

Grafisk manual

för Höganäs kommun

Uppdaterad version december 2025

hoganas.se



HÖGANÄS
KOMMUN

Innehåll

Inledning	4	VÅRA BILDER	24
Varför gemensam grafisk profil?	5	Generella riktlinjer för bilder.....	24
Devisen Höganäs - väl värt att investera i.....	6	Bilder i olika kanaler	25
LOGOTYPEN	7	Var finns Höganäs kommuns bilder.....	25
Huvudlogotyp	7	Bildmanér.....	26
Alternativa utföranden	8	Illustrationer	28
Minsta tillåtna storlek/frizon	9	AI inom foto, illustrations- och filmmaterial	29
Placering och storlek	10	DOKUMENT OCH MALLAR	30
TYPOGRAFI	11	Digitala presentationer, Platina	30
Våra typsnitt	12	Mallar i Word	31
Ikontypsnitt	14	Tjänsteskrivelse	32
Användning av typsnitt	16	Kuvert	33
Bildtexter och tabelltexter	18	Visitkort	34
Diagram.....	19	Dörrskyltar.....	35
FÄRGER OCH GRAFISKT ELEMENT	20	TRYCKSAKER	36
Användning av färger.....	21	Layoutexempel	37
Vårt grafiska element.....	22	Avsändare	38
Layoutexempel	23	HK-magasinet.....	39
		Annonser.....	40
		Arbetsgivaren Höganäs kommun	41

SKYLTNING UTOMHUS	42	VÅRA VARUMÄRKEN	53
Kriskommunikation.....	44	Särprofilerade verksamheter	53
Mässmaterial.....	45	Platsvarumärke - Kullahalvön	54
Profilprodukter	45	Kullagymnasiet.....	56
Kläder	46	Bolagsverksamheter.....	58
Fordon	46	Höganäs Omsorg AB.....	58
WEBBASERAD FORM	47	Höganäshem AB.....	60
Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service.....	47	Höganäs Energi AB.....	62
Formgivning för webbaserade medier	48	Om Höganäs kommuns grafiska profil.....	64
Färger för webben.....	49		
Typsnitt för webben	50		
Sociala medier.....	51		
Film.....	52		



Inledning

En grafisk profil ska ge vår kommunikation ett enhetligt och tydligt utseende, vilket gör att informationen vi skickar ut uppfattas som trovärdig och professionell.

Denna grafiska manual visar hur vi ska kommunicera för att skapa en professionell identitet och ligger till grund för produktionen av vårt visuella material. Den hjälper oss att kommunicera enhetligt och effektivt, vilket stärker bilden av Höganäs kommun och Kullahalvön.

Den grafiska profilen gäller alla kommunens verksamheter, med undantag för kommunens bolag och Kullagymnasiet. Avsteg från den grafiska profilen får inte göras. Kontakta kommunikationsavdelningen om frågor uppstår.

Manualen kan användas som en handbok i enskilda frågor och som en introduktion till Höganäs kommuns grafiska profil. Dokumentet är levande och kan förändras över tid.

Charlotte Vahtera
KOMMUNIKATIONSCHEF



Varför gemensam grafisk profil?

Som kommun kommunicerar vi på många olika sätt. En grafisk manual hjälper oss att vara konsekventa. Manualen täcker inte allt, men visar de vanligaste fallen. Det är särskilt viktigt att vara tydlig med logotyp, typsnitt och grafiska element. Här är tre skäl till varför en gemensam grafisk profil är viktig:

Identifikation

För att alla ska veta att det är Höganäs kommun som står bakom informationen, måste vi synas på ett enhetligt sätt. Vårt stadsvapen blir en kvalitetsstämpel som skapar igenkänning och identifikation hos mottagarna.

Trovärdighet och tillgänglighet

Ett enhetligt utseende ger ett professionellt intryck och förstärker våra budskap. Det är viktigt att alla använder samma visuella grund för att vi ska uppfattas som seriösa och trovärdiga. Tillgänglighetsanpassad och inkluderande kommunikation säkerställer att alla har lika möjligheter att ta till sig informationen.

Innehåll

Både ledare och medarbetare kommunicerar externt och internt. Med en gemensam grafisk profil behöver ingen fundera över det grafiska utseendet, utan kan fokusera på innehållet i budskapet. Det underlättar arbetet och gör att budskapet verkligen når fram.

Om vårt visuella varumärke

Höganäs kommuns logotyp och visuella identitet används konsekvent i allt kommunikationsmaterial. Detta skapar en tydlig avsändare, stärker bilden av kommunen och effektiviserar vårt arbete.

Varumärkesbyggande är ett långsiktigt arbete där vi alla bidrar genom våra möten med målgrupper och hur vi kommunicerar varje dag. Var stolt över vårt varumärke och hjälp till att stärka det.

Vi vill att våra varumärken lockar stolta medarbetare, invånare, besökare och näringsidkare till Höganäs kommun.





Höganäs - väl värt att investera i

Devisen

Devisen "Höganäs - väl värt att investera i" är en konceptrubrik för att stärka Höganäs kommuns attraktivitet. Den används främst inom områden som inflyttning, skola, företag och handel.

Användning av devisen:

- Annonsering för större arrangemang, till exempel utställningar.
- Marknadsföring av kommunen.

Använd inte devisen:

- På kontorstryck, visitkort, interna skrivelser och brev.
- I kungörelser.
- I interna dokument.
- Vid utskick med information om förändringar inom den kommunala verksamheten.

Devisen ska användas i marknadsföringssammanhang och när specifika målgrupper ska bearbetas för att ändra beteende eller attityd kopplat till Höganäs.

Logotypen

Logotypen består av stadsvapnet; en vit sköld med rött ankare och två facklor. Stadsvapnet kombineras med texten Höganäs kommun som är centrerad under stadsvapnet i typsnittet Frutiger, bold, versal på två rader. Huvudlogotypen är komplett med symbol och text i en bild. Färgerna i logotypen får inte ändras och dess proportioner får inte tänjas eller förändras. Huvudlogotypen här till höger är den variant som ska användas i de allra flesta fall.

Historien bakom stadsvapnet

Centralorten Höganäs blev stad 1936 och stadsvapnet fastställdes året efter. Det gick då helt i silver och rött och beskrevs som: ”I silver två stolpvis ställda svarta facklor med röd låga, överlagda med ett rött ankare.” Historiskt sett härstammar stadsvapnet från den tid då Höganäs fortfarande var ett fiskeläge vid Öresund. Orten markerades med ett ankare på de gamla kartorna. År 1936 föreslog direktör P. E. Gummeson ett upprätt ankare över två korslagda facklor som stadsvapen för Höganäs. Facklorna skulle symbolisera gruvdriften på orten.

För att knyta an till Höganäs historia vill vi bevara stadsvapnet i logotypen i största mån, även om vissa moderniserande förändringar gjorts sen 1936.

Logotypens färger

Höganäs kommuns logotyp består av två färger plus vitt. Det är viktigt att det är just de angivna färgerna som används. Att färgerna är korrekta är lika viktigt som att symbolen används på rätt sätt och att typsnittet alltid är detsamma.



Beroende på hur du ska använda logotypen definieras färgerna på olika sätt:

- Pantoneskalan ska du använda när det är viktigt med en exakt färgåtergivning, som till exempel tryck på profilprodukter.
- CMYK (cyan, magenta, gult, svart) är det vanligaste sättet att definierar färger för trycksaksproduktioner.
- RGB (rött, grönt, blått) är skalan som används vid webbaserade produktioner, som till exempel hemsida och sociala medier.



HÖGANÄS KOMMUN



	PANTONE Svart	C 0	M 0	Y 0	K 100	R 0	G 0	B 0
	PANTONE 485 C	C 0	M 100	Y 100	K 0	R 226	G 0	B 26



Logotypens utföranden

I första hand ska logotypen huvudlogotypen användas. Om logotypen placeras på en mörk bakgrund ska varianten med negativ text användas.

Genomskinlig sköld kan användas om man vill att en färg eller bild ska synas igenom. Används enbart på lugna ytor, så att logotypen framställs tydligt.

Vid enfärgstryck används de svarta och vita alternativen. Det finns en svart och en vit, för tryck mot ljus respektive mörk bakgrund.



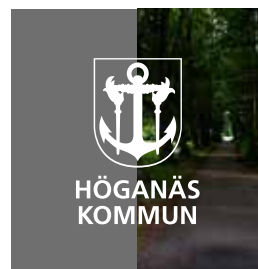
Vår huvudlogotyp



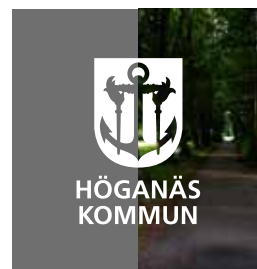
Huvudlogotypen med negativ text.



Huvudlogotypen med genomskinlig sköld.



Vit logotyp. Används på mörk bakgrund /mörkt foto.



Svart logotyp används vid enfärgstryck eller på ljusa bakgrunder / foton.

Alternativa logotyper

Dessa varianter av logotypen ska enbart användas där utrymmet kräver det. Vi använder till exempel logotypen med text till höger på vår hemsida eftersom utrymmet är väldigt smalt.



Symbol med text till höger i två rader

Till vissa liggande format som inte tillåter att huvudlogotypen används kan denna variant användas.

Endast symbol

Om enbart själva symbolen utan text ska användas ska det se ut så här. Exempel på användningsområden kan vara gravering på glas eller metall, brodyr eller som stämpel.

OBS! Används sällan och enbart i väldigt speciella fall.

Logotypen i olika filformat finns att ladda ner på: www.hoganas.mediaflowportal.com/pressbilder

Minsta tillåtna storlek på logotyp

För att texten i logotypen ska vara läsbar, så finns det en minsta tillåtna storlek för logotypen. Gör du logotypen mindre än 8 mm på bredden, så ska du inte ha någon text med.

Minsta tillåtna storlek i bredd

Huvudlogotypen



8 mm

Endast symbol

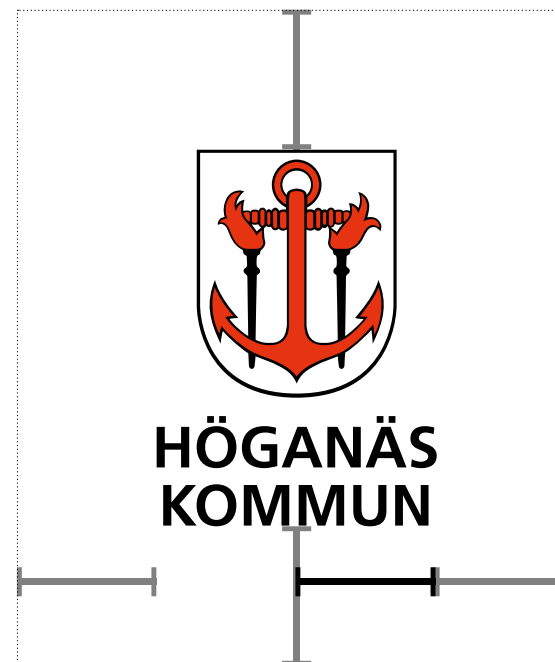


5 mm

Frizon logotyp

Utrymmet runt logotypen kallas frizon. För att logotypen ska vara tydlig bör den hållas fri från text eller annan grafik. Du kan dock placera logotypen på en färgtonplatta eller en bild, så länge bakgrunden inte är för rörig och stör logotypen.

Frizonen runt logotypen ska vara lika bred som avståndet från logotypens kant till dess mitt.

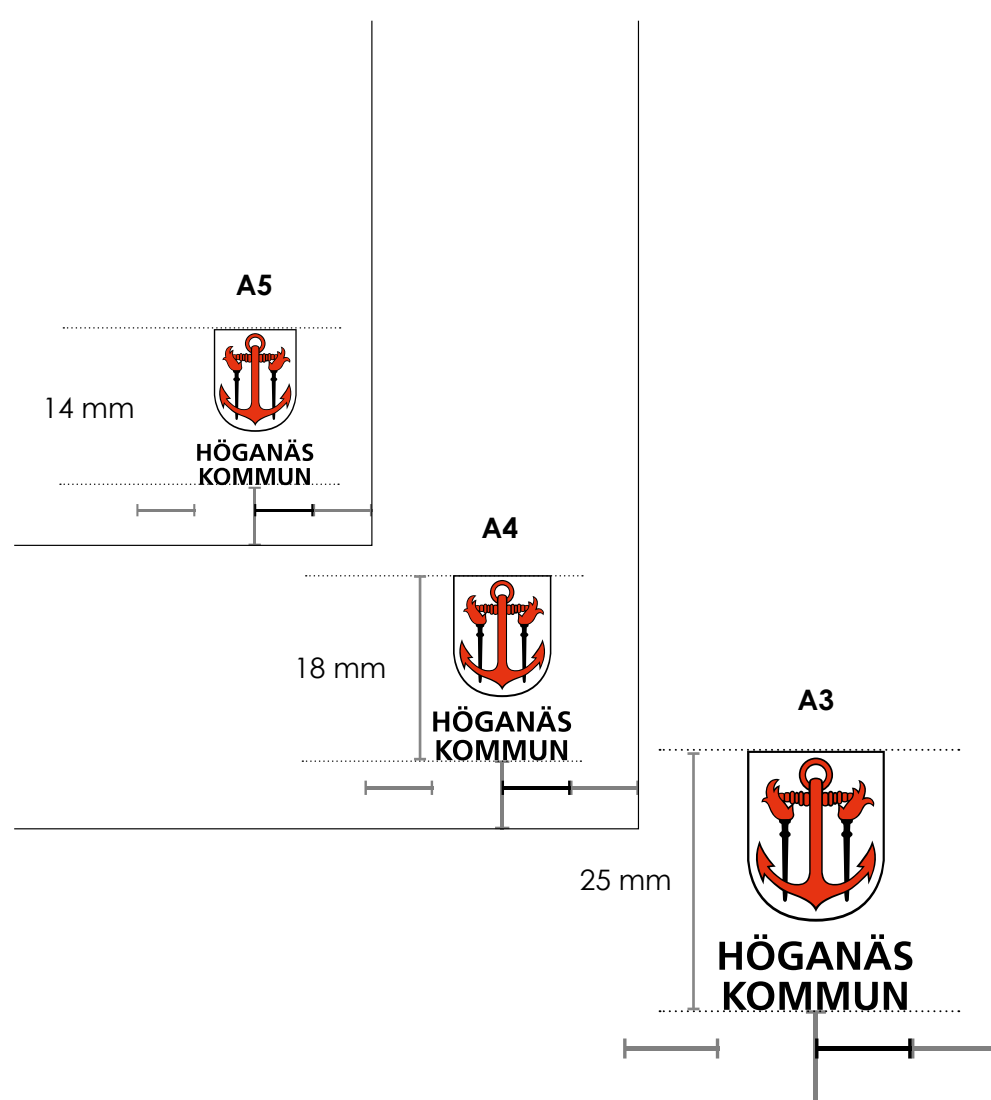




Placering och storlek logotyp

Höganäs kommuns logotyp ska i de allra flesta fall placeras nere i högra hörnet eller centreras i mitten av nedre delen av trycksaken. Undantag är webbaserade produktioner och kommunens interna textmallar där logotypen placeras uppe i vänstra hörnet.

Det finns ingen enkel regel för hur stor logotypen ska vara men det är viktigt att storleken blir proportionerlig för ett enhetligt intryck och för tydlighetens skull.



Typografi



I vår grafiska profil ingår fem viktiga delar; logotyp, färg, grafiska element, bilder och typografi. Typografin har som sin viktigaste uppgift att göra texten så lättillgänglig och läsvänlig som möjligt. Därför är det viktigt att använda typsnitten med omsorg, liksom dess storlekar och olika kombinationer.

Våra typsnitt

För att alla ska ha möjlighet att använda sig av den grafiska profilen har vi valt standardtypsnitt som finns i allas datorer.

Dessa typsnitt används för att skapa ett enhetligt uttryck och en tydlig avsändare.

För trycksaker; brevmallar, skrivelser, protokoll och övrigt som ska tryckas eller skrivas ut på papper gäller typsnitten Century Gothic och Garamond.

För digital produktion gäller typsnittet Open sans. Läs mer om den digitala profilen här i den grafiska profilen.

Ikontypsnittet Font Awesome används både på trycksaker och på webben.



Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC ITALIC

För faktarutor, siffror och korta löpande texter

Century Gothic Regular används främst för faktarutor, tabeller och siffror. Aldrig mindre än sex punkter. Använd till korta löpande texter, vid långa texter blir det svårtläst.

För rubriker

Century Gothic Bold är det vi använder oftast för rubriker. Både versala och versalgemena rubriker används. Dock versalgemen rubriker i första hand, då det är mer tillgängligt. Det går bra att använda övriga vikter av Century Gothic till rubriker också där det passar, men vi använder Bold i första hand.

Garamond

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuv wxyzåäö
 1234567890!/?&@+/()

GARAMOND REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklm nopqrstuvwxyzåäö
1234567890!/?&@+/()

GARAMOND ITALIC

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklm nopqrstuvwxyzåäö
1234567890!/?&@+/()

GARAMOND BOLD

För brödtext och rubriker

Garamond Regular används främst till brödtexter som till exempel i en rapport, årsredovisning eller annan form av längre dokumentation. Minsta tillåtna storlek för brödtext är 8 pt.

För till exempel rubriker (i stor grad) och citat

Garamond Italic kan användas till rubriker där det passar. Gör rubriken stor och tydlig om du använder kursiv text. Det kan även användas till citat eller när du ska skriva ett namn på ett diplom.

Garamond italic **används inte** i brödtext och ingress.

För betoning av ord.

Garamond Bold används i undantagsfall då vi behöver poängtera / "feta" ett ord.





Font Awesome - ikontypsnett

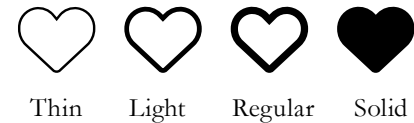


Font Awesome i Adobeprogrammen

Font Awesome finns i appkatalogen. Installera typsnittet och använd det sedan i Adobeprogrammen. Kontakta kommunikationsavdelningen@hoganas.se om du behöver hjälp med hur man använder de olika symbolerna i Indesign.

Så använder vi ikonerna

Det finns flera stilar av Font Awesome. Det är tillåtet att använda sig av alla stilar.



Thin Light Regular Solid

Font Awesome - exempel på användning

Font Awesome används för att få ett enhetligt utseende för våra ikoner. Här finns flera tusen ikoner att välja bland. Använd för att stärka en rubrik eller ett budskap.

Det är väldigt användbart när man gör skyltar till exempel. Ikonerna går att ändra i den färg du vill ha.

I undantagsfall får andra ikoner användas om du inte kan hitta ikonen i Font Awesome. Men de flesta ikoner går att hitta.

Sök efter ikonerna

Hela ikonbiblioteket finns att titta på och söka i här:

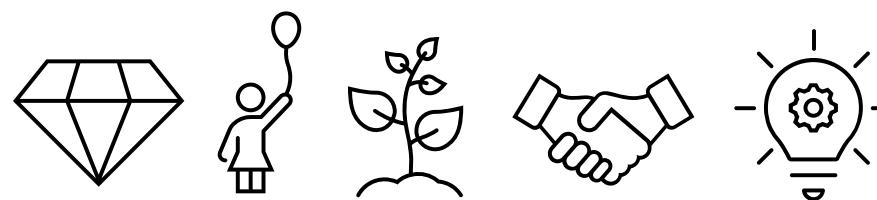
<https://fontawesome.com/v6/icons>



Budskap som illustreras med Font Awesome.

Ikoner i powerpoint

I Powerpoint och övriga Office365-program finns tillgång till ett separat ikonbibliotek. De ikonerna är godkända att använda när man arbetar i dessa program även om de inte alltid följer exakt samma estetik som ikonerna i Font Awesome. Dock är Font Awesome vårt primära ikonbibliotek så har du möjlighet, spara ut ikoner från Font Awesome och importera dem i exempelvis din Powerpointpresentation. Sök i hela ikonbiblioteket på Font Awesoms webbplats www.fontawesome.com.



Det är tillåtet att använda ikoner från Powerpoint när du jobbar i Officeprogrammen. De är snarlika Font Awesome och det underlättar mycket att importera Powerpoints ikoner direkt i programmet när du gör presentationer.



Typografering

En riktigt bra huvudrubrik

Efter huvudrubriken passar en ingress bra. Texten sätts i Garamond eller Century Gothic i något större storlek än brödtexten och i någon av våra färger. Ingressen ska kortfattat berätta vad efterföljande text handlar om och samtidigt locka till vidare läsning.

Underrubriker sätts i samma storlek som brödtexten men i Bold

Brödtexten, eller den löpande texten, kallas den del som innehåller den stora delen av textmassan. Det är viktigt att denna text är lätt och behaglig att läsa. Tänk på att radens längd för optimal läsvänlighet bör ligga mellan 50–60 tecken per rad. Brödtexter sätts i Garamond.

Om du vill markera inledningen av ett stycke, ska det göras i Century Gothic Bold. En punkt mindre än brödtexten.

En mellanrubrik som inledning

Börjar ett nytt avsnitt av texten kan det vara bra att använda en tydlig avdelare i form av en mellanrubrik. Sen kommer brödtexten. Här är mellanrubriken i Century Gothic 12 pt.

Rubrik

Huvudrubriken ska alltid vara störst och betonas mest. Håll den så kort som möjligt, helst inte längre än fem ord. Rubriken är "indragaren". Se till att ha en stark och slagkraftig rubrik som lockar till läsning. Det är tillåtet med både Century Gothic och Garamond till rubriker. Dock är Century Gothic vårt främsta rubriktypsnitt. Garamond används i undantagsfall om man känner att man behöver variation.

Ingress

Storleken på ingressen kan anpassas till utrymmet där den används, den ska dock vara minst två punkter större än brödtexten. Texten ska vara vänsterställd och sättas i Garamond eller Century Gothic. Det går bra att använda andra färger till ingressen än svart, men tänk på att det ska vara tillgängligt och lättläst.

Underrubrik

Som underrubrik används Century Gothic Bold i samma storlek som brödtexten.

Brödtext

För löpande text används Garamond Regular. Texten ska aldrig sättas i mindre grad än 8 punkter. Rekommenderad storlek på brödtext är 11–12 punkter.

Inledning stycke

Ett inledande stycke kan markeras med Century Gothic Bold.

Aldrig direkt under en mellanrubrik eller underrubrik.

Mellanrubrik

Som mellanrubrik används Century Gothic Bold ett par punkter större än brödtexten.

~~TA EN TITT PÅ PLANERNA FÖR DE NYA HÖGANÄS- KVARTEREN KAKTUSEN OCH ODÉON~~

När rubrikerna är långa, så kan du välja att förstora det eller de ord som sammanfattar innehållet, istället för att göra väldigt långa rubriker. Det blir svårsläst.

Ta en titt på planerna för

De nya Höganäs- kvarteren

Kaktusen och Odéon

Tydliga och lättlästa rubriker

Mycket av vårt grafiska uttryck bygger på att skapa uppmärksamhet och att sticka ut genom en stor och talande rubrik. Undvik långa rubriker med många eller långa ord, försök att hålla det till max fem ord, om det går.

När du har långa rubriker kan du välja ut och markera det eller de ord som beskriver innehållet mest och gör det större. Eftersom de orden du väljer att förstora kommer att läsas först är det viktigt att välja rätt ord, så att man förstår budskapet genom att enbart läsa de förstörade orden.

Tänk tydlighet och läsbarhet. Ofta är det mer lättläst med gemener än med versaler i rubriker.



~~MARKANVISNINGSTÄVLING FÖR KVARTERET BÅGEN PÅ TORNLYCKAN~~

Höganäs kommun inbjuder härmed till markanvisningstävling för att hitta arkiter som är intresserade av att uppföra bostäder på del av Tornlyckan esopp 2. Totalt avser markanvisningstävlingen ett markområde om cirka 5 630 kvadratometer. Vinnaren av anbudstävlingen kommer att få vara med under detaljplaneprocessen för att senare bebygga området.



Markanvisningstävling för kvarteret Bågen på Tornlyckan

Höganäs kommun inbjuder härmed till markanvisningstävling för att hitta arkiter som är intresserade av att uppföra bostäder på del av Tornlyckan esopp 2. Totalt avser markanvisningstävlingen ett markområde om cirka 5 630 kvadratometer. Vinnaren av anbudstävlingen kommer att få vara med under detaljplaneprocessen för att senare bebygga området.

I det här fallet är det tydligare att ha en versalgemen rubrik än en versal. Och det ger oss även möjlighet att ha en större bild när rubriken inte tar så stor plats.



Bildtexter och tabelltexter

Bildtext

Bildtexten i trycksaker ska vara vänsterställd och sättas i Century Gothic regular. Bildtextens storlek ska vara som mest 9 punkter och aldrig i mindre grad än 6,5 punkter. Om fotografens namn ska vara med ska det vara högerställt och i övrigt samma format som den övriga bildtexten.



Höganäs kommun ligger vackert och har utvecklats från gruvort till en blomstrande stad.

Siffror och tabeller

Till text som ska skilja sig från övrig brödtext, som exempelvis siffror och tabeller ska Century Gothic användas. Aldrig mindre än 6 punkter.

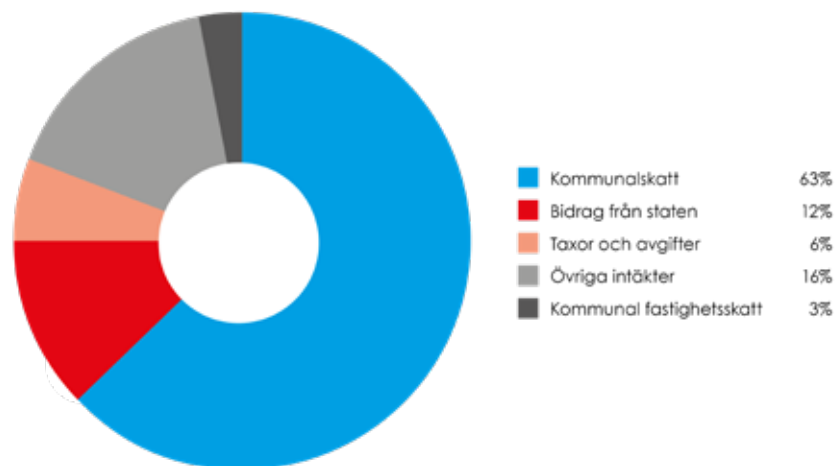
PANTONE Svart	C M Y K 0 0 0 100	R G B 0 0 0	HEXADECIMAL #000000
PANTONE 186 CVC	C M Y K 0 100 100 0	R G B 241 174 0	HEXADECIMAL #C40005

Diagram

Reglerna för typografi och färger när det gäller diagram följer den grafiska profilen. Toningar av våra färger är tillåtna. Typsnittet vi använder i diagram är Century Gothic.

Sträva alltid efter tydlighet i diagram. Det ska vara lätta att förstå.

Intäkter



Vårt typsnitt Century Gothic till siffror och tabellfakta och våra färger från profilen används.



Om symboler används i ett diagram - använd Font Awesome.
Pil och tumme upp/ner i exemplet är ikoner från typsnittet Font Awesome.

Färger och grafiskt element

Vår grafiska profil innehåller fyra färger (+ vitt) som ska illustrera Höganäs kommun; cyan (blå), svart, röd och beige. De fyra rena färgerna kan kompletteras med ljusare toner av ursprungsfärgen.

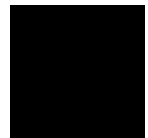
Profilens färger kan tonas till önskad färgstyrka genom att minska procentsatsen i färgtonen. Observera att vi endast tonar färger i CMYK, inte i RGB.

Profilens färgkoder



Blått – Himmel, hav och natur

CMYK 100 0 0 0
RGB 0 159 218
HEX #009FDA
PMS CYAN
NCS S 2050-B



Svart – Kol och kontrast

CMYK 0 0 0 100
RGB 0 0 0
HEX #000000
PMS Pantone black
NCS S 9000-N



Rött – Värme, glädje, mänsklighet och tradition

CMYK 0 100 100 0
RGB 226 0 26
HEX #e2001a
PMS 485 C
NCS S 1080-Y90R



Beige – Leran, keramiken

CMYK 35 35 45 0
RGB 181 164 140
HEX #b5a48c
PMS 7536 C
NCS S 3010-Y30R



100 % ————— 10 %



Användning av färger

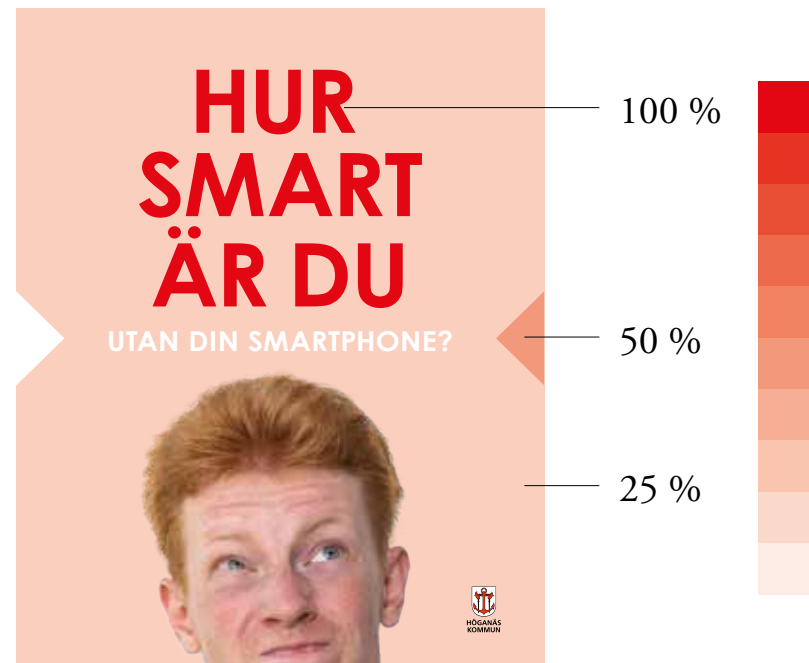
Ljusare toning på stora ytor

På stora ytor kan man använda tonad färg för att det inte ska kännas för intensivt med färgerna. 100% röd kan till exempel upplevas som en skarp bakgrund, men kan behövas ibland. Vi använder det till exempel vid krisinformation, då det blir ett starkt signalvärde.

Inga andra varianter av färgerna tillåts

Använd enbart färgerna som anges på föregående sida. En annan blå tillåts alltså inte, förutom på webben, där det har tagits fram en egen blå färg som endast används på webben. Läs mer om profilen för webben här i den grafiska profilen.

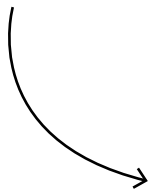
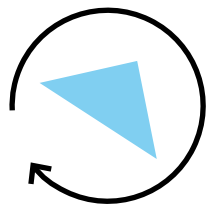
Exempel på toning





Diamanten - Vårt grafiska element

Vårt grafiska element är en viktig ingrediens i den grafiska profilen. Den består av olikfärgade trianglar som används för att komplettera bilder, färger, logotyp och text och för att öka igenkänningseffekten för Höganäs grafiska uttryck. Den grafiska diamanten i profilen med sina fasetter är tänkta att illustrera kommunens olika delar och enheter. Den illustrerar vår visionresa som vi kallas "Från kol till diamant" och trianglarna i det grafiska elementet ska symbolisera fasetterna i en diamant.



Dela upp

Fasetterna kan också delas upp, dupliceras vridas och spegelvändas och pusslas ihop så att de bildar ett abstrakt mönster som kan anpassas efter olika format som ger möjlighet till variation i det grafiska uttrycket.



Dämpad eller tonad färgton

En genomskinlig färgtonplatta i vitt kan också läggas över vissa delar av fasetterna för att dämpa färgintensiteten för ett lugnare intryck. Du kan också lägga en övertoning på fasetterna för att dämpa färgintrycket. Det är inget tvång att använda de grafiska elementen men det kan vara ett bra sätt att lätta upp en trycksak om det inte finns någon passande bild eller som komplement till ett foto.



En enda fasett

När vi vill vara mer sparsmakade kan en fasett i rött eller annan färg inom den grafiska profilens färgskala finnas med. Fasettens syfte är att fånga ögat och leda in läsaren i textmassan men är också en del av det grafiska element som skapar igenkännings-effekten i kommunens budskap.

Layoutexempel av de grafiska elementen



Diplom Stora kvalitetspriset. Trianglarna skapar en diamant.



Exempel på Powerpoint-slide med utfallande trekant till höger.

Våra bilder

Generella riktlinjer för bilder

Bilden är en av de viktigaste delarna i den grafiska profilen. Att välja rätt bild kan stärka ditt budskap och vice versa. Våra bilder ska andas Höganäs kommun och ska tas på plats i kommunen. Vi vill att invånarna ska vara kommunens levande reklamplacering och vi vill att de ska vara stolta över sin kommun. Vi använder oss av våra bilder för att uppmärksamma invånarna på kommunens omgivning och dess fördelaktiga läge och för att skapa igenkänningseffekt och en känsla av stolthet över att vara kullabo.

Använd gärna bilder på människor för att skapa kontakt med läsaren/betraktaren. Försök också att variera bilderna så att de visar på en bredd i ålder, etnicitet och kön, precis som samhället ser ut. Vi vill visa att det finns en mänsklighet i vår kommun.

Vi strävar efter att betraktaren ska kunna känna igen sig i bilderna och miljöerna. Naturen är en tidsmarkör men också en platsmarkör, som bidrar till att förstärka förankringen i bilden. Vi ser redan på ett omedvetet plan om en naturbild upplevs visa en välbekant natur eller en annorlunda plats, använd därför alltid bilder som är tagna i kommunen. Läs mer om vårt bildmanér på sidan 26.

När du ska ladda upp en bild är det viktigt att bilden behåller sina dimensioner. Tänk på att du kanske måste beskära bilden. Var noga med att inte förvränga bildens proportioner.

Viktigt att tänka på

Använd inte bilder utan tillstånd.

Samtycke: Om du använder dig av en bild du själv fotograferat ska eventuella personer på bilden ha lämnat ett samtycke. Samtycket lämnas via vårt bildhanteringssystem MediaflowPro.

Är personen under 16 år ska båda vårdnadshavarna lämna samtycke. Är bilden inköpt av en fotograf ska fotografens namn finnas med i samband med publiceringen av bilden.

Bildkvalitet: Är bilden tillräckligt bra rent tekniskt för att användas? Upplösning, skärpa, ljushet/mörkhet och så vidare.

Rättigheter: Har jag rätt att använda och publicera bilden? Vem har tagit bilden?

Varumärkets funktion: Bildsättningen ska alltid fylla varumärkets funktion. Bildsättaren ska alltid fråga sig: Vad speglar bilden? Vad säger den betraktaren? Kolla så att din bild stämmer överens med vårt bildmanér.

Tänk på att bildmanéret gäller även för rörlig media.



Bilder i olika kanaler

Bilder för tryck

Förutom de generella riktlinjerna på föregående sida för våra bilder bör bilder vid trycksaksproduktion ha minst 300 dpi i upplösning för ett bra tryckresultat.

Bilder för skärmpublicering

Förutom de generella riktlinjerna på föregående sida för våra bilder gäller vid användande av bilder för skärmar att de är anpassade i rätt mått och rätt upplösning (72 dpi) för skärmen för ett bra resultat.

Bilder i sociala medier

För användning av bilder i sociala medier gäller samma riktlinjer som på föregående sida men det är också viktigt att tänka på att i olika kanaler fungerar olika typer av bilder på olika sätt. På exempelvis Facebook kan en bild på en person i fokus fungera bra medan samma bild inte alls fungerar på exempelvis Instagram.

Våra inlägg i sociala medier lyfts generellt av en bild som samspelar med en genomtänkt bildtext/inläggstext. Både bild och text bör anpassas efter kanalens målgrupp och följare. Här gäller det att ha fingertoppskänsla både när det gäller bildval och textutformning för att tilltala målgrupp och följare.

Bildspråk och grafik i film

Bildspråket i våra filmer ska följa samma riktlinjer som övrigt bildmanér. För grafik i filmer används de typsnitt, färger och grafiska element som ingår i den grafiska profilen.

Var finns Höganäs kommuns bilder?

Bildbank organisation: Höganäs kommun har en bildbank där kommunens anställda fritt kan använda bilder i sitt arbete. Bildbanken når du via: <https://hoganas.mediaflowportal.com/bildbank/>

Bildbank platsvarumärke: Kullahalvön har en bildbank med bilder som visar destinationen. Dessa bilder får användas av alla som vill. Även utanför organisationen. Höganäs kommun ska anges som fotograf. Kullahalvöns bildbank hittar du här: <https://hoganas.mediaflowportal.com/kullahalvon/>

Pressbilder: Höganäs kommun har en pressbildbank där press och företag kan använda bilder i redaktionella sammanhang eller i marknadsföringssyfte av Höganäs kommun och kommunens verksamheter. Pressbilderna hittar du här: <https://hoganas.mediaflowportal.com/pressbilder/>

Historisk bildbank: Höganäs kommun har även en historisk bildbank. I bildarkivet har vi genom åren samlat gamla bilder från Höganäs och Kullahalvön. De tidigaste bilderna är från sekelskiftet, 1900. Här kan du ladda ner äldre fotografier från Kullahalvön med omgivning. Den historiska bildbanken hittar du här: <https://hoganas.mediaflowportal.com/historiska/>



Bildmanér

I våra bilder visar vi våra unika miljöer och verksamheter. Vi sticker ut och visar att vi har det som inte alla andra har.

- Forografera gärna människor. Människor gillar människor! Försök att få fram en känsla i bilden som du tar. Uppställda bilder kan kännas väldigt stela.
- Bilderna ska kännas äkta. Spegla oss på ett verkligt och rättvist sätt, så att det känns naturligt. Ej tillrättalagt eller klichéartat.
- Enkla bilder. Undvik röriga bilder. Sträva efter lugna bakgrunder och färger som ger en ren och fri känsla.
- Bilderna ska vara tagna i kommunen. Man ska känna igen att det är kommunens verksamhet och inte manipulerade bilder. (Läs mer om AI-manipulerade bilder på nästa uppslag.)
- Visa mångfald och inkludering. Bilderna ska spegla den mångfald som finns inom organisationen och visa att vi är en inkluderande arbetsplats.

Putsa bilderna innan publicering. Det innebär inte att vi överdriver eller lägger till saker som inte finns utan att materialet får en extra teknisk "touch" för att upplevas professionell.



Vårt unika läge precis vid havet



Fina skolmiljöer



Vi kan på olika sätt visa att vi i bilder att vi är en framåt kommun



Det är viktigt att visa mångfald i våra bilder.

Vi pratar även om hållbarhet och andra viktiga saker i våra bilder.



En bild säger mer än tusen ord! Försök att förmedla en känsla i din bilder.



Trygg småstad.





Illustrationer

Vi använder oss till största delen av fotografier men ibland kan en illustration krävas för att beskriva eller förtydliga innehållet i budskapet.

Det är viktigt att illustrationerna är tydliga och fyller sin informationsfunktion väl. Rådgör med kommunikationsavdelningen om du vill ta fram illustrationer som ska publiceras externt i tryck eller på webben.

Ibland kan det fungera att förstärka budskapet med en ikon istället för en illustration. Då använder vi oss av ikoner från Font Awesome. Läs mer under "typsnitt" här i den grafiska profilen.

Clipartbilder eller gratisbilder nedladdade från nätet eller Microsoft M365 får inte användas.

Vi ska inte heller använda AI-skapade illustrationer.

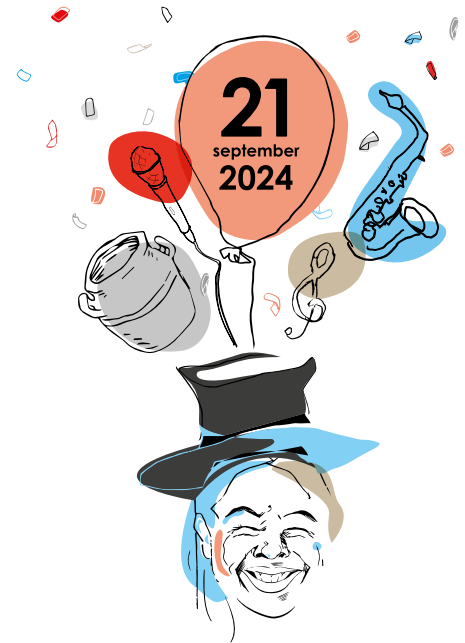


Illustration till Kulturkvällen. Vi jobbar med outlines och med våra färger.



Exempel på illustration åt daglig verksamhet. Här kan det vara känsligt att hitta modeller och då kan en illustration vara en lösning.



Illustration för ungdomschatten.



Exempel på illustration till "Rösta på valdagen"-folder.

AI inom foto-, illustrations- och filmmaterial



Varsam användning

Vi använder AI med försiktighet. Det är viktigt att våra bilder går i linje med kommunens bildmanér.

Äkthet och trygghet

Alla våra bilder ska spegla platsen och invånarna genom att vara tagna i kommunens verksamheter eller på Kullahalvön. Det ger betraktaren en trygghet att vi som kommun är trovärdiga och pålitliga.

AI som verktyg

AI kan användas för att effektivisera arbetsflöden inom både foto och film. Till exempel för att justera ljussättning, för färgkorrigering, och för automatisering av vissa redigeringsmoment.

AI kan användas för att komplettera och förbättra manuella insatser. Det är därför tillåtet att använda AI för att förbättra tekniska aspekter av materialet (som exempelvis brusreducering, skärpa och bildjusteringar), så länge som det görs utan att förändra bildens eller filmens grundläggande innehåll.

AI-skapat material

AI ska inte användas för att skapa illustrationer eller symboler.

När får AI inte användas?

AI ska inte användas för att skapa saker som inte finns eller för att vilseleda betraktaren om vad som är verkligt. Det är viktigt att bevara autenticiteten. Därför är grundinställningen att det inte är tillåtet att lägga till saker i en bild eller film som inte fanns i materialet från början. Det är heller inte tillåtet att ta bort saker som fanns där.

Undantag och specialfall

I vissa fall kan det vara okej att använda AI för att generera respektive ta bort material. Ett exempel är när det av layouttekniska skäl behöver finnas mer himmel eller horisont i ett material. Detta är material som hade kunnat finnas, om bara fotografen/filmaren hade zoomat ut mer eller använt ett annat utsnitt.

Ett annat exempel är när mindre justeringar behöver göras för att ”rädda” en bild, som exempelvis att sudda bort en förbipasserande person eller bil i bakgrunden på ett porträttfoto ute på stan.

Ett tredje exempel är när en gammal logotyp behöver tas bort och ersättas av en ny i ett existerande material.

Givetvis är det tillåtet att använda AI för att framställa eller ta bort objekt vid framställning av icke-redaktionellt material, alltså material där det framgår att innehållet inte nödvändigtvis är på riktigt eller är överdrivet. Det skulle kunna vara en visionskiss eller ett aprilskämt.

► Dokument och mallar

Här följer exempel på hur de mallar och hjälpmedel vi använder i det dagliga arbetet ser ut. Mallar för dessa produkter återfinns bland mallar i Officeprogrammen, Platina och i beställningsportalen på intranätet.

Digitala presentationer

För digitala presentationer gäller samma riktlinjer som för tryckta medier vad gäller färger, logotyp, bild, grafiska element och typsnitt. Kommunens mallar för Powerpoint finns förinstallerade i Officepaketet på kommunens datorer och finns med en liggande bård.

Observera att du får lov att använda Powerpoints inbyggda ikoner, då de liknar vårt ikontypsnitt Font Awesome.



Exempel Powerpointbakgrund med liggande bård.

Mall i Word och Platina

Mallarna som finns installerade i officeprogrammen ska användas för skrivelser skickade från kommunen. Mallarna finns också tillgängliga för alla i ärendehanteringssystemet Platina.



I Platina finns mallar för framsidor till strategier, program, Planer, policys, riktlinjer och regler.



Wordmall, on prem (skrivbordsversion)

Word onlinemall, förenklad

Logotypen i svart anpassad till svart/vit utskrift

Datum

1 (1)

Datum

Rubrik
Century Gothic Bold

Text i
Garamond Regular

KLICKA HÄR FÖR ATT ANGE RUBRIK
Klicka här för att ange text

Kommunens allmän-
gilliga adressuppgifter

HÖGANÄS KOMMUN
Kommunledningskontoret
343 83 Höganäs • 040-33 71 00 • kommunen@hoganäs.se
www.hoganäs.se

Prismor i svart/vitt anpassade till svart/vit utskrift

HÖGANÄS KOMMUN

1 (1)

KLICKA HÄR FÖR ATT ANGE RUBRIK

Rubrik

Text i
Garamond Regular

HÖGANÄS KOMMUN
Kommunledningskontoret
343 83 Höganäs • 040-33 71 00 • kommunen@hoganäs.se
www.hoganäs.se



Tjänsteskrivelse

Tjänsteskrivelser skrivs i ärendehanteringssystemet Platina enligt mallen till höger.

Logotypen i svart anpassad till svart/vit utskrift

Datum och diarienummer
Century Gothic Bold

Rubrik Century Gothic Bold

Text Garamond

Underrubriker
Century Gothic Bold

Signaturer i Garamond

Förvaltning

Kommunens allmängiltiga adressuppgifter

Prismor i svart/vitt anpassade till svart/vit utskrift

HÖGANÄS
KOMMUN

Tjänsteskrivelse
Kommunstyrelsen

2025-04-28
K5/2016/48

Tjänsteskrivelse angående ny tjänsteskrivsemall

Sammanfattning av ärendet

Lorem ipsum dolor sit

Beslutsunderlag

Kommunledningskontoret, förslag på ny mall, den 26 april 2025.

Förslag till beslut

Kommunstyrelsen föreslås besluta

att anta den nya mallen.

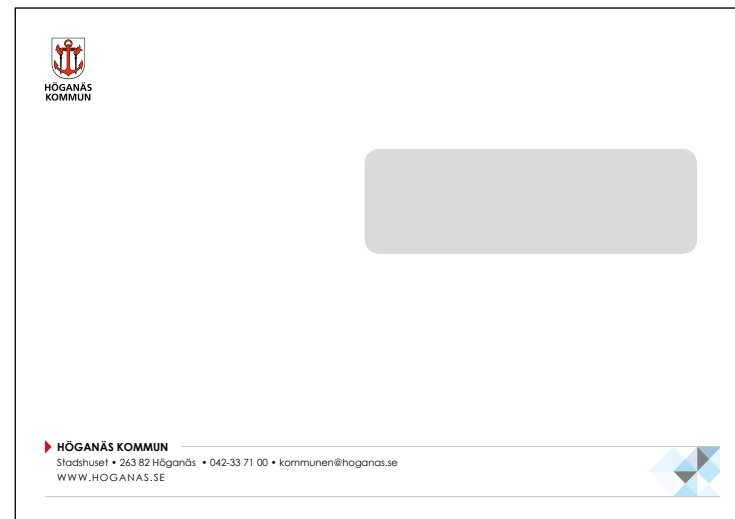
Herman Crespin
Kommunchef

Jacob Desefeldt
Kommunsekreterare

Höganäs kommun
Kommunledningskontoret
263 82 Höganäs • 042-33 71 00 • kommunen@hoganas.se
www.hoganas.se

Kuvert

Kuvert finns i storlekarna C4 och C5 och är förtryckta på tryckeri.
Vissa av kuverten finns också med fönster.





Visitkort

Visitkorten ska ha måtten 90 x 55 mm. Information om hur visitkort beställs finns på kommunens intranät. Det finns möjlighet att välja mellan tre olika framsidor.



Beställning av visitkort

Visitkort beställer du via beställningsportalen på kommunens intranät.



Dörrskylt.

Dörrskyltar

Kommunens dörrskyltar ska följa den grafiska profilen med typsnitt, logotyp och grafiskt element. Skylten ska vara utformad som exemplet till vänster. Namn, titel och enhet skrivs in i skyltmallen och skrivs sedan ut och monteras mellan de två plexiglasskivorna skylten består av. Information om hur dörrskyltar beställs finns på vårt intranät.

Beställning av dörrskyltar

Dörrskyltar beställer du via beställningsportalen på kommunens intranät.



Trycksaker

För mer avancerad produktion av trycksaker där användaren arbetar i programmet Indesign kan du arbeta med att placera ut text, bild och grafik över ytan. Typsnitt, grafiska element och bilder kan kombineras på många olika sätt. Höganäs kommuns logotyp ska alltid (med vissa undantag som exempelvis webbaserade produktioner) finnas med. Antingen på framsidan eller baksidan.

Att tänka på när du gör layout

Det är viktigt att material som vi gör är tydligt och lätt att förstå. Mottagaren ska förstå väldigt snabbt vad trycksaken vill förmedla.

Tips. Om beställaren själv ska kunna skriva ut sina trycksaker, så kan det vara bra att lämna en vit ram, då våra skrivare inte kan skriva ut utfallande.



Avsändare på baksidan av en trycksak

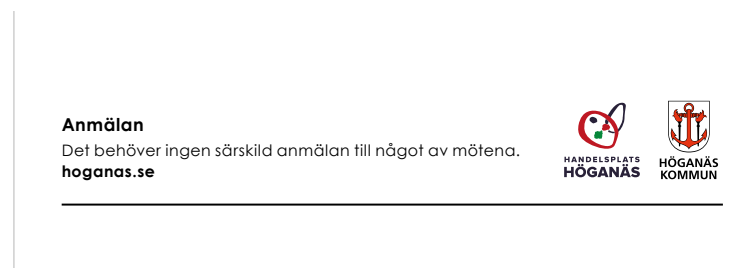
Logotypen ska placeras längst ner till höger eller i mitten på baksidan av en trycksak, exempelvis en folder. Avsändarens kontaktinformation, Höganäs kommun, tillsammans med www-adress ska finnas med. Är det ont om plats räcker det med www-adressen.

Flera avsändare

Höganäs kommuns logotyp ska alltid finnas med på baksidan av trycksaker, även då det finns flera avsändare. Se exempel för placering. Här måste hänsyn tas till övriga avsändares logotyper så att alla avsändare framträder så tydlig som möjligt.

Baksida trycksak med flera avsändare

På baksidan av trycksaker ska avsändaren/avsändarna lätt kunna identifieras och vanligen söker man efter denna information längst ner på sidan.



Exempel på en trycksaks baksida när det förekommer fler avsändare än Höganäs kommun.

HK-magasinet

Vårt eget magasin - HK-magasinet - som ges ut till samtliga invånare i Höganäs kommun.

Vårt mål med magasinet är att det ska engagera, intressera och ge aha-upplevelser till invånarna. Det är samhällsinformation och vi vill skriva om det som intressar många. Det ska vara publikt. Magasinet ska vara så snyggt och intressant att du gärna sparar det och går tillbaka och letar upp ett tips.

Undantag

HK-magasinet ska ha en magasinkänsla och tillåter därför några undantag från den grafiska profilen. I HK-magasinet tillåts till exempel Script-typsnittet Addictive och inscannad handstil. Här får vi även använda specialeffekter såsom lack, PMS-färger och präglingar. Även köpta bilder får användas. Dock inte miljöbilder. Det ska i så fall vara generella bilder där det inte kan avgöras vem eller var de kommer ifrån.

Lekfullt och inspirerande

Magasinet ska vara lekfullt och inspirerande. Det är en trycksak som det ska läggas tid på och som ska se arbetad ut.





Annonser

Vi delar upp våra annonser i tre olika kategorier: informationsannonser, platsannonser, och eventannonser. Du kan annonsera med tryckta annonser i tidningar eller med digitala annonser i sociala medier och på nättidningar och webbplatser. Alla våra annonser ska följa vår grafiska profil. Om flera av kommunens tryckta annonser ska publiceras samtidigt i samma tidning samlar vi annonserna i en samannons för att visa på en gemensam avsändare och en samlad bild av våra budskap.

Annonsernas syfte och utformning kan skilja sig åt när det gäller budskap, målgrupp och format. I annonser kan det ibland var ont om utrymme. Viktigast är att budskapet kommer fram och att logotypen är med. Bilder som speglar kommunen och dess invånare och/eller de grafiska elementen används i mån av utrymme.

För alla typer av annonser är det viktigast att huvudbudskapet betonas och att logotypen är väl synlig och rätt placerad. Bilder och grafiska elementet används i mån av plats men bör finnas med för att öka igenkänningseffekten och signalera ”Höganäs kommun”.

Layoutexempel



Kommunfullmäktige i Höganäs

Torsdagen den 26 januari 2023 klockan 18.30 sammanträder kommunfullmäktige i Tivolihuset, Höganäs

Några av kvällens ärenden:

- Godkännande av markanvisningsavtal för fastigheterna del av Höganäs 35:4 och Brorsbacke Västra 26.
- Tidigareläggning av kamerainstallation, Vikenskolan/Tornlyckeskolan.
- Godkännande avseende tillägsavtal till exploateringsavtal med Derome Hus AB i södra Arild.
- Svar på interpellation angående hur togs beslut om att släcka ner var tredje gatlampan.

Kommunfullmäktiges handlingar finns på Höganäs hemsida. Sammanträdet direktsänds på kommunens hemsida samt i närradion på frekvens 104,9 MHz.

Allmänheten är välkommen att närvara vid mötet.

Välkommen önskar

Kommunfullmäktiges presidium.
Jacob Derefeldt, kommunsekreterare.



www.hoganas.se



Arbetsgivaren Höganäs kommun

Höganäs kommun beskrivs som en utvecklingsdrivande och omtänksam arbetsgivare med hjärta och viss kaxighet, där medarbetarna har högt yrkesengagemang och stolthet. Kommunens identitet präglas av egenskaper som empati, samarbete, visionärt tänkande, mod och resultatnriktning.

Intern kultur och samarbetsanda

Den interna kulturen i Höganäs präglas av en stabil grund med ordning och reda, hög tillit och stark passion för arbetet. Samarbetsandan, kallad "Höganäs-andan", kännetecknas av kommunikation, koncerntanke och mod att testa och ställa om vid behov.

Kommunikation onboarding

Vårt kommunikation för onboarding ska andas med hjärta och viss kaxighet.

Arbetsgivarvarumärket är en del av organisationsvarumärket, men materialet för pre- och onboarding sticker ut lite mer för att öka uppmärksamheten på mässor och rekrytering.

Vi jobbar med starka färger från vår medarbetardiamant: röd, blå, beige, grå, utan toningar. Vår tonalitet har både värme och humor, men kan också vara kaxig. I fotona visar vi en skön blandning av människor.

Layoutexempel



► Skyltning utomhus

Skyltprogrammet syftar till att ge en tillförlitlig och enhetlig skyltning inom Höganäs kommun. Vi jobbar med tydlighet och tillgänglighet.

Vi skriver klarspråk och på svenska i första hand

Vi använder ett enkelt språk som alla förstår och skriver i första hand på svenska. Vill vi ha det på ett annat språk så skriver vi det under eller så hänvisar vi till hemsidan.

Vi arbetar med tydliga, korta rubriker. Undvik utropstecken i rubriker. Håll ner antalet storlekar av text. Jobba med rubrik, underrubrik och brödtext.

Vi skriver sakligt och inte säljigt på våra informationsskyltar

Häng med i processen!

Det är i Höganäs det händer. Det är här du vill vara. Vi utvecklar, investerar och satsar, förbättrar och sticker ut. Här växlar vi upp och siktar lite högre i allt vi gör. I Höganäs är du en del av en plats där möjligheter blir till verklighet och idéer blir till projekt. Tillsammans skapar vi nya Storgatan, som en viktig pusselbit i centrum, och det kommer att bli jättefint när det är klart. Vi lovar!

Ett exempel där texten är "säljig". Så skriver vi inte på informationsskyltar.

Vi utvecklar, investerar och förbättrar. I september påbörjar vi arbetet med att bygga om Storgatan i Höganäs. Bygget kommer att vara indelat i tre olika etapper. Se tidsplanen i illustrationen nedanför. När ombyggnaden är klar kommer Storgatan att bli en trevligare och tryggare mötesplats för stadens besökare. Vi får en säkrare trafikmiljö för alla med minskad genomfartstrafik.

Vi skriver istället konkret, tydligt och sakligt.

Ikoner

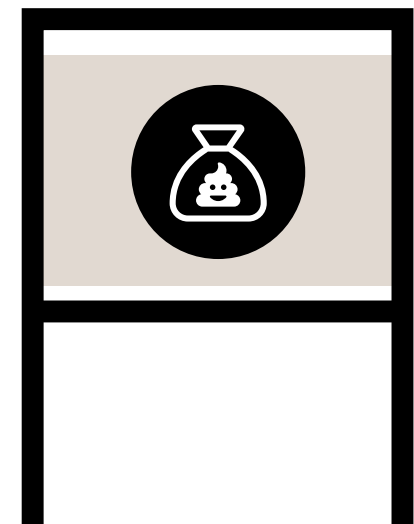
För att göra skyltarna ännu tydligare, så använder vi ikoner. Många olika nationaliteter besöker Höganäs, och då spelar ikonerna en viktig roll. Man ska förstå skyltarna även om man inte talar språket.

QR-koder

QR-koder används enbart om det behövs, vi försöker att skriva ut den information vi vill kommunicera. Använd QR-kod när du inte får plats med nödvändig information. Placera den i slutet av stycket tillsammans med webbadress. Lägg den inte sidanom logotypen.



Två ord som du alltid ska ha med dig när du gör skyltar.



Exempel på hur en ikon kan se ut, som du förstår oavsett språk.

Färger och symboler

Pilar

Vi jobbar med enhetliga pilar på våra skyltar. Pilarna hämtar vi från vårt ikontypsnitt Font Awesome.



Grafiskt element

Vårt grafiska element används antingen upptill eller nedtill i en layout. Färgen ska vara vit, nedtonad till 40 %.

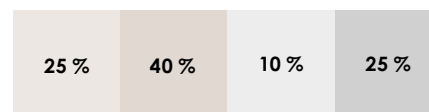


Färger

Vi utgår från tre av färgerna i vår grafiska profil: beige, svart och vit och jobbar med toningar av beige och svart på skyltarnas bakgrunder.



Bakgrundsfärger



Ikoner - påbud

På skyltar med uppmaningar använder vi svarta cirklar med vita ikoner från Font Awesome.



Ikoner - förbud

På förbudsskyltar använder vi förbudsmärken med svarta konturer. Ikonerna kommer från Font Awesome.



Här hittar du skyltprogrammet

Vi visar generella regler här i den grafiska profilen och en översikt av skyltarna. När du producerar skyltar behöver du ta del av skyltprogrammet. I skyltprogrammet kan du till exempel läsa hur du använder ikoner och grafiskt element. Här finns även riktlinjer för skyltmaterial.

Hela skyltprogrammet finns på intranätet under kommunikationsstöd/grafisk profil. Scanna QR-koden för att komma direkt till skyltprogrammet. Det fungerar bara om du har tillgång till Höganäs kommuns intranät.





Kriskommunikation / extra viktig information

När vi vill kommunicera något extra viktigt, så använder vi röd färg.
Det kan till exempel vara information som rör kris, räddningsfordon eller dylikt.

När vi kommunicerar i ett krisläge är det **extra viktigt** att informationen är enkel och lätt att ta till sig med en tydlig avsändare. Budskapet ska synas och uppfattas snabbt.

Vi använder färgen röd färg när vi kommunicerar kris.



Jobba med stark signalfärg och tydligt budskap.



Exempel på ett enkelt och tydligt grafiskt utseende vid information om corona.



Affisch som användes i kampanj för beredskap.



Mässmaterial

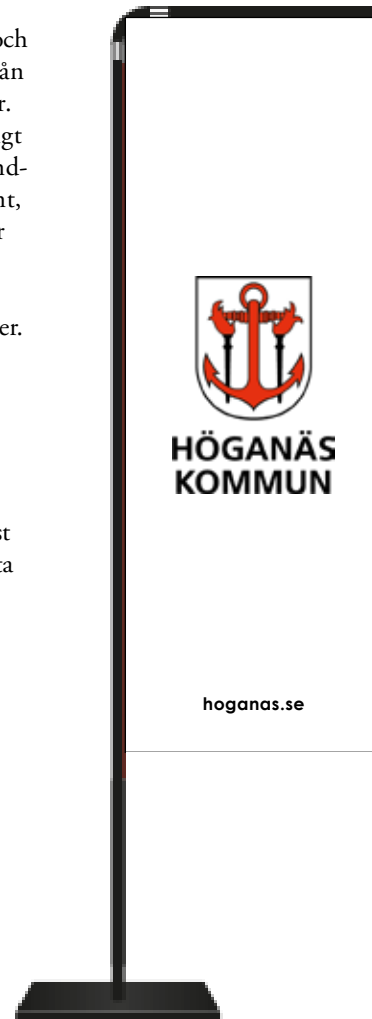
Mängden och typen av information och hur den ska presenteras kan variera från fall till fall när det gäller utställningar. Ofta är ytorna på en utställning väldigt stora. Den grafiska profilens fem grundstenar (logotyp, färger, grafiska element, bilder och typografi) används även här för att skapa igenkänningseffekt.

Det finns utrymme för stora variationer. Tänk på att vi vill synas och sticka ut. Utan att förlora tydligheten.

Tips för rollups

Ha huvudbudskapet högst upp och undvik att ha viktig information längst ner på rollups. Ytorna längst ner är ofta svårlästa.

Ha inte för mycket text eller för liten storlek på texten på rollups.



Profilprodukter

Höganäs kommuns profilprodukter ska följa den grafiska profilen. Material, ytor och utformande kan variera mycket och trycket på produkten bör anpassas på ett sätt så att produkten blir så tilltalande som möjligt. Välj produkter i de färger som ingår i den grafiska profilen.

Befintliga profilprodukter beställer du via kommunens intranät.





Kläder

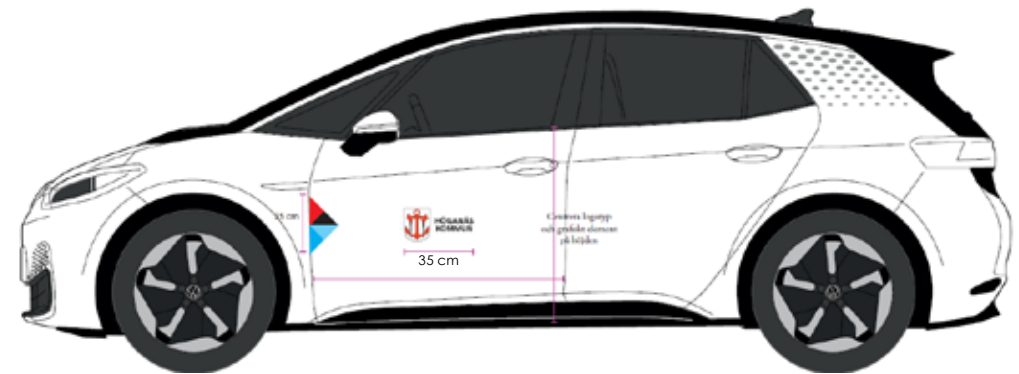
Höganäs kommuns kläder ska signalera att personen som bär dem arbetar inom kommunen. Höganäs kommuns logotyp ska alltid finnas väl synlig på plaggets framsida. Kompletterande utformning ska följa den grafiska profilen när det gäller färger, typsnitt och grafiska element.



Exempel på profilkläder.
Här finns mått angivet på trycken som får plats på både dam- och herrstorlekar.

Fordon

Höganäs kommuns fordon ska markera sin tillhörighet i kommunen genom att Höganäs kommuns logotyp alltid finns väl synlig på fordonet och kompletteras med fasetter framtill på förar-/passagerardörren. Baktill har vi webbadress och dekalen "elbil", om det är en elbil. Samtliga bilar från Höganäs kommun har samma utseende. Vi anger inte vilken avdelning eller förvaltning bilen tillhör.



Fasetter framtill på förar- och passagerardörrar. 25 cm hög. Logotyp placeras i mitten av dörren. 35 cm bred.



Texten "hoganäs.se" baktill på bilen. Elbilsdekal när det är en elbil.

Webbaserad form



Mycket av kommunens informations- och marknadsföringsmaterial publiceras för webbaserade kanaler. Här skiljer sig reglerna för formgivningen till viss del från tryckta produktioner.

Sedan 2018 måste alla webbsajter inom offentlig sektor vara tillgänglighetsanpassade, enligt webbdirektivet. Hemsidan måste vara tydlig och anpassad för alla, inklusive personer med funktionsnedsättning, att kunna ta del av informationen på hemsidan.

Vår webbaserade kanaler har därför anpassats bland annat när det gäller färger och typsnitt för att bli så tillgängligt och tydligt som möjligt.

Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service

Höganäs kommuns webbplatser och mobila appar ska vara tillgängliga. Det är ett lagkrav som funnits i Sverige sedan 2019 då Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service började gälla. Digital tillgänglighet innebär att ingen ska hindras från att använda digital service på grund av funktionsnedsättning. Lagen gäller för offentliga aktörer inom hela EU.

Riktlinjer för tillgänglighet

Våra webbplatser och mobila applikationer måste vara tillgängliga enligt lagen om tillgänglighet till digital offentlig service (DOS-lagen). För att uppfylla lagen ska vi:

- Följa WCAG 2.1-standarder för att säkerställa tillgänglighet.
- Publicera en tillgänglighetsredogörelse och uppdatera den regelbundet.

Detta hjälper till att säkerställa att alla, inklusive personer med funktionsnedsättning, kan använda era digitala tjänster.

Viktigt om innehållsarbete på hoganas.se

Men det är inte bara webbmallar som ska uppfylla lagkraven. Allt innehåll som publiceras på webbplatsen måste också vara tillgänglighetsanpassat. Det betyder att all text, alla bilder, dokument och illustrationer också omfattas av samma lagkrav.

Exempel på lagkrav gällande grafik och bilder (WCAG-riktlinjer, i urval):

- Använd tillräckliga kontraster i komponenter och grafik
- Använd tillräcklig kontrast mellan text och bakgrund
- Använd text, inte bilder, för att visa text

Alla medarbetare som jobbar med innehåll på webbplatsen **hoganas.se** behöver vara insatta i vad WCAG-riktlinjerna ställer för krav på material som publiceras på sidorna.

Fullständiga riktlinjer finns på: webbriktlinjer.se

WCAG-riktlinjerna förmedlas genom Myndigheten för digital förvaltning: **digg.se**

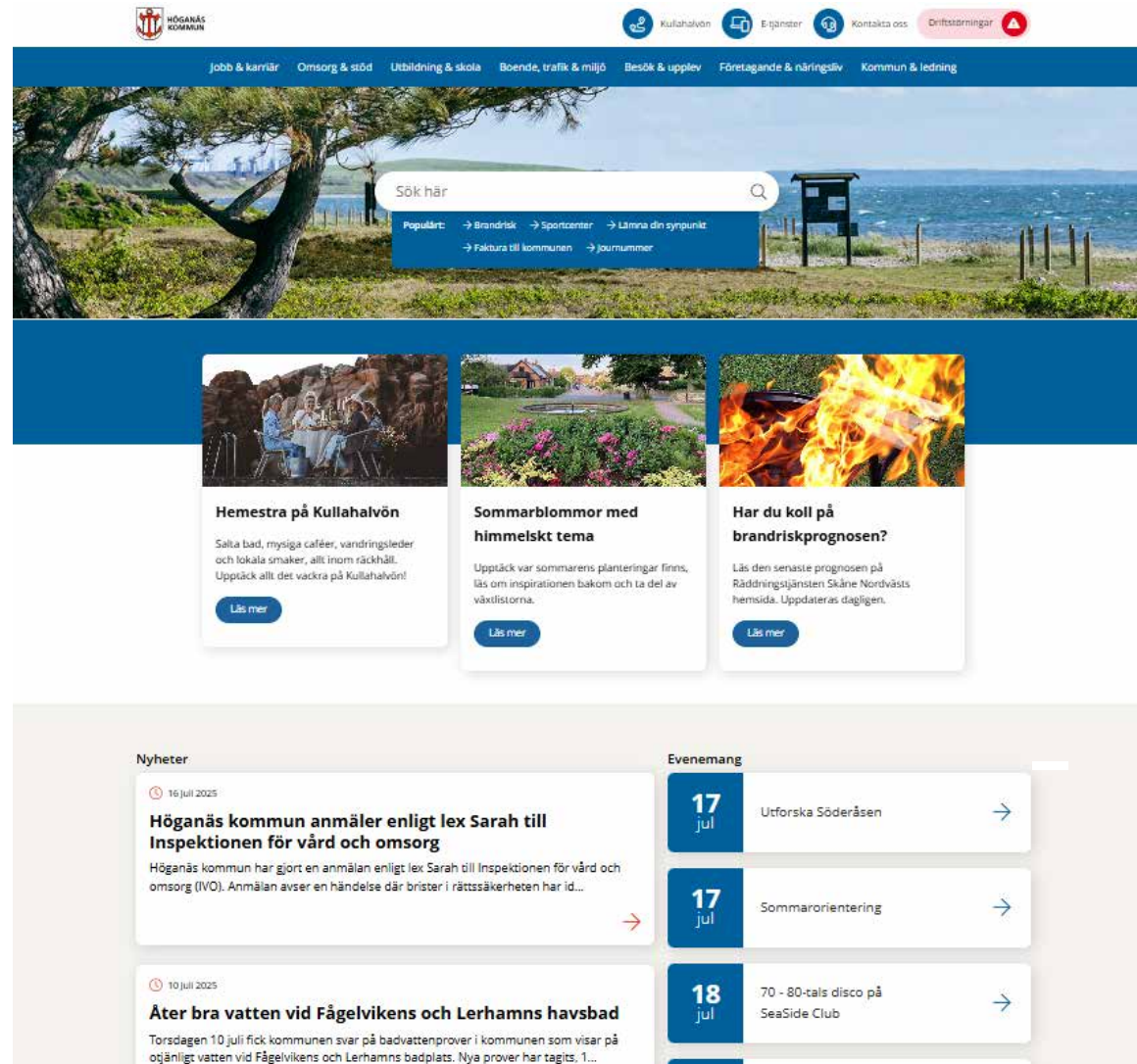


Formgivning för webbaserade medier

Generellt för logotypens placering på webben gäller att logotypen ska placeras uppe i vänstra hörnet för att betraktaren direkt ska se vem som är ägare av sidan.

Logotypen kompletteras med profilens färger, och passande bilder. Det generella typsnittet för brödtext på webben är Open sans och ska användas om det går att styra över typsnitten på sidan. Stödjer inte sidan Open Sans ska webbtipsnittet Verdana användas.

Här ser du exempel på användningen och placeringen av våra grafiska element.



Exempel på hoganas.se.

Kompletterande färger för webb

Vi kompletterar profilens färger med kontrastgodkända färger för ökad tillgänglighet på webben.

Ljus variant av den blåa



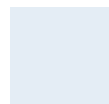
RGB

199 222 237

HEX

#C7DEED

Lite mer ljus variant av den blåa



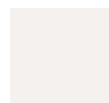
RGB

227 237 244

HEX

#E3EDF4

Ljus variant av "leran, keramiken"



RGB

224 242 238

HEX

#F4F2EE

Kontrastgodkänd, mörk variant av den blåa



RGB

0 96 156

HEX

#00609C

Detta är kompletterande färger för webben.
Vi använder även våra grundfärger på webben.

Läs mer om profilens färger under "Färger och grafiskt element"

Ikontypsnitt Font Awesome

Font Awesome är vårt digitala typsnitt för ikoner.

Våra webb-ikoner hämtas från ett ikonverktyg som heter Font Awesome, vilket egentligen är ett typsnitt.

Font Awesome finns i fyra vikter: Thin, Light, Regular och Solid.
Vi använder främst Solid på webben.

Läs mer om Font Awesome under Våra typsnitt.



[Ansök om äldreomsorg](#)

Här kan du läsa mer om flera av de insatser som kommunen kan erbjuda dig som behöver omsorg.





Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()

OPEN SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()

OPEN SANS BOLD

Open Sans är vårt digitala typsnitt.

Det är ett typsnitt som är neutralt, lätt att läsa och passar bra till både brödtext och rubriker.

Använd i vikterna regular och bold. Vi undviker kursiv text på webben enligt webbdirektivets rekommendationer.

Verdana - i undantagsfall

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()

VERDANA REGULAR

På användningsområden som är webbaserade men som inte kan använda Open Sans, används typsnittet Verdana. Exempelvis på bloggar, vissa typer av appar, digitala vägskyltar och i våra mejl.

Formgivning för sociala medier

På sociala medier för Höganäs kommun ska vi vara tydliga och enhetliga.

På våra profilbilder placerar vi stadsvapnet i centrum. Det placeras alltid på samma ställe och i samma storlek. Bakgrunden består antingen av en färgplatta eller ett foto som inte är rörigt och som representerar verksamheten.

Profilbilden görs i 320x320 px.

Exempel profilbilder instagram



Höganäs officiella
Likadan som för Facebook.



**Höganäs bibliotek
och kulturhus**



Film

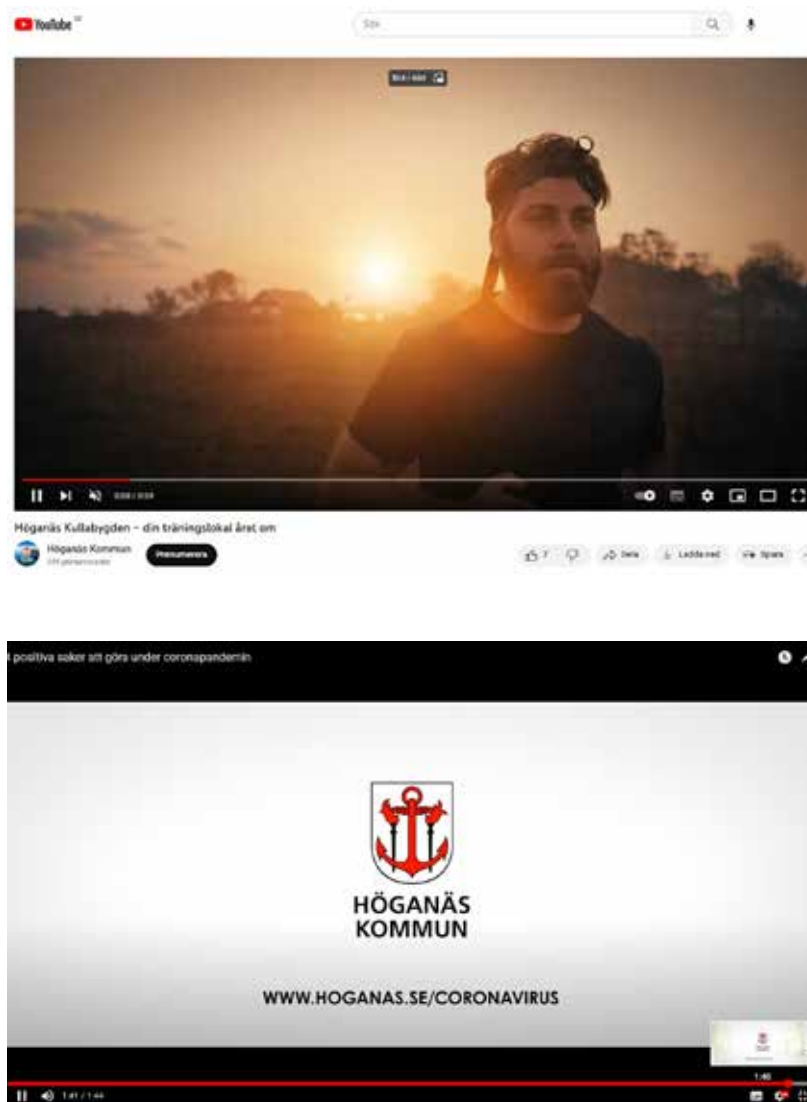
Filmer som Höganäs kommun skapar ska ha ett bildspråk som följer samma riktlinjer som våra bilder. Grafiken i filmerna ska använda de typsnitt, färger och grafiska element som ingår i den grafiska profilen.

I slutet av varje film ska vår logotyp visas, eventuellt med en webbadress nederst som har med filminnehållet att göra. Slutbilden kan varieras i utseende så att den passar filmen i övrigt, men den grafiska profilen ska följas. Om filmen är ett samarbete mellan flera aktörer ska detta framgå i slutet.

Alla filmer lagras på YouTube. Andra plattformar kan förekomma, som Facebook och Instagram, men då endast i publiceringssyfte. De filmer som ska bäddas in på kommunens hemsida ska av GDPR-skäl lagras på Mediaflow.

De filmer på YouTube som ska vara nåbara externt ska ha synlighetsstatus ”publik”, medan de som enbart ska vara nåbara internt – exempelvis via inbäddning på intranätet – ska ha synlighetsstatus ”olistad”.

Filmer ska i första hand bäddas in på en webbsida, i andra hand länkas till <https://www.youtube.com/user/hoganaskommun>



Exempel på slutbild av film

Våra varumärken

Det finns en rad verksamheter som ägs och drivs i kommunens regi, men som är helt eller delvis särprofilerade. Ett gemensamt formspråk är viktigt för att tydliggöra att det är en verksamhet som ägs och drivs i kommunal regi.

Organisationsvarumärke

Höganäs kommuns logotyp och visuella identitet används konsekvent i allt kommunikationsmaterial från organisationen Höganäs kommun. Det skapar en tydlig avsändare, stärker bilden av Höganäs kommun och förenklar / effektiviserar vårt arbete.



Platsvarumärke

Kullahalvön används för att kommunicera platsen som besöksdestination, etableringsort eller plats att bo på. Det finns även en logotyp som används av andra partners som levererar på platsvarumärket Kullahalvön, det är tillsammans som vi skapar ett starkt platsvarumärke.



Särprofilerade verksamheter

Dessa ägs och drivs i kommunens regi, men är helt eller delvis särprofilerade.

Eric Ruuth kulturhus och Kullagymnasiet har sin egen grafiska profil.



Bolagsvarumärken

Inom Höganäs kommun finns ett antal kommunala bolag som helägda. De agerar ofta på en konkurrensutsatt marknad och har behov som motiverar att de arbetar med fritstående varumärken och därmed har egna grafiska profiler.





Platsvarumärke

Vårt platsvarumärke Kullahalvön används för att på ett enhetligt sätt marknadsföra och kommunicera platsen som besöksdestination, etableringsort eller boendeort.

Varumärket ska visa upp platsen och livet på halvön på ett ärligt sätt. Vi har en unik skånsk vildmarksliknande och exotisk natur. Här bor, verkar och lever vilda äventyrare och harmoniska konstnärer som är överens om att tillhöra halvön är ett vilt sätt att vara, ett harmoniskt sätt att leva. Enkelt och tryggt, men samtidigt så spännande och oväntat.

Vi är den vilda sidan av Skåne och halvön går att upptäcka alla dagar, året om. Kontrasterna som finns, både i naturen och i människorna, ska lyftas fram i text och bild tillsammans med platsens unika egenskaper, det vilda och harmoniska.

Här hittar du Kullahalvöns grafiska profil

Vi visar en sammanfattning för Kullahalvöns grafiska profil på nästa sida. När du producerar material för platsvarumärket Kullahalvön behöver du ta del av den grafiska profilen. I profilen hittar du till exempel hur du använder ikoner och grafiskt element.

Den grafiska profilen finns på Kullahalvön hemsida kullahalvon.com under "Varumärket Kullahalvön".

Scanna QR-koden för att komma direkt till den grafiska profilen.



Logotypen används i första hand i vitt. Men finns även i svart för ljusa bakgrunder.

Sammanfattning Kullahalvöns grafiska profil



LOGOTYP



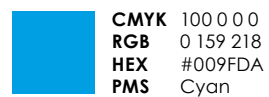
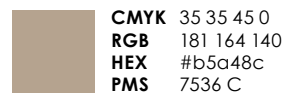
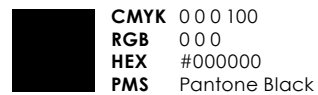
LOGOTYP - PARTNER



GRAFISKT ELEMENT



FÄRGER



TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNOP
 QQRSTUVWXYZÅÄÖ
 1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC - REGULAR, MEDIUM, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOP
 QQRSTUVWXYZÅÄÖ
 1234567890!?!&@+/()

GARAMOND - REGULAR, ITALIC, BOLD, BOLD ITALIC

IKONTYPSNITT



FONT AWESOME PRO



Kullagymnasiet - sammanfattning grafisk profil

LOGOTYP



Huvudlogotypen komplett med symbol och text. Logotypen ska förmedla skolans internationella inriktning med hög pedagogisk kvalitet.

LOGOTYP MED KONCEPTRUBRIK



Logotypen i kombination med konceptrubriken "Det är här resan börjar".

KOMPLETTERA MED KOMMUNENS LOGOTYP



**HÖGANÄS
KOMMUN**

Höganäs kommuns logotyp ska finnas med i grafiska produktioner så att mottagaren ser att skolan ingår i kommunens verksamheter.

FÄRGER

	PANTONE 7694 C	C 100	M 80	Y 23	K 12	R 51	G 74	B 151
	PANTONE Svart	C 0	M 0	Y 0	K 100	R 0	G 0	B 0
	PANTONE 485 C	C 0	M 100	Y 100	K 0	R 226	G 0	B 26
	PANTONE Cool Gray C	C 0	M 0	Y 0	K 47	R 163	G 164	B 166

TONINGAR



"Kullablå" är Kullagymnasiets huvudfärg. Den ska alltid dominera. Tona gärna den blå i olika nyanser.



Det går även bra att göra toningar med blandade färger. Till exempel röd + blå.

TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

CALIBRI - LIGHT, REGULAR, BOLD

För trycksaker gäller typsnittet Calibri.

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

OPEN SANS - REGULAR, BOLD

På webben använder vi Open Sans.

Exempel digitalt



Kullagymnasiet på facebook



Logotypsymbol

I sociala medier används en logotypsymbol med enbart symbolen på en blå platta. Texten "Kullagymnasiet" plockas bort. Texten blir för liten om man till exempel tittar på instagram på en mobiltelefon.



Kullagymnasiets hemsida.

Exempel trycksaker



Roll ups

Beachflaggor



Bolagsverksamheter

Höganäs Omsorg AB - sammanfattning grafisk profil

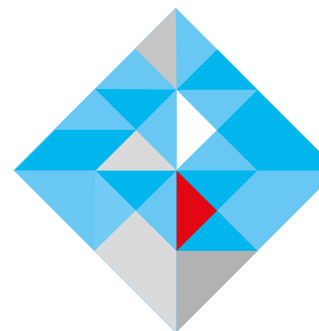
OM PROFILEN

Det kommunalt helägda bolaget Höganäs Omsorg AB har en grafisk profil som är starkt knuten till Höganäs kommuns profil. Typsnitt och färger och används på samma sätt för bolaget som för Höganäs kommun. Kopplingen mellan kommunens profil och bolagets profil grundar sig i att användare, brukare och vårdtagare ska känna igen formspråket och känna sig trygga med att det är kommunen som äger bolaget. Höganäs Omsorg AB har en egen hemsida www.hoganasomsorg.se.





LGOTOYP



GRAFISKT ELEMENT



FÄRGER

	CMYK 100 0 0 0 RGB 0 159 218 HEX #009FDA PMS Cyan
	CMYK 0 0 0 100 RGB 0 0 0 HEX #000000 PMS Pantone Black
	CMYK 0 100 100 0 RGB 226 0 26 HEX #e2001a PMS 485 C
	CMYK 35 35 45 0 RGB 181 164 140 HEX #b5a48c PMS 7536 C

TYPNSITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC - REGULAR, MEDIUM, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNO
 PQRSTUVWXYZÅÄÖ
 1234567890!?!&@+/()

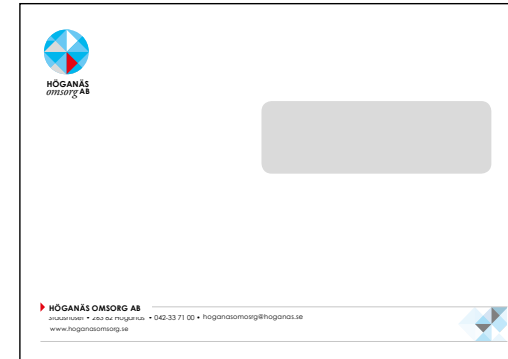
GARAMOND - REGULAR, ITALIC, BOLD ITALIC

IKONTYPSNITT



FONT AWESOME PRO LIGHT

Layoutexempel



Exempel på powerpoint-slide.

Exempel på trycksaker från Höganäs Omsorg AB. Formgivningen ska vara tydlig och andas positivt och självständighet.



Höganäshem - sammanfattning grafisk profil

LOGOTYP



Logotypen finns i stående och liggande version. Och i positiv (svart) och negativ (vit) version.

LOGOTYP MED KONCEPTRUBRIK



Logotypen i kombination med konceptrubriken "Närhet och Harmoni".

TYPSNITT

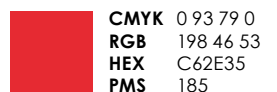
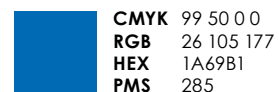
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

TISA SANS - REGULAR, ITALIC, BOLD, BILD ITALIC

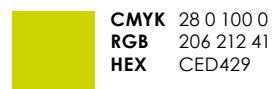
Typsnittet Tisa Sans Bold och Bold Italic används till rubriker, mellanrubriker och citat. Som kompletment då olika rubrikstilar krävs kan du välja Regular eller Italic. Till brödtext används i första hand Tisa Sans regular, men vid längre texter kan Adobe Garamond föredras för en bättre läsbarhet.

FÄRGER

PRIMÄRA FÄRGER



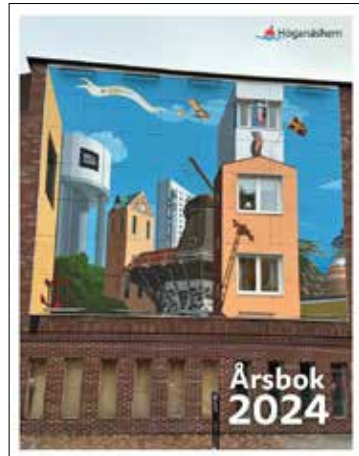
SEKUNDÄRA FÄRGER



BAKGRUNDSFÄRGER



Layoutexempel



Årsredovisning

Hemsida



Höganäs Energi - sammanfattning grafisk profil

LOGOTYP



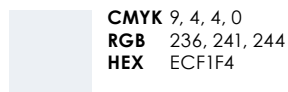
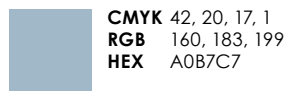
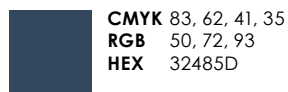
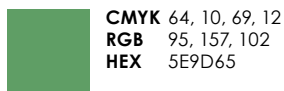
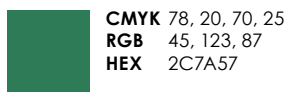
Logotypen består av en röd symbol tillsammans med företagsnamnet i grått. Symbolen är en stilisering av bokstäverna H och E med inspiration från en stickkontakt.

FÄRGER

PRIMÄRA FÄRGER



SEKUNDÄRA FÄRGER



SLOGAN

HÅLLBARHET FÖR
KULLAHALVÖN

VÅRA KÄRNVÄRDEN

Hjälpksamhet, engagemang och glädje
bildar tillsammans vår ledstjärna i allt vi gör och utgör själen för Höganäs Energi.

TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

BLISS - LIGHT, REGULAR, ITALIC, BOLD

Bliss är vårt marknadstypsnitt, det använder vi vid marknadsföring, både till digitalt och tryckt material. Typsnittet Bliss använder vi till huvudrubriker, citat och kortare texter. I långa brödtexter används Garamond regular för att öka läsbarheten.

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

APTOS - LIGHT, REGULAR, BOLD

Aptos är vårt vardagstypsnitt vi använder det i våra dokument, presentationer med mera i Officepaketet. I I brödtext använder vi Garamond regular.

IKONTYPSNITT



FONT AWESOME - LIGHT, REGULAR

Förutom Höganäs Enerigs egna ikonbibliotek används ikoner från typsnittet Font Awesome.



Informationsblad A4

Layoutexempel



Energibladet - Höganäs Energis egen tidning.

Grafiskt element. Pilen kan användas som dekorativ detalj eller för att förstärka områden i en layout. Som kapitelindelare placeras pilen i över- eller vänsterkant. Den kan även användas som en beskärningsmall i bilder. Pilen får användas i valfri profillfärg.



Exempel på annonser.



Stiliserade illustrationer i Höganäs Energis egna färger.



Om Höganäs kommuns grafiska profil

Kommunikationsavdelningen på kommunledningskontoret svarar på frågor om Höganäs grafiska profil och om kommunikationsarbetet i Höganäs kommun.

Ett levande dokument

Kommunikationsavdelningen har ansvar för Höganäs kommuns grafiska profil. I ansvaret ingår att utbilda och vägleda övriga förvaltningar i hur manualen ska användas.

Kommunikationsavdelningen har rätt att göra förändringar i den grafiska profilen av icke-principiell karaktär (det vill säga förtydliganden och språkliga ändringar).

Den grafiska profilen ska ses över och revideras regelbundet.

▶ Frågor?

Kontakta kommunikationsavdelningen@hoganas.se om du vill veta mer om Höganäs kommuns grafiska profil.



▶ **HÖGANÄS KOMMUN**
Kommunikationsavdelningen

263 82 Höganäs • 042-33 71 00 • kommunikationsavdelningen@hoganäs.se
hoganäs.se



**HÖGANÄS
KOMMUN**