
HSBs BILDTONALITET OCH BILDMANÉR

2021.01.01



HSB – där möjligheterna bor

Inledning



HSB – där möjligheterna bor

Denna manual fungerar som vägledning för HSBs kommunikatörer och redaktörer vid bildval för både analogt och digitalt marknadsföringsmaterial.

Genom att följa manualen uppnår vi ett enhetligt bildmanér som i förlängningen bidrar till ett tydligare varumärke.

Om vi strävar mot en gemensam riktning för våra bilder kommer det att få en positiv effekt på vår mediabank och det hjälper oss att bli mer effektiva i vårt urval av bilder.



HSB – där möjligheterna bor

HSBs bildfilosofi:

MÄNSKLIKA OCH ENKLA ATT FÖRSTÅ

Bildfilosofi

Mänskliga och enkla att förstå



HSB – där möjligheterna bor

Vårt bildmanér ska återspegla både vår och våra medlemmars och kunders värld. Det är kommunikativt avgörande att visa vilka vi är, vad vi gör och för vem vi finns till, på ett konsekvent sätt i alla media.

Våra målgrupper måste kunna relatera till våra bilder. Därför ska vi vara mänskliga och enkla att förstå.

VI SÄGER JA TILL

- Optimism
- Trovärdighet
- Mångfald
- I tiden/samtida
- Naturligt ljus
- Ögonblick – del av ett skeende
- Spännande vinklar
- Djup i bilden

VI SÄGER NEJ TILL

- Överdrivet arrangerade bilder
- Överdrivna gester
- Rakt mot tråkig vägg
- Trist ljussättning
- Detaljer i bilder som ej känns skandinaviska
- Detaljer i bilder som ej motsvarar HSBs verksamhet
- Andras varumärken i bild



Så tänker andra



HSB – där möjligheterna bor

Alla företag har behov av olika typer av bilder och behöver olika bildmanér för olika bildkategorier. Det gäller bara att begränsa antalet kategorier, ju färre desto mer sammanhållen profil.

Intill ser du hur tre andra stora svenska varumärken resonerat.

VARUMÄRKESBYGGANDE BILDER

IKEA



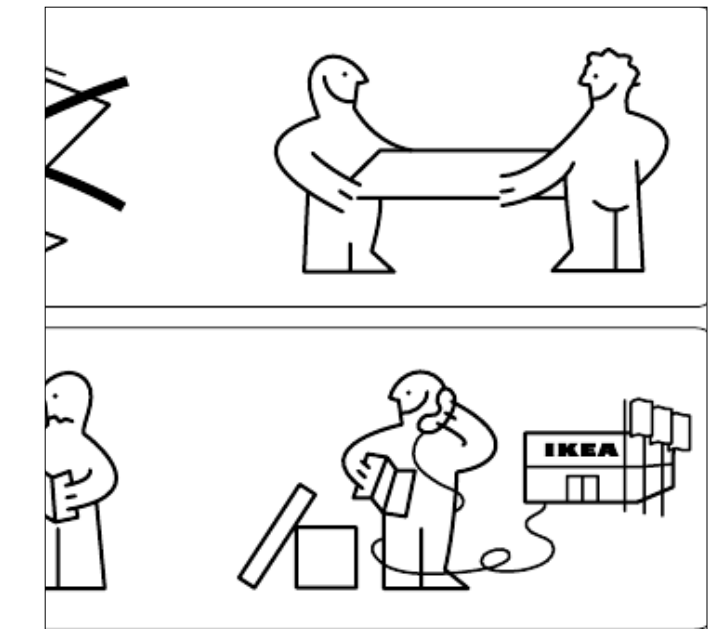
PRODUKTBILDER



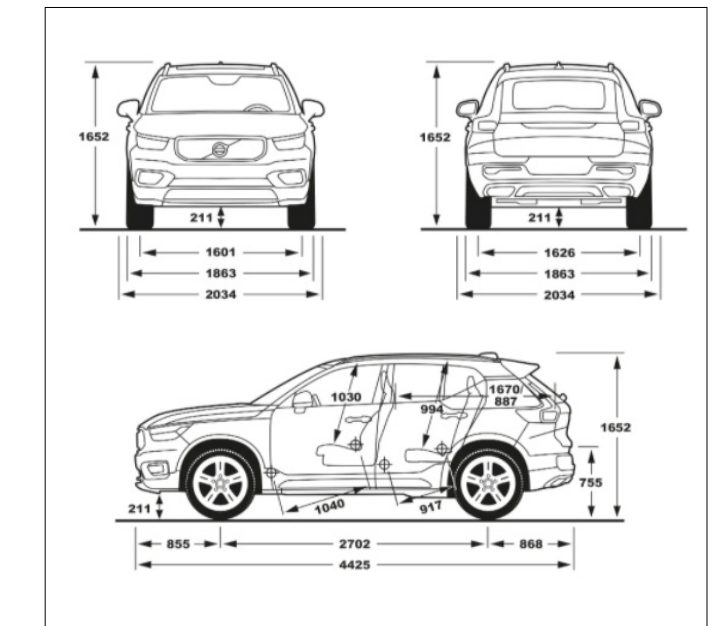
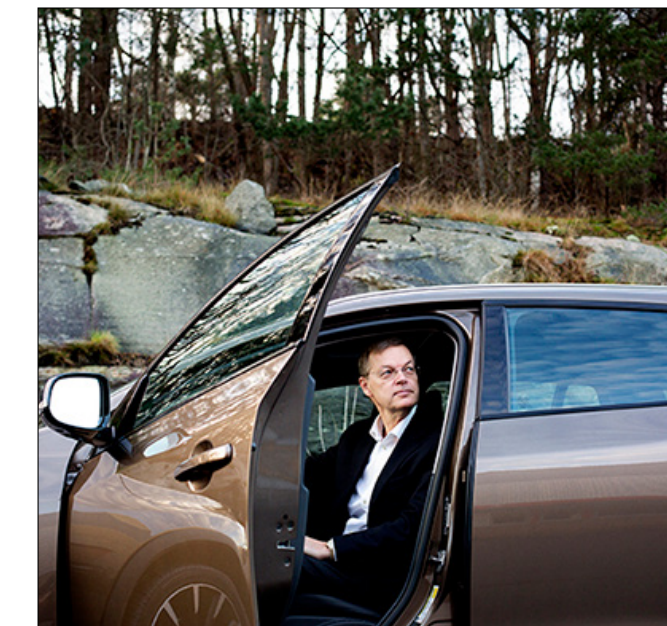
REDAKTIONELLT/DOKUMENTÄRT



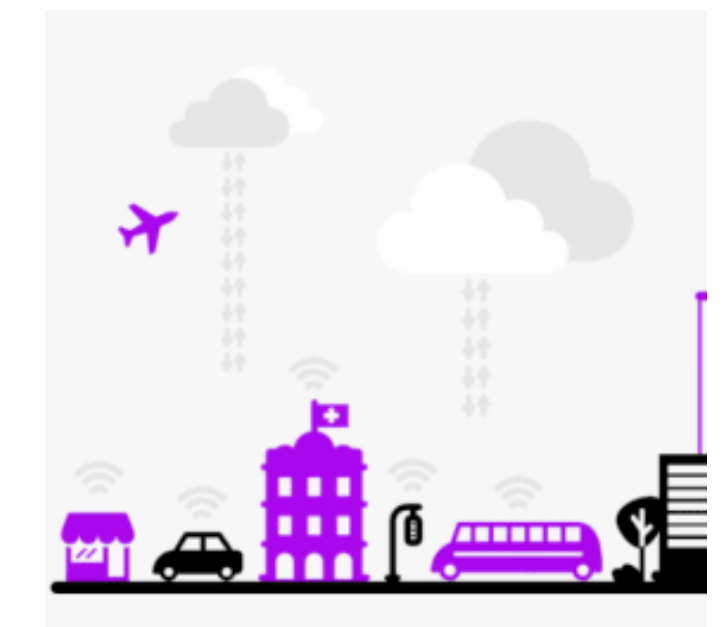
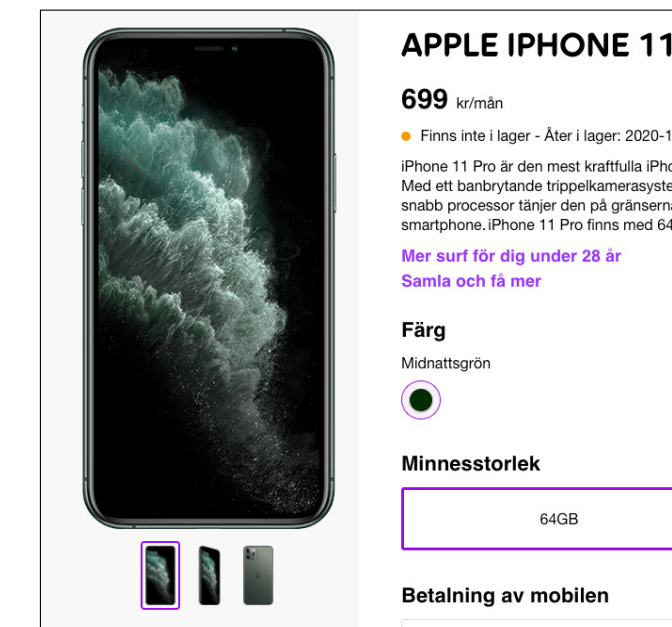
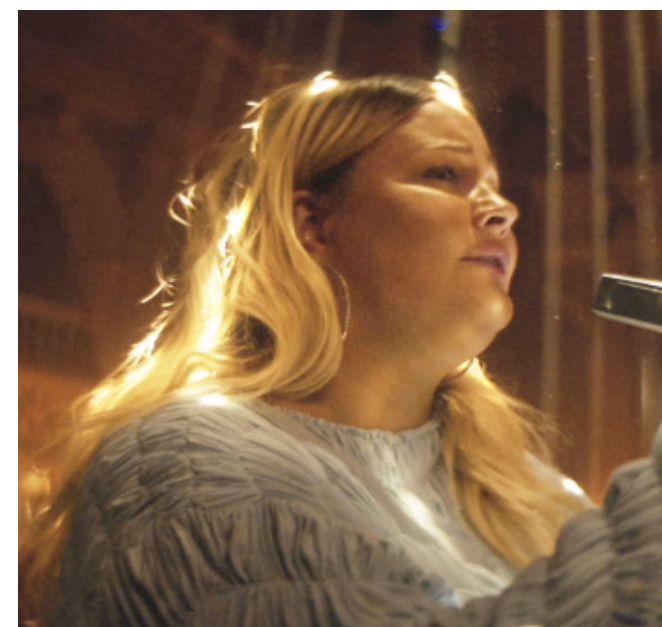
IKONER/INFOGRAFIK



VOLVO



TELIA



Fyra kategorier av bilder



HSB – där möjligheterna bor

Även i HSB har vi fyra kategorier bilder som alla tjänar lite olika syften. Kategoriseringen gör det lättare att välja rätt bild för rätt sammanhang.

VARUMÄRKE



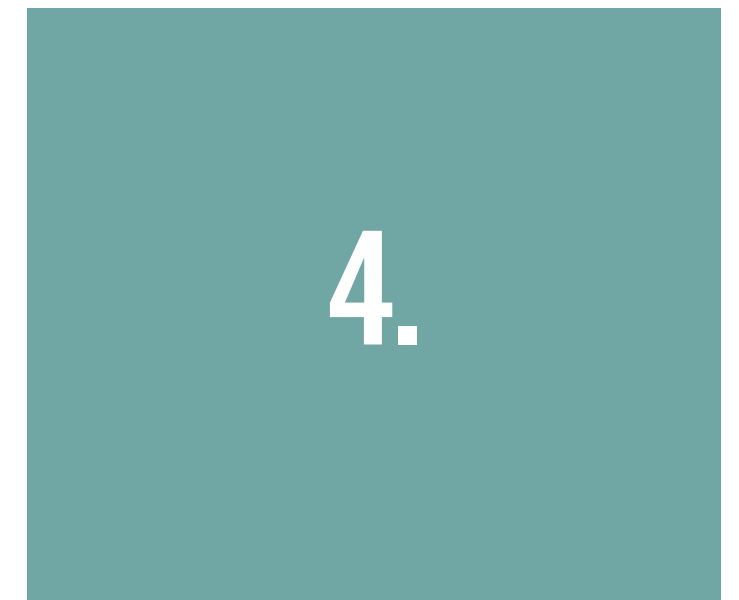
PRODUKTBILDER



REDAKTIONELLT/DOKUMENTÄRT



IKONER/INFOGRAFIK



Fyra kategorier av bilder

Kategori 1: VARUMÄRKE



HSB – där möjligheterna bor



Fotografiska bilder, både stillbilder och rörliga, av hög kvalitet som är varumärkesbyggande och bidrar till att HSB uppfattas som ett hållbart och nytänkande varumärke.

Dessa bilder ska ha en röd tråd med avsikt att hålla ihop varumärket HSB.

De syns oftast här:

- Övergripande reklamkampanjer
- I köpta media
- Header på hsb.se
- Omslagsbilder



Fyra kategorier av bilder

Kategori 2: PRODUKT

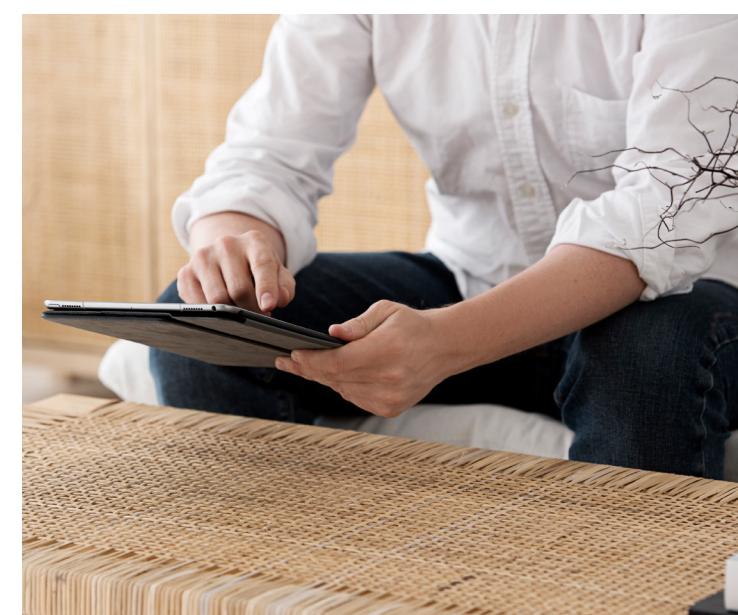


2. PRODUKT

En kategori för våra affärsområden på produktnivå. Dessa bilder måste främst vara tydliga och redovisande i sitt utförande. Motiven kan vara vitt skilda (interörer, laddstolpar, förvaltning etc).

De syns oftast här:

- Presentationer
- Säljmaterial och 3D-bilder
- Inlaga broschyrer
- Bilder på hsb.se



BRF FYRHUSEN

STILFULLT BOENDE PÅ TOPPEN

KLART FÖR INFLYTT
2 - 5 rok

- Fem roströda huskroppar placerade i olika riktningar, stora panoramafönster och båtar som passerar utanför fönstret. I skymningen kastar ljuset från de 66 lägenheterna ett sken över vattnet som nästan ger en känsla av att det ligger en fyr där uppe på toppen av Telegrafberget.
- Unikt läge avskilt och naturskönt
- Restaurang och småbåtshamn
- Gemensamma ytor
- SL-Buss och Sjöbuss
- 20 min till City

Fyra kategorier av bilder

Kategori 3: REDAKTIONELLT / DOKUMENTÄRT



HSB – där möjligheterna bor

3. REDAKTIONELLT / DOKUMENTÄRT

Inom HSB tror vi på fri journalistik och har därför en liberalare syn på hur vår grafiska profil ska tillämpas i våra tidningar, på personporträtt och under Nyheter och tips på hsb.se. Här är det viktigaste att bilderna förstärker innehållet, och därför kan dessa bilder få variera lite i utseende.

De syns oftast här:

- Redaktionella tidningsbilder
- Nyheter och tips på hsb.se.
- Pressrum/pressbilder



Fyra kategorier av bilder

Kategori 4: INFOGRAFIK



HSB – där möjligheterna bor

4. INFOGRAFIK

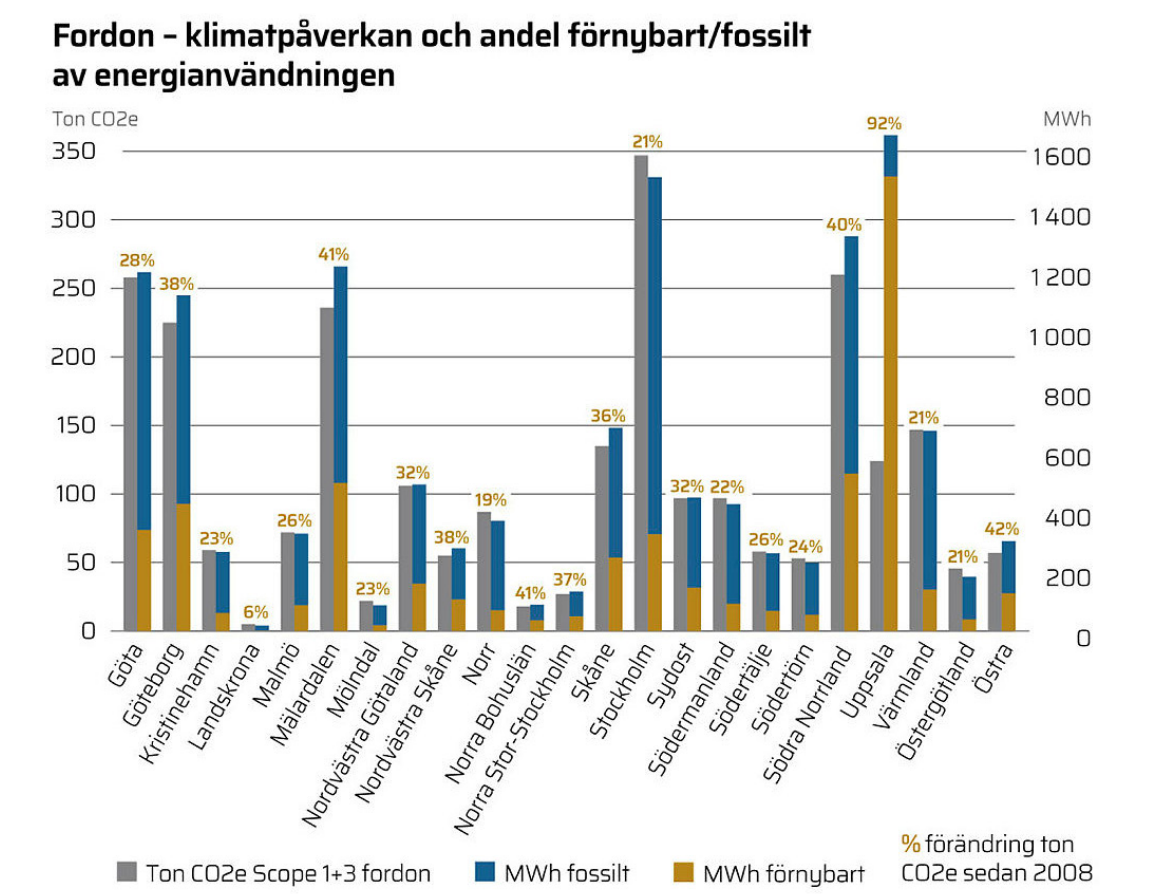
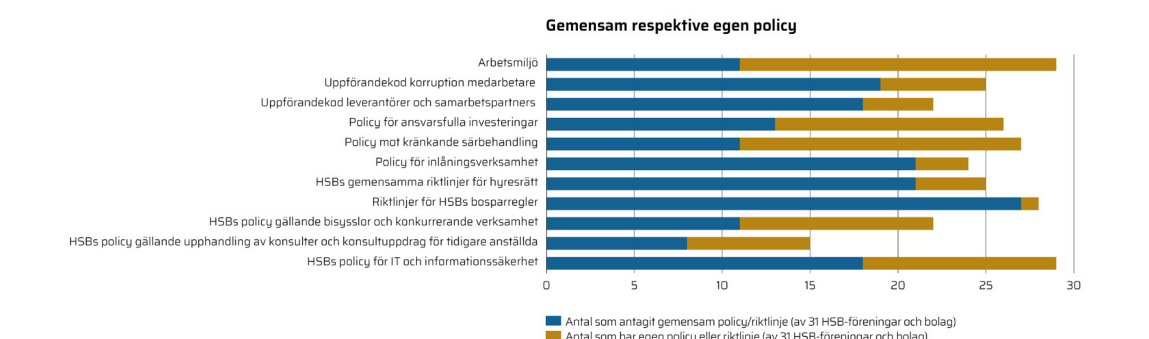
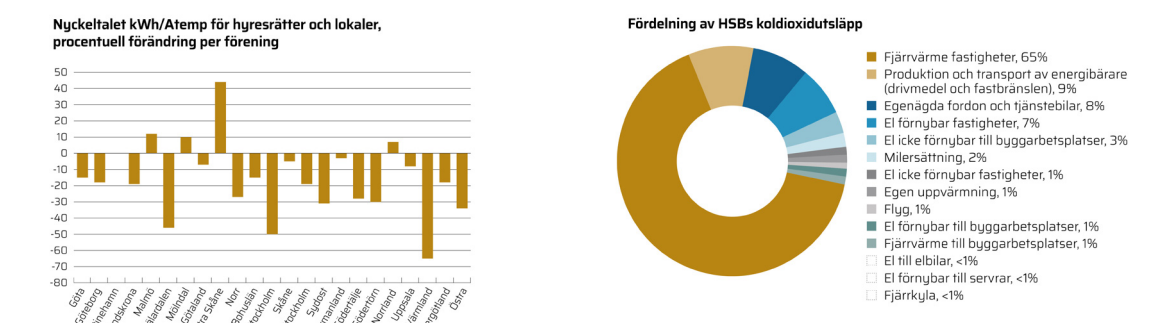
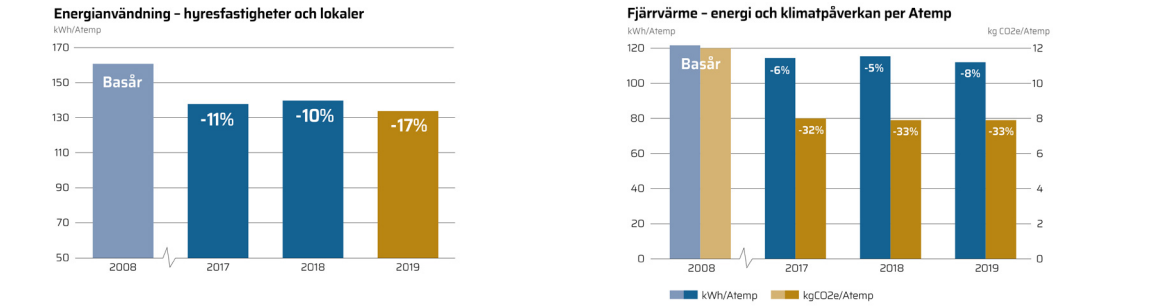
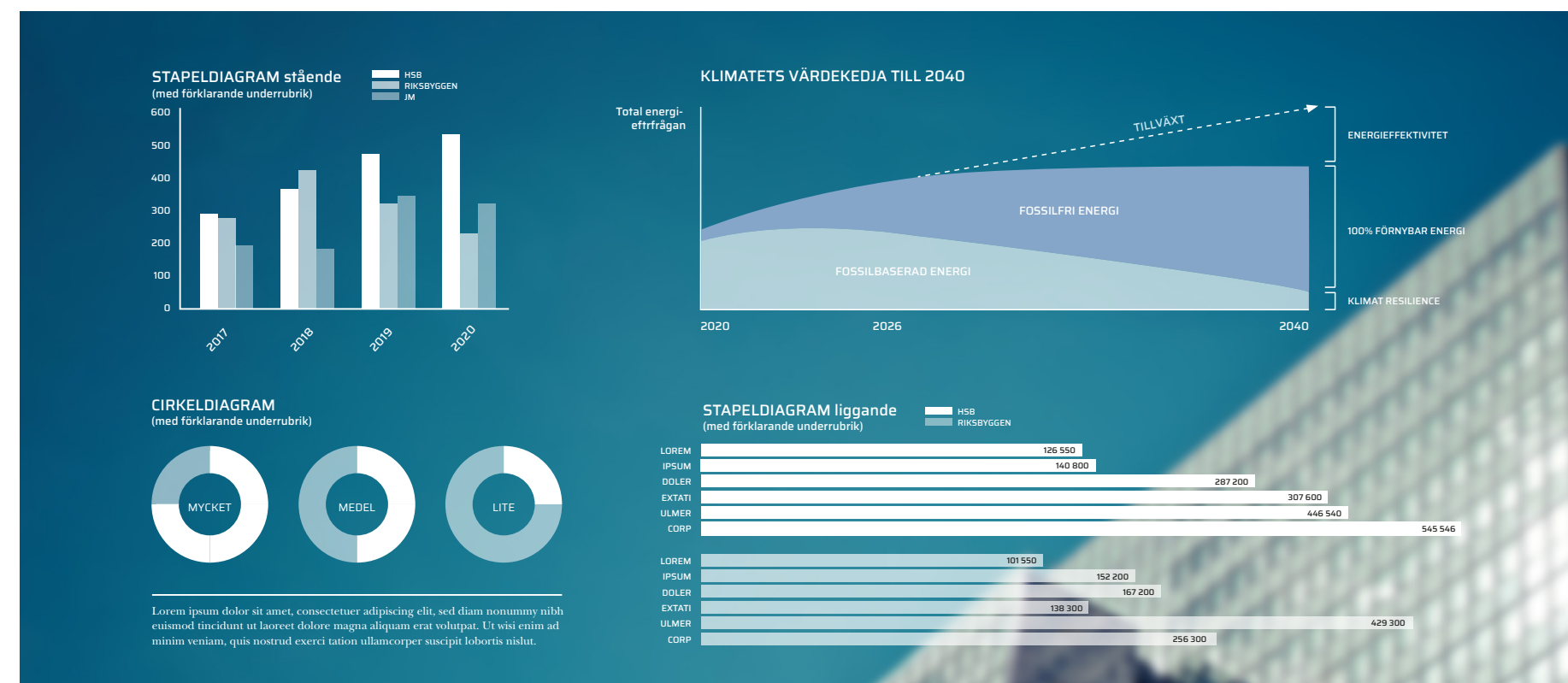
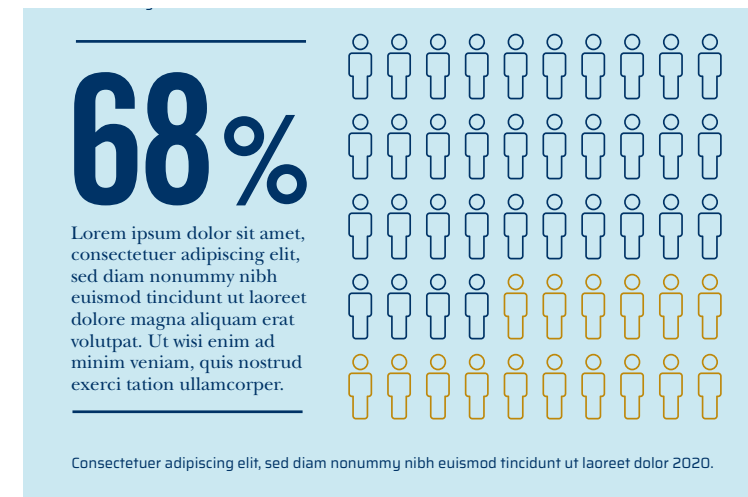
Det sägs att ungefär 90 % av all information som överförs till hjärnan är visuell. Infografik är visualiserad data som kombinerar text, siffror, bilder eller illustrationer.

Syftet är att snabbt fånga läsarens intresse och göra information mer lättillgänglig och begriplig. Infografik gör alltså krångliga saker enkla!

Våra piktogram/ikoner används i diagram och infografik och hålls ihop med samma linjetjocklek och rundningar i hörn. Vid inköp av nya ikoner ska dessa justeras i enlighet med de som finns i mediabanken.

De syns oftast här:

- Grafer och diagram
- Ikoner och infografik
- Typografiska lösningar





Tips och trix:

ATT KNYTA BEFINTLIGA BILDER OCH BILDBYRÅBILDER NÄRMARE HSB MED VÅRA PROFILFÄRGER

Tips och trix

Våra profilmärken i duplexbilder

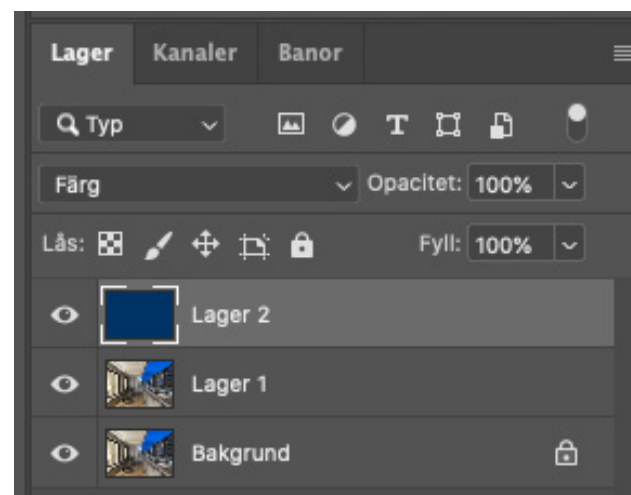


HSB – där möjligheterna bor

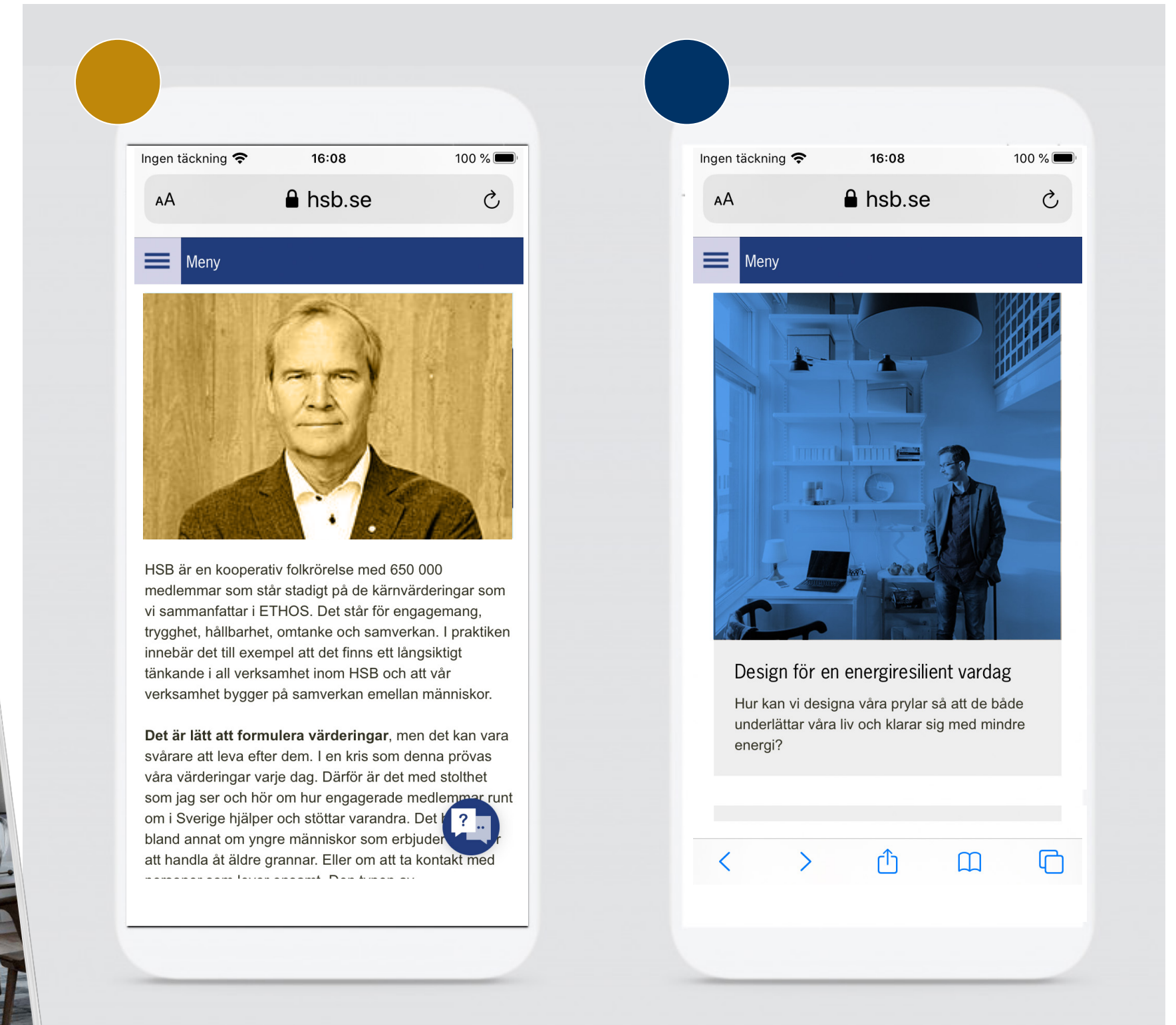
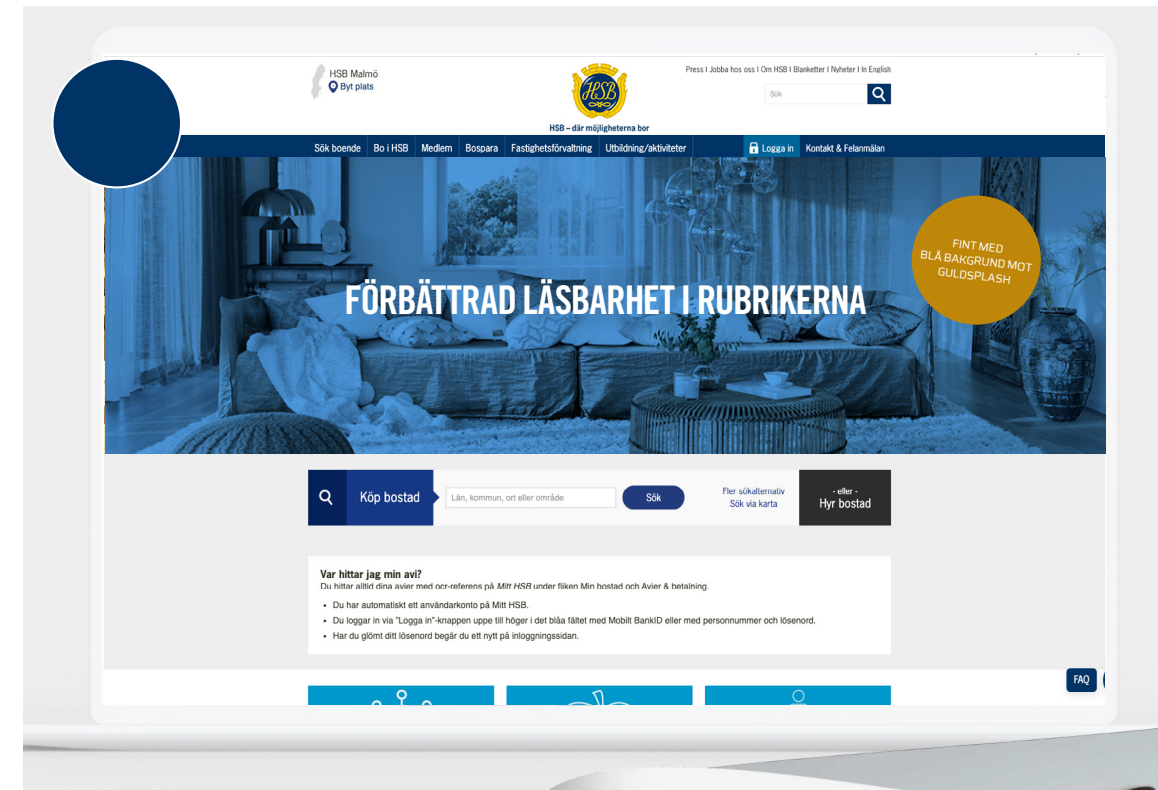
I vissa fall kan det vara stor skillnad på äldre bilder, nytagna bilder och bildbyråbilder. Ett enkelt sätt att knyta dessa närmare till vår profil är att skapa en duplexeffekt i Photoshop.

Undantag bör göras för bilder, som måste vara redovisande och de som inte tekniskt mår bra av att ställas om till duplexfärg.

När vi har flera bilder på samma uppslag eller sida bör inte alla bilder konverteras till duplex. Det är rekommenderat att ta den största, mest framträdande bilden i layouten och lägga duplexfilter på denna, medan resterande bilder förekommer i sitt ursprungliga manér.



Addera ett nytt lager med profilmärken *HSB Blå* eller *HSB Guld*. Med ett enkelt knapptryck i Photoshop's *Lager/Färg* konverteras då bilden till vår färgskala. Efterjustera om bilden blir för ljus eller mörk. Ett enkelt sätt att få vårt bildmanér hänga ihop bättre och bilderna dateras långsammare.



Tips och trix

Öka närvaron av blått och guldgul där det går



HSB – där möjligheterna bor

Ett enkelt sätt att hålla ihop profilen är att vid varje tillfälle försäkra sig om våra huvudfärgers närvaro i bilden. Tänk på att det är lika enkelt att välja bilder som knyter an till profilmärgerna som att välja de som avviker.

Om grundbilden är möjlig att retuschera kan man med enkla medel justera i Photoshop. Intill ser du tre vanligt förekommande typer av bilder som modifierats för att stärka vår profil.

A) Befintlig bild från mediabanken där balken intill hissdörren har ställts om i färgnyans till guldgul.

B) Bild där himlen har gjorts blåare och ljusen i fönstren har gjorts gulare.

C) Bild med naturliga blå/gula inslag kan förstärkas genom att öka *Mättnad* i Photoshop.

På nästa sida får du en snabblektion i hur enkelt det är att skapa dessa bilder.



Exempel på bild med naturliga blå/gula inslag

A)

B)

C)

Tips och trix

Så kan du justera bilderna till mer blått och guldgult

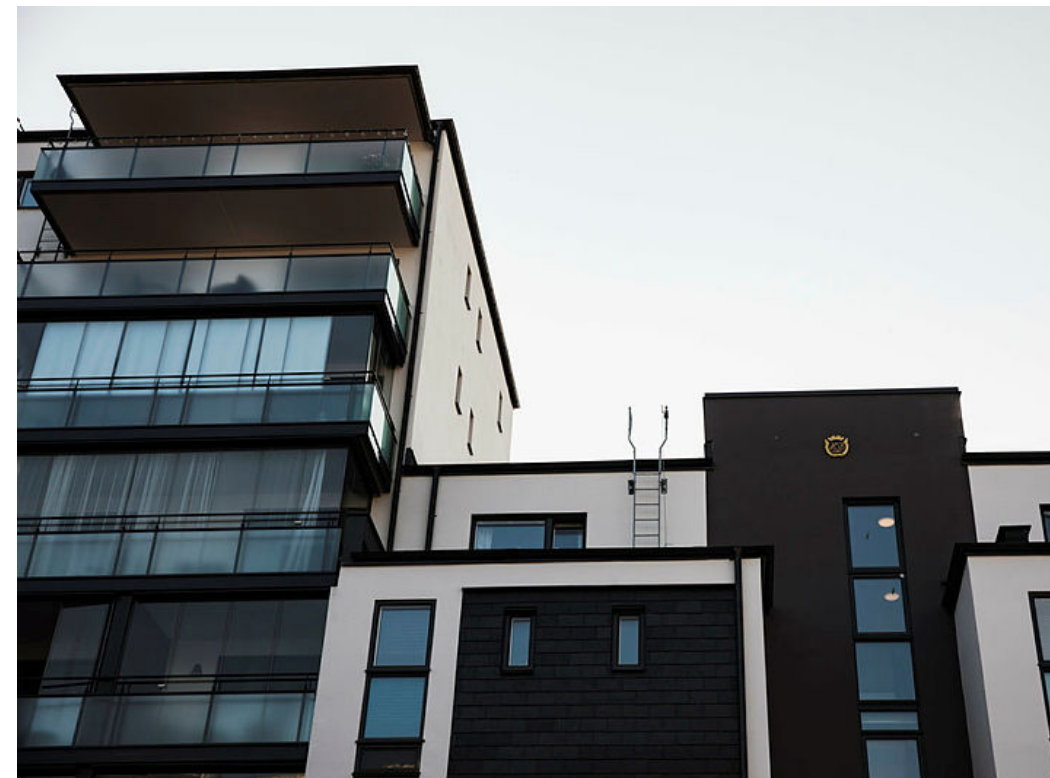


HSB – där möjligheterna bor

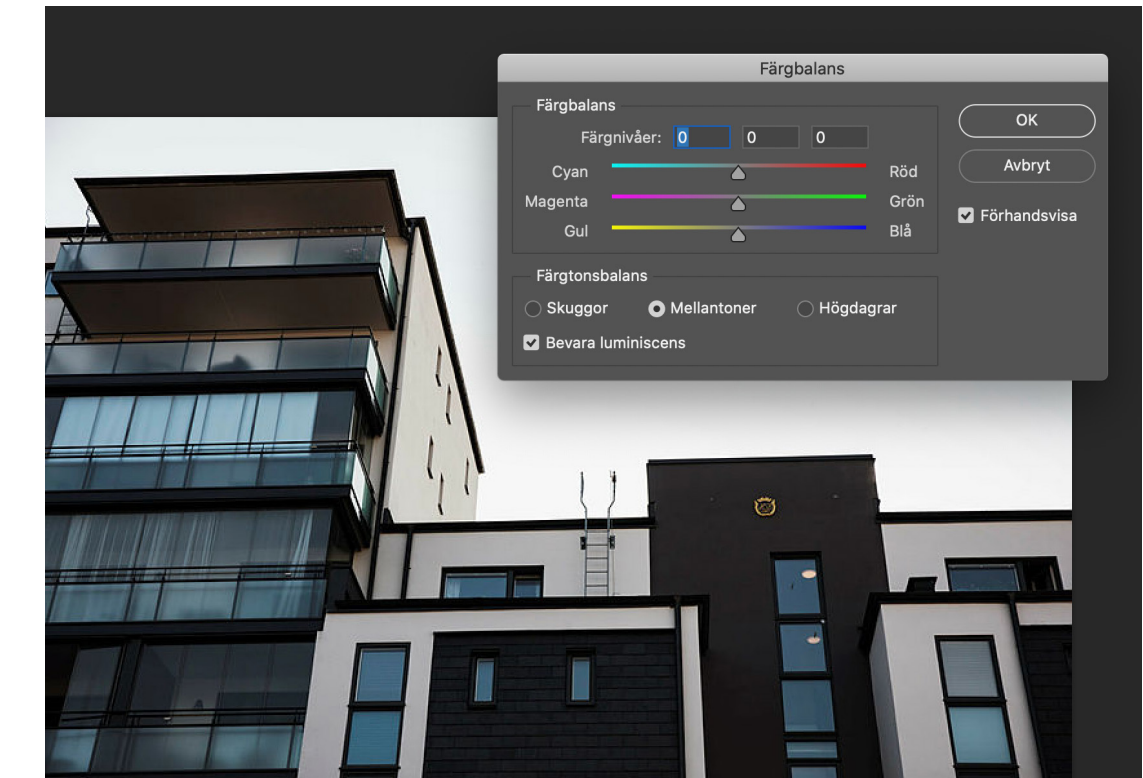
Bilder som kommer från bildbanker, fotografer eller vår egen mediabank är oftast neutralt ställda i färgerna. Med några enkla knapptryck i Photoshop kan vi dock justera bilden för att bättre knyta an till våra profilmärken.

Prova gärna att göra om exemplet intill för att lära dig knepen tills det blir skarpt läge.

GÖR SÅ HÄR



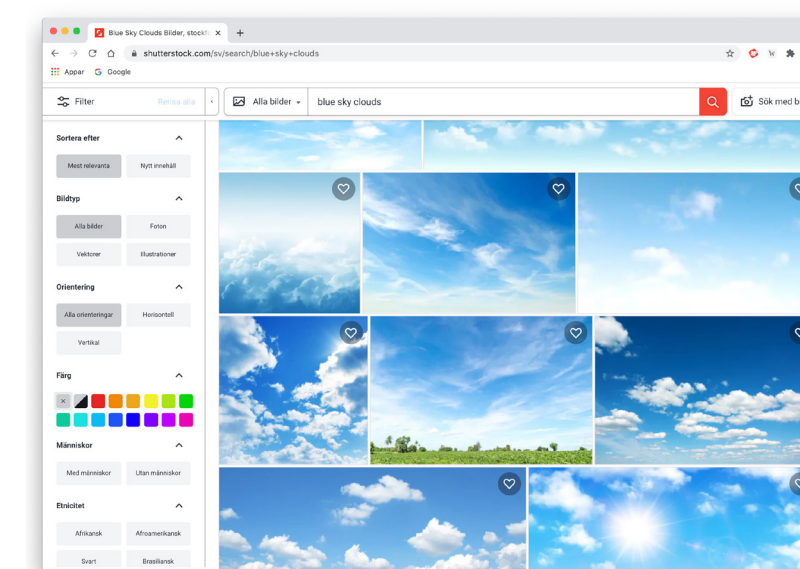
Ta in originalbilden i Photoshop.



Justera *Intesitet(Ljus)/kontrast*. Ställ om färg i *Nyans/mättnad*.
Finjustera i *Färgbalans*.



Här kan man enkelt byta himmel för att få en bättre slutbild.



Välj ny bakgrund från vår mediabank eller köp in om den möjligheten finns.



Lägg ihop bilderna, finjustera och spara ut som .png. På så sätt har du en bild i ett lager samtidigt som originalet i lager finns kvar som backup.

Tips och trix

Så kan du jobba med övertoningar



HSB – där möjligheterna bor

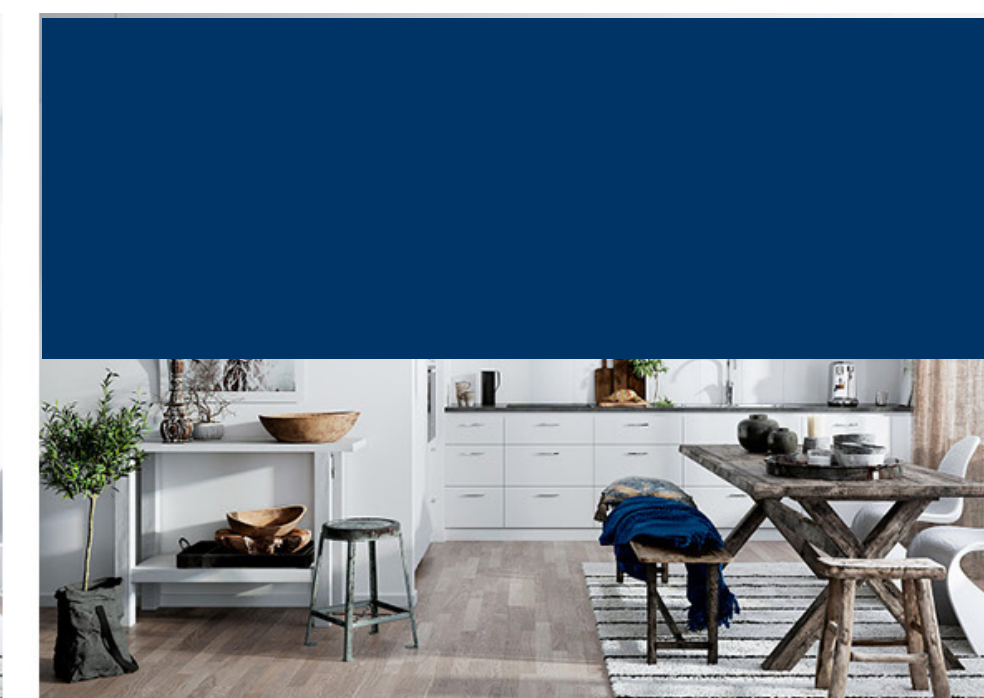
En svag övertoning i HSB blå 1 över bilder skapar inte bara en bättre koppling till våra profilmärken, utan bidrar även till högre läsbarhet. Justeringen rekommenderas framförallt i mindre format i digitala media, som exempelvis banners.



GÖR SÅ HÄR



1) Montera bilden i ett InDesign-dokument.



2) Dra en rektangel i önskad färg (HSB blå 1 eller HSB vit) över den del av bilden du vill tona.



3) Välj effekt Övertöningsludd och ange vinkel och opacitet tills du når det resultat du önskar.

Bilder

Fotobrief



HSB – där möjligheterna bor

När vi beställer bilder som ska läggas in i vår gemensamma mediabank har vi alla ett gemensamt ansvar. Tänk på att HSBs fotomanér ska genom-syras av värme och närhet, vilket kompletterar de lite kallare och mer avskalade elementen i vår grafiska profil.

Vi har dessutom starka värdeord i organisationen, ETHOS, som också ska rymmas i manéret: Engagemang, Trygghet, Hållbarhet, Omtanke och Samverkan.

HSB ska vara personligt och naturligt och absolut inte poserande och tillgjort.

Det är av största vikt att fotografen är duktig på att få modellerna att känna sig avslappnade och bekväma.

Vårt bildmanér sträcker sig från HSBs övergripande profilbilder till området och objekten såväl interiört som exteriört. Målsättningen bör alltid vara att spegla ett boende med mänskliga förtecken. Detta med hjälp av bilder med människor i miljön, eller med bilder där mänsklig närvaro finns i form av personliga element i interiören.

Tänk på att alltid teckna fotograf- och modellavtal vid fotograferingar. Mallar hittar du på HSBs gemensamma intranät.



Markerade rutor i bilderna ovan är exempel på bilder som är medvetet komponerade för att ge plats för text i bild.