



brand

WAI ILI hunk

VERKTYGSLÅDA FÖR VARUMÄRKESBYGGARE

# Sida för sida

Hej!.....	3
Kan man älska en åker? .....	4
Därför samarbetar vi.....	4
Bra saker med Hyllie.....	5
Om varumärken och platser.....	6
Och om städer och människor.....	6
Visionen.....	7
Varumärket.....	8
Logotypen.....	10
Typografi.....	12
Färger.....	16
Exempel och inspiration.....	20



# Hej!

Att du läser den här texten har helt säkert sina randiga skäl och rutiga orsaker. Du kanske arbetar med varumärkesfrågor, platsmarknadsföring, stadsutveckling eller konceptutveckling för någon av aktörerna inom Samsyn Hyllie. Det kan hända att du jobbar på en reklambyrå som ska marknadsföra projekt i Hyllie. Eller att du jobbar med kommunikation inom Malmö stad. Kanske är du bara en ovanligt nyfiken människa som vill veta hur vi tänker kring varumärket Hyllie.

Den här guiden har vi främst gjort för dig som på ett eller annat sätt vill vara med om att utveckla Hyllie. Den handlar dels om den fysiska platsen Hyllie, en ny stadsdel som börjar ta form strax söder om Malmö, dels om varumärket Hyllie och hur vi ska få fler människor att upptäcka och tycka om Hyllie.

Den första delen av den här guiden handlar om tankar och strategier bakom varumärket Hyllie – vad vi säger och hur vi säger det.

## Vad är ett varumärke?

I Sverige används ordet varumärke både som juridisk term och som ett större konceptuellt begrepp. Ett varumärke är auditivt (namnet), visuellt (logotyp och grafisk profil), legalt (engelskans "trademark") och konceptuellt (engelskans "brand" eller "branding").

Den andra delen behandlar visuella aspekter av varumärket – hur Hyllie ser ut. På nästa uppslag finns en kort presentation av platsen Hyllie. Vill du veta mer rekommenderar vi ett besök på webbplatsen [hyllie.com](http://hyllie.com).

Platser med starka varumärken drar till sig människor, företag och möjligheter. Så i dessa varumärkestider marknadsför sig länder, städer och stadsdelar på liknande sätt som smarta mobiler, jeans och konsulter. Men det finns också en del saker som skiljer sig åt. (Vill du veta vad, bläddra till sidan 6!)

Precis som när man bygger varumärken för varor eller tjänster finns det ett par viktiga principer för framgång när man arbetar med platsmarknadsföring. Det gäller att vara konsekvent och uthållig. Det är bra att ha en tydlig och gemensam bild av varumärket och en vision för vad man vill åstadkomma. Och chanserna att lyckas ökar betydligt om man har insikt om och förståelse för människors behov och beteenden.

**Välkommen!**  
[www.hyllie.com](http://www.hyllie.com)



# Kan man älska en åker?

Har du mot förmodan inte varit i Hyllie än, åk hit och titta. Det går fort. Med tåg från station Triangeln i Malmö tar det bara tre minuter. Ta trapporna upp till Hyllie stationstorg och se dig omkring.

För det är här det händer. Runt torget, där arenan, Point Hyllie och P-huset med sin Park & Ride-anläggning ligger, reser sig ett köpcenter, olikt det mesta du upplevt i shoppingväg. Här byggs Malmös nya mässanläggning, flera kontorshus och hotell. Snart börjar människor att möblera sina nya hem och inviga sina kontor här. Fullt utbyggt kommer det att finnas cirka 9 000 bostäder med varierade boendeformer och lika många arbetsplatser. Hyllie kommer helt enkelt att bli ett nytt centrum i Malmö.

Bostäder, butiker, restauranger, nöjesliv, parker och grönområden och en utbyggd kollektivtrafik ger förutsättningar för ett bra liv. Läget är strategiskt och Hyllie är ett viktigt nav för kommunikationen i regionen. Hyllie är den första och sista stationen i Sverige. Köpenhamns

flygplats ligger bara 12 minuter bort med tåg. I en urban miljö med den skånska slätten precis runt hörnen tar en dynamisk blandstad form.

Hyllie kommer dessutom att bli en långsiktigt hållbar stad. Senast 2020 ska energiförsörjningen i Hyllie bestå till 100 procent av förnybar eller återvunnen energi.

Men Hyllies förvandling från åkerlandskap till levande stadsdel kan vara svår att greppa. Många människors mentala bild av Hyllie är fortfarande rotad i jorden och det vattentorn som stått där sedan 1970-talet. Andra, kanske främst de som reser eller besöker arenans evenemang och följt utvecklingen på plats, börjar bli nyfikna och intresserade.

Och det är här vi – och i högsta grad även du – kommer in i matchen. Vårt jobb är att förändra och uppdatera människors mentala bild av Hyllie. Vi ska få dem att förstå att där åkern en gång var, väntar en klimatsmart och spännande stadsdel som älskas av boende, besökare, små och stora företag.

## Apropå åker

Jorden i Hyllie är toppklassad. Därför har all jord som schaktats bort tagits till vara på. Från början var det meningen att jorden skulle användas som utfyllnadsmassor för en botanisk trädgård. På entreprenörens initiativ har åkerjorden rensats och sorterats så att bara restjorden används för utfyllnad. Den fina jorden säljs vidare och kommer till nytta som prima matjord i trädgårdar och parker.

# Därför samarbetar vi

Vi, i det här fallet, är Samsyn Hyllie – ett samarbete mellan Malmö stad och aktörerna i området. Vi arbetar tillsammans för att utveckla Hyllie och marknadsföra platsen. Tanken är att varumärket Hyllie ska stärka aktörernas egen objektsmarknadsföring.

Det är inte alltid man får vara med om att bygga en stadsdel från grunden. Det är inte heller en uppgift som man klarar av att genomföra ensam. Ska människor vilja bo, arbeta och vara på ett ställe är det mycket som måste samspela: kommunikationer, social och kommersiell service, arkitektur, kulturellt utbud och – inte minst – alla de människor som finns på platsen.

Vi är övertygade att samarbetet, tillsammans med våra olika perspektiv, viljor och förhållanden, skapar en bättre plats och en större helhet. Därför är det många parter som är med och bygger varumärket Hyllie. Så för att göra ditt, och alla andras, arbete lite enklare, roligare och bättre har vi gjort den här guiden.



## Bra saker med Hyllie:

- Läget och kommunikationerna
- Parkmiljöer, grönområden och det vackra kulturlandskapet
- Spännande och varierad arkitektur
- Blandningen av urban storskalighet och hållbar småskalighet
- En plats där man kan leva, resa, arbeta och bo
- I frontlinjen för hållbarhet



# Om varumärken och platser

Alla platser som någon människa har en uppfattning om har också ett varumärke. Det har inte med storlek att göra. Man behöver inte vara stor för att vara stark. Den lilla byn Jukkasjärvi har utvecklats till ett framgångsrikt varumärke – tack vare sitt ishotell. I vår absoluta närhet finns staden Malmö som genom tålmodigt arbete och nytänkande har förvandlat både sin identitet och image från krisande varvstad till en hållbar och löftesrik kunskapsstad.

När man ska marknadsföra en plats blir man snart varse att spelplanen ser annorlunda ut än den gör om man marknadsför produkter eller tjänster.

För det första kan man fråga sig vem som äger platsens varumärke. Är det människorna som bor och arbetar på platsen, är det ortens näringsliv eller kanske den politiska makten i form av en stad eller en kommun? I praktiken är det ofta ett samarbete mellan det offentliga och privata som står bakom platsens varumärke. Alla dessa aktörer är samtidigt medskapande i varumärkets identitet.

För det andra är målgrupperna många och deras perspektiv och erfarenheter skiljer sig åt. Investering, mötesarrangörer, turister, näringsliv, besökare, befintliga och potentiella invånare har alla olika behov.

För det tredje formas platsens attraktionskraft av en mängd olika faktorer som samverkar på ett mångfacetterat sätt. Platsens utbud, attraktioner, infrastruktur, demografi är med om att skapa dess identitet.

Över hela världen lägger länder, regioner, städer och stadsdelar tid och pengar på att marknadsföra sig. Bara i Europa finns det över 500 regioner och 100 000 samhällen som tävlar om en plats i människors medvetanden. Men med den globala konkurrensen ökar också risken för att undervärdera det unika och lokala och enbart satsa på redan beprövade kort – waterfronts, docklands, spektakulär arkitektur och mötesplatser för den kreativa klassen. Det är lätt hänt att alla säger samma sak.

**Identitet** – varumärkets själ om man så vill. Identiteten skapas av ägare, anställda (och ibland även kunder) och påverkas förstås av faktorer som affärsidé, företagskultur, erbjudanden och symboler.

**Image** – hur omvärlden uppfattar varumärket.

## Var unik!

Ett varumärke måste ta en egen plats för att nå framgång.

# Och om städer och människor

Det roligaste och samtidigt det mest utmanande med att bygga varumärket Hyllie är att också platsen byggs från grunden. För varje projekt som färdigställs ökar antalet människor som kan göra sin grej just här. Med varje människa växer möjligheterna. Med varje människa ökar platsens värde.

Grundbulten i en stad är människor. Människorna i sig är i en del av attraktionskraften. Och vad människor vill göra i och med sin stad kan man bara i viss mån påverka och planera.

Hyllie är inte en stad utan en framtidsorienterad del av Malmö där förutsättningarna finns för att utveckla en ny och levande stadskärna. I kvarteren närmast Hyllie stationstorg kommer det att byggas runt 2 500 bostäder. (Som jämförelse rymmer Bo 01-området i Västra Hamnen 1 300 lägenheter.) Tusentals människor kommer att arbeta i det köpcenter och de kontorsfastigheter som uppförs kring stationen.

I komplexa projekt med många samarbetspartners är en vision den samlande kraft som är nödvändig för att fortsätta framåt åt samma håll.

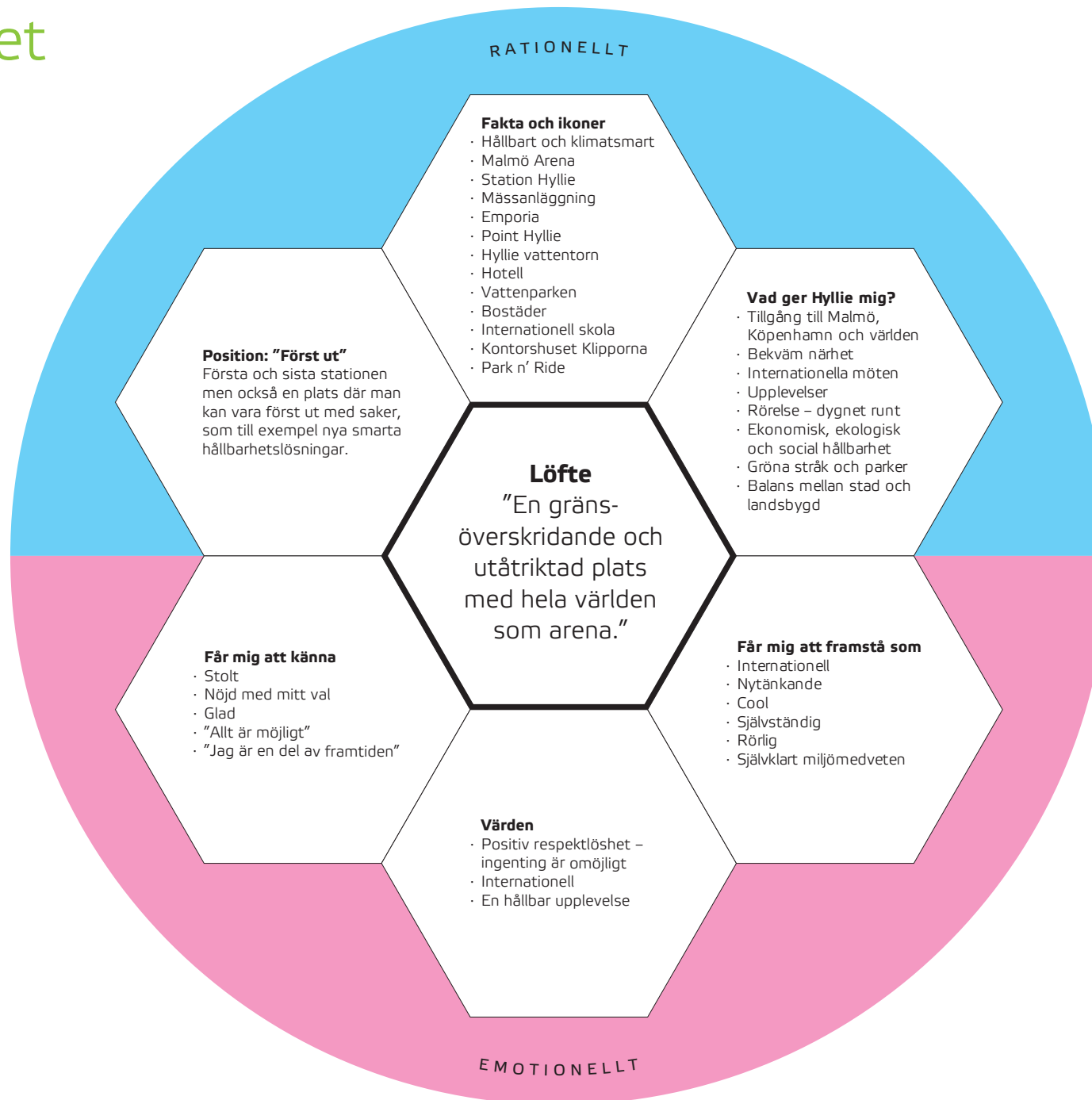


Det är det här vi ska göra:

Med kommunikationen i centrum ska Hyllie vara en drivande kraft för hållbar utveckling av det nya Malmö, en gränsöverskridande och utåtriktad plats med hela världen som arena.



# Varumärket Hyllie



Vi har samlat mycket som bygger varumärket Hyllie i en bild. Som varumärkesbyggare gäller det att hålla vad man lovar. Fundera på om dina planer för Hyllie håller.


# Visleđ identitet




# Logotypen

Logotypen finns i två varianter: dels i form av en obruten, utfallande horisontell linje – dels i form av ett cirkulärt emblem. Inspirationen har hämtats från många håll: hur Hyllie reser sig ur den skånska slätten, arabisk kalligrafi och internationell arkitektur.

↘ Fullspektrum. Oavsett logotypens bredd så ska hela spektrat vara med.



↘ Symbolen kan placeras var som helst på linjen




↘ Flexibelt delspektrum. Skräddarsy ett eget spektrum med valfritt antal färger och övergångar.



↘ Svart



↘ Negativ





# Typografi

## Displaytypografi

Till rubriker och andra texter över 60 punkter där läsbarheten är underordnad det visuella uttrycket kan typsnittet *Hyllie* användas. *Hyllie* är specialdesignat för Hyllie-projektet och finns i tre skärningar: Block, Grid och Solid. Typsnittet finns att ladda ner gratis på intranätet på [hyllie.com](http://hyllie.com), men får endast användas i kommunikation för Hyllie-projektet.

De tre skärningarna överlappar exakt på vektornivå vilket möjliggör komplexa typografiska konstruktioner (se sidan 14). Överlappet stämmer inte om kerning och justering ändras.

Typografiska konstruktioner görs lättast med vektoriserad text i Illustrator.

➔ [www.hyllie.com](http://www.hyllie.com)



## Texttypografi

Till långa texter och texter i små grader ska typsnittet *Etelka* användas. Typsnittet finns i olika vikter och bredder med tillhörande kursiver.

*Etelka* ha en komplett teckenuppsättning inklusive siffervarianter, kapitäl, ligaturer och symboler. Dessutom finns tecken för kyrilliska och grekiska alfabet.

*Etelka* är ett kommersiellt typsnitt som kan köpas av Storm Type Foundry.

➔ [www.stormtype.com](http://www.stormtype.com)

I Powerpoint och andra Office-applikationer kan typsnittet *Calibri* användas om *Etelka* inte finns tillgängligt.

Etelka Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789 0123456789 ♪♪♪→←♪✖⚠ © ☒  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789 fi fj fk fl ffi ffk ffi ff Th  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789

Etelka Light Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789 0123456789 ♪♪♪→←♪✖⚠ © ☒*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789 fi fj fk fl ffi ffk ffi ff Th*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789*

Etelka Text

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789 0123456789 ♪♪♪→←♪✖⚠ © ☒  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789 fi fj fk fl ffi ffk ffi ff Th  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789

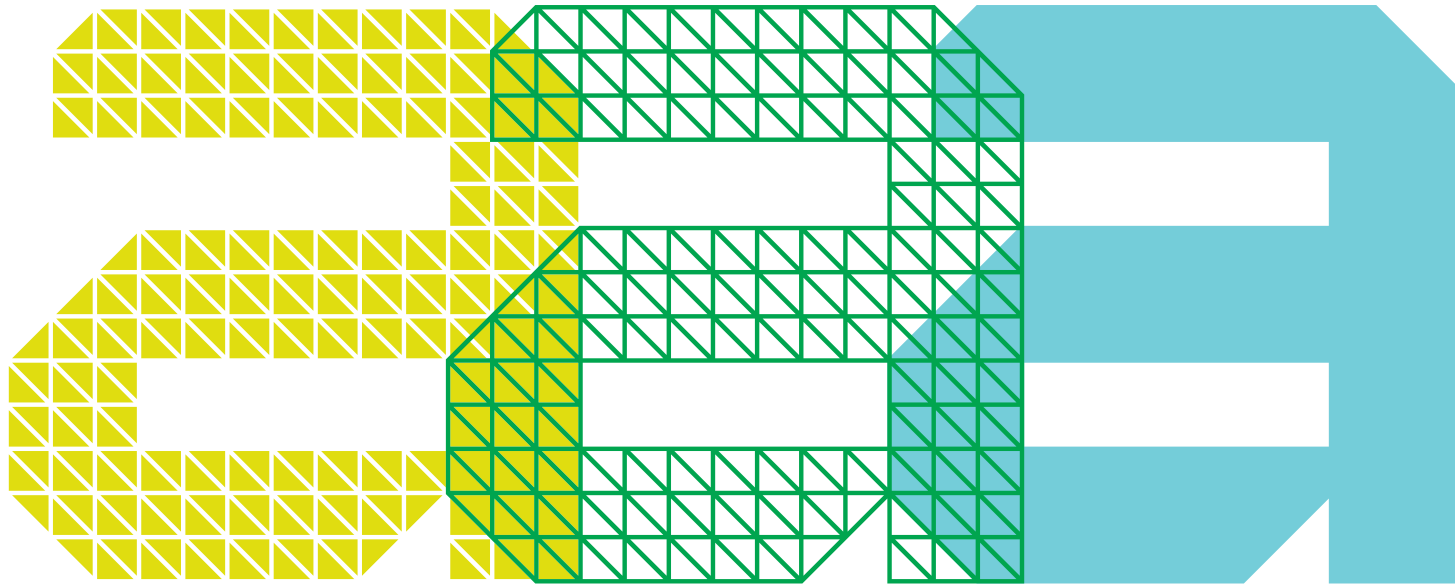
Etelka Text Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789 0123456789 ♪♪♪→←♪✖⚠ © ☒*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789 fi fj fk fl ffi ffk ffi ff Th*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789*

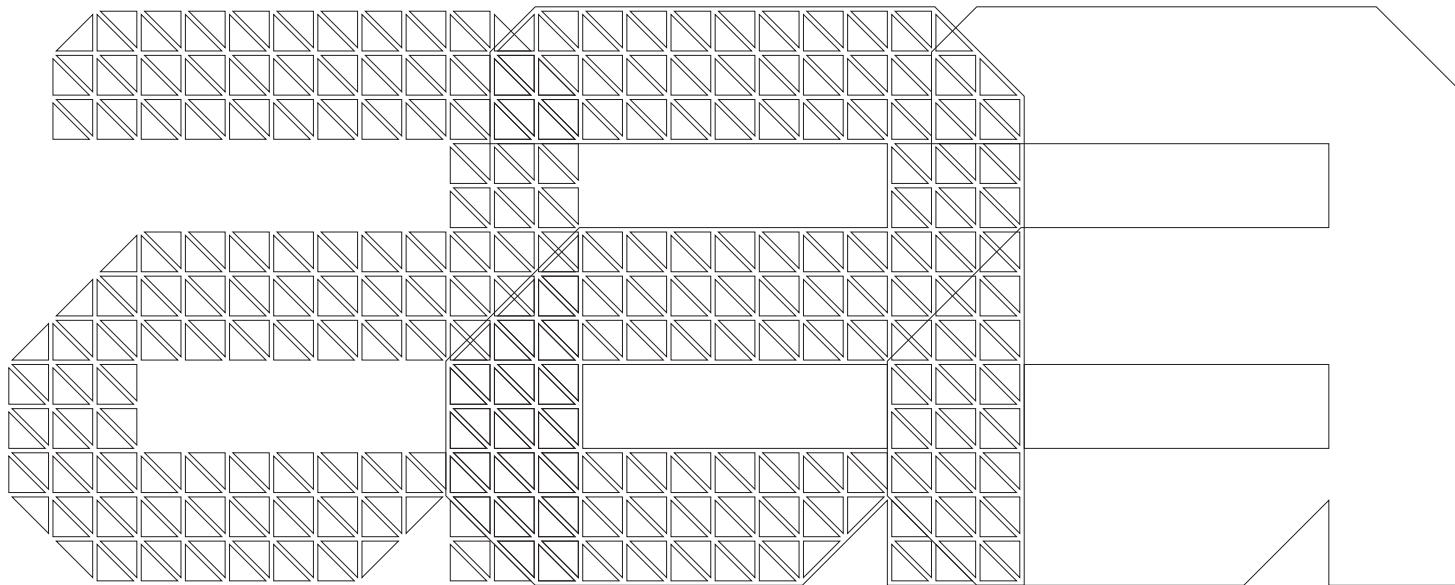
Etelka Text Bold

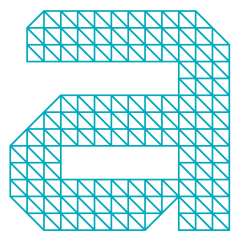
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789 0123456789 ♪♪♪→←♪✖⚠ © ☒**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789 fi fj fk fl ffi ffk ffi ff Th**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ0123456789**



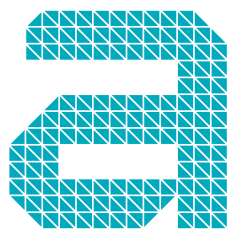


Figurerna visar samhörigheten och interaktionen mellan Hyllie-typssettets olika skärningar. Det är enklast att jobba i Illustratör i Kontur-läge med funktionen "Fäst mot punkt" aktiverad.





Hyllie Grid



Hyllie Block



Hyllie Solid

a b c d e f g h i j k l m n

o p q r s t u v w x y z

å ä ö 0 1 2 3 4 5 6 7 8

9 A B C D E F G H I J

K L M N O P Q R S T

U V W X Y Z Å Ä Ö &



# Färger

## **Ingen ångest – bara glädje**

Hyllie är en färgstark plats: den visuella identiteten utnyttjar hela färgspektrat, både som komplett spektrum men också som enskilda färger. Vilka färger som helst kan användas även om det finns 12 fördefinierade färgblandningar.

Observera att färgblandningarna kan skillja sig mellan bestruket och obestruket papper.





0%

CMYK  
98-98-2-0

RGB  
56-26-120



20%

CMYK  
1-98-4-0

RGB  
192-0-118



40%

CMYK  
1-96-91-0

RGB  
191-25-47



60%

CMYK  
3-2-91-0

RGB  
241-238-60



80%

CMYK  
93-8-93-1

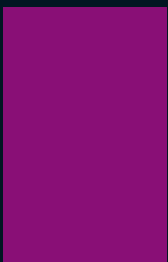
RGB  
54-151-78



100%

CMYK  
91-6-4-0

RGB  
74-164-221



**Lila**

Pantone C  
512

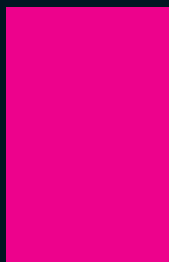
Pantone U  
513

CMYK C  
50-100-0-10

CMYK U  
30-100-0-0

RGB  
113-15-117

NCS  
3055-R50B



**Magenta**

Pantone C  
-

Pantone U  
-

CMYK C  
0-100-0-0

CMYK U  
0-100-0-0

RGB  
193-0-119

NCS  
1070-R20B



**Röd**

Pantone C  
193

Pantone U  
186

CMYK C  
10-100-60-0

CMYK U  
0-100-50-0

RGB  
177-0-74

NCS  
1580-Y90R



**Orange**

Pantone C  
152

Pantone U  
144

CMYK C  
0-60-100-0

CMYK U  
0-50-100-0

RGB  
212-134-36

NCS  
0585-Y40R



**Varmgul**

Pantone C  
123

Pantone U  
116

CMYK C  
0-20-100-0

CMYK U  
0-20-100-0

RGB  
236-210-27

NCS  
0585-Y20R



**Gul**

Pantone C  
-

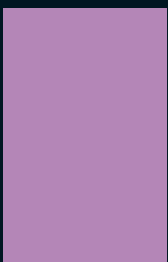
Pantone U  
-

CMYK C  
0-0-100-0

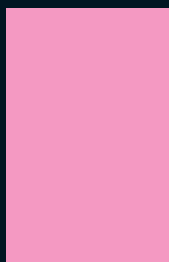
CMYK U  
0-0-100-0

RGB  
247-244-11

NCS  
0560-Y



Lila  
50%



Magenta  
50%



Röd  
50%



Orange  
50%



Varmgul  
50%



Gul  
50%



**Lime**

Pantone C  
396

Pantone U  
396

CMYK C  
10-0-100-5

CMYK U  
10-0-100-5

RGB  
218-224-30

NCS  
1070-G80Y



**Gräsgrön**

Pantone C  
376

Pantone U  
368

CMYK C  
50-0-100-0

CMYK U  
40-0-100-0

RGB  
148-196-58

NCS  
2060-G50Y



**Grön**

Pantone C  
347

Pantone U  
347

CMYK C  
100-0-100-0

CMYK U  
100-0-100-0

RGB  
35-158-70

NCS  
2070-G10Y



**Turkos**

Pantone C  
3135

Pantone U  
3135

CMYK C  
100-0-30-0

CMYK U  
100-0-20-0

RGB  
53-164-187

NCS  
2555-B20G



**Cyan**

Pantone C  
-

Pantone U  
-

CMYK C  
100-0-0-0

CMYK U  
100-0-0-0

RGB  
53-167-233

NCS  
1060-B



**Blå**

Pantone C  
3015

Pantone U  
300

CMYK C  
100-40-0-10

CMYK U  
100-40-0-0

RGB  
55-108-171

NCS  
2065-R90B



Lime  
50%



Gräsgrön  
50%



Grön  
50%



Turkos  
50%



Cyan  
50%



Blå  
50%

# Exempel och inspiration

↓ Informationsgrafik



← Utställning



← Broschyr



# Oj, så många nya grannar du kommer att få!

**Kontorshuset Klipporna 2013**

**Malmö Expo Center 2012**

**Station Hyllie**

**Point Hyllie**

**Malmö Arena**

**Emporia 2012**

**Vattenparken**

**P-hus Hyllie**

**Hyllie Allé bostäder 2013**

**Bor du i Hyllie, har du fått lite närmare till världen, samtidigt som världen har börjat upptäcka Hyllie.**

I år börjar Malmö stad plantera korsvägen i Vattenparken. Och redan nästa år kommer både messan Malmö Expo Center och köpcentret Emporia att öppna. Skanska bygger ett stort kontorshus som beräknas stå klart runt 2012-2013.

De första lägenheterna längs Hyllie Allé kommer vara klara för inflyttning 2013. Inom fem år kommer Hyllie att vara en levande och klimatsmart stadsdel med handel, bostäder, kontorshus och hotell.

Vill du veta mer om vad som händer precis runt ditt hörn? Välkommen till Hyllie Infocenter! Utställningen ligger i bottenvåningen på Malmö Arena, med ingång från Hyllie Stationstorg och foajén i Malmö Arena.

Under våren har vi öppet hus sista lördagen varje månad mellan kl 12 och 16 med fri entré.

**Ta plats!**  
[www.hyllie.com](http://www.hyllie.com)

↑ Annon

↓ Animation



CD-skiva →

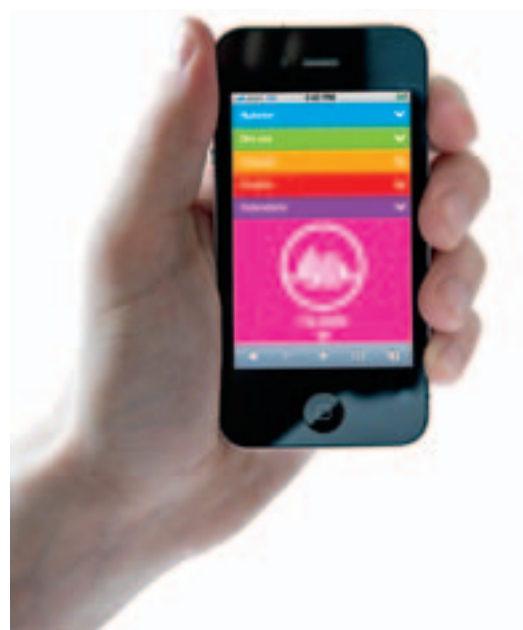
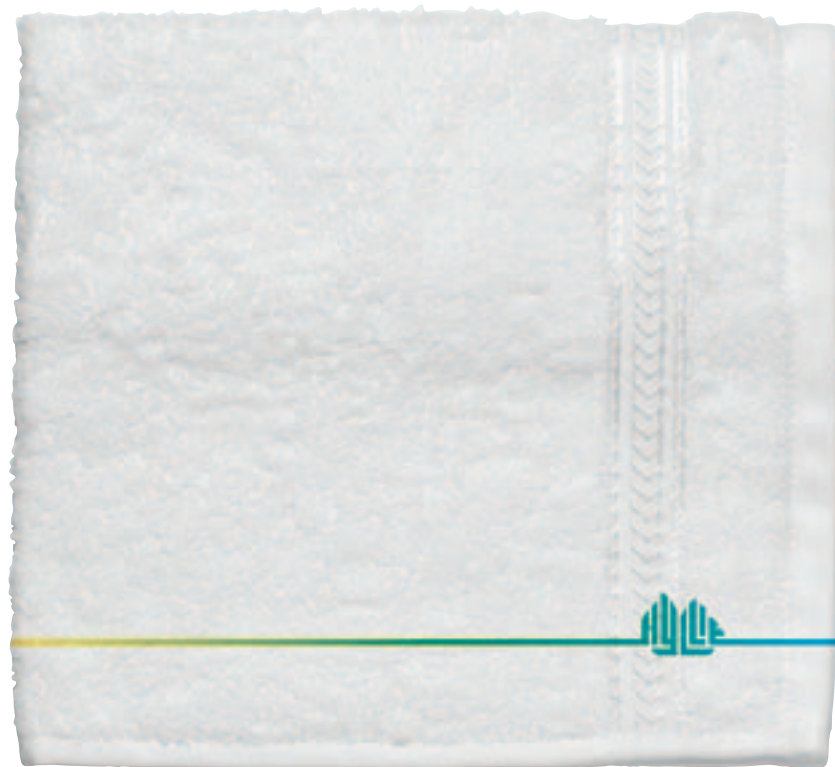


Flaggor →



← Bärkasse

Badlakan →



← Mobil webbsajt



