASIDA



BILDSIDA



CITATSIDA



TEXTSIDA

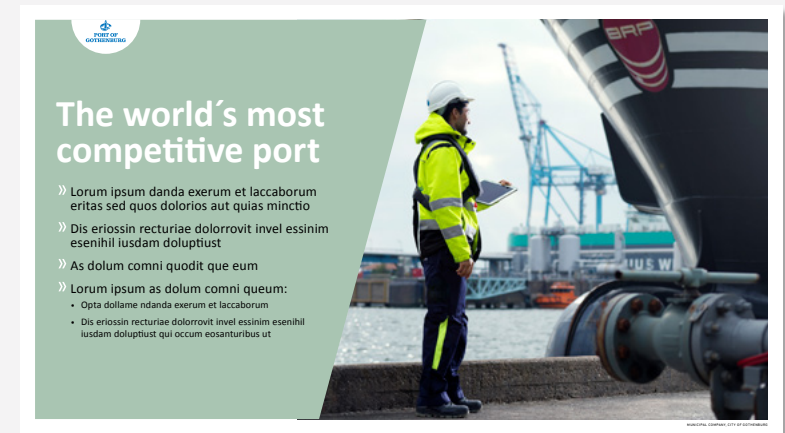
PPT-MALL

PowerPoint-presentationer ska utformas enligt de grafiska riktlinjerna, vara enkla att använda och ge ett tydligt och trevligt intryck av företaget. I mallarna används vardagstypsnitten Calibri och Times.

Se till att inte fylla varje sida med för mycket information – texten ska bara vara ett stöd för minnet. Använd inte för många sidor och tänk på innehållet presenteras i en logisk ordning.



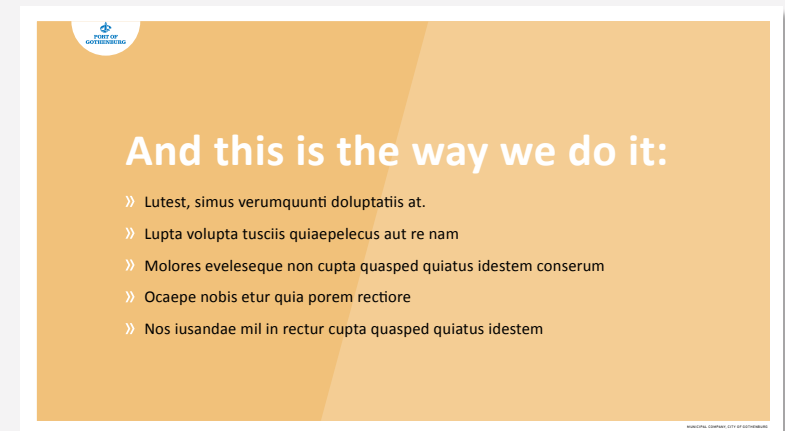
FÖRSTASIDA



TEXT- OCH BILDSIDA



CITATSIDA



TEXTSIDA

INBJUDNINGAR

Inbjudningar och andra specialtrycksaker ska följa den grafiska profilen. För dynamisk utformning använd gärna ett brett urval av de grafiska resurser som finns att tillgå; foton, mönstret, ikoner och färgpaletten bland annat.

Mejlinbjudningar

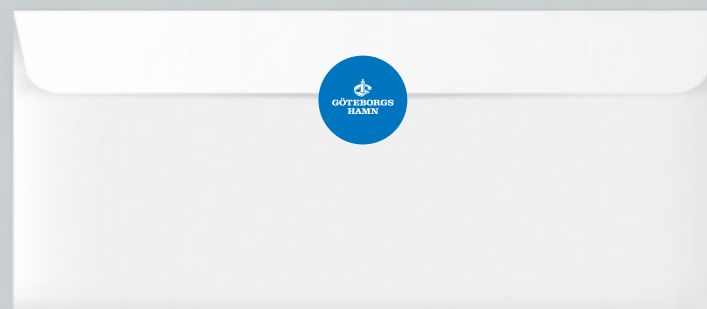
Vid mindre tillställningar som medarbetardagen och mindre event görs enbart digitala inbjudningar.

Standardinbjudningar

Vid mindre event och kundträffar där vi vill att kunden ska känna sig personligt inbjuden använder vi standardinbjudningar. De skickas i kuvert med klisterdekal för igenkänning och premiumkänsla. Innehållet i kuvertet anpassas till varje event.

Kampanjinbjudningar/Stora event

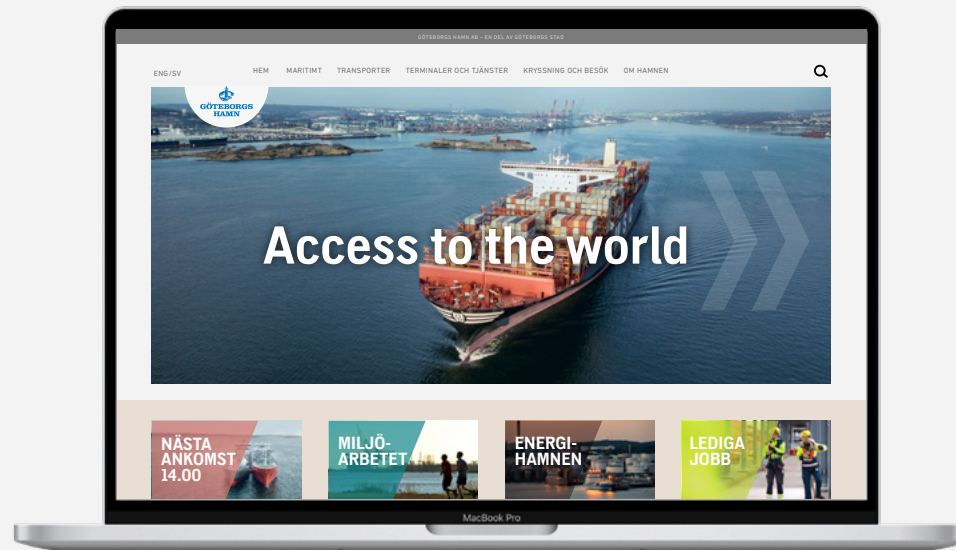
Hamndagen och Energihamnsdagen är exempel på stora event med inbjudningar som sticker ut lite extra – antingen digitalt eller i tryckt form. För stora event kan även en anpassad webbsida skapas.



EXEMPEL PÅ EN STANDARDINBJUDAN

DIGITALT

Det pågår ett stort arbete att se över Göteborgs Hamns digitala plattformar. Och de kommer följa samma manér som övrig kommunikation. Se dessa som inspirerande exempel.



WEBB



NYHETSBRV

9 TILLÄMPNINGAR

Identitet

På de följande sidorna visar vi hur alla delar i den grafiska profilen samverkar. Syftet är att visa på de kreativa möjligheterna, men också visa hur alla beståndsdelarna samverkar och bildar en helhet i olika kanaler.

Det är genom att tillämpa Göteborgs Hamns unika grafiska DNA på ett enhetligt och konsekvent sätt som vi mest framgångsrikt förmedlar företagets och godsnavets styrkor, värderingar och personlighet.

TILLÄMPNINGAR KOMMUNIKATION:

VISITKORT/BREVPAPPER/KUVERT

MAILFOT

KLÄDER & FORDON

MERCHANDISE

FLAGGOR

PAPPERSVAL



STATIONARY

Här visas exempel på brevpapper, visitkort och kuvert som vi kommer att producera mallar för framgent.



MAILFOT

/tillämpning

Mejlfoten ska vara enhetlig för samtliga medarbetare på Göteborgs Hamn AB. Det betyder att alla ska använda typsnitt, storlek på text och siffror samt färg, enligt nedan. Om du vill lägga till någon information utöver det och/eller länkar så ska det ligga ovanför mejlsignaturen.

Vi använder den statiska jubileumsloggan – inte den animerade – under hela år 2023, efter årsskiftet återgår vi till vanliga logotypen. Mailsignaturen ska vara på engelska.

Jubileumslogga

3 cm hög, statisk logo ej animerad

Namn

Calibri 12 p, svart text

Adress och telefonnummer

Calibri 10 p, svart text

Länk till e-post och hemsida

Calibri 10 p, svart text (ej blå)

Text om GDPR och offentlighetsprincipen

Calibri 8 p, grå text

Monday, November 1, 2021 at 12:00

Ämne: Mailfot Göteborgs Hamn AB

Datum: måndag 1 november 2021 kl. 12:00

Från:

Bifogad fil:



Cecilia Lööf

Head of Marketing & Communications

Gothenburg Port Authority, SE-403 38 Gothenburg, Sweden

Phone: +46 31 368 75 45 Mobile: +46 739 50 32 97

E-mail: cecilia.loof@portgot.se

www.portofgothenburg.com

Read about how the Gothenburg Port Authority processes and protects your personal data here [GDPR](#).
Gothenburg Port Authority is owned by City of Gothenburg. This means that what you send to us via email becomes a general act.

KLÄDER & FORDON

Arbets- och profilkläder och profilering av fordon är en viktig del i företagets varumärkesbyggande. Vi eftersträvar att Göteborgs Hamn har ett enhetligt visuellt uttryck överallt.

Det inte är tillåtet att själv beställa profilkläder och skydds-
kläder eller placera loggan hur som helst.

Mejla din förfrågan till receptionen@portgot.se så tar Office Administration hand om kontakten med upphandlad leverantör och stämmer av med Marketing Communications angående rätt profilering och kvalitet.

“Skyddskläder räknas som personlig skyddsutrustning och ska kunna minimera risker för din säkerhet och hälsa genom yttre påverkan.”



MERCHANDISE

När vi tar fram profilprodukter är det några frågor som vi ska ställa oss:

- Är den användbar? Och har den något med havet att göra?
- Är produkten acceptabel miljömässigt? Och slutligen:
- Ger den här en känsla av kvalitet?

Om svaret är ja, på alla frågorna, kan man gå vidare och med hjälp av de grafiska elementen i vår profil skapa en attraktiv produkt. Här är några exempel.

Presentartiklar tas fram av upphandlad leverantör genom Marketing Communications.



FLAGGOR

Flaggor får endast göras i två versioner:

- Vit logotyp mot blå bakgrund
- Blå logotyp mot vit bakgrund

Flaggor beställs av upphandlad leverantör genom Office Administration.



PAPPERSVAL

Hållbarhet är ett av Göteborgs Hamn ABs kärnvärden och en viktig utgångspunkt för allt arbete. Vi vill därför inte producera trycksaker i onödan, men i de fall som digital kommunikation inte

fungerar optimalt kan print bli aktuellt. I trycksaker ska papper som uppfyller miljökraven användas och vi vänder oss alltid till de av Göteborgs Stad upphandlade tryckerierna.



Exempel på pappersval till inbjudningskort: Munken Polar FFC, 300 g



Exempel på pappersval till broschyr: Munken Polar FFC 240 g omslag 150 g inlaga

10 RÖRLIGT

I film och annan rörlig media kan många grafiska komponenter användas och inkorporeras. Även om möjligheterna är många – var noga med att alltid följa de grafiska riktlinjerna vad det gäller bilder, grading, typografi och färger.

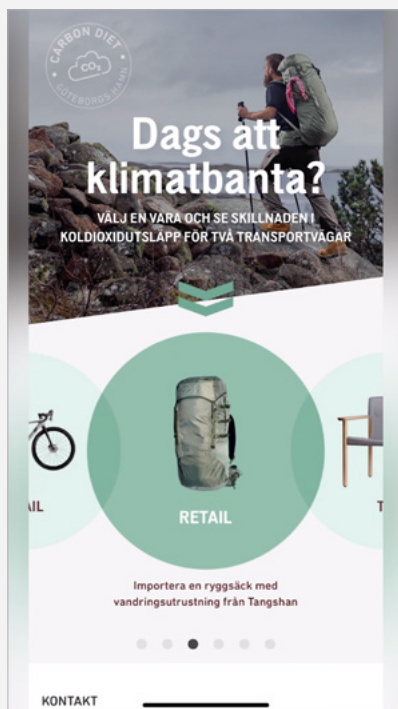
Dock kan utformningen av enskilda produktioner variera beroende på kampanj, syfte och idé.

Filmer och rörliga inlägg i till exempel sociala medier görs av reklambyrå eller av Marketing Communications.



RÖRLIGT

Det finns inga entydiga regler för hur vi hanterar alla möjligheter i de rörliga kanalerna. Men viktigt är att göra snygga mjuka övergångar (transitions) samt att vi använder oss av The Arrow-systemet när det gäller vinklar på färgplattor. Logotypen ska alltid få ordentligt med utrymme.



SCANNA KODEN OCH
TA DEL AV KAMPANJEN
PÅ HEMSIDAN



SCANNA KODEN
OCH SE HUR FILMEN
TAR SIG UT RÖRLIGT



Göteborgs Hamn AB, 403 38 Göteborg. Telefon 031-368 7500. www.goteborgshamn.se

GÖTEBORGS HAMN AB – EN DEL AV GÖTEBORGS STAD