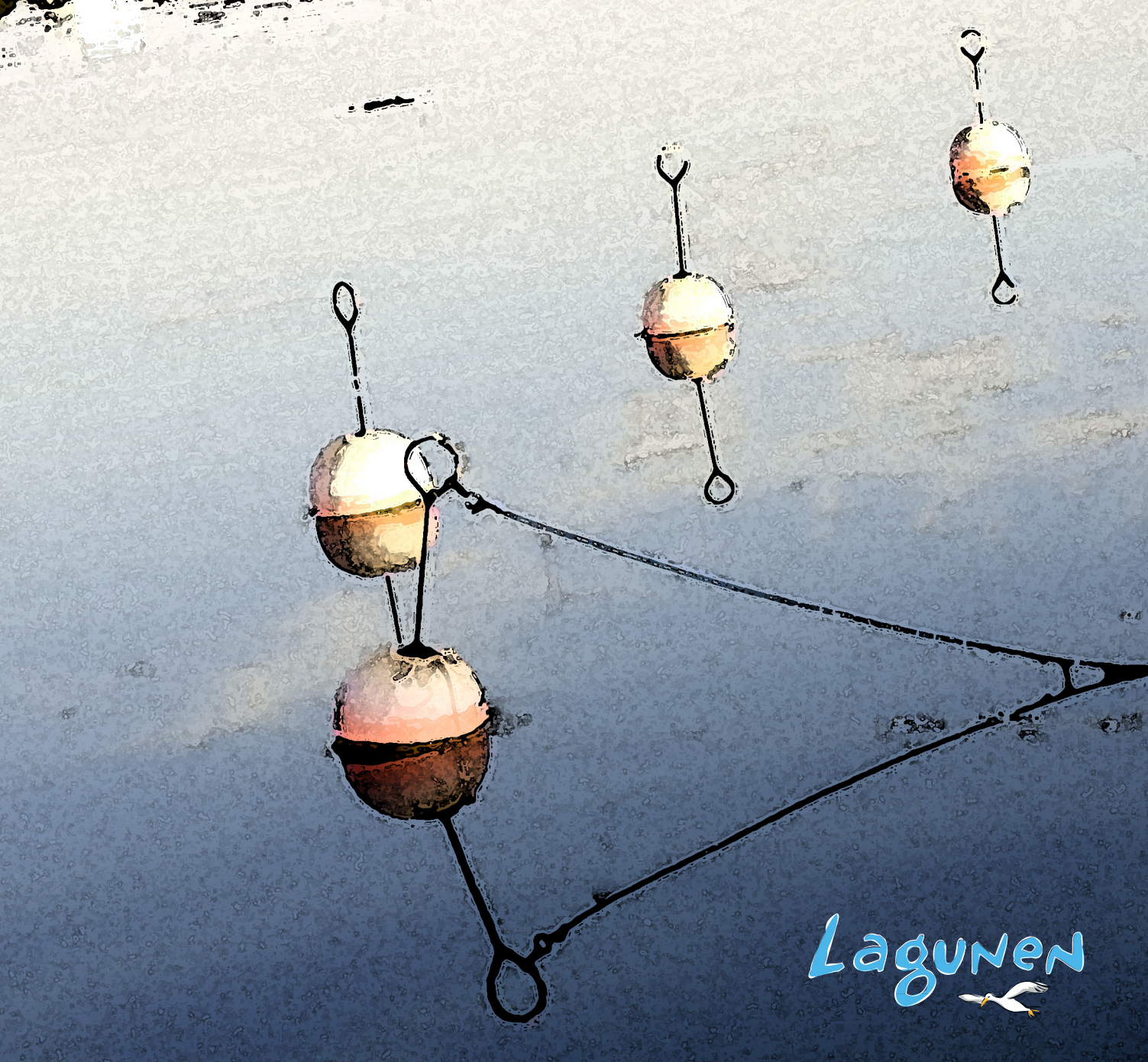




Lagunen



© 2013-16 Campingaktiebolaget Lagunen AB

Lagunen
Skärbygdsvägen 40
SE - 452 97 STRÖMSTAD

+46 (0)526 75 50 00
info@lagunen.se
lagunen.se

bleap
Skördevägen 22
434 40 KUNGSBACKA
info@bleap.se

Innehåll

<i>Inledning</i>	3
<i>Namn</i>	3
<i>Logotype</i>	4
<i>Färger</i>	11
<i>Typografi</i>	14
<i>Andra grafiska element</i>	17
<i>Sjöman & Måke</i>	20
<i>Karaktäristika</i>	23
<i>Bildspråk</i>	24
<i>Webb och e-post</i>	26
<i>Stationery</i>	27
<i>Skyltar</i>	
<i>Kläder</i>	
<i>Gestalttningsprogram</i>	

Inledning

Kommunikation är den process som överför information från en eller flera avsändare till en eller flera mottagare. Kommunikation är uttryck, ton, innehåll, rytm, färg och känsla. Det är det yttre - och det inre i hur det speglas i det yttre.

Hur vi kommunicerar skapar vårt företags visuella identitet. Syftet att stärka varumärket och de värden som varumärket står för. Genom konsekvent, kontinuerlig och samstämmig kommunikation av företagets varumärke och dess värden såsom det beskrivs i handboken ökar förutsättningarna för en stark och trovärdig etablering. Vi skulle kunna säga att en mycket stor del av vad Lagunen är - är vad vi kommunicerar att Lagunen är. Och en mycket stor del av vad Lagunen blir formas av vad vi kommunicerar idag.

Lagunen skall erbjuda glädjefyllda, unika upplevelser av boende, miljö, aktiviteter och skärgårdskultur starkt präglad och inspirerat av dess plats i Bohuslän. Varumärket skall förmedla exklusivitet, glädje, personlighet och otvungenhet. Detta beskrivs i Lagunens Marknadsplan, och återges här de olika produkternas karaktäristika.

Denna handbok beskriver och ger råd i utformningen av Lagunens visuella kommunikation; dess grafiska profil, bildspråk och gestaltningsprogram bland annat. Att gå utanför det handboken beskriver, att välja andra uttryckssätt är inte förbjudet. Men, om alls, bör det endast ske undantagsvis och med stor eftertanke och medvetenhet för att nå ett väl genomtänkt resultat.

Namn

Egennamn är centrala och skall alltid skrivas med inledande versal. De skall aldrig, inte heller i löpande text, avstavas.

I de fall ett egennamn består av flera ord som tillsammans utgör beteckningen skall varje ingående ord skrivas med inledande versal. Sådana sammansatta beteckningar får inte delas upp i enskilda delar eller brytas upp och skrivas på flera rader.

Exempel på korrekt användning av egennamn:

Lagunen, Bobilparken och Bergsbyn

I fall där egennamn sammanfaller med en befintlig beteckning på företeelse skall sådan beteckning följa vanliga svenska skrivregler.

Exempel på skillnaden i användning mellan egennamn och företeelse

När vi syftar på produkten Träningsläger används alltid inledande versal. Om vi däremot syftar på företeelsen träningsläger i dess generella betydelse används vanliga svenska skrivregler, som här.

Logotype

Logotypen kan sägas vara den visuella kommunikationens grundsten. Det är en effektiv och framträdande avsändare och symbol som i sig bär allt varumärket står för. Logotypen representerar det Lagunen lovar. Det finns de som går ännu längre och hävdar att en logotype återspeglar företagets själ.

Lagunens logotype har en unik design och är inte uppbyggd av något befintligt typsnitt. Dess ibland ojämna linjer, något oföljsamma kontur och fyllning är mycket medvetna val som ger logotypen Bohusläns karghet, frihet och genuitet. Som tar ett steg bort ifrån det perfekt tillrättalagda och mot det äkta, personliga och otvungna. Logotypens blå associeras med frihet, hav och himmel, men också pålitlighet och lugn. Det är dock värt att notera att denna blå är en kall färg som oftast behöver sällskap av värme; i bild, bemötande och uttryck.

Logotype

Lagunen

Respektera logotypens utformning. Rita inte om, förändra inte dess proportioner.

Färger

Lagunens logotype skall helst återges i färg på vit bakgrund.

Då detta inte är möjligt skall logotypen återges i svart på vit bakgrund eller i vitt på färgad bakgrund. Det skall alltid råda god kontrast mellan logotype och bakgrund. Undantag är möjliga för vissa profilprodukter såsom kläder, andra textilier och så kallade “give-aways”, tänkta för marknadsföring eller för användning inom företaget.

För fotografiska bilder som bakgrund används i första hand *Logotype negativ* i andra hand *Logotype svart*. Avgörande är att logotypen kontrasterar bra mot bakgrunden och bedöms kontrasten vara god kan även logotype i färg användas.

Måke

Lagunens logotype i färg kombineras oftast med Måke (läs mer om Sjöman och Måke, sid XX). Måke finns i flera varianter. Dock används endast ”Måke, figur 1” tillsammans med logotype och endast i den placering som visas nedan. Måke används aldrig tillsammans med *Logotype svart* eller *Logotype negativ*.

Måke, figur 1



Logotype med Måke



PMS	298 C
CMYK	67%, 2%, 0%, 0%
RGB	61, 183, 228
HEX	# 3DB7E4



PMS	BLACK 6 C
CMYK	0%, 0%, 0%, 100%
RGB	0, 0, 0
HEX	# 111C24

Logotype svart



Logotype negativ



Logotype med tillägg

Vid tillfällen då avsändaren är en enskild produkt/avdelning inom Lagunen och denna behöver tydliggöras kan logotype med tillägg användas.

Logotype med tillägg, exempel



Logotype med Måke och tillägg, exempel



Märke

Lagunens ”märke” kan användas i de flesta sammanhang där det på annat sätt framgår att avsändaren är Lagunen; explicit eller underförstått. Eller i sammanhang där Lagunen som avsändare medvetet inte skall framhävas. Till exempel i vip-sammanhang, som pin på kavajslag eller andra profilprodukter. Märket utgörs av logotypens ”L”.

Märke



PMS	431 C
CMYK	0%, 0%, 0%, 85%
RGB	75, 75, 74
HEX	#4B4B4A

Märke svart



Märke negativ



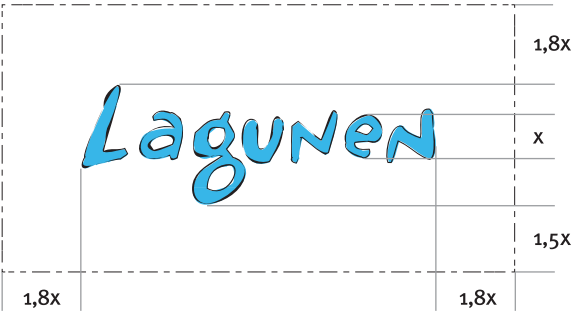
Frizon

Logotypen får starkast uttryck om den appliceras mot en ren vit bakgrund. Logotypen skall alltid särskiljas från övriga grafiska element så att dess visuella integritet skyddas. Ju större de fria ytorna är runt logotypen desto starkare är det visuella intrycket.

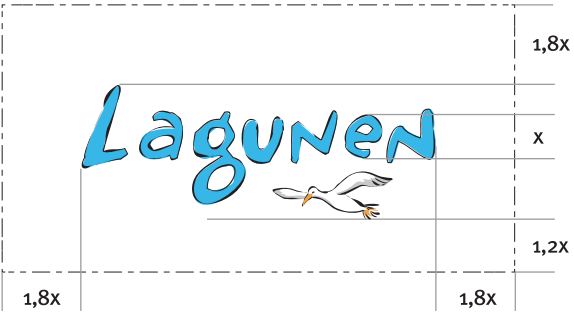
Stor frizon

Stor frizon skall användas gentemot andra element på samma yta, till exempel text och andra grafiska element.

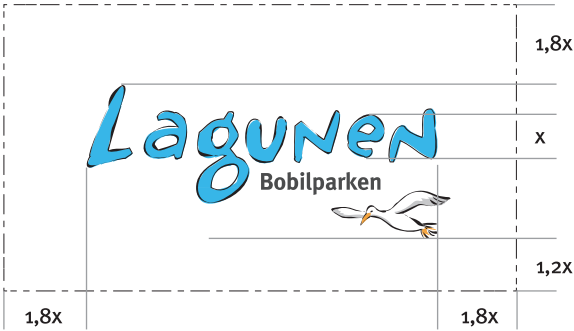
Logotype



Logotype med Måke



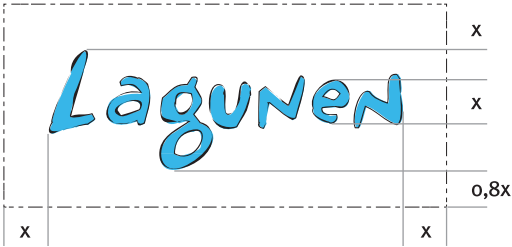
Logotype med tillägg och Måke



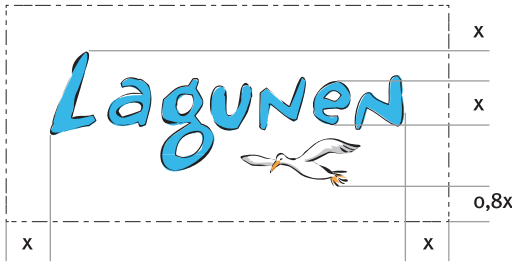
Liten frizon

Liten frizon kan användas för utfallande ytor och där logotypen inte konkurrerar med annan information eller annat grafiskt element.

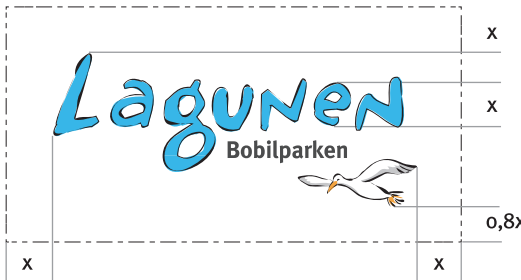
Logotype



Logotype med Måke



Logotype med Måke och tillägg, exempel



Storlek och placering

På tryckt material i standardstorlekar och återkommande sammanhang såsom stationery, affischer, annonser och liknande har logotypen fast storlek och placering; nere i högra hörnet. Logotypens storlek bestäms av mediets storlek. Där det är möjligt skall logotypen vara 1/4,5 av bredden i stående format, och 1/6,4 av bredden i liggande format.

Det finns ingen övre begränsning avseende logotypens storlek. Det beror alltid på media, sammanhang och syfte. Tänk på att god kontrast och rätt använd frizon är ofta viktigare än storlek.

Minsta tillåtna storlek, bredd

Logotype



Logotype med Måke



Däremot har varje logotype en minsta tillåten storlek som borgar för god läsbarhet och tydlighet. Denna får inte underskridas. Vid små format som till exempel pluggannonser och visitkort där logotypen riskerar att bli mindre än standardstorlekarna frångås dessa. Finns behov av avsändare i ännu mindre storlek än minsta tillåtna storlek, som till exempel favicon, kan märke användas.

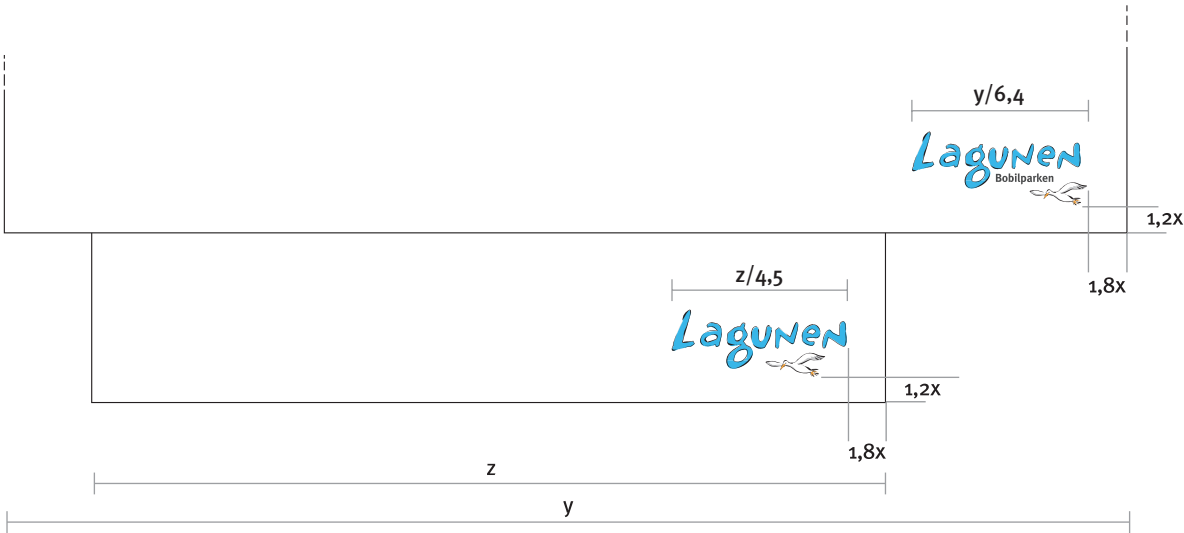
Logotype med tillägg, exempel



Logotype med Måke och tillägg, exempel

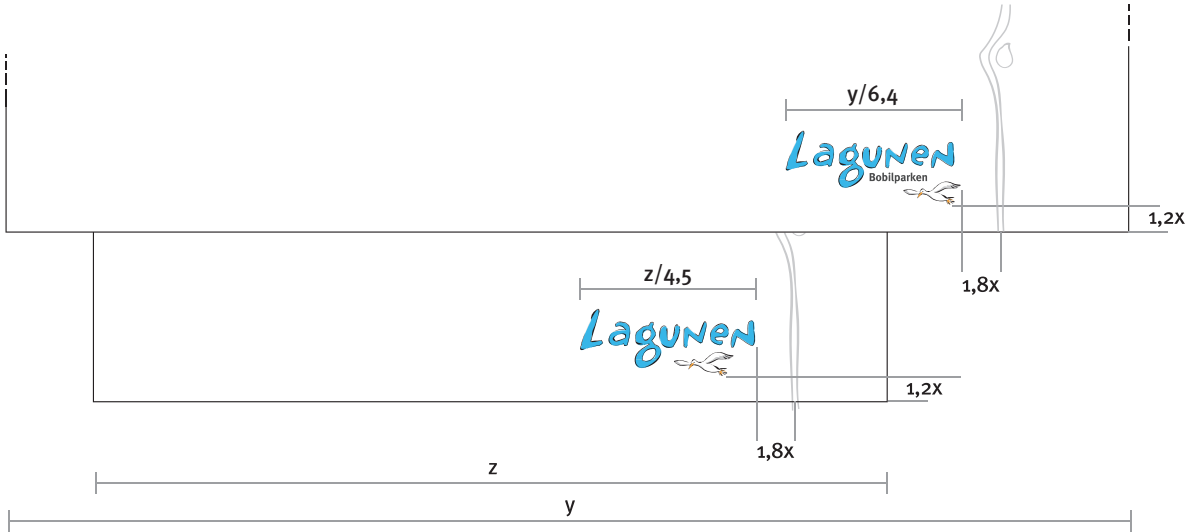


storlek och placering, standard



Vid tillfällen då det grafiska elementet *ådring* (läs mer på sid XX) används utgår vi från elementets centrumlinje som höger marginal utifrån vilken logotype placeras.

storlek och placering med ådring, standard



Färger

Färger skickar estetiska signaler och förstärker emotioner. Lagunens färgpalett speglar de värderingar och känslor varumärket skall förmedla. Dess blå, grå och vita står för exklusivitet, förtroende, pålitlighet och lugn. Blå leder tankarna till hav och himmel, grå till den bohuslänska graniten. Orange är värme, glädje och lekfullhet. Det är generöst och otvunget. Men orange är också högljutt och kräver plats och bör, för att inte övergå i skrikande, användas måttfullt.

Vid val av färger kom ihåg att kontexten, det sammanhang i vilken färgerna skall användas som är avgörande. Två kulörer som i ett sammanhang bildar ett harmoniskt och lyckosamt resultat kan, om proportioner och sammanhang förändras, i en annan kontext leda till helt annorlunda och oönskade associationer.

Försök alltid ha med något som ger kontrast. Det gör resultatet mer livfullt. Det är inte förbjudet att gå

utanför färgpaletten i den grafiska profilen om detta görs medvetet för att nå ett väl genomtänkt resultat och i övrigt följer de riktlinjer som redogörs för här. Men observera att logotypens färger aldrig ändras.

De primära accentfärgerna används för att förstärka Lagunens primära färger och för att skapa harmoni och inramning. De är återhållsamma för att också kunna användas för större ytor. Notera att för kulören *varm vit* finns ingen bra motsvarighet inom Pantones färgsystem varför denna inte skall användas i sådana sammanhang.

De sekundära accentfärgerna används för tydliggörande och fokus. De kräver uppmärksamhet, tillför energi och dynamik och skall användas med eftertanke då de i för stor omfattning helt enkelt kan bli överväldigande och göra hela resultatet övermättat.

Förutom dessa används vit och svart.

Primära färger

blå	PMS	534 C
	CMYK	100%, 79%, 28%, 13%
	RGB	43, 64, 110
	HEX	#2B406E

mörk grå	PMS	431 C
	CMYK	0%, 0%, 0%, 85%
	RGB	75, 75, 74
	HEX	#4B4B4A

Primära accentfärger

varm vit	PMS	används ej
	CMYK	4%, 2%, 8%, 0%
	RGB	247, 247, 239
	HEX	# F7F7EF

ljus grå	PMS	428 C
	CMYK	16%, 11%, 12%, 0%
	RGB	220, 221, 222
	HEX	# DCDDDE

mellan grå	PMS	Cool Gray 7 C
	CMYK	0%, 0%, 0%, 37%
	RGB	183, 183, 183
	HEX	# B7B7B7

sekundära accentfärger

logo blå	PMS	298 C
	CMYK	67%, 2%, 0%, 0%
	RGB	80, 87, 92
	HEX	# 50575C
ljus orange	PMS	1235 C
	CMYK	3%, 40%, 85%, 0%
	RGB	223, 165, 65
	HEX	# DFA541
mörk orange	PMS	021 C
	CMYK	0%, 68%, 100%, 0%
	RGB	209, 107, 28
	HEX	# D16B1C
gråblå	PMS	432 C
	CMYK	65%, 43%, 26%, 78%
	RGB	55, 66, 74
	HEX	# 37424A

Typografi

Lagunens typsnitt är utvalda för att förmedla varumärkets värden och för att framhäva logotypen. Precis som för färger och, och som vi skall se bilder, förmedlar teckens bildmässiga utformning känslor, tankar och associationer.

Logotype

Logotypens tecken är handritade och specifikt designade för Lagunen.

Rubriker

För rubriker i trycksaker används FF Meta. En modern sans serif med karaktär. Inbjudande, personliga former men samtidigt tydligt i små vikter vilket, inte minst, underlättar läsbarheten. Meta finns i ett antal olika vikter. Lagunen använder först och främst de nedan, men även övriga kan nyttjas förtjänstfullt, dock använder vi aldrig någon av de kursiva varianterna.

Meta Normal Roman, 14pt

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
1234567890.,;(*!?)

Meta Book Roman, 14pt

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
1234567890.,;(*!?)

Meta Medium Roman, 14pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890.,;(*!?)

Meta Bold Roman, 14pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890.,;(*!?)**

Brödtext

För brödtext, annan löpande text och ibland i rubriker där man vill ha serifens elegans används Minion Pro. Och precis som Meta ett modernt typsnitt med tydliga rötter i de klassiska. Stor flexibilitet tack vare en omfattande teckenupsättning och med fler ligaturer än många andra teckensnitt.

Minion Pro finns i ett antal vikter, roman och kursiv liksom condensed och small caps. Alla kan användas.

Minion Pro Regular, 14pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890.,;(*!?)

Minion Pro Semibold, 14pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890.,;(*!?)**

Minion Pro Bold, 14pt

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890.,;(*!?)**

Minion Pro Italic, 14pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890.,;(*!?)*

För särskilda effekter

För det personliga och otvugna tilltalet arbetar Lagunen också med en scriptfont; Just Me Again Down Here. Den efterliknar handskriven text och skall användas sparsamt och enbart till mycket korta meningar eller enskilda ord, såsom taglines, rubriker, korta infällda citat och liknande.

Just Me Again Down Here finns enbart i en vikt.

Just Me Again Down Here, 14pt

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890.,;(*!?)*

Andra grafiska element

Grafiska element används för att skapa enhetlig design som leder till igenkänning och för att yttermera framhäva Lagunens profil.

*elementet Ådror,
satt med utfall*

Vitt plank

Det *vita planket* är ett viktigt identitetsbärande element i Lagunens kommunikation. Det binder samman vårt visuella uttryck med vårt boende och vår plats i Bohuslän. Det ojämna träets struktur, harmonierar med logotypens karghet och genuitet. Träets mjukhet med värme och gemytlighet. Men också med den styrka och kraft som präglar de bohuslänska fiskelägena, dess historia och livet vid havsbandet.

Det vita planket kan användas som bakgrund för annonser, skyltar, hemsida och trycksaker. Vi sätter dock i normalfallet inte brödtext på vitt plank.

Notera att ”plankorna” i vårt vita plank alltid är stående.

Ådror

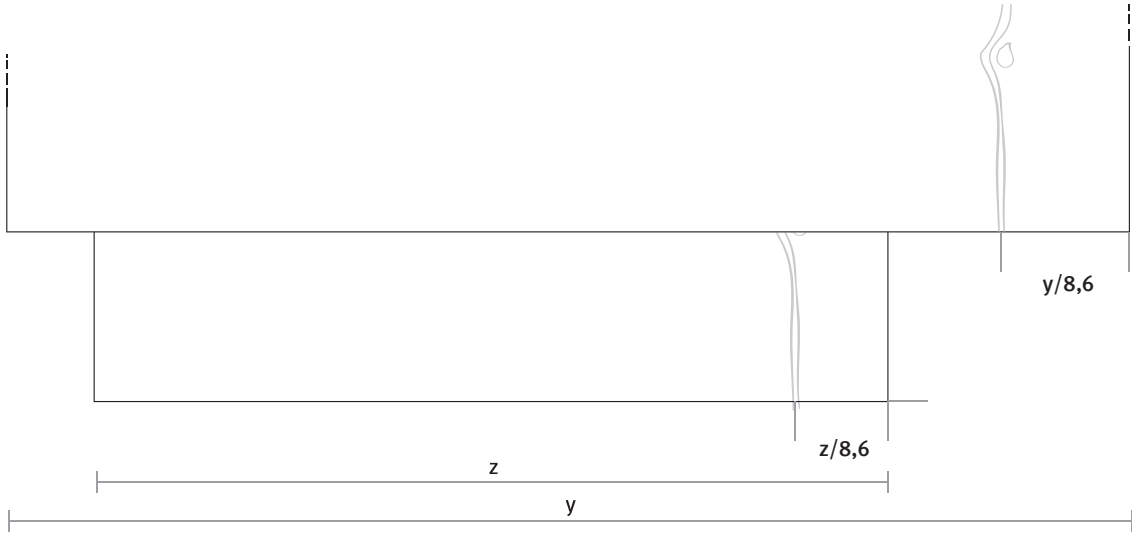
Det vita planket kompletteras av elementet *Ådror*. Vi säger att *Ådror* är en grafisk representation av det vita planket och eftersträvar samma känsla. Det används för att bryta upp raka vertikala linjer och skapa personlighet och karaktär.

Ådror kan användas i många sammanhang. Vi använder företrädesvis *Ådror* placerat 1/8,6-del sida av omgivande elements bredd men även andra placeringar är möjliga. Dock aldrig centrerat då detta skulle minska dynamiken och göra intrycket mindre livfullt.

Ådror skall alltid sättas utfallande, så att det färdig trycksak når ända ut till omgivande elements över- och underkant.

Ådror realtiv storlek, standard

Ådror kan användas såväl vänster- som högerställd. Olika färger är möjliga. Elementet får dock aldrig användas horisontellt.



Vi använder bara elementet *Ådror* en gång per omgivande element, till exempel en gång per sida, en gång per färgplatta och så vidare.

lätt att vara

Uttrycket *lätt att vara* speglar utgör något av Lagunens devis. Det sammanfattar den obekymmersamhet, välbefinnande och glädje som präglar Lagunen. Uttryckets grafiska element används med fördel när avsändaren, Lagunen, redan är känd eller på annat sätt framgår av sammanhanget.

Det grafiska elementet *lätt att vara* är satt i en anpassad version av typsnittet Just Me Again Down Here, med inledande gemen och i orak linje för att förstärka innebörden av uttrycket. I löpande text används samma typsnitt som omgivande text. Olika färger, och olika texteffekter är möjliga.

BBQ Weekend

Lagunens event BBQ Weekend har en egen logotype. Den används i sammanhang där Lagunen som avsändare framgår på annat sätt. Eller på give-aways, såsom t-shirt, grilltillbehör, kapsylöppnare etc.

Undvik att använda både Lagunens logotype och logotypen för BBQ Weekend i samma sammanhang. Där det ändå är nödvändigt låt en av logotyperna storleks- och placeringsmässigt skilja sig från den andra.

Sjöman & Måke

Komplettering senare...

elementet lätt att vara

lätt att vara

logotype BBQ Weekend



logotype BBQ Weekend, svart



Karaktäristika

I marknadplanen för Lagunen har tagits fram ett antal karaktäristika för hur vi skall kommunicera varumärket och dess ingående produkter. Dessa kan sägas vara varumärkets själ, dess inneboende personlighet. De sätter ord och associationer på de värden vi vill förmedla. De beskriver vad Lagunen är.

Utgå alltid ifrån karaktäristikan. Försök få med de känslor, inre bilder, smaker, dofter som karaktäristkan väcker i all vår kommunikation.

Lagunen, och samtliga underprodukter

- Bohuslän;** Klippor, Skärgård, Salt, Tång, Fiskeläge, Krabbfiske, Ljung, Romantiskt, Kargt, ”Att luta sig mot vinden”, Tjära, Magiskt
- Glädje;** Skratt, Vålmående, Värme, Lycka, ”Lätt att vara”
- Exklusivt;** Kvalité, Service, Guldkant, Generöst, Tilltaget, Äkta, ”Inte för alla”
- Personligt;** Igenkännande, Generöst, Otvunget, Välkomnande
- Miljömedvetet;** Långsiktigt, Äkta, Hållbarhet, Ansvar

Camping

- Bergsbyn;** Bohuslänskt, Karaktär, Mysigt, Nära, Gemenskap, Kvalité, Fräscht, Värme
- Bobilparken;** Exklusivt, Personligt, Gemenskap, Tillmötesgående, Högsta standard
- Höjden;** Mysigt, Tradition, Prisvärt, Enkelt, Nostalgi, Naturnära
- Rörlig Camping;** Havsnära, Otvunget, Glädje, Trygghet, Värme, Gemenskap, Frihet, Vackert, Skratt
- Säsongscamping;** Tradition, Nostalgi, Trygghet, Värme, Gemenskap, Frihet, ”Hemma”
- Vandrarhem;** Prisvärt, Enkelt, Gemenskap

Träningsläger

- Gemenskap, Nära, Vålbefinnande, Flexibilitet, Möjligheter

Restaurang

- Otvunget, Vällagat, Personligt, Gott, Stämningsfullt, Havsnära, Guldkant

Gästhamn

- Skärgård, Fiskeläge, Romantiskt, Tjära, Magiskt, Kvalité, Exklusivt

Övrig karaktäristika

- Julbord;** Skärgårdsromantik, Glittrande, Tradition, Värme, Generöst, Stämningsfullt, Magiskt
- Mormor & Farfar -veckan;** Värme, Kvalitetstid, Mysigt, Närhet, Trygghet, Skratt
- Glasscafé;** Somrigt, Barn, Generöst, Glädje, Kvalité, Fräscht
- Midsommar;** Tradition, ”Blommor i håret”, Värme, Glädje, Otvunget
- Äventyrsgolf;** Lek, Spänning, Skicklighet, Skratt
- Höstlov;** Närhet, Värme, Mysigt, ”Utflykt med varm choklad”, Besjälade, Kvalitetstid
- Reception/Butik;** Värme, Vänlighet, Välkomnande, Generöst, Proffsionellt, Enkelt,

Bildspråk

Det fotografiska material som används i marknadsföringssammanhang skall förmedla Lagunens karaktäristika. Information är underordnat känsla. Försök att arbeta med bilder som kompletterar, men samtidigt kontrasterar varandra - i vad motivet föreställer, avståndet till motivet, dominerande färgton, tid på dagen och skärpedjup. Vi eftersträvar variation för att visa Lagunens mångfald och möjligheter.

Försök att alltid ha med människor i en eller flera bilder. Bilder på människor är lättare att identifiera sig med och förmedlar personlighet. Vi väljer i första hand bilder med aktiva barn och vuxna. Vi använder aldrig bilder på människor som för deras del skulle kunna vara ofördelaktiga. Vi är försiktiga med bilder av människor lätt klädda och i bar överkropp i alla sammanhang som inte är direkt relaterade till med bad och strand - i synnerhet bilder på barn.

För facebook, Instagram och andra sociala medier kan bilder tagna med mobiltelfoner, och andra enklare kameror användas. För sociala medier kan också filter och annan förvrängning av bild accepteras i en betydligt högre utsträckning. För allt annat material används enbart fotografiskt material av hög kvalitet.

Exempel på hur flera bilder kontrasterar varandra



Webb och e-post

Lagunens hemsida följer samma regler som övrig kommunikation. Vi arbetar med samma färger, samma grafiska element, samma karaktäristika och samma bildspråk.

Vi väljer delvis typsnitt anpassade för digital återgivning men behåller Just Me Again Down Here för dess karaktär och igenkänning. De övriga två är PT Serif och Oxygen. Tilldelning av typsnitt till css-objekt styrs av hemsidans template.

PT Serif Regular, 14pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
1234567890.:,;(*!?)

Oxygen Regular, 14pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
1234567890.:,;(*!?)

För hemsidan har tagits fram unika väderikoner, andra ikoner och ytterligare några grafiska element. Dess syfte är först och främst tydlighet och används enbart på hemsidan.

Samtliga officiella e-postadresser, skall så långt som möjligt konstrueras som *funktion@lagunen.se*, till exempel *info@lagunen.se*, *ansokan@lagunen.se*, *teknik@lagunen.se* och så vidare. Personliga adresser konstrueras som *fornamn@lagunen.se*. Vi använder enbart förnamn för det personliga tilltalet. För å och ä i förnamn används *a* och för ö används *o*.

Samtliga Lagunens epostadresser använder gemensam e-postsignatur.

Vi använder signaturen för alla nya mail, vi skickar alltid html-mail och signaturen utformas enligt nedan.

Namn; Verdana 10 pt fet stil, färg #575756
Horisontell linje; bredd 40%, minsta bredd 200px, vänsterställd, färg #dcdde, mariginal överkant - 2px, marginal underkant - 5px
Logotype, svart outline med måke, bredd 160 px
Företagsnamn, Verdana 8 pt fet stil, färg #575756
övrig information, Verdana 8 pt, färg #575756

För brödtext används som standard typsnittet Verdana 10pt. Det är möjligt att lägga till rader med information under logotype så som ytterligare telefonnummer, organisations-ummer etc. Denna skall då sättas i samma typsnitt, samma storlek och samma färg

Stationery

Brevpapper, kuvert, konferensblock och annan 'stationery' följer de riktlinjer som ges i denna kommunikationshandbok.

Det finns två undantag. Dels visitkort där logotype placeras med liten frizon upptill. Dels liggande kuvert där logotype placeras i vänster nederkant, men för övrigt följer riktlinjerna för placering.

e-postsignatur, skärmbild

Bo Andreasson



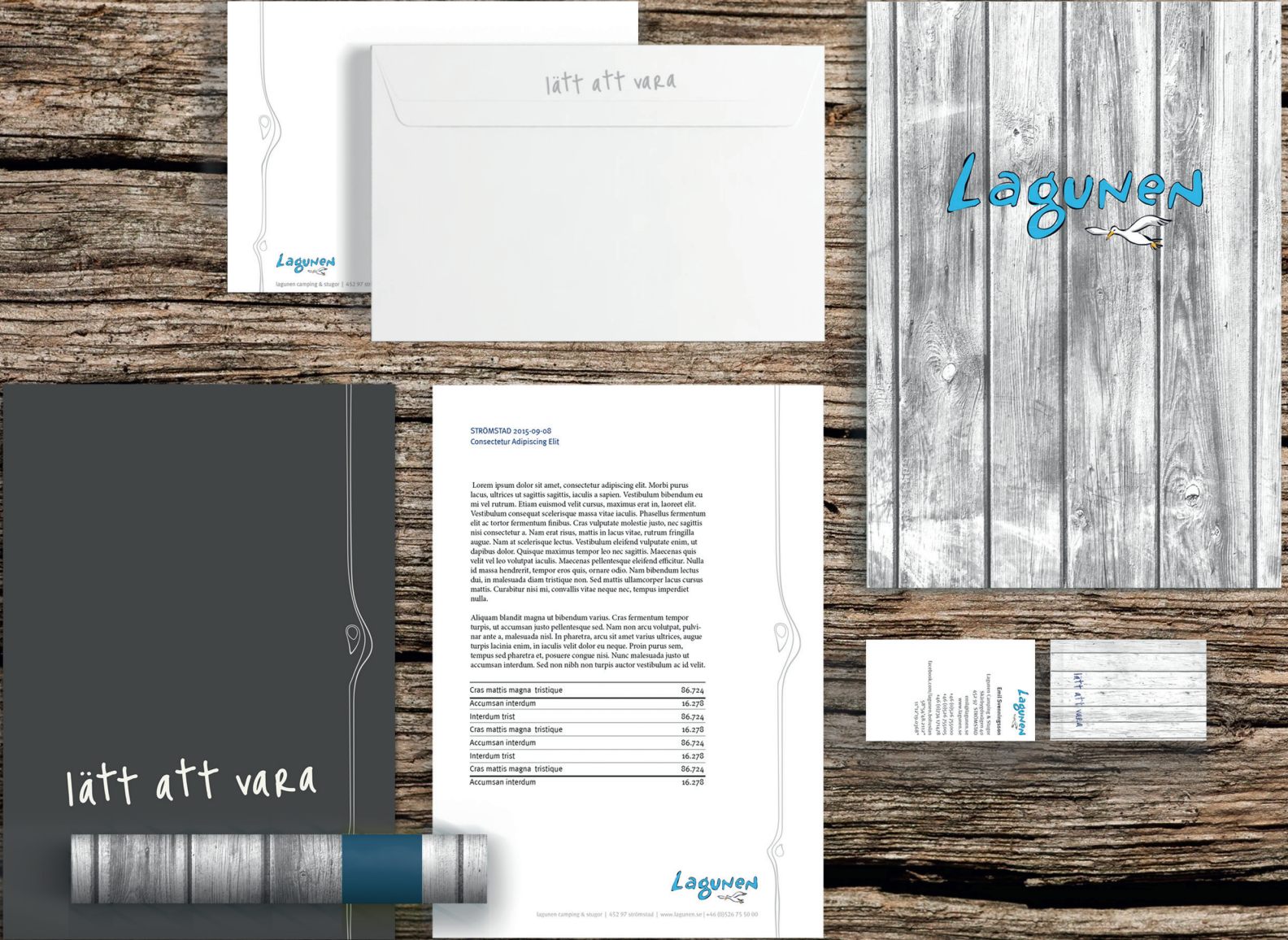
Lagunen Camping & Stugor
Skärbygdsvägen 40
452 97 STRÖMSTAD

+46 (0)526 755000

facebook.com/lagunen.bohuslan

58°54'48.2112"
11°12'19.0368"

visitkort



Skyltar

Komplettering med skyltar senare...

Kläder

Komplettering med kläder senare...

Gestaltningsprogram

Komplettering med gestaltningsprogram senare...

