

# BRAND IDENTITY GUIDELINES



KYNNA  
EST 1902  
BRUK

**Designer**  
Andreas Kokkvoll

**Kontaktinfo**  
post@andreaskokkvoll.com  
+47 934 45 471

**Web**  
www.andreaskokkvoll.com

**Kunde**  
Kynna Bruk AS

**Kontaktinfo**  
frankdaniel@kynnabruk.no  
+47 952 84 342

**Web**  
www.kynnabruk.no

# Icon

## “Tømmerstokken”

Kynna Bruks symbol er en levende manifestasjon av deres historie og verdier. Inspirert av sagbrukets deling av tømmerstokker, symboliserer det håndverkstradisjoner og innovasjon. Symbolet uttrykker deres fokus på kvalitet og effektiv utnyttelse av råmaterialet, samtidig som det fremhever deres ryddige og strukturerte tilnærming til virksomheten.

Designet av symbolet for Kynna Bruk er et bevis på designerens innovative tilnærming. Mens mange sagbruk-logoer tradisjonelt inkluderer ikoner som sagblad og trestrukturer, har denne logoen et rent og overraskende utseende. Designeren har valgt å tenke nytt og skape en logo som skiller seg ut fra mengden innen treproduksjon, samtidig som den bevarer essensen av bransjen.

Designeren av Kynna Bruks symbol har gjort et dristig valg ved å skape en logo som skiller seg ut fra tradisjonelle sagbruk-logoer. Med et minimalistisk og rent design bryter denne logoen forventningene til treproduksjon, og uttrykker dermed nytenking og innovasjon. Designeren har bevisst valgt å gi symbolet et friskt utseende som skiller seg fra konvensjonen og gir Kynna Bruk et unikt visuelt uttrykk.



# Wordmark

## "Håndverkssymbolet"

Kynna Bruk's wordmark / font er en balansert kombinasjon av symboler som representerer styrke og håndverkskunnskap. Med søyler, laftesnitt, øksehode og raftestokk skaper det en visuell fortelling om en solid tradisjon, nyskapende tilnærming og et bredt spekter av produkter, alt sammen forankret i håndverkens tidløse prinsipper.

Designerenes wordmark / font for Kynna Bruk er inspirert av naturen og håndverket, med symboler som kvister, tømmer, hoggjern og øksehode. K'ene representerer stabilitet, Y'ene og N'ene viser variasjonen i produkter, A'en symboliserer skarpt verktøy og U'en former en raftestokk. Den stablede ordningen og "est 1902" understreker den lange tradisjonen som pionerer i håndverksfaget. Resultatet er et visuelt uttrykk for soliditet, kraft og gjenkjennelighet.

KYNNNA  
EST 1902  
BRUK

# Velkommen til Brand Guide

Velkommen til Kynna Bruk sin Brand Guide – en håndbok som gir deg innsikt i vår merkevareidentitet og retningslinjer for bruk. Vi er stolte av vår lange historie som en ledende aktør innen trelast og byggevarer, og denne guiden er designet for å sikre at vår merkevare alltid blir representert på en konsistent og meningsfull måte. Utforsk våre verdier, symboler, farger, typografi og mer, og bli kjent med de retningslinjene som hjelper oss med å skape en sterk og gjenkjennbar merkevare. Sammen kan vi fortsette å bygge fremtiden med kvalitet, innovasjon og håndverkskunst som våre fundamentale prinsipper.

Kynna Bruk's Brand Guide er et resultat av et nært samarbeid med den talentfulle designeren Andreas Kokkvoll. Med hans ekspertise og innsikt har vi utviklet en visuell identitet som fanger essensen av vår merkevare. Andreas har brukt sin unike kreativitet til å skape symboler, typografi og grafiske elementer som representerer vårt håndverk, tradisjon og innovasjon. Gjennom hans designvalg har vi oppnådd en visuell stil som er både tidløs og moderne, og som formidler vår dedikasjon til kvalitet og bærekraftig produksjon. Denne Brand Guiden er et verdifullt verktøy som gir deg retningslinjer for å bruke våre designelementer på en enhetlig og effektiv måte. Ta del i vår merkevarehistorie og la Andreas Kokkvolls kreative visjon inspirere deg til å skape sterke og engasjerende visuelle uttrykk for Kynna Bruk.



## INNHOOLD

### 01 Logo system

Logo systemet inneholder forskjellige versjoner, farger, størrelsesretningslinjer og bruksregler for å sikre konsistent og riktig bruk av merkevarens

### 02 Typography

Typography er viktig i en brand guide fordi den kommuniserer merkevarens personlighet, skaper konsistens og gir en visuell identitet som skiller seg ut.

### 03 Fargepalett

Fargepalett gir visuell konsistens og gjenkjennelighet.

### 04 Praktisk bruk

Viser hvordan logoen kan brukes i ulike situasjoner og materialer for å gi en realistisk visning av merkevarens utseende og konsistens.

### 05 Mobil / Web

Hvordan merkevaren skal brukes og tilpasses digitale plattformer. Retningslinjer for proporsjoner, fargebruk og plassering for å sikre en konsistent visuell identitet på nettet.

### 06 Sosiale medier

Foto, film, størrelser og layout

# LOGO SYSTEM

## SECTION 01

# Logo Mark Forklaring

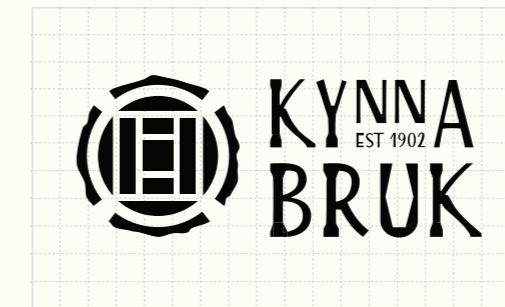
ClearSpace  
—— Icon



ClearSpace  
—— Text



ClearSpace  
—— Final Logo



ClearSpace  
—— Landscape



ClearSpace  
—— Landscape



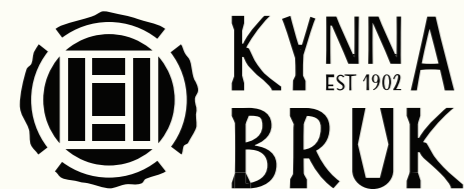


# Bruk av logo

En detaljert beskrivelse av logoens bruk på ulike måter i Brand Guide er viktig for å sikre konsistens og gjenkjennelighet, samtidig som man gir fleksibilitet til å tilpasse logoen etter behov uten å endre dens grunnleggende elementer.

## Primær

Primærlogoen er den primære og allsidige varianten som passer til alle plattformer. På dokumenter plasseres den vanligvis i hjørnene med tilstrekkelig luft rundt, tilsvarende bredden og høyden til ikonet.



## Over - under

Alternativ til primærlogo



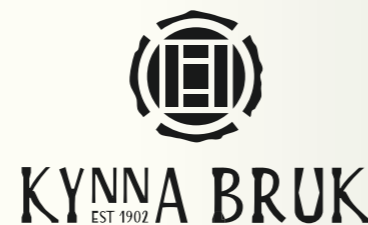
## Sekundær

Sekundærlogoen er et alternativ til hovedlogoen og kan brukes der det passer. Den er egnet for alle plattformer og behov. Plasser den i sentrum med tilstrekkelig luft rundt bredden og høyden av ikonet.



## Over - under

Alternativ til sekundærlogoen



# Bruk av logo II



**Sekundær:** Balansert avstand mellom ikon og tekst for en tiltalende logo.



**Primær:** Balansert avstand mellom ikon og tekst for en tiltalende logo.



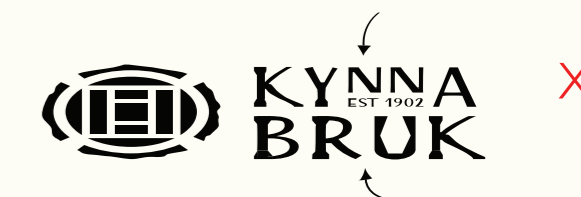
**Note:** "Ikon" skal IKKE forkyves.



**Note:** Logo skal IKKE skråstilles eller dreies.



**Note:** "Ikon" skal alltid plasseres på høyre/venstre side eller over "Wordmark".



**Note:** Logo, "Icon" og "Wordmark" skal ikke forvrenses, eller komprimeres fra topp/bunn og side.

# TYP- GRAPHY SYSTEM

## SECTION 02

## Typography

Designerenes valg om å bruke Greycliff CF til typographyen til Kynna Bruk er inspirert av ønsket om å skape et moderne, stilrent og profesjonelt uttrykk. Greycliff CF tilbyr et bredt spekter av stilvarianter som gir fleksibilitet og variasjon i designet. Typografien er lett å lese og passer godt til både digitale og trykte materialer.

### Greycliff CF

A B C D E F G H I J  
K L N O P Q R S T U  
V W X Y Z

**Kynna Bruks wordmark** er inspirert fra Scrapbooker Sans og er nøye gjennomtenkt. Fonten utstråler en håndverksfølelse og en varm, innbydende atmosfære som passer perfekt til merkevarens verdier. Med sin lekne og uformelle stil formidler den også en følelse av autenticitet og originalitet.

# Fonts & Typography

Fonts og typografi spiller en viktig rolle i merkevarebygging. Primærfonten er den sentrale skriftstilen som brukes til å representere merkevaren og skape gjenkjennelighet. Den skal brukes konsekvent i alle kommunikasjonsmaterialer. Sekundærfonten er et alternativ som kan brukes til å variere og legge til dybde i designet, men den bør være nøye utvalgt for å sikre harmoni og konsistens. Ved å bruke primær- og sekundærfonter på riktig måte kan man oppnå en enhetlig visuell identitet samtidig som man gir rom for kreativitet og variasjon. Det er viktig å følge retningslinjer for riktig bruk av skriftstiler for å opprettholde merkevarens integritet og sikre en sammenhengende opplevelse for målgruppen.

## HEAVY

Thin

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, elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore . orem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam

Primær Fonts & Typography

## Extra Bold Oblique

Medium Oblique

*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, elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore . orem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam*

Sekundær Fonts & Typography

# Typography Hierarchy

Typography hierarchy er en viktig del av designet i en brand guide. Det handler om å skape visuell struktur og prioritere informasjon basert på viktighet. Ved å bruke forskjellige skriftstiler, størrelser og vektter kan man fremheve nøkkelbudskap og veilede leseren gjennom innholdet på en klar og effektiv måte. Riktig bruk av typografi hierarki bidrar til lesbarhet, visuell balanse og

NORMAL STYLE

Heavy



**Heading**

Regular



Heading

Bold



**Heading**

Light



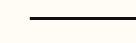
Heading

Demi Bold



**Heading**

Thin



Heading

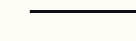
ITALIC STYLE

Extra Bold



**Heading**

Regular



*Heading*

Oblique

Oblique

Medium



**Heading**

Extra Light



*Heading*

Oblique

Oblique

Light



**Heading**

Thin



*Heading*

Oblique

Oblique

# FARGE PALETT

## SECTION 03



# Fargepalett - Primær

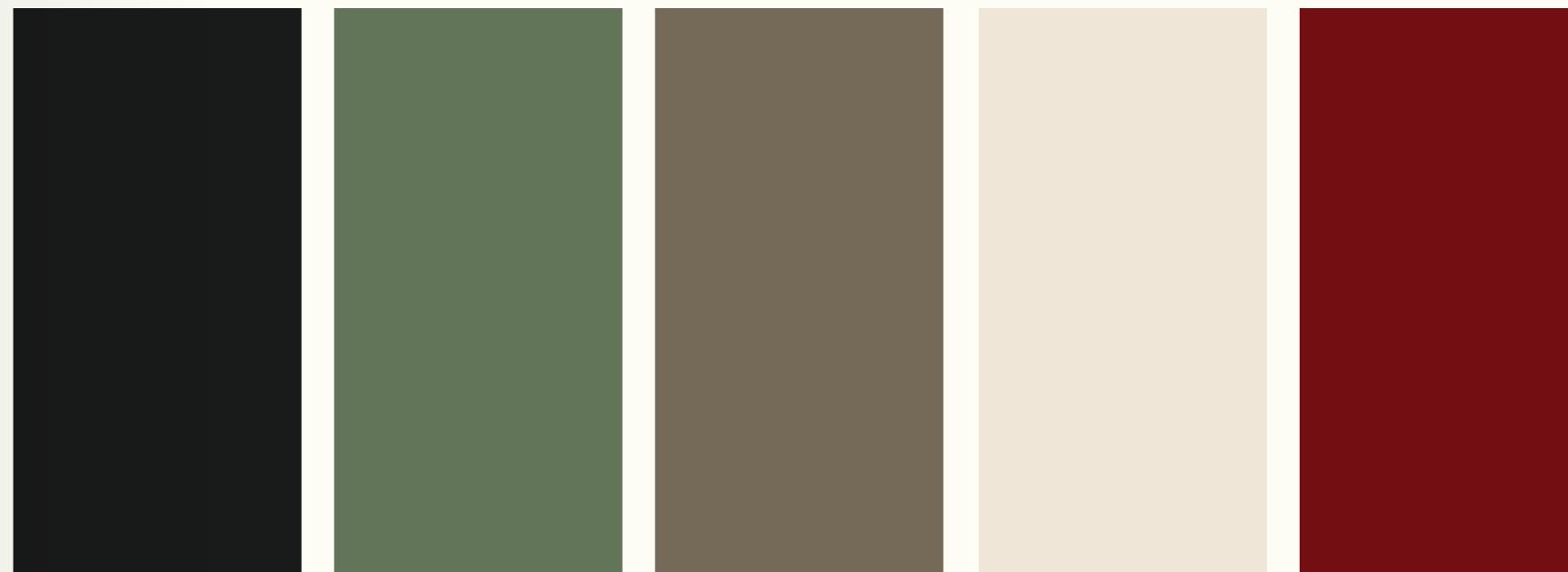
Fargepaletten til Kynna Bruk er nøye utvalgt for å representere essensielle elementer som skogen, naturen, sagbruk/trevirke, metall og industri. Samtidig reflekterer den merkeverens verdier som oppfinnere, nymoderne og nytenkende. Ved å bruke primær- og sekundærfargene på en gjennomtenkt måte, kan Kynna Bruk skape en visuell opplevelse som formidler sin unike identitet og skaper gjenkjenne. Konsistent bruk av fargepaletten vil bidra til å styrke merkeverens visuelle appell og skape en helhetlig opplevelse for publikum. Ved å flette disse fargevalgene inn i designet og kommunikasjonen, kan Kynna Bruk formidle sin historie og verdier på en visuell og engasjerende måte.



Black Olive	Dark Slate Gray	Axolotl	Light Taupe	Ivory
HEX: 3D3A3B	HEX: 28555A	HEX: 737659	HEX: A9986B	HEX: FEFDF3
RGB: 61 / 58 / 59	RGB: 40 / 85 / 90	RGB: 115 / 118 / 89	RGB: 169 / 152 / 107	RGB: 254 / 253 / 243
CMYK: 67% / 63% / 61% / 52%	CMYK: 85% / 52% / 54% / 31%	CMYK: 54% / 41% / 68% / 18%	CMYK: 34% / 34% / 65% / 4%	CMYK: 0% / 0% / 5% / 0%

# Fargepalett - Sekundær

En sekundær fargepalett brukes som et supplement til den primære fargepaletten i tilfeller der det er behov for variasjon eller spesiell betoning. Sekundære farger kan brukes til å skape kontrast, markere spesifikke elementer eller gi en ekstra visuell dimensjon. Det kan være i markedsføringsmateriell, kampanjer, grafiske elementer eller som en støttefarge i visuell kommunikasjon. Det er viktig å bruke sekundære farger med omtanke og i samsvar med merkeverens retningslinjer, slik at de fortsatt harmonerer med den overordnede visuelle identiteten til Kynna Bruk. På den måten kan den sekundære fargepaletten bidra til å berike merkevaren og skape visuell interesse uten å forstyrre den overordnede konsistensen og gjenkjenneheten.



Eerie Black	Axolotl, Dark	Pastel Brown	White Chocolate	UP Maroon
HEX: 1B1C1C	HEX: 647659	HEX: 766B59	HEX: EEE5D8	HEX: 731013
RGB: 27 / 28 / 28	RGB: 100 / 118 / 89	RGB: 118 / 107 / 89	RGB: 238 / 229 / 216	RGB: 115 / 16 / 19
CMYK: 73% / 66% / 65% / 77%	CMYK: 61% / 38% / 69% / 19%	CMYK: 50% / 49% / 63% / 21%	CMYK: 5% / 8% / 13% / 0%	CMYK: 31% / 100% / 98% / 44%

# PRAKTISK BRUK

## SECTION 04

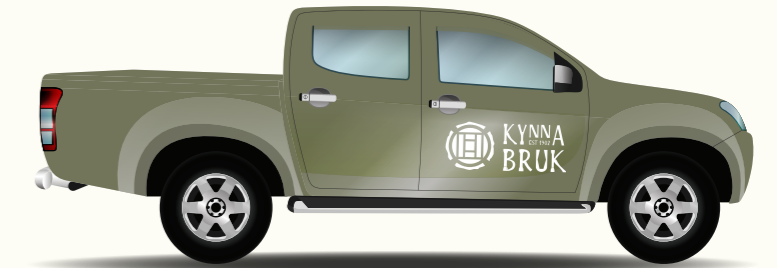
### Business card



Business card size: 3.5 x 2.1 inches



### Annet



### Klær





# MEDIA WEB

## SECTION 05

## Tilpasset media

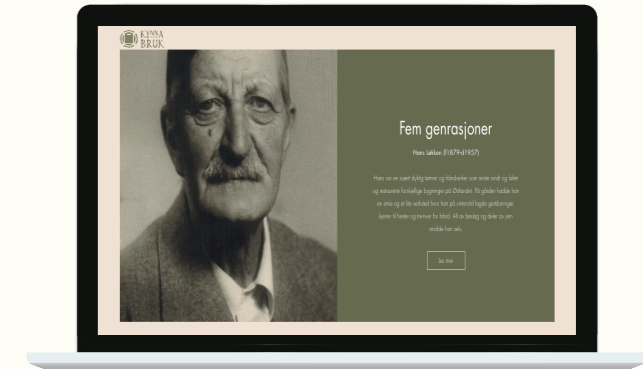
Mobil



### Mobile

Sekundærlogo brukes på mobiltilpasset landingsside så godt det lar deg gjøre. Plasseres i øvre del av skjerm, midtstilt.

PC / Ipad



### Laptop

Primærlogo plasseres i venstre hjørnet på landingsside tilasset Ipad og PC.

# SOSIALE MEDIER

## SECTION 05

### Canva

CANVA er et hjelpemiddel på mobil og PC som lager layouts tilpasset merkevare. Det anbefales på det sterkeste å bruke denne på områder hvor kompetansen og tid ikke strekker til.

Her kan man forhåndslege stilen man ønsker.



### STØRRELSER PÅ SOSIALE MEDIER

På alle sosiale plattformer brukes disse størrelsene da de tar i bruk hele skjermen og gjør posten/innlegget mer synlig:

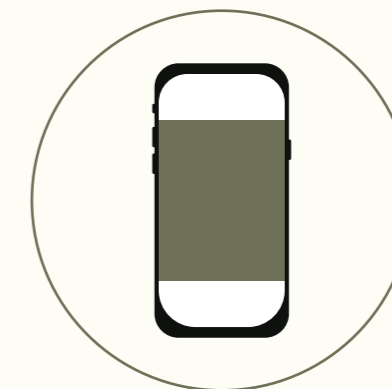
### Svart/hvitbilder

Svart/Hvit-bilder skal brukes når Kynna Bruk forteller historier. Dette bidrar til å skape en visuell historie og forankring i det gamle.

### Fargebilder

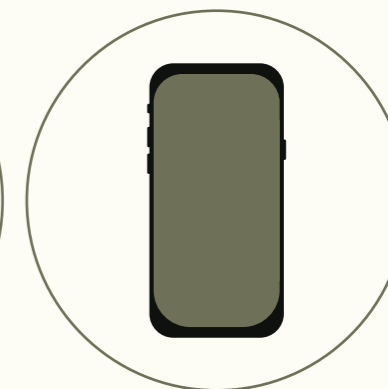
Fargebilder skal brukes når det publiseres fra NÅ-TID. Som f.eks: Produktbilder, Dagens oppdatering fra bruket, Takk til kunde xxxx for...

4x5 Vertical  
Instagram og Facebook



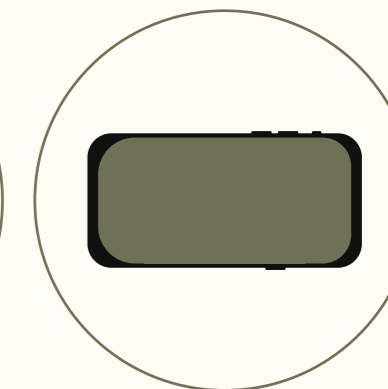
Bilder og film på  
alle Sosiale media

9x16 Vertical  
Full portrett



Reels  
Historie

16x9 Landskap  
Film - Youtube etc



Fullskjerm