



Småtass

PERSONLIGE TREOBJEKTER, LAGET I NORGE

For dem som ser hunden som familie.

For dem som ser hunden som familie.

Småtass er en visuell merkevare for personlige, varige treobjekter designet og produsert i Norge.

Dette dokumentet beskriver merkevarens kjerne, posisjonering, manifest, stemme, visuelle identitet, fargepalett, typografi, logosystem, fotostil, produktverden og veikart.

Versjon 1.2 — komplett logosystem · Mai 2026

Innhold

01	<i>Merkevarens kjerne</i>	04
02	<i>Vår historie</i>	06
03	<i>Manifest</i>	09
04	<i>Det vi ikke gjør</i>	11
05	<i>Stemme og tone</i>	13
06	<i>Visuell identitet</i>	15
07	<i>Fargepalett</i>	16
08	<i>Typografi</i>	18
09	<i>Logo</i>	20
10	<i>Fotografi</i>	23
11	<i>Produktverden</i>	25
12	<i>Første slipp — fem produkter</i>	26
13	<i>Neste steg</i>	28
	SMÅTASS	03

01

Merkevarens kjerne

NAV N

Småtass · merkevarens navn. Synlig overalt: nettside, sosiale medier, produktstempler, emballasje, all kundekommunikasjon.

Småtass Studio · det formelle navnet bak merkevaren. Brukes ikke i markedsføring eller daglig kundekommunikasjon, men kan stå i copyright-linjer og rettslige sammenhenger der formelt selskapsnavn er forventet (for eksempel nettsidens bunntekst).

Collective Innovation AS · juridisk enhet. Synlig på fakturaen og i nettsidens lovpålagte selskapsinformasjon (org.nr og adresse i bunntekst, jf. markedsføringsloven §3). Ikke i annen markedskommunikasjon, ikke på sosiale medier, ikke i emballasje.

POSISJONERING

Personlige, varige treobjekter for hundefamilien — designet og produsert i Norge.

HOVEDSETNING

For dem som ser hunden som familie.

TAGLINE (MED LOGO)

Personlige treobjekter, laget i Norge.

KORT VERSJON (ENGELSK FOR ETSY)

Personalised wooden objects for dog families. Made in Norway.

POSIJONERING I TRE LAG

Lang versjon — 45 sekunder

Småtass forener hundekjærlighet og hjem-estetikk i samme objekt. Vi lager personlige treobjekter i Norge for folk som ser hunden sin som en del av familien — ikke som et kjæledyr som lever ved siden av oss, men som et familiemedlem som hører til i interiøret, i hytta, i ferieminnene.

Mellomlang — 15 sekunder

Personlige treobjekter for hundefamilier. Laget i Norge.

Kort — 5 sekunder

For hundefamilien.

02

Vår historie

FOR NETTSIDEN — MERKETS STEMME

I norske hjem henger det bilder. Av familien. Av hytta. Av fjellet. Av barna som vokser opp. Vi setter rammer rundt det vi elsker.

Men det er én del av familien som sjelden får sin plass på veggen: hunden.

Hunden som ligger ved peisen. Hunden som venter ved døra. Hunden som var der den dagen barnet kom hjem fra sykehuset for første gang. Hunden som har vært på hytta hver eneste sommer i ti år.

Vi syntes det var en liten urettferdighet. Så vi begynte å lage objekter for dem også. Skilt med navnet deres. Plaketter med datoen de kom inn i livet vårt. Små ting som sier «han hører til her — like mye som oss».

Det er det Småtass er. Personlige objekter for hunder, hjem og hyttene de deler med oss.

Vi lager dem i Norge. Av gode materialer. Med tid og tanke.

For dem som ser hunden som familie.

FOR SOSIALE MEDIER — BURBAK'S HISTORIE

Det startet med en hund jeg ikke lenger har.

Han kom til oss da jeg var et barn. Egentlig var det kusinene mine som hadde hentet ham, men etter en uke ville de ikke ha ham lenger fordi han bjeffet for mye. Da fikk vi ham. Han het Burbak — et navn som kom av det tyrkiske «buraya bak», som betyr «se hit». Hver gang noen sa det, kom han løpende. Det var slik han fikk navnet sitt.

Han var der gjennom hele oppveksten min — gjennom skolen, gjennom de første kjærlighetene, gjennom flyttingen, gjennom universitetet. Fjorten år delte vi. Nesten hele barndommen min, og hele ungdommen.

Da han ble gammel, var jeg der. Da han gikk, var jeg voksen.

Etter ham hadde jeg ingen hund. I årevis. Det følte som om ingen kunne ta plassen hans, og kanskje det var sant.

For en stund siden begynte en venn av meg å snakke om hunder igjen. Hvilken rase som passet meg. Vi hadde lange samtaler — over uker, kanskje måneder. Jeg var sikker på at jeg ville ha en stor hund, hvis jeg noen gang fikk en til.

Men han fikk meg til å se dachshunden.

Den lille, lange, sta, modige hunden. Det er noe med dem som blir hos deg når du først har sett det. En slags personlighet som er for stor for en så liten kropp.

Jeg har fortsatt ingen hund. Men hvis jeg en dag får en, blir det en dachshund.

Det er derfor den første kolleksjonen vår er for dem.

Småtass er bygget på den følelsen — at en hund kan være en så stor del av et liv at du fortsatt kjenner formen av det år etter at han er borte.

Vi starter med dachshunden, fordi det var dachshunden som lærte meg at man aldri slutter å være en hundeperson — selv når man tror man har gjort det.

— *Håkon*

Til Burbak. Den første.

03

Manifest

Hver Småtass-gjenstand bæres av disse fem prinsippene. De er ikke markedsføring. De er hvordan vi jobber.

01 *Hunden er familie.*

Den deler huset, hytta, ferien og hverdagen. Den fortjener sin egen plass i hjemmet — ikke bare en kurv på gulvet, men noe som sier «han hører til her».

02 *Det personlige varer lengst.*

En masseprodusert ting blir glemt. Et objekt med navnet hans, datoen dere møttes, eller koordinatene til hytta deres — det blir værende. Det blir til en historie barnebarna kan ta i hånden.

03 *Godt håndverk er ikke gammeldags.*

Vi velger gode materialer. Vi tar tiden vi trenger. Vi sender ingenting ut som vi selv ikke ville hatt hjemme. Dette er ikke effektivt — men det er riktig.

04 *Stille design taler høyere.*

Vi lager ikke ting som roper. Vi lager ting som passer inn. Et Småtass-objekt skal sitte naturlig på kjøkkenbenken, i hytteveggen, ved døra — som om det alltid har vært der.

05 *Norsk, fordi vi er det.*

Alt designes og produseres i Norge. Av oss. Med trevirke vi selv har valgt. Det er ikke en markedsføringsstrategi. Det er bare slik vi jobber.

— . —

Disse fem er målestokken. Når vi er i tvil om en beslutning, stiller vi spørsmålet: passer dette med hva manifestet sier?

04

Det vi ikke gjør

Det som definerer en merkevare er ikke bare hva den lager — men hva den nekter å lage. Disse linjene er våre.

01 *Vi tar ikke imot lisensierte karakterer.*

Disney, Marvel, Pokémon, fotballklubber, populære tegneseriefigurer — uansett hvor mye en kunde ber om det. Det er ikke vårt univers. Hunden din er hovedpersonen, ikke en lisensiert figur.

02 *Vi lager ikke logoer for store hundefôrmerker eller kjedebutikker.*

Vi er for hunden og hjemmet — ikke for industriens markedsføring. Mindre, lokale aktører som deler vårt syn på hunden som familie kan vi snakke med — men det er en samtale, ikke en standardtjeneste.

03 *Vi lager ikke hastebestillinger på 24 timer.*

Ekte håndverk tar tid. Hver bestilling planlegges, lages, kvalitetssjekkes og pakkes for hånd. Vi lover ærlige leveringstider — ikke umulige.

04 *Vi bruker ikke billig kryssfiner i hovedproduktene våre.*

Det fins en grunn til at masseprodusert kryssfiner er billig. Vi velger trevirket nøye — bjørk, finer og naturmaterialer som tåler å vare. I premium-serier også eik, valnøtt og poppel.

05 *Vi lager ikke kitsch eller overdreven dekorativ design.*

Hjerter rundt hundens navn. Glitter. Pastell-ekspløsjoner. Det er ikke oss. Vi tror på stillhet i designet — det er hunden som skal stå frem, ikke ornamentene rundt.

06 *Vi kopierer ikke andre håndverkere.*

Hvis du har sett designet hos noen andre først, er ikke vi de som lager det. Vi designer hvert objekt selv. Vi tar inspirasjon fra livet, ikke fra andres butikker.

07 *Vi gjør ikke generiske produkter uten personalisering.*

Hver Småtass-gjenstand har en fast form og et fast håndverk. Det som gjør den din er navnet, datoen eller historien som blir gravert inn — laget for én hund, én familie. Faste former. Personlig historie. Det er forskjellen.

Når en bestilling havner utenfor disse linjene, takker vi nei med varme. «Det er ikke det vi gjør — men vi heier på deg, og kan kanskje peke deg dit hen.»

05

Stemme og tone

Småtass har en stemme. Stille men trygg. Varm men ikke sukkersøt. Kvalitetsbevisst men ikke snobbete.

TRE BÆREBJELKER

Varm men ikke overdrevet. Vi sier «det fineste fjeset i hele huset», ikke «vay, ne tatli 🤪🤪». Følelsen er der, men språket er behersket.

Kunnskapsrik men ikke selgende. Vi forteller om materiale, prosess, design — ikke «kjøp nå før det er for sent». Vi er ikke en butikk. Vi er et verksted.

Premium men ikke snobbete. «Laget av god ek, skrudd sammen for hånd, skal vare i mange år» — ikke «eksklusivt design for kresne kunder».

FIRE REGLER

Korte setninger, få ord. Hver setning skal kunne stå alene. Hvis den ikke gjør det, klipp den i to.

Hunden er «han» eller «hun», ikke «den». En hund har et kjønn, en personlighet, et navn.

Vi sier «du», ikke «dere» eller «Dem». Norsk, varm, personlig. Men ikke ungdommelig eller cool.

Ingen em-dash («—»). Vi bruker komma, punktum, kolon eller midtpunktum («·»). For tallintervall: «349 til 1 490 kr». Em-dash skaper en pauserytme som ikke passer Småtass-stemmen.

EKSEMPLER

Den enkleste måten å se forskjellen på. Til venstre: tonen vi unngår. Til høyre: tonen vi velger.

IKKE SLIK

«Bestill nå med 30% rabatt!»

MEN SLIK

«Vi tar imot bestillinger for sommerleveranse fram til 15. juni.»

IKKE SLIK

«Eksklusivt og unikt design.»

MEN SLIK

«Laget av god ek. Skrudd sammen for hånd. Skal vare i mange år.»

IKKE SLIK

«Hva en søt hund! 🥰🥰🥰»

MEN SLIK

«Det fineste fjeset i hele huset.»

06

Visuell identitet

Småtass' visuelle identitet hviler på tre prinsipper. Hvert designvalg testes mot disse tre.

PRINSIPP 01 — STILLE PREMIUM

Vi bygger kvalitetsfølelsen ved å vise, ikke fortelle. Vi skriver ikke «PREMIUM» noen steder. Kunden skal kjenne det igjen i materialvalget, fotografiet, typografien, måten vi pakker på. Som Aesop, MUJI eller god skandinavisk møbeldesign — kvaliteten lever i detaljene, ikke i påstandene.

PRINSIPP 02 — NATURLIG OPPHAV

Småtass skal føles som om det kommer fra et lite verksted i et norsk fjellandskap, ikke fra et digitalt brand. Dette skal være tilstede i fargepaletten (krem, mose, terracotta), typografien (rolige serif-fonter), fotografiet (naturlig lys, ekte hjemmemiljøer) og emballasjen (kraftpapir, ekte tråd, ingen plast).

PRINSIPP 03 — HUNDEN SOM FAMILIE

Vårt manifestes første prinsipp lever også visuelt. I fotografiet er hunden ikke en «hovedperson» som poserer, men en del av rommet. Vi viser objektet på en kjøkkenbenk med en hund som ligger uskarpt i bakgrunnen. Vi viser plaketten ved døra, ikke i hånda. Han hører til der.

07

Fargepalett

Paletten heter «Burbak» — etter hunden som ble starten på Småtass. Hver farge bærer en egen oppgave i merkevaren.

Bjørk

#F5F0E6

Hovedbakgrunn — varm, lys tone i nesten hver flate. Ikke ren hvit. Erstatte rent hvit i alt.

Kveld

#2A2520

Hovedtekst, logo, mørke aksenter — myk svart, varmere enn ren svart. Som mørk eik i kveldslys.

Mose

#5C6B5A

Sekundær aksent — knapper, etiketter, ikoner. Den rolige skogsgrønnen.

Burbak

#A8543A

Spesiell aksent — manifest, sitater, founder. Brukes sparsomt, 5–10% av en flate.



BRUKSREGLER

Bjørk er alltid hovedbakgrunn. Ren hvit (#FFFFFF) er ikke en del av paletten — den er for klinisk.

Kveld brukes til all hovedtekst. Aldri ren svart (#000000).

Mose er sekundær — knapper, ikoner, små grafiske elementer. Må ikke konkurrere med hovedteksten.

Burbak er hellig. Brukes kun på 5–10% av en flate. På manifest-sider, founder-sitater, og produkt-etiketter for spesielle utgaver.

Stein er for de dempede tingene — undertekster, divider-linjer, alt som ikke skal kreve oppmerksomhet.

08

Typografi

To fonter — én for det poetiske, én for det praktiske. Sammen skaper de Småtass' stemme på papir og skjerm.

DISPLAY · CORMORANT GARAMOND LIGHT ITALIC

For dem som ser hunden som familie.

Cormorant Garamond — Italic, vekt 300–400. Til titler, sitater, hero-tekst.

BODY · SÖHNE / INTER REGULAR

Personlige treobjekter, laget i Norge. Hver bestilling planlegges, lages, kvalitetssjekkes og pakkes for hånd.

Inter — Regular, vekt 300–400. Til brødtekst, småtekst, UI-etiketter.

Begge fonter støtter norske tegn (æ, ø, å) fullt. Cormorant Garamond og Inter er begge tilgjengelig gratis via Google Fonts.

HIERARKI

BRUK	FONT	STØRRELSE	VEKT / STIL
Sidetittel	<i>Cormorant</i>	48–72 px	Light
Undertittel	<i>Cormorant</i>	28–36 px	Light Italic
Sitater / hero-tekst	<i>Cormorant</i>	22–28 px	Italic
Brødtekst	Söhne / Inter	16–18 px	Regular
Smårttekst	Söhne / Inter	12–14 px	Regular
UI-etiketter	Söhne / Inter	11–12 px	Medium UPPERCASE

— . —
Cormorant for det poetiske. Inter for det praktiske. Aldri en tredje font.

09

Logo

Småtass har et logosystem med to ansikter: et offentlig wordmark som er hovedformen, og et stille signaturmerke som dukker opp som et lite funn.

Hovedelementet er ordet «Småtass» satt i Cormorant Garamond italic, supplert av en lineær dachshund-silhuett — laget av én tynn linje, knapt synlig, som om noen har signert i bunnen av et håndverk. Selvtillid kommer fra tilbakeholdenhet, ikke fra dekorasjon.

Logodesignet er inspirert av rolige luksusmerker som Aesop, Le Labo og Frette.

SEKS GODKJENTE VARIANTER

Logoen lever som et system. Hver flate har sin plass i paletten — fra primær lockup til avatar til invers.

01 · Primær 01_PRIMARY_LOCKUP.SVG

lockup



Småtass

Laget for hunder. Designet for hjem.

Hovedlogoen — for nettside, sosiale medier, viktige flater. Dachshund-merket over wordmark. Tagline under.

02 · Sekundær horisontal

Småtass

Horisontal versjon. For e-postsignatur, bunntekst, Pinterest cover, nar

03 · Signatur 03_SIGNATURE_KVELD.SVG

· Kveld



Kun dachshund-silhuetten i hovedfarge. Til produktstempler, emballasjeforsegliner, favicons.

04 · Signatur · Burbak



Spesialutgave i Burbak terracotta. Reservert for Minner-kolleksjonen, øyeblikk.



TEKNISKE SPESIFIKASJONER

WORDMARK-FONT	Cormorant Garamond — Italic 400
SUBTITLE-FONT	Inter — Regular 400, letter-spacing 0.6em
TAGLINE-FONT	Inter — Light 300
HOVEDFARGE	Kveld #2A2520 (myk svart, varm)
BAKGRUNNSFARGE	Bjørk #F5F0E6 (varm krem)
AKSENTFARGE — KUN SPESIALUTGAVE	Burbak #A8543A (terracotta)
STREKFARGE PÅ DACHSHUND	2.5px hairline
MINIMUMSTØRRELSE — PRIMÆR	120px bredde (web), 30mm (print)
MINIMUMSTØRRELSE — SIGNATUR	24px bredde (web), 8mm (print)
AVSTAND RUNDT LOGOEN	Minimum lik høyden på «S» i Småtass.

10

Fotografi

«Quiet Light» — fotostilen. Inspirasjon fra Kinfolk, Cereal, Aesops produktkatalog, MUJIs japanske studio, og Bo Bedres innredningsbilder.

SEKS REGLER

01 Naturlig lys.

Sidelys fra et vindu. Tidlig morgen eller sen ettermiddag. I mørke vinter måneder skal kunstig lys etterligne mykt vinduslys. Aldri direkte. Aldri hardt.

02 «Plassert», ikke «satt opp».

Objektet skal aldri se ut som om det nettopp ble satt på bordet. Det skal se ut som om det har vært der i ti år. En kaffekopp ved siden. En bok under. Litt støv kan være fint.

03 Hunden er der, men ikke i sentrum.

Hunden ligger og sover, går forbi, ser en annen vei. Han poserer ikke. Han er familiemedlem, ikke modell.

04 *Få objekter, mye atmosfære.*

Ikke fem produkter i ett bilde. Ett objekt + atmosfære. En matskåle-underplate + morgensol + tregulv + en hunds skygge i bakgrunnen.

05 *Fargepaletten lever i bildet.*

Bjørk-bakgrunner, Mose-aksenter, Kveld-skygger. Ingen blå himmel, ingen røde leker. Den naturlige norske paletten.

06 *Bevisst asymmetri.*

Objektet er ikke i midten. Det sitter på tredjedelslinjen, eller helt i kanten. Mye negativt rom. «Tomheten» trekker.

TRE FOTOTYPER

Studio Lifestyle. Produkt på kremfarget bakgrunn med små, organiske detaljer — en dråpe vann, en liten kvist, en åpen bok.

Home Lifestyle. Produktet i et ekte hjem, ekte kjøkken, ekte hytte. Ofte med en hund i bakgrunnen, uskarpt.

Verksted / Behind the scenes. Produksjonsøyeblikk. Trevirke, lys (ikke skarpt), hender, verktøy. Den ekte håndverk-historien.

11

Produktverden

Småtass utvikles i faser. Ikke alt på én gang. Hver kolleksjon vokser ut av den forrige.

<i>Fase 01</i>	<i>Dachshund — første slipp</i>	Lansering med 5 nøye utvalgte produkter for dachshund-familier: navneskilt, hytteskilt, båndholder, matskål-underlag og minneplakett.
<i>Fase 02</i>	<i>Dachshund vokser + Minner</i>	Dachshund-kolleksjonen utvides med 3–4 nye produkter basert på hva som har solgt. Minner-kolleksjonen lanseres som en stille parallelle linje.
<i>Fase 03</i>	<i>Hyttehund</i>	Norges mest unike kombinasjon: hytte- og hundekulturen møter hverandre. Skilt, koordinatplaketter, hyttegjenstander.
<i>Fase 04</i>	<i>Sesong (Jul / Påske)</i>	Sesongbaserte små serier. Begrenset utgave.
<i>År 02</i>	<i>Andre raser + internasjonal</i>	Labrador, Golden, Norsk Elghund. Etsy-lansering for global markedet (Frenchie, Corgi).

Vår største merkevare-investering i fase 01 er ikke produktene selv, men identiteten: hvordan Småtass ser ut, snakker, fotograferes, pakkes. Når den er etablert, kan kolleksjonene vokse organisk.

12

Første slipp — fem produkter

Vi lanserer med fem nøye utvalgte produkter. Ikke tolv. Ikke tjue. Fem. Hver av dem skal stå alene, og sammen skal de fortelle hva Småtass er.

PRODUKT	MATERIALE	PRIS (NOK)	TID	BESKRIVELSE
<i>Navneskilt</i>	Bjørk eller eik	399–549	12 min	Personlig navneskilt med dachshund-silhuett, hundens navn og året.
<i>Hytteskilt</i>	Eik eller valnøtt	749– 1.290	20 min	Skilt for hytta — familienavn, hundens navn, koordinater, etableringsår.
<i>Båndholder</i>	Bjørk + messing	549–749	15 min	Veggmontert holder for bånd og halsbånd. Hundens navn nederst.
<i>Matskål- underlag</i>	Bjørk	349–599	10 min	Underlag for mat- og vannskåler. Hundens navn rundt kanten.
<i>Minneplakett</i>	Eik	699– 1.490	18 min	Stille minneobjekt for hunder som har gått. Navn, datoer, ett ord.

Disse prisbåndene er foreløpige. Endelige priser fastsettes etter prototyp-test og produksjonsmåling. Hver bestilling planlegges, lages, kvalitetssjekkes og pakkes for hånd — det tar tid, og prisen reflekterer det.

HVORFOR AKKURAT DISSE FEM?

Hver av de fem dekker en distinkt bruksanledning og pris-segment. Sammen forteller de hele Småtass-historien: navnet, hjemmet, hverdagen, hytta, og minnet.

- *Navneskilt — inngangsproduktet.*

Lavest pris, høyest emosjonell verdi. Den nye hundeeierens første kjøp. Vekker merkevaren til live i hjemmet.

- *Hytteskilt — premium-produktet.*

Høyest pris, største flate, sterkest historie. Norges hyttekultur møter hundekjærligheten.

- *Båndholder — hverdagsproduktet.*

Brukes hver dag, ses hver dag. Bygger merkevaren inn i rutinen.

- *Matskål-underlag — gaveproduktet.*

Lett å gi som gave til en hundefamilie. Praktisk og personlig samtidig.

- *Minneplakett — det dype produktet.*

Stille tilbud for dem som har mistet en hund. Bygger den emosjonelle dybden som skiller Småtass fra rene gaveselskaper.

13

Neste steg

Brand book er fundamentet. Det neste — det vi bygger på dette grunnlaget.

Umiddelbart — uke 1–2

- Domain-registrering: smatass.no, smatass.com, .studio (sjekk hva som er ledig)
- Sosiale medier handles: @smatass, @smatass.no, @smatass.studio
- Patentstyret-søk: kontroller at «Småtass» ikke er registrert som varemerke
- Brønnøysund-sjekk: ingen eksisterende firma med navnet
- Logo-design: ferdiggjør seks varianter (primær, sekundær, signatur Kveld + Burbak, avatar, invers)

Kort sikt — uke 3–6

- Nettside-utvikling (Shopify / Squarespace / WooCommerce)
- Fotografering: studiokit + første «hero»-bilder for lanseringen
- Dachshund-kolleksjonen: ferdigstill 5 produktdesign
- Emballasje: prototyp og test
- Sosiale medier: planlegg første 30 dagers innhold

Lansering — uke 7–10

- Soft launch: vennefamilier + hundeeier-kontakter får tidlig tilgang
- Første offentlige Instagram-post: Burbak's historie
- Pinterest: pin første 30 produktbilder for SEO
- Etsy-butikk åpning (sekundær kanal for internasjonale kunder)

Første kvartal etter lansering — måned 4–6

- Mål: 30+ bestillinger, 20+ verifiserte 5-stjerners anmeldelser
- Mål: 500 Instagram-følgere, 1000 Pinterest månedlige visninger
- Forberedelse: Minner-kolleksjonen design og prototyp

— . —

Vi går rolig. Vi lover ærlige leveringstider — ikke umulige. Hver fase bygger på den forrige.



Småtass

For dem som ser hunden som familie.

— brand book v1.2 —