

FLEMINGSBERG

FROM BRAINS | TO BUSINESS

Flemingsberg är ett
varumärke

Ett varumärke att vara stolta över

Flemingsberg är ett varumärke. I stort sett allt som påverkar ett eller flera av människans sinnen kan hänföras till ett varumärke, bland annat de värderingar som förknippas med det. Vi vet att Flemingsberg inte har det allra bästa rykte idag. Även om många som är negativa inte ens satt sin fot i Flemingsberg.

På alla oss som har förmånen att verka i Flemingsberg vilar ett stort ansvar. Vi är ambassadörer för varumärket. Genom att tydliggöra fördelarna med Flemingsberg kan vi bidra till att driva dess utveckling framåt. Det vinner vi alla på. Det blir lättare att få hit duktiga forskare, attrahera studenter och få entreprenörer att etablera sig här. Dessutom vill fler bo i området.

En positiv bild av Flemingsberg är också bra för det som skrivs om området i tidningar eller talas om på radio och TV. Den mediala påverkan spelar som bekant en stor roll.

Vi måste förmedla samma budskap

För att kunna ge en bra och tydlig bild av Flemingsberg, måste vi utåt prata om samma sak - Flemingsberg och inget annat. Trots att vi representerar verksamheter med olika geografiska namn: Campus Huddinge, Centrala campus Flemingsberg, Karolinska Universitetssjukhuset Huddinge, Södertörns högskola...

Vi kallar också området för olika saker: Huddinge, Flemingsberg, campus, universitetsområdet och så vidare. Hur ska de vi kommunicerar med då förstå att vi egentligen menar samma sak, Flemingsberg?

Kunskapsstaden Flemingsberg

Nu ska det bli slut på begreppsförvirringen och osäkerheten om hur Flemingsberg som helhet ska presenteras. Marknadsgruppen Flemingsberg, som består av aktörerna i området, har tagit fram en grafisk profil samt texter och bilder som ska användas för att skapa en gemensam bild av Flemingsberg.

Vi har valt att profilera Flemingsberg som Kunskapsstaden. Sida vid sida arbetar den akademiska världen och näringslivet. Kompetensintensiva verksamheter och talangfulla människor förenas i ett regionalt centrum för kreativa samarbeten. Det är unikt och ska lyftas fram i allas vår presentation av Flemingsberg.

Men vi har också mycket annat att vara stolta över: den internationella mångfalden, den underbara naturen, vårt fantastiska geografiska läge...






Lycka till med att vårda
och stärka varumärket
Flemingsberg!

Färgstarkt

VÅRA FYRA DEKORFÄRGER

Flemingsbergs fyra profilfärger har vi hämtat från miljön omkring oss. Du hittar dem i konstnären Gert Marcus välkända färgsättning av bostadshusen i området. Redan då var tanken att de skulle göra Flemingsberg tydligare, både för de boende och för dem som passerar igenom eller besöker Flemingsberg. Profilfärgerna har därför såväl fysisk som historisk anknytning till Flemingsberg.

När vi nu använder dem i vår kommunikation bygger vi vidare på en välkänd profil som många redan mött och känner igen. Men låter dem även beteckna det kreativa innehållet i Kunskapsstaden.

	C	M	Y	K	R	G	B	PMS	
	0	65	100	0	255	89	0	158	Används enskilt eller kombination som dekorfärger
	0	30	90	0	255	178	22	136	
	70	0	90	0	77	174	56	369	Används enskilt eller kombination som dekorfärger
	20	0	75	0	204	225	104	381	
	0	0	0	55	115	115	115	430	Används endast i tre varianter av logotypen, dock aldrig som dekorfärg

De fyra profilfärgerna i sina exakta angivelser ovan är de enda färger (förutom svart eller vit text) som får användas i kommunikation med Flemingsberg som avsändare. Färgerna fungerar i par enligt ovan.

FLEMINGSBERG

FROM BRAINS | TO BUSINESS

Logotypen Flemingsberg, med undertexten »From Brains to Business« symboliserar i sin form förändring, förvandling och samverkan. »From Brains to Business« fångar också den vision som finns för området - en plats där kunskap driver näringslivet. En gemensam symbol för områdets alla aktörer som ska illustrera begreppet Kunskapsstaden. Logotypen ska verka samlande och förenkla marknadsföringen av Flemingsberg. Logotypen medverkar till det långsiktiga målet att förmedla bilden av Flemingsberg som en plats fylld av kunskapsintensiva verksamheter. Samtidigt som den, i ett kortare perspektiv, på ett tydligt sätt etablerar varumärket Flemingsberg hos de olika målgrupperna, internt och externt. Logotypen är en viktig del i arbetet att fylla varumärket Flemingsberg med ett attraktivt och spännande innehåll.

LOGOTYPENS FÄRGER

Flemingsbergs logotyp finns i sammanlagt sex olika färgställningar där fyra är anpassade till dekorfärgerna. Detta för att få en variation i kommunikationen med hjälp av de starka profilfärgerna. Vilken av varianterna som används är upp till respektive användare så länge nedanstående regler följs.



Detta är grundlogotypen. Den används på vit bakgrund eller på ljusa bilder.



Förutom grundlogotypen finns det fyra färgställningar på logotypen. Var och en av dessa matchas mot var sin profilfärg. Endast dessa kombinationer är tillåtna.

Dessa kompletterande logotyper kan även användas direkt på bilder, där man väljer den variant som ger bäst kontrastverkan.



Eftersom hela Flemingsbergs nya profil bygger på fyra dekorfärger ska logotypen alltid vara i färg. Men i vissa undantagsfall där det av olika anledningar inte är möjligt (faxförsättsblad, vissa tidningsannonser med mera) ska denna svart/grå logotyp användas.

LOGOTYPENS PLACERING OCH STORLEK

Logotypen placeras med fördel högerställd eller centrerad. Information så som webbadress och/eller andra kontaktuppgifter placeras helst på annan plats än logotypen. Måste kompletterande uppgifter placeras i direkt anslutning till logotypen får textgraden aldrig överstiga pay-off-texten i storlek.



Om en tänkt kvadrat bildas utifrån streckets övre utskjutande höjd så ska logotypen placeras med minsta fria utrymme till andra objekt eller texter enligt ovan. Logotypen centreras vertikalt med samma utrymme ovanför som under strecket.



Minsta tillåtna bredd på logotypen = 30 mm

TYPSNITTEN

Interstate Bold

Interstate Light

Janson Text

Rubriker och mellanrubriker

Kortare texter, faktatexter, siffror

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi ac metus ut justo pulvinar ultrices. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam velit tellus, iaculis nec, dapibus commodo, volutpat sit amet, sapien.

Längre brödtexter

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi ac metus ut justo pulvinar ultrices. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam velit tellus, iaculis nec, dapibus commodo, volutpat sit amet, sapien.

BILDER

Flemingsberg genomgår löpande stora förändringar som område. Det byggs som aldrig förr. Det som finns idag ser kanske helt annorlunda ut om ett halvår. Därför bör endast aktuella fotografier från Flemingsbergs bildbank användas. Men oftast räcker det med starka ord och färger.

"Här föds och
växer människor,
idéer och företag"

Lycka till med att vårda och stärka varumärket Flemingsberg!

Med tidigare nämnda regler ska det vara lätt att förmedla en konsekvent och sammanhållen grafisk profil av Flemingsberg. Trycksaker, annonser, webb och produkter ska alltid kunna kännas igen. Informationen om och från Flemingsberg ska förmedla att avsändaren är ett av Stockholmsregionens mest betydelsefulla centrum för utbildning, näringsliv, vetenskap och nyföretagande. En eftertraktad boendemiljö med ung och internationell befolkning. En plats där kunskap driver näringslivet. Var fri och kreativ, men fuska inte med färg och form.

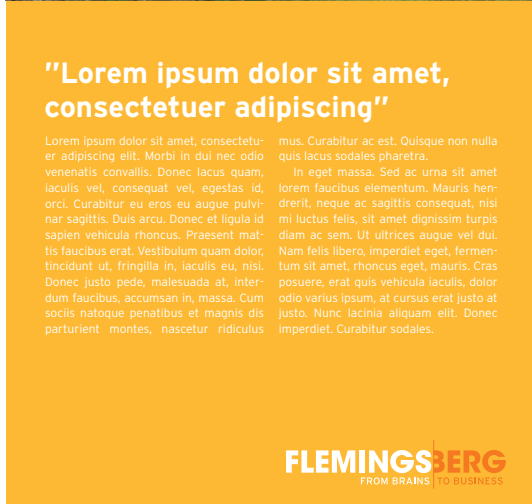
EXEMPEL OCH INSPIRATION



På vit bakgrund används den orange-grå grundlogotypen.



Exempel på logotyp direkt på bild.



Information så som webbadress och/eller andra kontaktuppgifter placeras helst på annan plats än logotypen.



Profilfärgerna används gärna som bakgrunder och plattor.

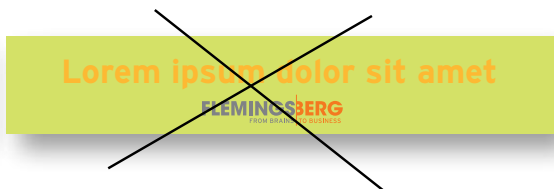
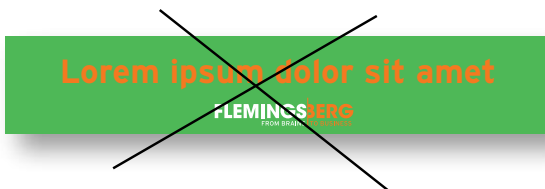


Logotypen ska helst centreras eller högerställas.



Varje logotyp har sin matchande profilfärg.

Inga andra färgkombinationer än de som beskrivs på föregående sidor får användas.



PROFILENS ANVÄNDNING

- Syfte - att knyta samman och synliggöra området
- Mål - öka kännedomen om Flemingsberg
- Aldrig nära kopplad till egna logotyper eller som ersättning för egen logotyp
- Alltid när aktörerna kommunicerar tillsammans
- Önskvärt att aktörerna använder textlogotypen så mycket som möjligt för att marknadsföra orten
- Färgerna kan användas av flera aktörer för att knyta samman området

FLEMINGSBERGS MARKNADSGRUPP:

Stockholms läns landsting
Botkyrka kommun
Huddinge kommun
Södertörns högskola
Karolinska Universitetssjukhuset Huddinge
Karolinska Institutet Holding AB
Akademiska Hus AB
Locum AB
Karolinska Institutet
Huge Fastigheter AB
Karolinska Institutet Science Park

www.flemingsberg.se

FLEMINGSBERG
FROM BRAINS | TO BUSINESS