

Grafisk identitet

1.0 September 2016



Innehåll

Förord	3
Vision – mission – värderingar	4

1. Logotyp

1.1 Primär logotyp	6
1.2 Sekundär logotyp	6
1.3 Logotypens friyta	7
1.4 Den vita logoboxen	7
1.5 Placering av logotypen	8
1.6 Samprofilering med SL	9
1.7 Guide logotypens filformat	9
1.8 Byline MTR Corporation	10

2. Färger

2.1 Färgpalett	11
----------------------	----

3. Typsnitt

3.1 Typsnitt för tryck	12
3.2 Typsnitt Officepaketet	13

4. Foto

4.1 Fotomanér	15
---------------------	----

5. Illustrationer

5.1 Illustrationsmanér	16
5.2 Värdegrundssymboler	17

6. Aktivitetssymboler

6.1 VMW Awards	18
6.2 WIT	18
6.3 25-års jubileum	18

7. Designprinciper

7.1 Vit inramning	19
7.2 Val av layout	20

8. Tillämpning

8.1 Trycksaker	23
8.2 Annonser	24
8.3 Profilprodukter	25

9. Kontorstryck och mallar

9.1 Kontorstryck	26
9.2 E-postsignatur	27
9.3 Mallar Word	28

Kontakt	29
---------------	----

Förord

Denna manual anger riktlinjer för all grafisk produktion inom MTR Nordics nuvarande och framtida affärsområden samt joint ventures om inget annat anges. MTR Express är undantaget när inget annat anges i manualen. Riktlinjerna är unika för MTR Nordics verksamheter, men är framtagna med MTR-koncernens internationella grafiska riktlinjer som underlag.

En gemensam grafisk profil för MTR Nordics samtliga affärsområden gör att vi kan agera enhetligt och kostnadseffektivt och MTR blir tydligt gentemot våra externa och intressenter, såsom:

- Kunder
- Resenärer
- Medarbetare
- Jobbsökande
- Beslutsfattare
- Samarbetsparter

I manualen har vi sammanställt regler för användning av logotyp, typsnitt, färger och visuell identitet och dessa ska följas för att få en genomgående hög kvalitet på allt material som kommer från MTR.

Om du har frågor kring hur riktlinjerna ska tillämpas, kontakta Kommunikationsavdelningen MTR Nordic.

Vision – mission – värderingar

Den grafiska profilen kan ses som ett visuellt uttryck för MTR:s varumärkesplattform som definierar vår gemensamma vision, mission och värderingar. Vår vision definierar vad vi strävar emot – vad vi vill uppnå och är gemensam för hela MTR-koncernen runt om i världen:

Vi ska vara ett ledande globalt företag som med omsorgsfull service länkar samman och utvecklar samhällen.

Missionen beskriver hur vi ska nå vår vision:

Vi gör människors vardag enklare med smidiga resor, attraktiva och funktionella stationsområden och omtänksamt bemötande.

Värderingarna är det som driver oss och som påverkar hur vi agerar på jobbet:



UTMÄRKT
SERVICE

Vi engagerar oss för att förstå våra kunder, så att vi kan bidra till att förenkla deras vardag och resande.



STÄNDIG
UTVECKLING

Vi har modet att ifrågasätta det invanda, och tar initiativ för att hela tiden bli bättre.



ÖMSESIDIG
RESPEKT

Vi är öppna, lyhörda och vi samarbetar.



MÄTBARA
RESULTAT

Vi arbetar för en säker resa och

- nöjda medarbetare
- nöjda kunder
- pålitlig, hållbar och effektiv produktion
- med långsiktig lönsamhet

Vision – mission – värderingar

Vision, mission och värderingar är gemensamma för alla verksamheter inom MTR Nordic. Likaså har vi en gemensam logotyp och grafisk profil för de flesta verksamheterna. I matrisen nedan tydliggör vi vad som är gemensamt och vad som är specifikt för varje affärsområde.

	Mål Utarbetas av varje affärsområde	Tolkning av värderingar	Logotyp	Grafisk profil
MTR Nordic	Det ledande företaget i Norden inom vardagsresande	Verksamhets- specifikt		Enligt denna manual
MTR Tunnelbanan	En tunnelbana i världsklass	Verksamhets- specifikt		Enligt denna manual
MTR Tech	Ett underhållsbolag i världsklass	Verksamhets- specifikt		Enligt denna manual
MTR Express	Världens bästa tågbolag	Verksamhets- specifikt		Egen grafisk profil
MTR Pendeltågen	Ett pendeltåg i världsklass	Verksamhets- specifikt		Enligt denna manual
Emtrain	...	Verksamhets- specifikt		Enligt denna manual

1. Logotypen

För att skapa enhetlighet kommunicerar vi ett varumärke, ett namn och därmed en logotyp. Det innebär att alla verksamhetsområden använder MTR-logotypen utan tillägg med MTR Express och Emtrain som enda undantag. Logotypen är den viktigaste enskilda enheten i vår identitet och den ska alltid användas som avsändare i vår kommunikation. Den får aldrig förändras eller manipuleras. Bolagsnamn används i löptext, t ex "MTR Pendeltågens medarbetare..."

Vår primära logotyp är i fullfärg på vit bakgrund och ska användas där det är möjligt. Se till att alltid använda tillgängliga originalfiler.

Alltid på vitt

Vår primära logotyp ligger på vit bakgrund. Det möjliggörs av vår vita logobox, som ska appliceras på bilder och bakgrunder. Läs mer om friyta och logoboxen på följande sidor.

Logotyper kan laddas ned från intranätet, kontakta Kommunikationsavdelningen på ditt affärsområde om du behöver råd och stöd.

1.1 Primär logotyp



PMS 201
35/100/75/0

PMS 539
100/60/0/70

1.2 Sekundära logotyper

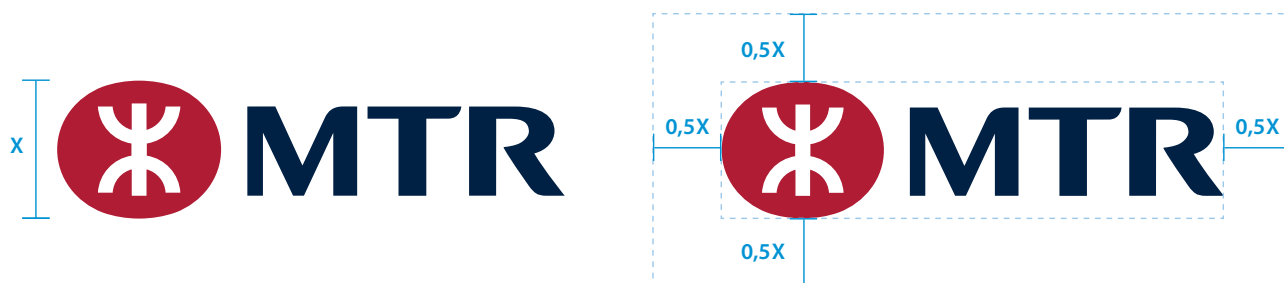
Dessa logotyper används endast i undantagsfall, när den primära logotypen inte kan användas, och alltid efter samråd med Kommunikationsavdelningen.



1. Logotypen

1.3 Logotypens friyta

För att skydda logotypens visuella integritet ska den alltid omges av en friyta där inga andra grafiska element får ligga. Nedan visas principen för friytan runt logotypen. Friytan definierar även vår vita logobox, som ska appliceras på bilder och bakgrunder.



1.4 Den vita logoboxen

För applicering på bilder och bakgrunder, använd vår vita logobox.

Logotypen placeras uteslutande i det nedre högra hörnet.

Läs mer om logons placering på nästa sida.

Logofil med vit box finns att ladda ner från intranätet.

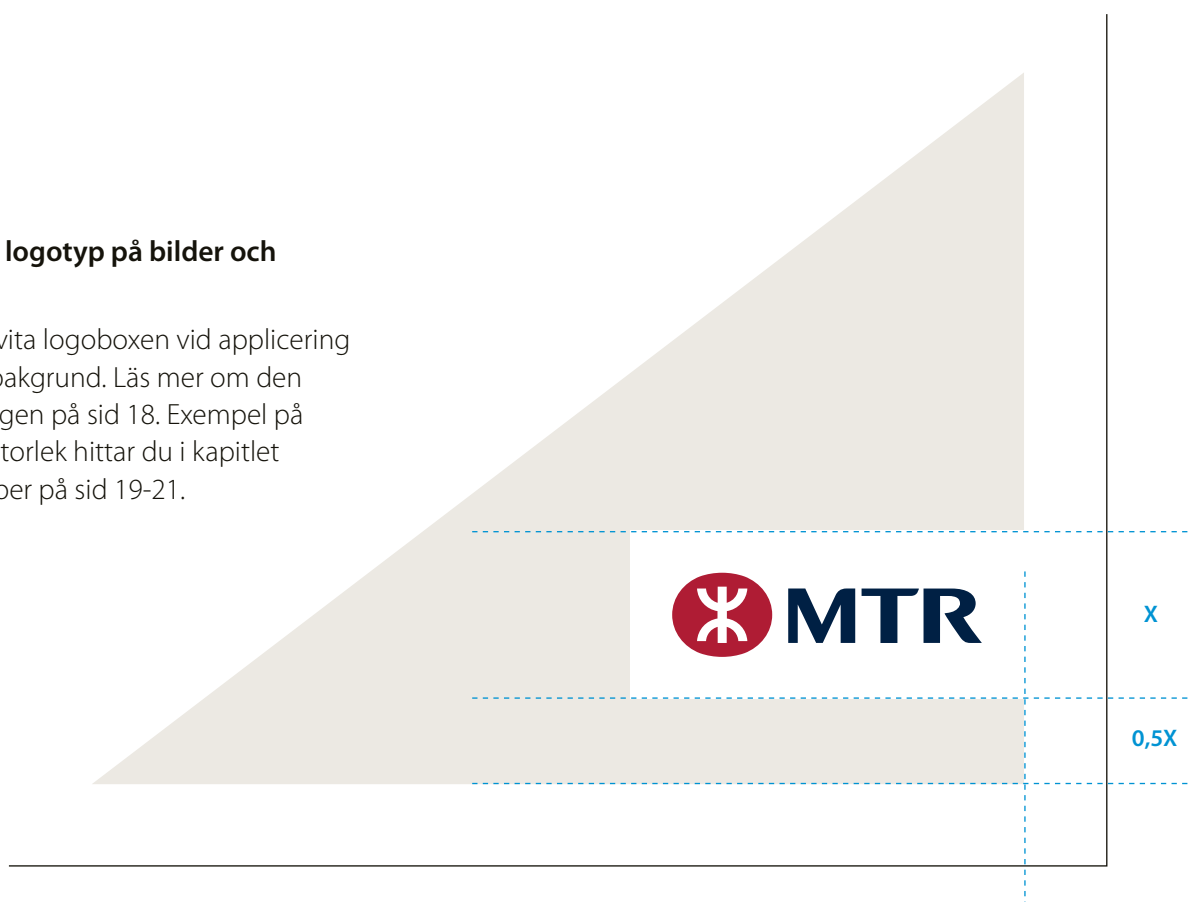


1. Logotypen

1.5 Placering av logotypen

Placering av logotyp på bilder och bakgrunder

Använd den vita logoboxen vid applicering på bild eller bakgrund. Läs mer om den vita inramningen på sid 18. Exempel på logoboxens storlek hittar du i kapitlet Designprinciper på sid 19-21.



Placering av logotyp på vit bakgrund

Vid placering av logotyp på vit bakgrund. Respektera logotypens friyta, se föregående sida. Logotypen placeras med samma avstånd från höger- och underkant (Y).



1. Logotypen

1.6 Samprofilering med SL

Hur MTR får synas i SL-trafiken regleras av uppdragsavtalet för respektive verksamhet. För eventuell samprofilering hänvisas därför till avtalet och SL:s grafiska profil. Kommunikationsavdelningen på ditt affärsområde kan vid behov hjälpa dig.

1.7 Guide logotypens filformat

Logotypen finns tillgänglig i flera olika filformat. Dessa finns att laddas ner från intranätet.

- Logotyp i färg för placering på vitt (eps, png)
- Logotyp i vit logobox för placering på bild eller bakgrund (eps, png)
- Svart sekundär enfärgslogotyp (eps)

Tabellen nedan visar vid vilket tillfälle de olika filformaten ska användas.

Filformat	Trycksaker	Kontorstryck	Webb	Microsoft Office	Profilprodukter
.eps (CMYK)	●				
.eps (PMS)		●			●
.png (RGB)			●	●	
.eps (RGB)			●		

1. Logotypen

1.8 Byline MTR Corporation

I allt vi producerar måste textraden **Ett bolag inom MTR Corporation** finnas med i samband med vår avsändare. Nedan visas princip för placering.

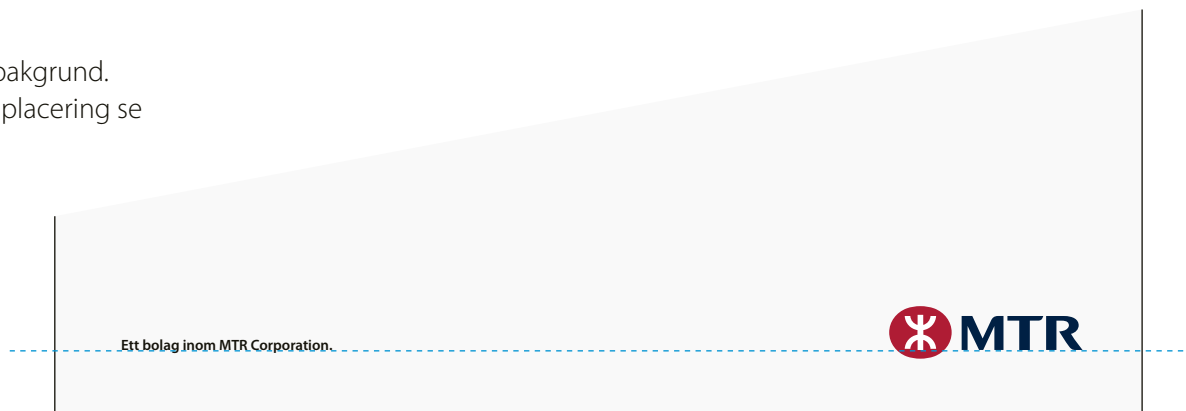
Placering på färgad bakgrund.



Placering på bild. Svart eller vit text
– tänk på läsbarheten



Placering på vit bakgrund.
För MTR- logons placering se
föregående sida.



2. Färger

2.1 Färgpalett

Vår färgpalett är vid sidan av logotypen det viktigaste redskapet för att skapa igenkänning och enhetlighet i vår kommunikation. Främst används våra primära färger var för sig, men de går också att kombinera för att skapa ett positivt och varierat formspråk. Flera primära färger i samma enhet används främst där det fyller ett syfte, t ex för att markera olika avsnitt i en broschyr, men kan också användas för att skapa visuell variation i större produktioner, eller mellan flera enheter i en serie (t ex rollups). Logotypens färger enligt sidan 6 är förbehållna just logotypen och används inte i andra sammanhang.

Primära färger

Designen ska alltid utgå ifrån minst en av dessa primära färger.



C0 M50 Y100 K0
PMS 130
R243 G146 B0
#f39200
NCS S 1070-Y30R



60/0/100/0
PMS 368
R118 G184 B42
#76b82a
NCS S 1070-G30Y



0/95/100/0
PMS 485
R228 G35 B19
#e42313
NCS S 1085-Y80R



90/20/0/0
PMS 2995
R0 G147 B214
#0093d6
NCS S 1060-B

Komplementfärger

Komplementfärgerna får aldrig ersätta de primära färgerna. De används ihop med "sin" primära färg.



0/15/35/0
R254 G223 B179
#fedfb3



0/60/100/20
R203 G108 B0
#cb6c00



20/0/35/0
R216 G231 B187
#d8e7bb



70/0/100/25
R67 G143 B41
#438f29



0/30/30/0
R249 G197 B175
#f9c5af



0/100/100/25
R183 G14 B12
#b70e0c



30/5/0/0
R188 G220 B245
#bcdcf5

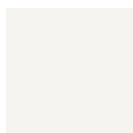


100/40/0/20
R0 G100 B163
#0064a3

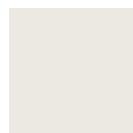
De grå färgerna kan användas fritt med de primära färgerna.



0/0/0/0
R255 G255 B255
#ffffff



0/1/2/5
R246 G244 B242
#f6f4f2



0/2/5/10
R237 G233 B227
#ede9e3



0/5/10/30
R197 G191 B182
#c5bfb6



0/10/15/50
R155 G145 B137
#9b9189



0/15/20/80
R86 G77 B70
#564d46



0/0/0/100
R29 G29 B27
#1d1d1b

3. Typsnitt

3.1 Typsnitt för tryck

MTR Nordics typsnitt för tryckt material heter Myriad.
Typsnittet använder vi för allt tryckt material, till exempel
presentationsmaterial, annonser, broschyrer och kontorstryck.
Alla varianter nedan finns även i Italic (kursiv).

Myriad Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö 0123456789

Myriad Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö 0123456789

Myriad Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö 0123456789

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö 0123456789

3. Typsnitt

3.2 Typsnitt Officepaketet

Typsnitten som vi använder i vår vardagskommunikation är Arial och Times New Roman. Båda dessa är standardtypsnitt i Microsofts Officepaket.

Arial använder vi till exempel i Powerpoint-presentationer, i rubriker i Word-mallar samt i Excel. För brödtext i dokument och vissa rubriker använder vi Times New Roman. Varianterna nedan finns även i Italic (kursiv).

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 0123456789

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 0123456789**

Times New Roman Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 0123456789

Times New Roman Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 0123456789**

4. Foto



4. Foto

4.1 Fotomanér

I MTR:s bildkonceptet får vi möta våra medarbetare i deras vardag – tillsammans med kollegor och resenärer i samspel. Vi följer medarbetarna i arbetet, tar del av deras upplevelser och får se det de ser. Spontant och utan poseringar.

Tonalitet

I ett ljus och positivt manér utstrålar bilderna MTR:s tonalitet som förmedlar att vi är tydliga, nyfikna och engagerade.

- Tydliga – vi är okomplicerade och pålitliga.
- Nyfikna – vi vill förstå mer och vi vill hela tiden framåt.
- Engagerade – vi bryr oss och utstrålar värme och glädje.

Bildbank

I MTR:s bildbank kan du hitta bilder till produktion av tryckt material, webb, presentationer etc.

I bildbanken finns utöver konceptuella bilder även miljöbilder från våra verksamheter – allt från tunnelbanan till fordonsunderhåll och MTR Express-tåg, samt stockholmsvyer med koppling till våra verksamheter.

Lösenord för tillgång till hela bildbanken får du via Kommunikationsavdelningen MTR Nordic.

Bildanvändning

Bilderna kan användas fritt i interna och externa kanaler. För användning i externa kanaler säkerställs att resenärer inte kan identifieras.

Framtagande av nya bilder

Framtagande av nya bilder till bildbanken görs efter överenskommelse med kommunikationsavdelningen. Här följer några punkter att utgå ifrån vid bildproduktion:

- Dokumentärt uttryck, men ingen diskbänksrealism
- Bilderna får inte kännas iscensatta
- Blandning av nära och distans från objekten
- Blandning av kort och långt skärpedjup
- Bilderna ska ha en positiv och vardaglig ton som känns välkomnande
- Befintligt ljus. Undvik blixtn.
- Inga externa tryck/logotyper på kläder, däremot är det önskvärt att MTR-logotyper på uniformer är synliga.

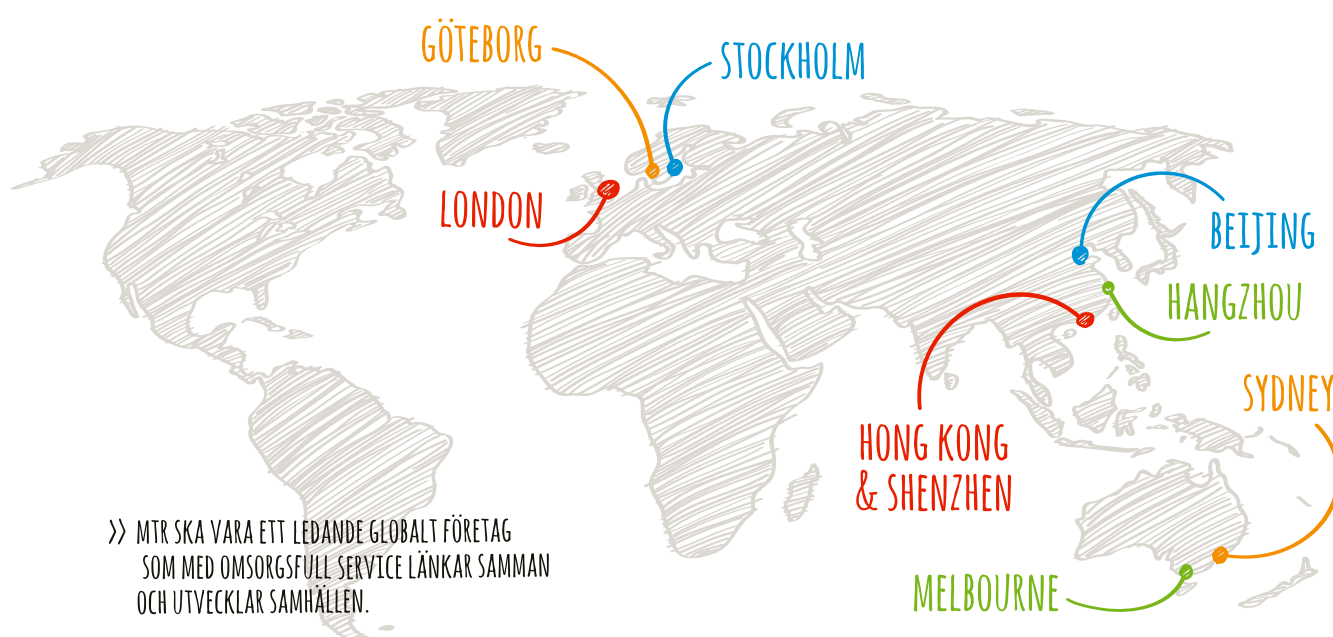
Etiska aspekter

Inför en fotografering ska alla människor som återges på bild och kan kännas igen tillfrågas samt skriftligen godkänna att bilderna används av MTR. Använder vi modeller finns även avtalsmallar för det.

5. Illustrationer

5.1 Illustrationsmanér

Vi tagit fram ett illustrationsmanér som stöd i vår kommunikation. Vissa illustrationer framtagna för specifika ändamål finns tillgängliga på vårt intranät eller via vår bildbank. För framtagande av nya illustrationer, kontakta Kommunikationsavdelningen MTR Nordic.



Amatic Bold Används till illustrerad text



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890



5. Illustrationer

5.2 Värdegrundssymboler

Vi har tagit fram fasta symboler för våra värderingar enligt vårt illustrationsmanér. Värderingssymbolerna har sina bestämda färger (primärfärger). I negativ version kan bakgrunden vara svart eller ha någon av primärfärgerna.



UTMÄRKT
SERVICE



MÄTBARA
RESULTAT



ÖMSEIDIG
RESPEKT



STÄNDIG
UTVECKLING



UTMÄRKT
SERVICE



MÄTBARA
RESULTAT



ÖMSEIDIG
RESPEKT



STÄNDIG
UTVECKLING

6. Aktivitetssymboler

Vi har tagit fram symboler för aktiviteter eller projekt som är återkommande eller löpande för att underlätta igenkänning över tid. De är alltså till för att tydliggöra aktiviteten och markera dess betydelse. MTR är dock alltid avsändare.

6.1 Symbol VMV Awards

VMV-symbolen använder sig av alla våra primära färger, en färg för varje år. Symbolen används med fördel som dekorativt grafiskt element. Symbolen finns att ladda ner från intranätet. Kontakta alltid kommunikationsavdelningen vid användning.



6.2 Symbol WIT – Work Improvement Team

WIT-symbolen är alltid blå. Den finns även tillgänglig i vit version för färgad bakgrund.



6.3 Symbol 25-årsjubileum

Symbolen för 25-årsjubileum är alltid röd. Den finns även tillgänglig i vit version för färgad bakgrund.



7. Designprinciper

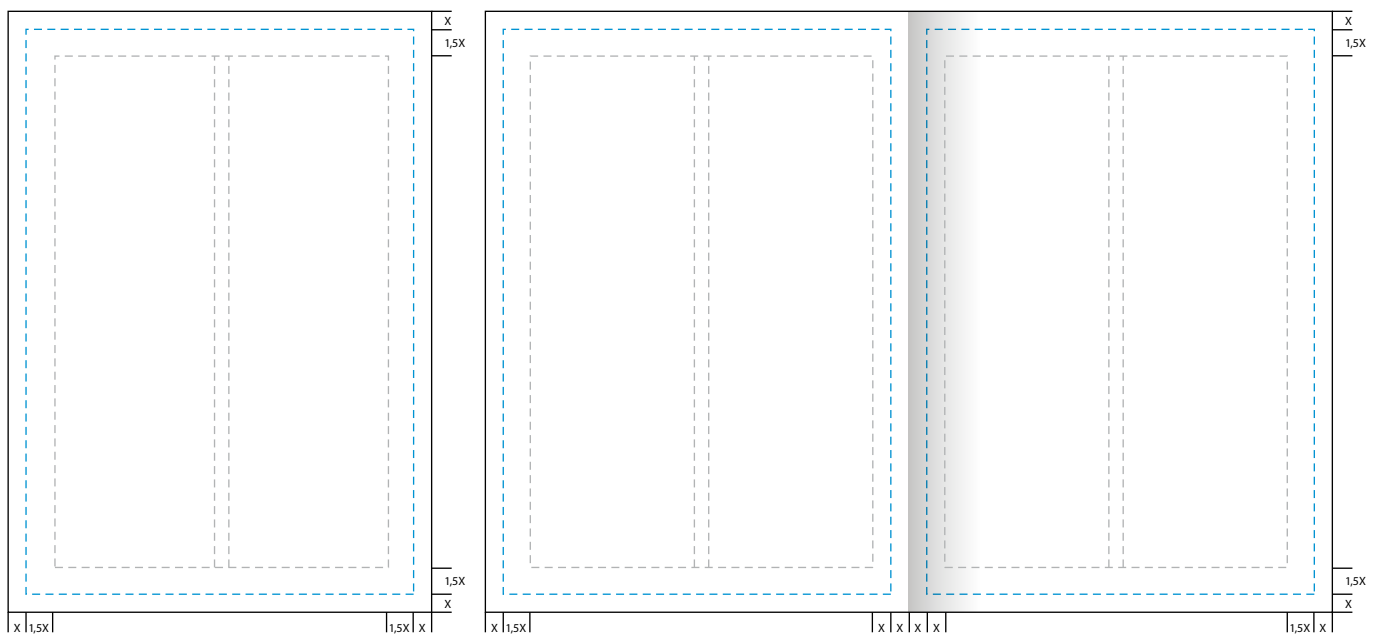
7.1 Vit inramning

Den vita inramningen av bilder och infärgade ytor är en viktig del av vårt formspråk. Genom att tillföra vitt lättar vi upp det övergripande intrycket och ramen fungerar som ett sammanhållande element mellan bildytor och infärgade ytor. Vitt i kombination med MTR:s starka primära färger eller bilder bör alltid vara ett närvarande inslag i alla sidlayouter eller enheter från MTR. Ramen ska alltid vara lika bred runt om.

Rekommenderade mått på ramens bredd(X): A5: 7 mm, A4: 9 mm, A3: 12 mm, A1: 25 mm.

- Vit inramning
- Satsyta

Vit inramning och satsyta Enkelsidigt och uppslag (2-spalt eller 1-spalt)



7. Designprinciper

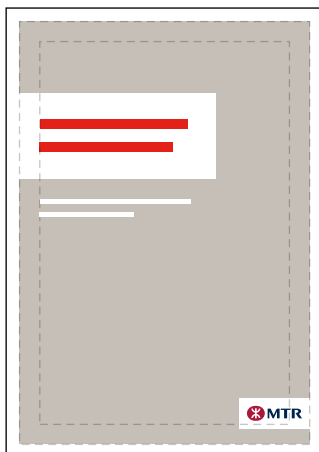
7.2 Val av layout

Vårt designsystem bygger i grunden på en kombination mellan starka färger, bildytor och vitt. Anslaget ska kännas kraftfullt, enkelt och luftigt. Den angivna inramningen är väldigt viktig för det grafiska uttrycket, medan satsytor är ett hjälpmedel för att skapa en snygg och sammanhållen design. Satsytor bör man hålla sig innanför, men det är inget självändamål att dessa ska fyllas helt, eller att innehållet ska tryckas ut mot kanterna om det inte behövs. Var inte rädd för att jobba med rena och luftiga layouter. Rubriker och löptext är vänsterställd.

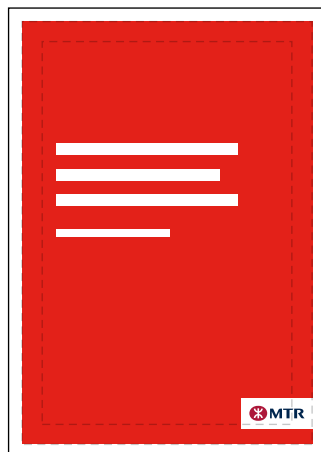
På följande sidor kan du se exempel på hur designsystemet fungerar och hur det kan varieras.

Omslag broschyrer

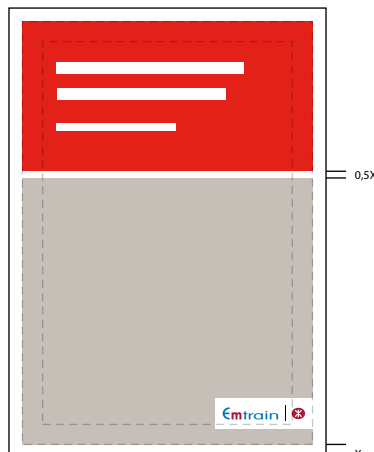
Bild och infälld rubrik



Infärgad yta med vänsterställd rubrik



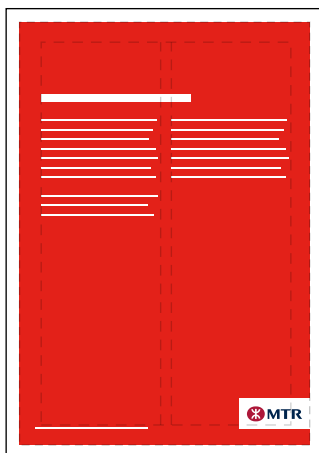
Kombination av infärgad yta och bild



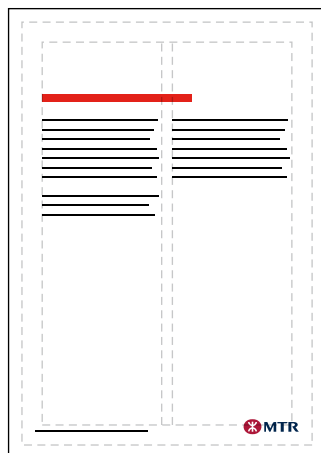
- Infärgade ytor/rubriker
- Bildytor

Baksidor broschyrer

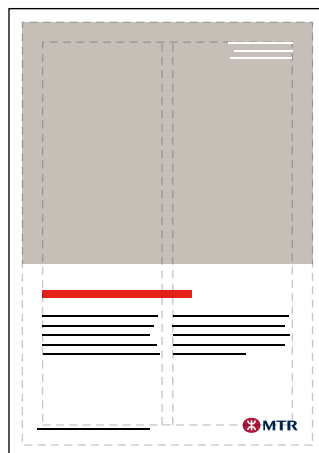
Infärgad med text och logobox



Text och logo utan box



Bild, text och logo utan box



7. Designprinciper

Uppslag 2-spalt med rubrik och bild



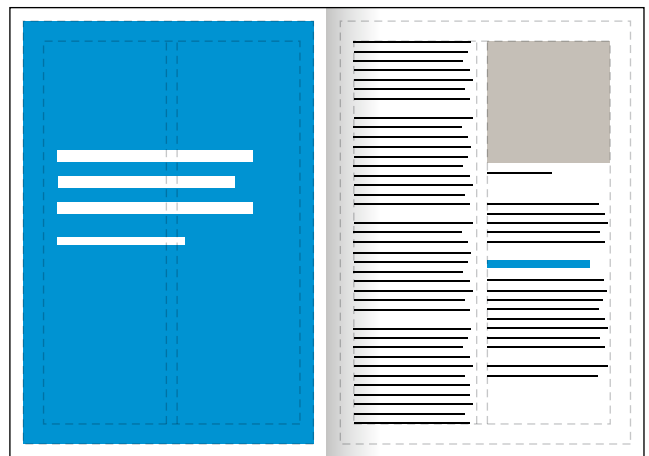
Uppslag 2-spalt med bilder och faktaruta inom satsytan



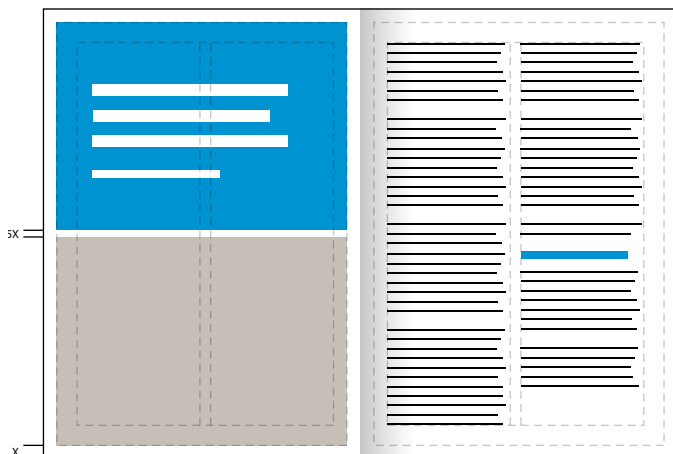
Uppslag Infälld rubrik i stor bild



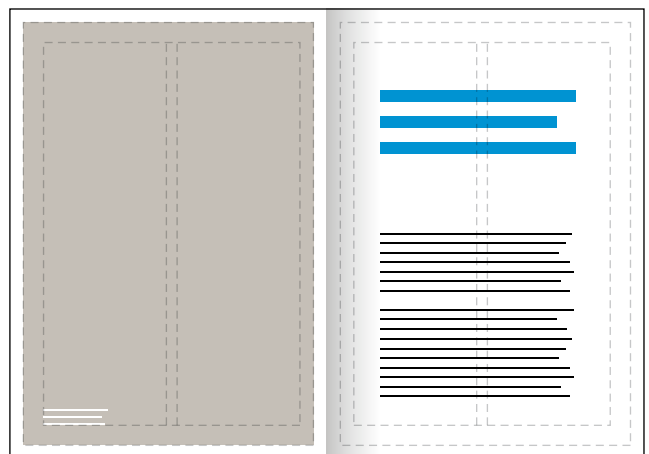
Uppslag Infärgad rubriksida och bild inom satsytan



Uppslag Kombination av infärgad yta och bild

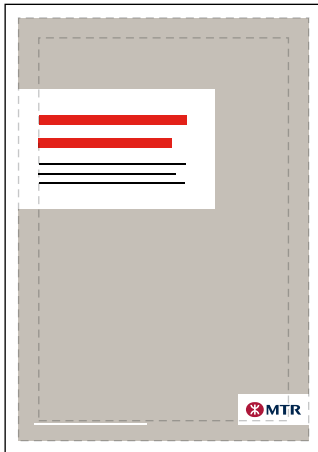


Uppslag Dominerande bild och mindre textmängd i enkelspalt

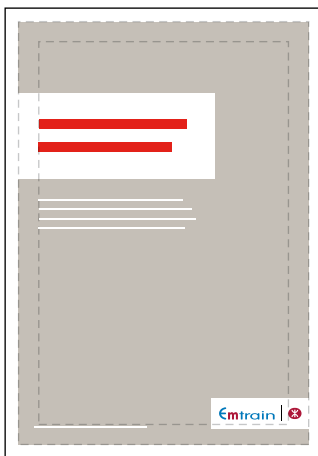


7. Designprinciper

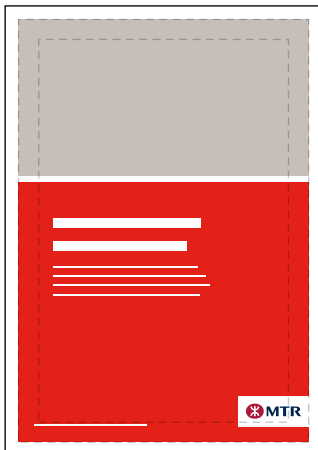
Annonslayout All text i infälld ruta



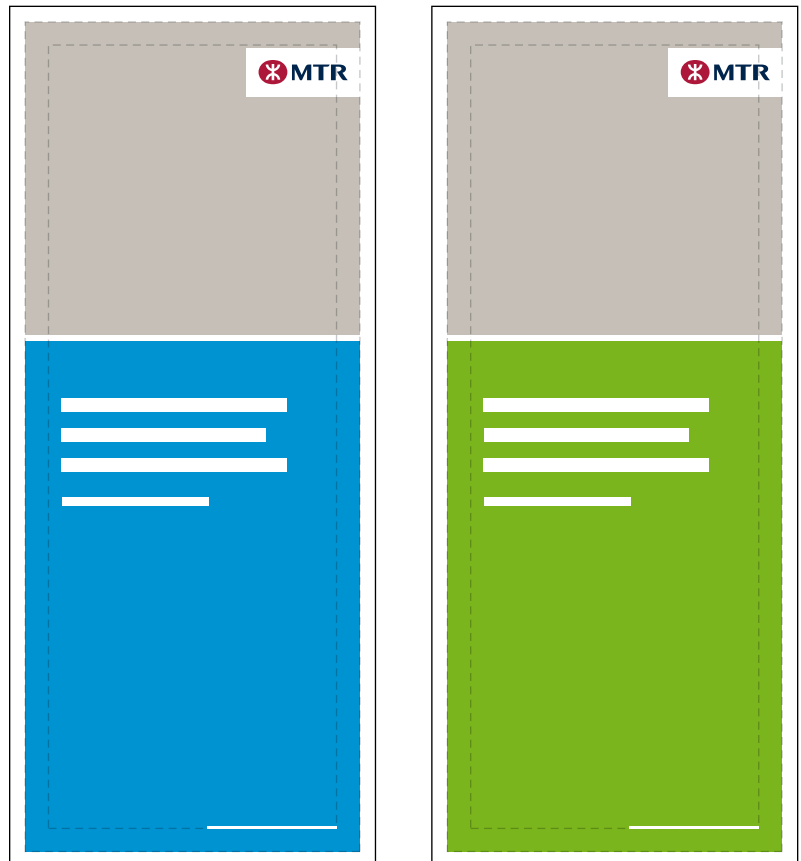
Annonslayout Rubriken i infälld ruta



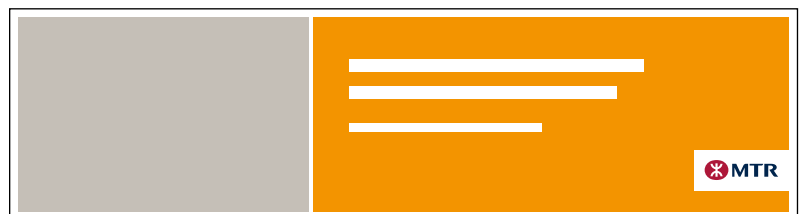
Annonslayout Infärgad yta och bild



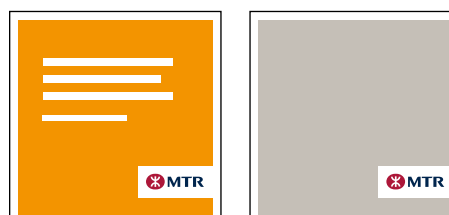
Rollups 85x200 cm Kombination av infärgade ytor och bild, specialplacering av logotypen



Banner panorama Kombination av infärgad yta och bild



Banner Rörlig banner, slide 1 och 2



8. Tillämpning

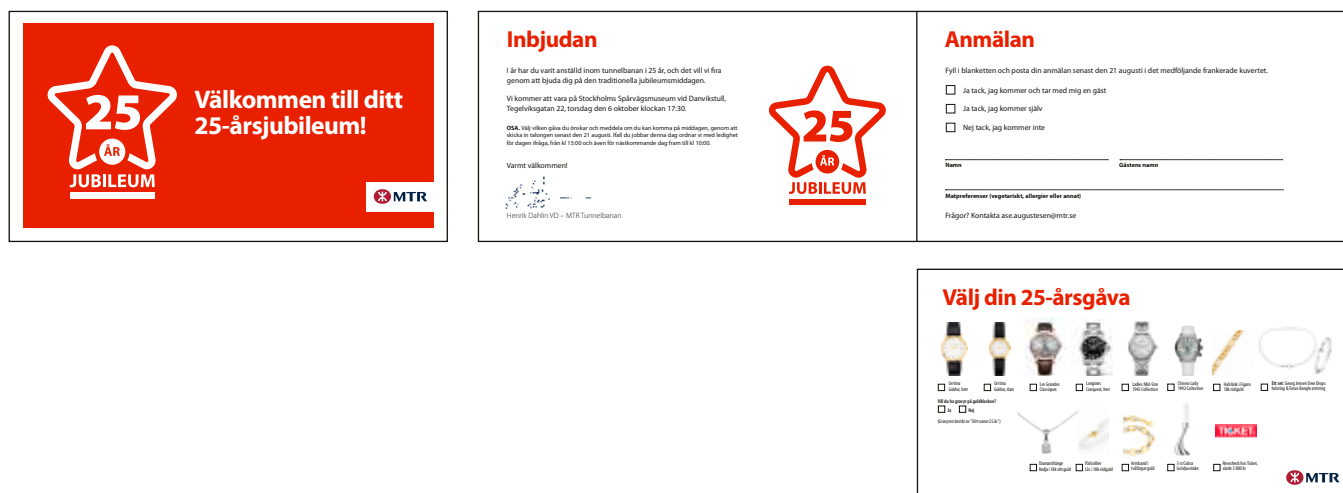
8.1 Trycksaker

Vissa trycksaker görs efter fastställda mallar, men de flesta tas fram för ett specifikt tillfälle. Därför ska du alltid samråda med Kommunikationsavdelningen inför framtagandet av en ny trycksak.

Exempel på folder A5



Exempel på inbjudan med användning av aktivitetssymbol, liggande folder



8. Tillämpning

8.2 Annonser

Annonser görs alltid för ett specifikt tillfälle. Kontakta alltid Kommunikationsavdelningen inför framtagandet av annonser.

Exempel på rekryteringsannons Halvsida



180 stationsvärdar till tunnelbanan och pendeltågen

MTR driver tunnelbanan i Stockholm på uppdrag från SL, och från december 2016 kommer vi även att driva Stockholms pendeltåg. Vi kommer därför att behöva nya stationsvärdar på hel- och deltid i Stockholmsregionen.

Vår målsättning är ett pendeltåg och en tunnelbana i världsklass, och då stationsvärdarna är vårt ansikte mot resenärerna så vi söker dig som är ansvarsfull och har stort engagemang för såväl människor som kundservice. Vi ser fram emot din ansökan snart!

Läs mer under *Jobba med oss* på www.mtrnordic.se

Ett bolag inom MTR Corporation.



Exempel på banners rekrytering

Nu söker vi 180 stationsvärdar till tunnelbanan & pendeltågen

LÄS MER





Nu söker vi 180 stationsvärdar till tunnelbanan & pendeltågen

LÄS MER



8. Tillämpning

8.3 Profilprodukter

På profilprodukter och så kallade "give aways" ska en speciell logotyp användas där logotypen för trademark ingår. Logoboxen är sällan möjlig att applicera på profilprodukter. Rådgör alltid med Kommunikationsavdelningen vid framtagande av profilprodukter.

Primär logotyp för profiltryck



PMS 201
35/100/75/0



PMS 539
100/60/0/70



Sekundära logotyper för profiltryck



Exempel på profilprodukter



Omslagspapper druvsockertabletter



Plåster i samband med Pride

9. Kontorstryck och mallar

Vi har en enhetlig grafisk utformning av kontorstryck och andra standardiserade mallar för alla affärsområden inom MTR Nordic, d v s även för MTR Express och Emtrain.

9.1 Kontorstryck

Kontorstryck, såsom t ex visitkort och kuvert beställs via en webbshop. Typsnittet vi använder för kontorstryck är Myriad.

Vid beställning ska receptionen på huvudkontoret kontaktas, e-post: **receptionen@mtr.se**

Visitkort MTR Nordic med baksida på engelska



Visitkort MTR Express med baksida på engelska



9. Kontorstryck och mallar

9.2 E-postsignatur

För att vi ska ge ett enhetligt intryck ska alla använda samma format på sin e-postsignatur.

Signaturen för MTR ska se ut enligt nedan. Typsnitt i e-postsignaturen ska vara Arial. En instruktion för hur man skapar sin e-postsignatur samt mallar finns att ladda ner från intranätet.

E-postsignatur MTR Nordic

Förnamn Efternamn
Titel/Title

MTR Nordic AB
Besöksadress: Rålambsvägen 17, 8tr
Postadress: Box 10038, 121 26 Stockholm Globen
Direkt: +46 (0)76-641 XXXX
Växel: +46 (0)8-5786 1000
E-post: fornamn.efternamn@mtr.se
www.mtrnordic.se



Ett bolag inom [MTR Corporation](#)

Tänk på miljön innan du skriver ut det här e-postmeddelandet!

E-postsignatur MTR Express

Förnamn Efternamn
Titel/Title

MTR Express AB
Besöksadress: Klarabergsgatan 33, 4tr
Postadress: Box 10038, 121 26 Stockholm Globen
Direkt: +46 (0)76-641 XXXX
E-post: fornamn.efternamn@mtr.se
www.mtrexpress.se, www.mtr.se



Ett bolag inom [MTR Corporation](#)

Tänk på miljön innan du skriver ut det här e-postmeddelandet!

9. Kontorstryck och mallar

9.3 Mallar Word

När du öppnar ett nytt dokument i Word hittar du färdiga mallar för brev, dokument, rapporter och protokoll under menyfliken "MTR". I mallarna finns korrekt logotyp och typsnitt inlagda. Grundprincipen för word-dokument är att använda Arial till rubriker och New Times Roman i löptext.

Brevmall



Stockholm 23 september 2016

Namn
Adress
Postadress

Med vänlig hälsning,

Namn Efternamn
Titel

MTR Nordic AB
Box 10039
121 26 Stockholm Östermalm
Telefon +46 (0)8-5786 1000

Org nr: 556886-7656
www.mtrnordic.se
Ett bolag inom MTR Corporation

1 (1)

Dokumentmall



Titel på dokumentet, rubrik 1

Lorum ipsum dolor sit amet,

Underrubrik 2

Lorum ipsum dolor sit amet,

Underrubrik 3

Lorum ipsum dolor sit amet,

Kontakt

Du är alltid välkommen att kontakta Kommunikationsavdelningen MTR Nordic vid frågor om grafisk profil eller identitet, kontakta **Kommunikation MTRN**.

Åsa Elm, Kommunikationschef MTR Nordic, är ansvarig för framtagande och förvaltning av den grafiska profilen, e-post: asa.elm@mtr.se