



Manual för visuell kommunikation

Antagen november 2013, reviderad juni 2025



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD

Innehåll

Förord	3
Logotyp	4–7
Frizon	8
Logotyp för bolag	9
Logotypen vid samarbeten	10
Färger	11
Profilbakgrund	12
Grafiskt mönster	13
Typografi	14–15
Korrespondens	16
Brevmall	17
Powerpoint-presentationer	18
Marknadsföring	19
Profilbilder	20–22
Trycksaker/annonser	23
Postrar	24
Profilkläder	25
Skyltar och flaggor	26–27
Digitala kanaler	28
Sociala medier	29
Film	30

Högskolan i Halmstad blev ett självständigt lärosäte år 1983 och är fortfarande ett ungt lärosäte, vilket avspeglar sig på en rad sätt i vår organisation, bland annat i vårt grafiska uttryck. Vår nuvarande logotyp och grafiska profilen antogs i samband med Högskolans 30-årsjubileum år 2013 och har endast genomgått smärre revideringar sedan dess.

När logotypen och profilen togs fram var strävan att grafiskt uttrycka Högskolans själ och inneboende värden, med utgångspunkt från det som är typiskt och särskiljande för just vårt lärosäte. I den profileringsprocess som låg till grund för en ny vision och strategi, likaväl som för den nya logotypen, fanns nyckelbegrepp som ”gränsöverskridande”, ”innovationsdrivande” och ”transparens”. Andra viktiga begrepp som präglar vår logotyp och grafiska profil är framåtanda, innovationskraft, öppenhet, förmåga att se på många olika sätt och inte minst sammansättningen av olika delar som förutsätter varandra för att kunna bilda en helhet.

En grafisk profil hjälper oss att kommunicera tydligt och kraftfullt, och bygga en enhetlig och konsekvent bild av lärosätet och dess särart. Den är ett hjälpmedel för oss alla när vi på olika sätt är med och bygger bilden av Högskolan i Halmstad – det innovationsdrivande lärosätet.

Högskolan i Halmstads grafiska profil antogs i november 2013 och reviderades i januari 2015 samt i maj 2019. Den senaste revideringen är gjord i juni 2025.

Grafisk manual för Högskolan i Halmstad

Begreppet Högskolan i Halmstad betyder något för alla som använder det. Alla studenter, medarbetare och samverkanspartner bidrar genom sina olika sätt att kommunicera till den bild som vi själva och omvärlden har av Högskolan i Halmstad – det som brukar kallas varumärke.

Den grafiska profilen är till för oss som kommunicerar som representanter för lärosätet och myndigheten Högskolan i Halmstad. Genom manualens regler och riktlinjer får vi hjälp att uppträda på ett enhetligt och tydligt sätt, så att Högskolans särprägel kan uppfattas i bruset av olika budskap och visuella uttryck. Det kan gälla kommunikation i skrift, i layout, på webb, i film, i reklam eller i några andra skriftliga och visuella uttrycksmedel. Att använda den gemensamma grafiska profilen bidrar också till att stärka tillhörigheten till och samhörigheten inom lärosätet. Manualen är fastställd genom rektorsbeslut den 19 november 2013, och därefter reviderad vid några tillfällen.

En grafisk manual har vi för att:

- Bygga och kommunicera vårt varumärke.
- Göra det lätt för andra att känna igen Högskolan i Halmstad.
- Ge vägledning och förenkla arbetet för alla som kommunicerar i arbetet.
- Kommunicera på ett tydligt och professionellt sätt.

Om du har frågor kring Högskolans grafiska profil, kontakta kommunikationsavdelningen vid lärosätet.

Vår logotyp

Logotypen är det mest koncentrerade uttrycket och kännetecknet för en organisation. Högskolans logotyp är kombinationen av den grafiska symbolen HH och texten Högskolan i Halmstad. Genom att använda logotypen på ett konsekvent och genomtänkt sätt gör vi oss själva tydligare som avsändare, och stärker därigenom vårt varumärke. Högskolans logotyp ska användas för all verksamhet som Högskolan bedriver. Om en verksamhet eller ett projekt på något sätt behöver ges en grafisk särprägel, så löses det genom grafisk utformning inom den gällande grafiska profilen (inte genom att ta fram en ny logotyp). Kontakta kommunikationsavdelningen för rådgivning i sådana fall.

Högskolans logotyp antogs 2013, och är ett av resultaten av en lång profileringsprocess vid lärosätet där Högskolans medarbetare i många olika sammanhang och möten diskuterade vad som är viktiga och kännetecknande värden i Högskolans identitet. Ur dessa diskussioner kom uttryck som innovation, framåtanda, transparens och nyskapande att inspirera logotypens sätt att gestalta bokstäverna ”HH”. Logotypen bär också tydlig inspiration av konstnären Olle Bærtling, vars konst präglar Högskolans miljö på olika sätt. Spelet mellan de blå färgerna ger en optisk effekt av transparens – genomskinlighet – och gör det möjligt att uppfatta logotypen på många olika sätt och ur olika perspektiv.

Tänk på följande när du använder logotypen:

- Använd bara de versioner som visas i denna manual.
- Använd i mesta möjliga mån logotypen i färg.
- Logotypen får aldrig ändras eller förvanskas.
- Texten Högskolan i Halmstad ska alltid finnas tillsammans med den grafiska symbolen HH (utom i några få undantagsfall som kommunikationsavdelningen beslutar om).

Huvudlogotyp, svensk



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD

Svensk logotyp. Finns i flera olika utföranden. Se sidan 6–7.

Huvudlogotyp, engelsk



HALMSTAD
UNIVERSITY

Engelsk logotyp. Finns i flera olika utföranden. Se sidan 6–7.

Logotyp

Logotypen finns i olika varianter, beroende på om den ska användas i fyrfärg, svartvitt, enfärg, mot mörk bakgrund eller mot bild.

- Välj logotyp efter bakgrund med tanke på kontrast och tydlighet.



Stående logotyper – vår huvudlogotyp

Används som första val. Eftersträva att logotypen appliceras mot vit bakgrund. Välj bilder och bakgrund med tanke på kontrast och tydlighet.



Liggande logotyp

Används då formatet inte passar den stående logotypen. Eftersträva att logotypen appliceras mot vit bakgrund. Välj bilder och bakgrund med tanke på kontrast och tydlighet.



Stående logotyp med vit text

Använd denna logotyp med vit text då kontrast och läsbarhet blir allt för dålig med svart text.



Liggande logotyp med vit text

Använd denna logotyp med vit text då kontrast och läsbarhet blir allt för dålig med svart text.



Stående och liggande logotyp, vit

I vissa fall är det lämpligt att använda en helt vit logotyp. Eftersträva alltid att applicera logotypen mot någon av våra två mörkblå färgtoner. Se färger på sidan 9.



Stående och liggande logotyp, svartvit

Använd denna variant endast för svartvita produktioner.



Stående och liggande logotyp, enfärg

Används endast i undantagsfall och då godkänt av kommunikationsavdelningen. PMS 7691, RAL 260 40 45, NCS S 3050-R90B.



Frizon

Frizonen är till för att på bästa sätt framhäva logotypen. Frizonen är minsta området runt logotypen. Ingen annan text eller grafik får förekomma innanför frizonen.

- Eftersträva som minimum en trekants storlek som frizon.
- Logotypen kan placeras på en bakgrundsbild så länge den framhävs tydligt.



Symbol utan text

I några undantagsfall, som kommunikationsavdelningen beslutar om, kan symbolen HH förekomma utan text. Det kan vara som så kallad favicon i digital kommunikation eller i vissa profilprodukter; till exempel pins. Däremot får texten i logotypen aldrig förekomma utan symbolen HH.

Logotyper för bolag

Högskolan bedriver vissa verksamheter i bolagsform, till exempel inkubatorsverksamhet och viss betald utbildning. Dessa bolag kan i vissa fall behöva en egen logotyp för att markera att det inte är Högskolan som är avsändare utan bolaget som agerar i eget namn. Bolagslogotyperna är utformade för att markera ett tydligt släktskap med Högskolans logotyp, samtidigt som de har en viss särart – framför allt genom den helt blåa logotypvarianten. Det logotypmanér som visas i denna manual ska också användas i de fall när nya bolag eventuellt startas. Bolagens visuella kommunikation följer i övrigt Högskolans grafiska profil.



Logotypen vid samarbeten

Om Högskolan deltar i samarbeten med andra parter, innebär det inte att den grafiska manualen får anpassas eller förvanskas för detta syfte. Antingen väljer man att använda den grafiska manualen i sin helhet, eller så anpassar sig Högskolan helt efter ett annat grafiskt manér. Detta beror på hur stor andel Högskolan utgör av en verksamhet eller ett projekt.

Om Högskolan i Halmstad är huvudpart i en verksamhet, ska Högskolans grafiska manual följas, och en eventuell underordnad samarbetspartner kan delta med sin egen logotyp. Detta ska dock vara grafiskt utformat så att logotyperna inte framstår som jämbördiga. Kontakta kommunikationsavdelningen, som kan ta fram en grafisk form för hur samarbetet ska uttryckas.

Är Högskolan och någon annan part jämbördiga deltagare, kan kommunikationsavdelningen ta fram en dubbel-logotyp, där båda parter logotyper får proportionerligt förhållande till varandra. Vilken grafisk manual som ska användas är en fråga för kommunikationsfunktionerna hos parterna. Vid ett samarbete med många olika avsändare kan det vara bättre att skriva alla namn i löptext istället för att använda många olika logotyper.

Är Högskolan en av många parter, ska Högskolans logotyp placeras tillsammans med andra parter, i proportionerlig storlek mot de övriga. Be kommunikationsavdelningen om råd.



Exempel när Högskolan är huvudpart och samarbetspartner är underordnade.

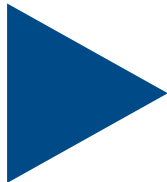
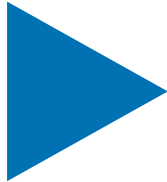
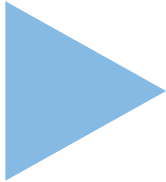


Exempel när Högskolan är jämbördig med annan part.

Profilfärger, accentfärger och kategorifärger

Logotypens fyra blå färger utgör stommen i vår färgskala. Genom att konsekvent använda de utvalda blå färgerna skapar vi igenkänning. Nedan finns färgkoder för Högskolans färger översatt till de vanligaste förekommande färgsystemen.

Till diagram, tabeller och bakgrunder kan fler färgnyanser skapas genom att ändra färgtonen procentuellt.

Profilfärger		C 100, M 60, Y 0, K 30 PMS 294 RAL 260 30 30 NCS S 4550-R80B RGB 0, 73, 133 #004985
		C 100, M 40, Y 0, K 10 PMS 769I RAL 260 40 45 NCS S 3050-R90B RGB 0, 109, 176 #006db0
Accentfärger		C 70, M 0, Y 0, K 0 PMS 298 RAL 230 70 30 NCS S 1060-B RGB 34, 187, 234 #22bbea
		C 45, M 15, Y 0, K 0 PMS 278 RAL 260 70 25 NCS S 1040-R80B RGB 150, 192, 227 #96c0e3

Kategorifärger för utbildningsområden

Utöver Högskolans fyra blå färger finns nio kategorifärger för våra utbildningsområden. Dessa färger används för att profilera respektive område.

Ekonomi		C 0, M 100, Y 96, K 28 RGB 184, 18, 24 #b81218	Ingenjör och teknik		C 0, M 67, Y 100, K 0 RGB 232, 120, 42 #e8782a	Samhälls- och beteende- vetenskap		C 30, M 44, Y 0, K 0 RGB 173, 148, 196 #ad94c4
Humaniora		C 38, M 12, Y 0, K 3 RGB 139, 191, 226 #8bbfe2	Lärare		C 40, M 0, Y 100, K 0 RGB 176, 204, 59 #b0cc3b	Vård		C 0, M 15, Y 100, K 0 RGB 246, 201, 10 #f6c90a
Informatik		C 100, M 0, Y 20, K 0 RGB 0, 71, 204 #00abcc	Naturveten- skap, miljö och matematik		C 100, M 0, Y 86, K 0 RGB 0, 164, 99 #00a463	Övrig utbildning		C 100, M 57, Y 0, K 40 RGB 18, 66, 112 #124270

Profilbakgrund

Våra fyra färger kan med fördel användas som bakgrundsfärger i olika sammanhang, men vi har även en profilbakgrund som är mörkare blå med en ljusare gradient. Denna bakgrund finns att välja i Powerpoint-mallen och som bakgrund i Teams och Zoom. I övriga sammanhang förvaltas bakgrunden av kommunikationsavdelningen.

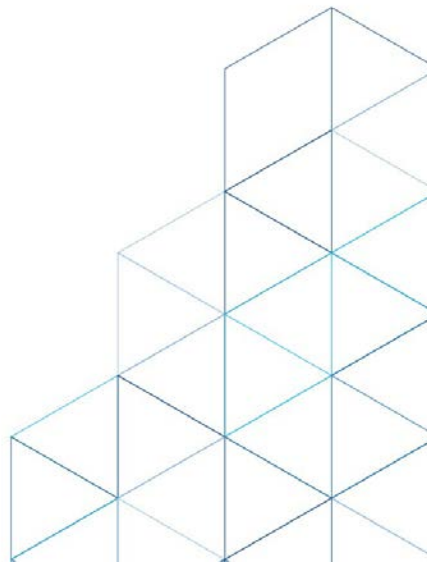
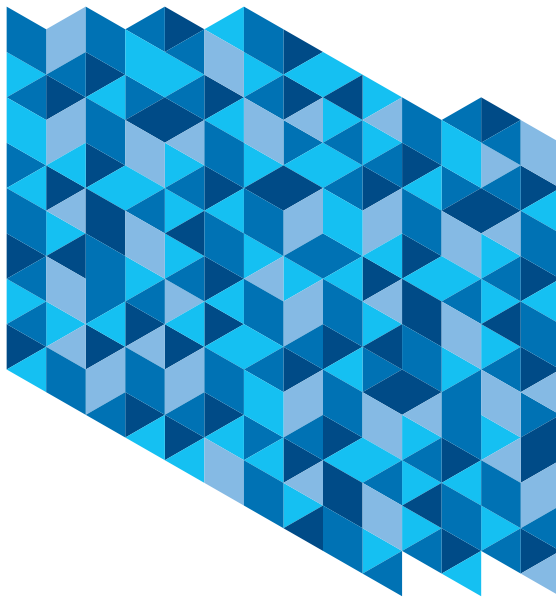
- Bakgrunden kan användas för att öka kontrasten mellan text och bakgrund.
- Mönstret kan användas som grafik mot bakgrunden.
- Vinjetterade kampanjbilder kan användas mot bakgrunden.



Grafiskt mönster

Symbolen HH i logotypen är uppbyggd av trekantsrutor som ger en tydlig särprägel och profil. Denna särprägel har överförs till ett grafiskt mönster som kan användas som ett grafiskt element i till exempel trycksaker, presentationer och övrig kommunikation. Mönstret går att använda flexibelt på många olika sätt. Det är viktigt att mönstret inte överanvänds eller förvanskas genom att töjas, göras genomskinligt eller liknande. Därför förvaltas mönstret av kommunikationsavdelningen.

- Mönstret kan användas som en grafisk detalj i en layout.
- I mönstret kan bilder infogas.
- Mönstret används alltid i sina rätta färger och får inte ändras.
- Mönstret går att storleksanpassa efter yta, layout och användningsområde.



Exempel på grafiskt mönster.

Typografi

Typografin (det vill säga bokstävernas formgivning) är en viktig del av vår grafiska identitet och uttryck. I vår grafiska profil finns fyra utvalda typsnitt: Guardian Egyptian, Adobe Garamond Pro, Gill Sans Std och Open Sans. Samtliga fyra har många olika stilar (tjocklekar) som kan användas beroende på önskad design och uttryck. Viktigt är att alltid tänka på läsbarheten – valet av typsnitt och typsnittsstil ska underlätta läsprocessen, inte försvåra den.

Guardian Egyptian är Höskolans profiltypsnitt som används främst för rubriker i trycksaker, annonser, utställningsmaterial och annat reklamtryck samt som rubriktypsnitt på vår externa webbplats. Guardian Egyptian ska inte användas i löpande text. Det är ett kommersiellt typsnitt som måste köpas in och installeras särskilt på användarens dator. Detta typsnitt används vid kommunikationsavdelningen, som kan hjälpa till i de sammanhang där detta typsnitt är lämpligt.

Adobe Garamond Pro och Gill Sans Std installeras som standard på Höskolans personaldatorer. Adobe Garamond Pro används i ingress och löpande text (brödtext). Gill Sans Std används i ingresser, mellanrubriker och bildtexter, samt som rubriktypsnitt i Officepaketet, till exempel i Powerpoint-presentationer eller dokumentmallar.

Open Sans är ett så kallat linjärt teckensnitt (sans-serif) som används på Höskolans externa webbplats för att göra texten mer lättläst och tydlig på skärmar i olika upplösningar (datorer, surfplattor och smarta telefoner). Open Sans används i brödtext, menyer och knappar medan Guardian Egyptian (serif) framför allt används i rubriker på webbplatsen. På Höskolans informationsskärmar på campus används Open Sans både i rubriker och brödtext.

Guardian Egyptian
Adobe Garamond Pro

Gill Sans Std
Open sans

Följande stilar finns inom Guardian Egyptian

Guardian Egyptian Harline

Guardian Egyptian Harline It

Guardian Egyptian Thin

Guardian Egyptian Thin It

Guardian Egyptian Light

Guardian Egyptian Light It

Guardian Egyptian Regulare

Guardian Egyptian Regulare It

Guardian Egyptian Medium

Guardian Egyptian Medium It

Guardian Egyptian Semi Bold

Guardian Egyptian Semi Bold It

Guardian Egyptian Bold

Guardian Egyptian Bold It

Guardian Egyptian Black

Guardian Egyptian Black It

Följande stilar finns inom Adobe Garamond Pro

Adobe Garamond Pro Regular

Adobe Garamond Pro Italic

Adobe Garamond Pro Bold

Följande stilar finns inom Gill Sans Std

Gill Sans Std Light

Gill Sans Std Regulare

Gill Sans Std Bold

Följande stilar finns inom Open sans

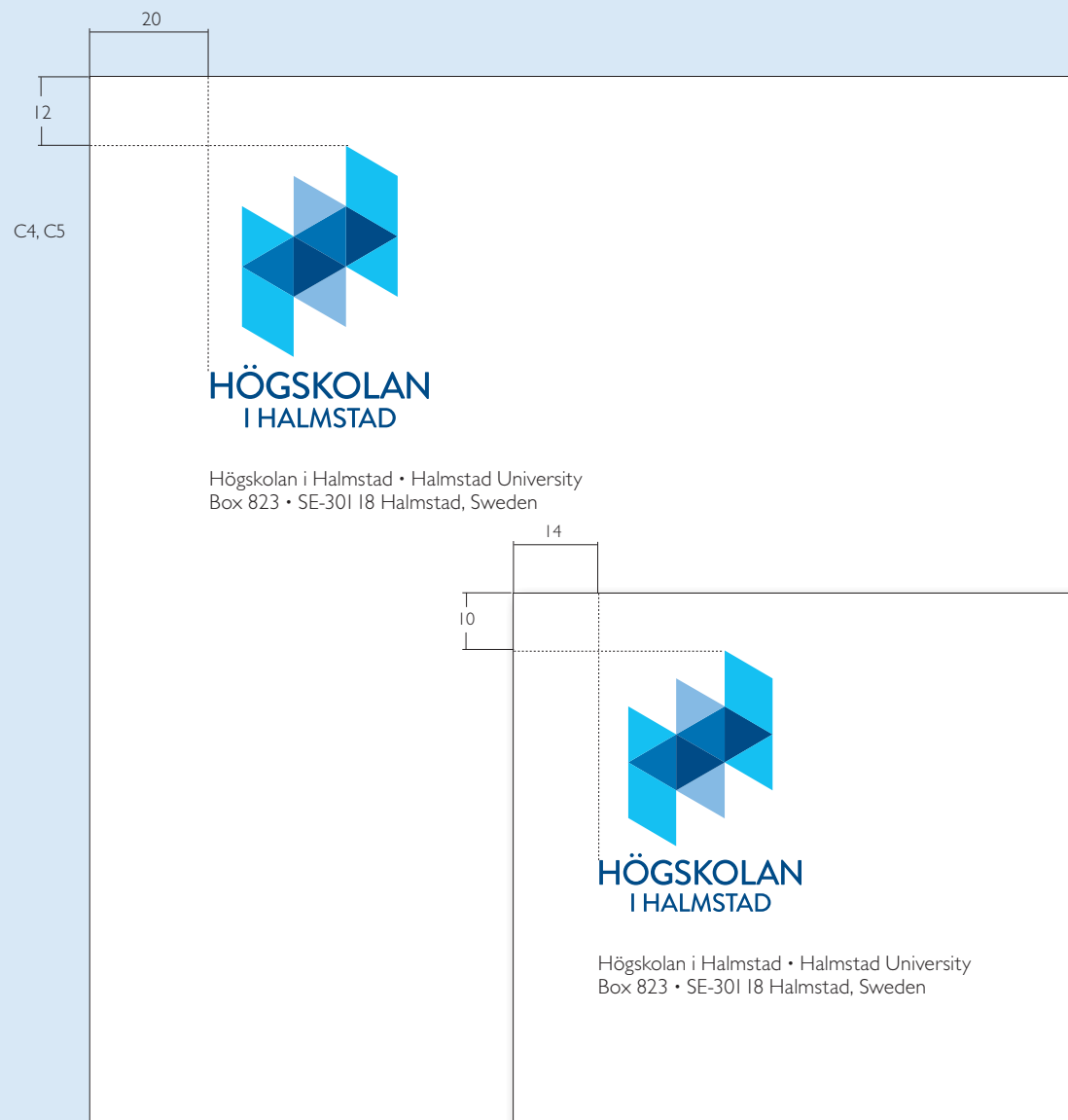
Open sans Regular

Open sans Semibold

Open sans Bold

Korrespondens

Visitkort, block och kuvert trycks via Högskolans vaktmästeri och beställs enligt instruktioner på Insidan under Beställ och boka.



Anna Andersson

Studie- och karriärvägledare
Studerandeavdelningen

035-16 71 XX
0700-12 34 56
anna.andersson@hh.se



Per Persson

Professor of Industrial Management
Director Center for Innovation,
Entrepreneurship and Learning (CIEL)

Mobile: +46 708 12 34 56
(China): +86 13 123 456 789
per.persson@hh.se



hh.se

Halmstad University • Box 823
SE-301 18 Halmstad, Sweden • Phone +46 35 16 71 00

hh.se

Högskolan i Halmstad • Box 823 • 301 18 Halmstad
Besöksadress: Kristian IV:s väg 3 • vxl 035-16 71 00

Brevmall

Wordmallar för brev och olika typer av dokument finns installerade i Högskolans personaldatorer. När du är i Word, väljer du "Arkiv" och "Nytt" för att hitta mallarna för Högskolan i Halmstad.

Brevmall

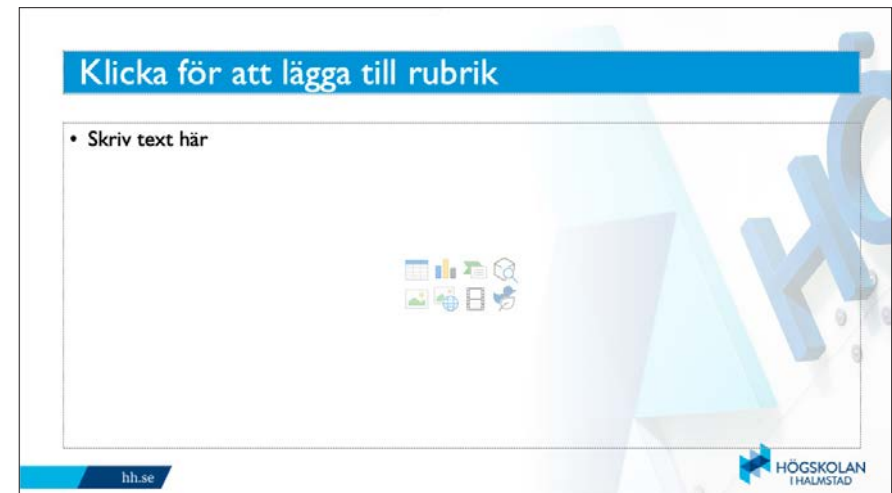
20 25	 HÖGSKOLAN I HALMSTAD Sektion m.m. Namn Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim a diam quis nostrud. Ut wisi enim a diam quis nostrud. Ut wisi enim a diam quis nostrud.	Datum:	Adressat:	Gill Sans Std Light 10 pkt.
				Gill Sans Std 18 pkt.
				Adobe Garamond Pro Regulare 12 pkt.
	accumsan et iusto od			
	Högskolan i Halmstad • Box 823 • 301 18 Halmstad • Besöksadress: Kristian IV:s väg 3 035-16 71 00 • registrator@hh.se • Org. nr. 202100-3203			Gill Sans Std Light 11 pkt.

Powerpoint-presentationer

Det är viktigt att vi använder ett gemensamt grafiskt utseende i våra presentationer i Powerpoint. Högskolan har därför tagit fram olika profilanpassade bildlayouter som ska användas. Högskolans mallar för Powerpoint (presentationer och postrar) finns installerade i Högskolans personaldatorer. När du är i Powerpoint, välj "Arkiv" och "Nytt" för att hitta mallarna i mappen för Högskolan i Halmstad. Mallarna finns i 16:9-format. Under "Layout" finns olika layoutvarianter att välja bland. På Insidan finns det en lathund som kan vara till hjälp när du skapar dina presentationer, (sök efter "lathund ppt").



Exempel på bildlayouter i Powerpoint.



Marknadsföring och kommunikation

Hur Högskolan ser ut och presenteras i olika sammanhang varierar en aning beroende på vilken målgrupp vi vänder oss till. Gemensamt är att Högskolan i Halmstad strävar position som ”game changer”, med associationer som innovativ, okonventionell, öppensinnig, snabb, orädd, doer. Det begrepp som sammanfattar den tonalitet vi vill stå för är ”den sociala innovatören”, som är informell, kreativ, social och nyfiken.

Studentrekrytering och utbildningskommunikation

När det gäller studentrekrytering baseras marknadsföringen på kampanjmaterial som upphandlad byrå tar fram. Detta anpassar vi sedan till olika kanaler och kompletterar med eget visuellt material utifrån byråns koncept och utifrån vår position och tonalitet.

Forskningskommunikation

Kommunikation om Högskolans forskning ska fokusera på att visa resultat och nytta, och i möjligaste mån framhäva positionen som ”game changer”. Högskolans forskningskommunikation produceras i huvudsak inom lärosätet, vid kommunikationsavdelningen. Om externa leverantörer används ska beställda tjänster och produkter utformas utifrån denna manual (och andra relevanta styrdokument för kommunikation).

Internkommunikation

Högskolans internkommunikation ska spegla medarbetarpolicyn ”Vi gör varandra bättre”, vilken ligger väl i linje med ”den sociala innovatören”. Att våga framhäva framgångar och nytta på ett visuellt kraftfullt sätt stärker positionen som ”game changer” och bygger intern stolthet.

Profilbilder

Bilder är ett viktigt verktyg för att förmedla både fakta och känslor om Högskolan. Högskolans bildspråk ska kännetecknas av det som är Högskolans identitet och position som ”game changer”: innovativt, nytänkande, okonventionellt, öppensinnigt, och så vidare. Det kan handla om att hitta innovativa eller oväntade bildlösningar eller bildvinklar, djärva perspektiv eller inzoomningar, med mera. Utifrån tonaliteten som ”den sociala innovatören” syns studenter och medarbetare agera och interagera, både med varandra och med omvärlden, och med ett bildspråk som uttrycker fysisk och/eller mental rörelse och riktning. Högskolan är ett utpräglat campuslärosäte med unika och moderna miljöer för lärande och laboration, utformade för att främja interaktivitet, samverkan och innovation. Högskolans labb- och lärandemiljöer får gärna synas eller anas i bilderna för att skapa en känsla av det spännande campusområdet. Det kan vara svårt att ta en bild som både är innovativ och social. Då kan det vara lämpligt att tänka på helheten på en webbplats eller trycksak. Vissa bilder visar den sociala sidan och andra bilder visar på den innovativa sidan. Sammantaget kommunicerar vi då ”den sociala innovatören”.

Vi försöker hitta bildlösningar som inbjuder till associationer utöver det själva bilden föreställer. Vi använder olika kategorier av bilder för att visa Högskolans verksamhet.

Vi använder så långt det är möjligt våra egna studenter och medarbetare som modeller på bilder. Våra bilder ska visa på en välkomnande mångfald bland studenter och medarbetare. Vi strävar efter att porträttera människor av olika kön, etnicitet, religion, funktionsförmåga, könsidentitet och ålder. Vid fotografering ska vi göra medvetna normkritiska val av bildvinklar, komposition, och annat som spelar roll för hur bilden kan tolkas när det gäller kroppsspråk och blickar, aktivitet-passivitet, överordning-underordning.

Bilder för studentkommunikation

För studentrekryteringsbilder används så långt det är möjligt Högskolans egna studenter. Dels är det roligt att visa upp Högskolans studenter, dels blir det mer autentiskt så. Vi strävar alltid efter att visa upp den mångfald av människor som finns representerade bland våra studenter beträffande ålder, kön, etnicitet med flera faktorer.

Även för studentrekrytering vill vi att bilderna ska andas ”den sociala innovatören” och därför visar vi gärna våra studenter i ett socialt och/eller innovativt sammanhang – helst båda samtidigt. Bilderna ska kommunicera gemenskap, glädje och innovation.

Även staden Halmstad har en given plats i Högskolans studentkommunikation och därför finns även bilder från staden Halmstad och dess omnejd – exempelvis stranden och havet.

Campusområdets spännande lärandemiljöer, både exteriört och interiört, ska märkas och synas i många av de bilder som har studenter som målgrupp.



Bilder på forskning

Forskningen avbildas med hjälp av människor, företrädesvis Högskolans egna forskare och medarbetare, som agerar och interagerar med varandra och i Högskolans labb- och lärandemiljöer. Forskning kan också avbildas med detaljbilder på fysiska föremål kopplat till forskning. Det kan till exempel vara mikroskopförstorningar, mätinstrument eller kroppsdelar. Vi strävar även här mot att kommunicera som ”den sociala innovatören” och driva positionen som ”game changer”. Exempelvis genom att visa hur forskningen sker i samverkan med andra aktörer eller genom att hitta spännande bildvinklar och idéer för att lyfta fram Högskolans innovativa forskning.



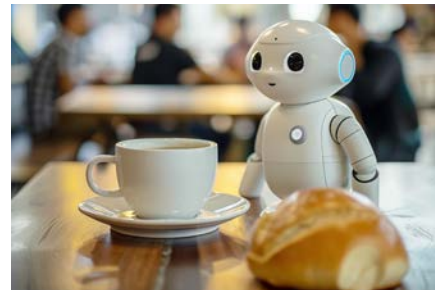
Bilder på campusområdet

Högskolan har ett vackert campusområde, med många spännande byggnader. Vi avbildar byggnaderna med människor som agerar runt dem och i dem – studenter och medarbetare. Färgstarka arkitektoniska element fungerar som bakgrund eller komplement.



AI-genererade bilder

Högskolan följer de riktlinjer för generativ AI som Myndigheten för digital förvaltning (Digg) och Integritetsskyddsmyndigheten (IMY) har tagit fram. Högskolan märker alltid AI-genererade bilder för att tydliggöra att det inte är riktiga fotografier.



Trycksaker

Högskolan i Halmstad har ett stort behov av att kommunicera med olika målgrupper via trycksaker. Det finns stor flexibilitet att kreativt kunna arbeta med den grafiska profilen. Kontakta kommunikationsavdelningen för att se exempel på hur Högskolans trycksaker kan formges.

- I första hand ska logotypen placeras i nedre höger hörn på trycksakens framsida.
- Välj papper efter önskad känsla och ekonomiska förutsättningar.



Annonser

Annonser kan ha flera funktioner, allt ifrån platsannonser till profilerande annonser. Oavsett syfte och målgrupp är utgångspunkten alltid att kommunikationen ska vara enhetlig och ha ett tydligt grafiskt uttryck. Kommunikationsavdelningen ska godkänna annonser som produceras externt.

- Använd mönstret flexibelt, med eller utan bild.
- Placera logotypen i nedre höger hörn.
- Rubriktypsnittet är Guardian Egyptian och brödtexten är Adobe Garamond Pro.



Postrar

Powerpoint-mallar för postrar i storlek 50x70 cm och 70x100 cm finns installerade i Högskolans personaldatorer. När du är i Powerpoint, välj "Arkiv" och "Nytt" för att hitta mallarna i mappen för Högskolan i Halmstad.

External Entrepreneurs' Human Capital and Networking in Early Stages of University Spin-offs

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis



hh.se

Namn Efternamn, titel • Phone +46 35 12 34 56
E-mail: namn.efternamn@hh.se



External Entrepreneurs' Human Capital and Networking in Early Stages of University Spin-offs

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero

Eros et accumsan et iusto odio dignissim

qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit

praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber

cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et

Eros et accumsan et iusto odio dignissim

qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit

praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber

cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat,



hh.se

Namn Efternamn, titel • Phone +46 35 12 34 56
E-mail: namn.efternamn@hh.se

Profilkläder

En enhetlig klädsel är ett sätt att profilera Högskolan i olika sammanhang. Profilkläder kan användas av personer som på olika sätt representerar Högskolan, till exempel vid ett event eller i en reception. För de yrkesgrupper som använder arbetskläder, kan också arbetskläderna användas för att profilera Högskolan, genom en enhetlig utformning och färgsättning.

Det finns ett stort utbud av olika profilkläder och arbetskläder. För att få bäst effekt är det viktigt att logotypen utformas och appliceras på rätt sätt, och att kläderna har rätt och enhetlig färgsättning. Logotypen ska i första hand exponeras på framsidan som exemplet med tröjor visar. Kontakta alltid kommunikationsavdelningen om du ska beställa profilkläder, för att få hjälp med logotyp och annan utformning.

- Välj främst kläder som är vita, blå eller svarta. Välj någon av våra blå profilfärger.
- Logotypen kan broderas, tryckas alternativt sys på (då används ett broderat tygmärke med logotypen).
- Ryggen kan användas som en exponeringsyta för andra textbudskap.



Tryck eller brodyr.

Skyltar/flaggor

På campus finns en mängd olika platser där vi informerar våra besökare. Här finns fasadskyltar, informations- och hänvisningsskyltar, flaggor med mera. Använd i första hand huvudlogotypen i färg. Logotypen kan monteras på en kvadratisk skylt i stål eller en skylt med vit bakgrund. Logotypen kan också förekomma som en utskuren variant. Hur Högskolan gestaltas i våra lokaler finns beskrivet i gestaltungsmanualen som fastighetsavdelningen ansvarar för.

- Eftersträva att visa huvudlogotyp i färg.



Flagga.



Skylt med vit bakgrundsytta med logotypen.



Skylt i stål med logotypen.



Skylt med svart bakgrundsytta med logotypen.



Utskurna bokstäver och logotyp.

Informationsskyltar som endast består av text.
Använd typsnittet Gill Sans Std Regular och bokstäver i versaler (stora bokstäver).



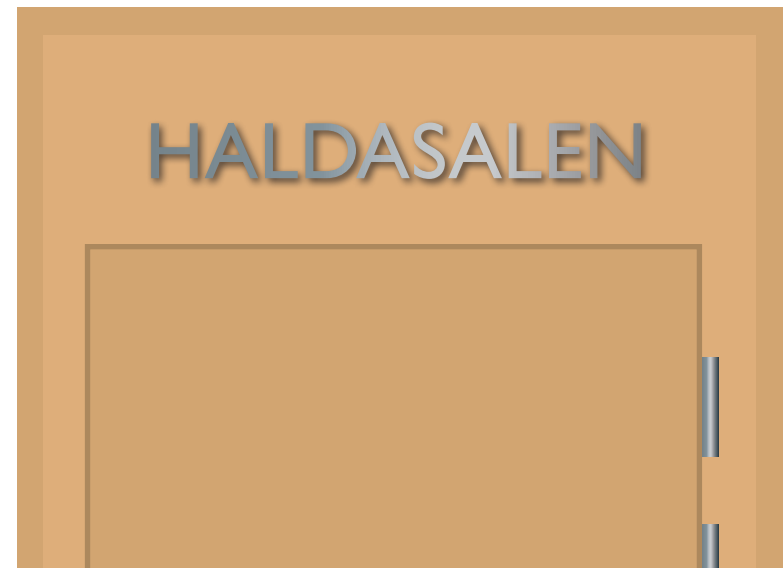
Exempel: Text utstansad i stål som monteras med distans mot bakgrund. Information/undertext kan förekomma under huvudbudskapet. Texten kan då folieras på underlaget.



Exempel: Folierad vit text. Sätts upp direkt mot blå bakgrund.



Exempel: Folierad text i svart. Sätts upp direkt mot vit bakgrund.



Exempel med utskuren text. Text utstansad i stål som monteras med distans mot bakgrund.



Exempel med tryckt text. Folierad text mot bakgrund.

Grafisk profil i digitala kanaler

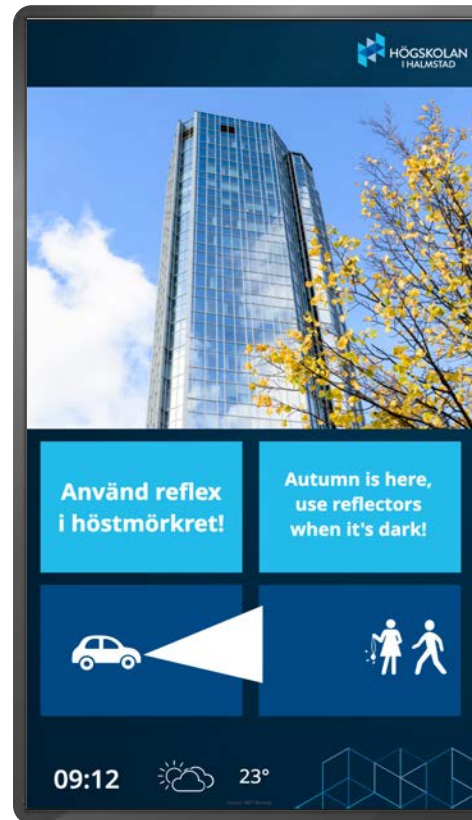
Den grafiska profilen ska också genomsyra lärosätets digitala kanaler för att vi ska upplevas som en samlad och enhetlig avsändare – Högskolan i Halmstad. Målgrupperna för Högskolans olika digitala kanaler ska känna igen sig i det grafiska uttrycket genom logotyp, färger och, i de fall det är möjligt, även genom typsnitt. Högskolans logotyp ska också alltid finnas med, oavsett kanal.



hh.se



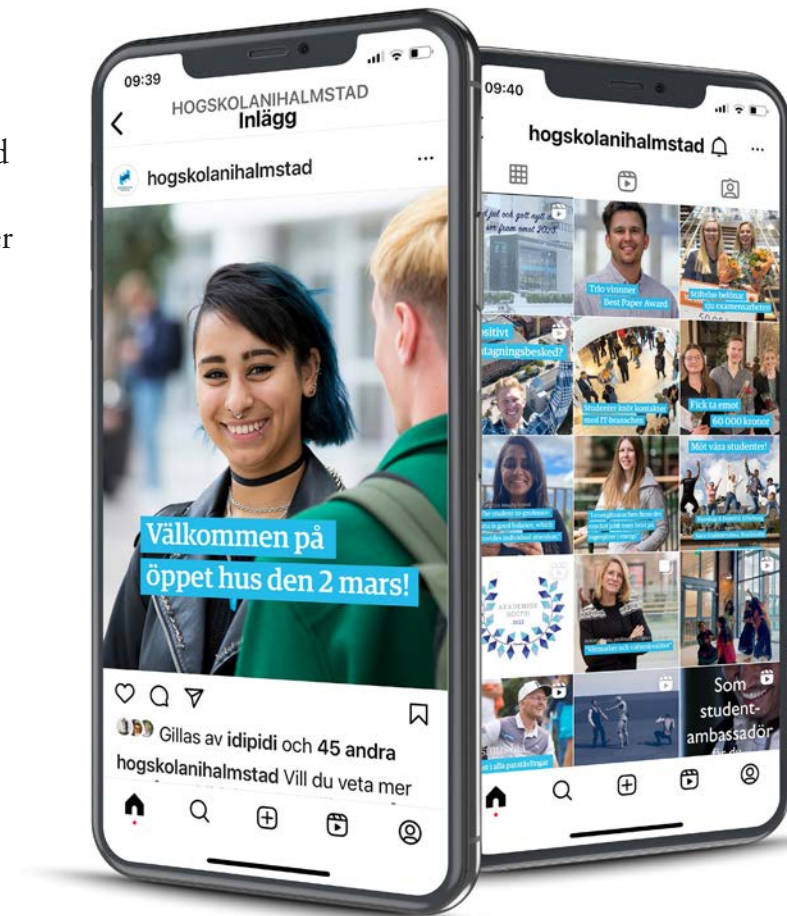
hh.se/student



Exempel på studentskärm på campus

Sociala medier

Lärosätets sociala kanaler ska likna Högskolans webbplats i stort, men vara egna kanaler till respektive målgrupp. Mottagaren ska känna igen sig i det grafiska uttrycket genom logotyp, färger och i de fall det är möjligt även med typsnitt. Högskolans logotyp ska alltid finnas med i sidhuvudet, i de olika digitala kanaler vi använder. I de fall det är en enskild avdelning, projekt eller motsvarande som driver en egen kanal ska Högskolans logotyp ändå finnas med för att förtydliga vem som är huvudman. På Facebook innebär det till exempel att Högskolans logotyp ligger som profilbild (den lilla bildrutan) medan omslagsbilden (den breda bilden i sidhuvudet) kommunicerar den specifika verksamheten.

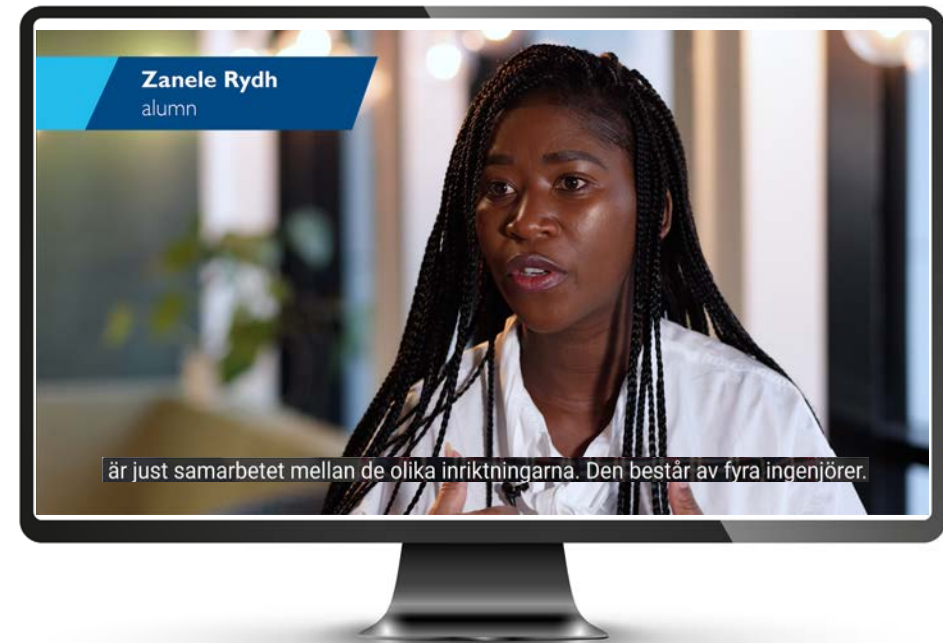


Film

Alla filmer där Högsolan i Halmstad är avsändare ska avslutas med Högsolan i Halmstads särskilda animerade vinjett. Vinjetten finns i två varianter, en med svensk och en med engelsk logotyp. Den särskilda namnskylden som finns för att presentera (intervju-)personer ska alltid användas. För rubriker och mellanrubriker används Högsolans grafiska typografi och profilmfärger – på vit bakgrund (platta). Om det är en extern leverantör som står för filmproduktionen på uppdrag av Högsolan i Halmstad ska kommunikationsavdelningen rådfrågas om Högsolans grafiska riktlinjer. Alla filmer som produceras ska ha undertext (subtitles). Produktionen avgör om texten ska vara på svenska eller engelska.

För återkommande produktioner som programfilm och forskarporträtt finns det särskilda riktlinjer för hur dessa ska se ut, med både start- och slutvinjett samt namnskyltar.

Detaljerad information om hur den grafiska profilen ska appliceras på film finns i särskilda riktlinjer vid avdelningen för kommunikation.



Namnskylt enligt mall. Alla filmer ska ha undertext.



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD