



Kommunledningsförvaltningen

Kommunstyrelsen

Ny grafisk profil för Köpings kommun

Köpings kommuns nuvarande grafiska profil antogs av kommunstyrelsen i november 2013. Sedan dess har sättet vi kommunicerar på utvecklats. Kommunikationsenheten har sett en ökad efterfrågan av en grafisk profil som kan tillgodose flera olika verksamheters behov. Den nya grafiska profilen innehåller fler typsnitt, färger och grafiska element och är framtagen för att spegla värden vi som organisation vill förmedla.

Eftersom den är så mångsidig kan den också anpassas till många olika målgrupper och syften, exempelvis:

- Marknadsföring av kommunen
- Kommunicera med olika målgrupper
- Myndighetskommunikation
- Bildspel, rapporter och andra publikationer

Förslag till beslut

Kommunledningsförvaltningen föreslår kommunstyrelsen

att anta förslaget till ny grafisk profil

att versionsändringar får göras på beslut av kommunchefen

Sara Schelin

Kommunchef

Sofie Åström

Kommunikationsstrateg

Riktlinjer och stöd i vårt kommunikationsarbete



GRAFISK MANUAL

Version 2019



KÖPINGS
KOMMUN

Antagen av kommunstyrelsen
den xxx 2019, § xxx

INNEHÅLL

Inledning	4
Kommunvapen och logotyp	5
Färger	11
Typsnitt	17
Grafiska element	21
Bildspråk	25
Användning	29
Exempel och inspiration	31

INLEDNING

Det finns värden vi vill förmedla kring vår organisation. Som att vi är en sammanhållen enhet som arbetar tillsammans för invånarnas bästa. Som att vi går att lita på - oavsett om det gäller att förvalta skattemedel eller bistå med rätt tjänst i rätt tid i livet. Som våra 3T: trevlig, trovärdig och tillgänglig.

Vårt grafiska uttryck ska spegla dessa värden och har en viktig roll i att förmedla dem, eftersom det grafiska talar även när kontoret är stängt och telefontiden är över.

Den grafiska profilen är ett stöd för att hålla ihop vår kommunikation visuellt och göra oss till en tydlig och trovärdig avsändare. Den grafiska profilen hjälper oss att kommunicera tillgängligt och lyfta fram våra verksamheter på rätt sätt. Det är därför viktigt att vi håller oss till den.

I den här manualen hittar du instruktioner för färger, typsnitt, dekorationer och bilder. Du kan även läsa om hur du får använda vår logotyp. Om du har frågor om den grafiska profilen eller vill ha hjälp med att producera grafiskt material vänder du dig till kommunikationsenheten: kommunikation@koping.se

KOMMUNVAPEN OCH LOGOTYP

En logotyp är en grafisk bild som symboliserar ett företag, en organisation eller en offentlig verksamhet. Logotypen består oftast av namnet i kombination med en symbol.

Bilden i vår logotyp består av Köpings kommunvapen (tidigare stadsvapen), som går tillbaka så långt som till 1300-talet. Det har över åren utformats på olika sätt, och moderniserats gång på gång efter sin tids mode och förutsättningar.

För att vara tydliga och trovärdiga avsändare vi vill vara behöver vi följa riktlinjerna för kommunvapnet och logotypens användning. Vi ska inte använda oss av gamla, pixliga eller skeva versioner av vår logotyp.

”I fält av guld ett blått latinskt kors med tre övre armarna korsade”

Köpings kommunvapens blasonering,
alltså beskrivning i text.

Det är denna beskrivning som gör att vapnet kan se olika ut
över åren, men ändå fortfarande vara samma symbol.

Korset härstammar från den tid då engelska munkar
missionerade i inre Mälardalen på 1100-talet.

Ovanpå vapnet vilar en murkrona med fem torn.
Tornen symboliserar stadsrättigheterna.



För att hålla kommunen som avsändare enhetlig, modern och
anpassad efter dagens kommunikation använder vi logotypen i
guld och blått väldigt restriktivt.

Högtidliga sammanhang med stark koppling till tradition är ett
exempel då den kan passa. Den används då

Enbart mot vit bakgrund.

Aldrig ihop med färger ur färgpaletten.

Aldrig i kommunikation tillsammans med andra avsändare.

Anledningen är att logotypen idag oftast visas i litet och digitalt
format. Där gör sig en enfärgad version bättre.

Standard är svart eller inverterad (vit) version.

Kommunikationsenheten har även rätt att använda den
i andra färger som ingår i grafiska profilen, dock alltid enfärgad.

Användning

Logotypen används bara i **tvåradig** variant, **svart** eller **inverterad** (vit).
Kommunikationsenheten kan även om det passar använda logotypen i andra färger från paletten, men den ska alltid vara enfärgad. Vid undantagsfall kan en stående logotyp behövas.

När du placerar logotypen ska du tänka på
Att det är **luft runt** den
Att den **inte får en vit ruta** bakom
Att den **inte förvrängs eller blir pixlig**
Att den placeras så att **kontrasten blir god** mot bakgrunden



Tänk på:
Logotypen används av verksamheterna enbart i svartvit eller inverterad (vit) version



Felaktig användning



För dålig kontrast



Inte godkänd färg



Enradig logotyp används inte längre



Ingen luft runt



Vit platta runt



Förvaltnings-specifika logotyper används inte längre



Förvrängd



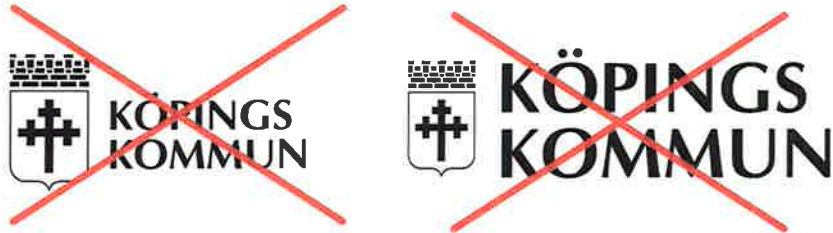
Pixlig



För dålig kontrast

Korrekt





Ändra inte heller förhållandena mellan logotypens delar

Ett varumärke, en avsändare

För att få tydlighet i vår kommunikation samlar vi kommunens varumärke under en logotyp. Det gäller oavsett om vi marknadsför kommunen som turistattraktion, som myndighet, som arrangör eller arbetsgivare. Det innebär att den så kallade "ping-loggan" med utropstecknet inte längre används för Köpings kommun som avsändare.

Undantag från att (bara) använda kommunlogotypen kan göras för de som fått en egen logotyp framtagen åt sig av kommunikationsenheten, till exempel Kulturskolan. För att få en egen logotyp ska det finnas särskilda skäl utifrån verksamhetens innehåll och dess målgrupp. Det är inte tillåtet att komma på egna logotyper utan att kontakta kommunikationsenheten.

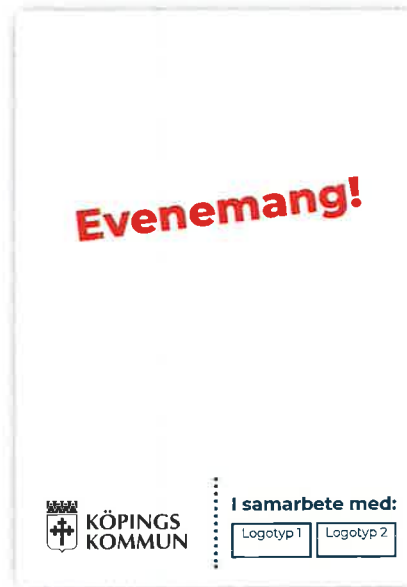


"Ping-loggan" skapades 2011, och har alltid varit fri för alla aktörer inom Köpings kommun att använda, så väl privata som kommunala.

Logotypen vid samarbeten

När vi är **huvudarrangör** ska vår logotyp synas bäst. Till exempel genom att lyftas till ett av de övre hörnen, eller särställas på samma rad.

Vid samarbeten då vi är **likvärdig partner** ska logotyperna ha samma storlek och placeras i anslutning till varandra. Vid sådana samarbeten kan det också vara bra att kolla av ifall det går bra att använda kommunens grafiska profil, eller om den ska tonas ner, och exempelvis utesluta tongivande grafiska element för att inte ge övervikt åt en partner.



Två exempel på hur logotypen kan lyftas när vi är huvudarrangör.

Exempel på likvärdigt partnerskap.

FÄRGER

Våra färger är framtagna med inspiration av Köpings kommuns historia och natur. Vi har ett fantastiskt läge som sträcker sig från Mälarens strand upp i Bergslagens skogar. Glöden från hammare och bruk får lysa upp som en varm låga som kompletterar mot svalare toner av semesterminnen till sjöss eller bärplockning vid de höga granarnas fot. De sju starka färgerna får fin kontrast av fyra svaga pasteller som kan ge liv och ersätta vita platta bakgrunder, eller stå som en ljus text mot en mörk bakgrund.

Eftersom en kommun har sådan bredd behöver vi många färger att plocka av. Information från kommunen som myndighet kan behöva mer nedtonade färger medan till exempel kulturverksamhet och skola behöver mer lekfullhet i sin framtoning.





Norra Torpet

CMYK 0 37 100 6
RGB 237 165 0
HEX #ECA500



Glöd

CMYK 0 90 82 0
RGB 231 51 47
HEX #E7332F



Bigarrå

CMYK 35 100 35 10
RGB 163 25 91
HEX #A3195B



Viol

CMYK 50 71 21 50
RGB 94 58 88
HEX #5D3A57



Parad

CMYK 100 85 2 0
RGB 33 59 142
HEX #203B8E



Granskog

CMYK 86 24 53 36
RGB 0 104 98
HEX #006862



Sötvatten

CMYK 64 0 37 0
RGB 87 188 177
HEX #57BCB1

Frost

CMYK 8 2 0 0
RGB 238 245 253
HEX #EEF5FC

Päronglass

CMYK 9 0 5 0
RGB 237 246 246
HEX #ECF6F5

Bubbelgum

CMYK 0 12 2 0
RGB 252 234 241
HEX #FCEAF0

Embla


CMYK 0 4 13 0
RGB 255 246 229
HEX #FFF6E4

Kombinera färger



Med elva färger att plocka av kan man inte plocka in alla i en och samma produktion. Här ser du några exempel på hur man kan kombinera färgerna för att förmedla olika känslor. Välj två till fyra nyanser och blanda pasteller och färgstarkare toner för att få ett resultat som inte känns för rörigt.

Tänk på att ha god kontrast mellan bakgrundsfärg och text.

Tänk på:
Använd inte för många färger
och se till så att kontrasten
mellan text och bakgrunds-
färg blir god. 

Säkra kort

Om du blir osäker på färgkombinationerna finns några enkla stilrena val. Till exempel att matcha den mörka färgen med sin motsvarighet i pastell, eller att mixa en varm med en kall färg.

**Päronglass
med Glöd**

**Bubbelgum
med Viol**

**Glöd med
Frost**

**Viol med
bubbelgum**

**Bubbelgum
med Bigarrå**

**Päronglass
med Granskog**

**Bigarrå med
Bubbelgum**

**Granskog
med
Päronglass**

**Frost med
Norra Torpet**

**Frost med
Parad**

**Parad med
Frost**

**Sötvatten
med
Päronglass**

TYPSNITT

Även de typsnitt vi använder hjälper till att forma helheten i vårt grafiska uttryck, och kräver en bredd för att kunna passa alla våra verksamheter. Några är rakare i sin utformning, men ger omväxling och hållbarhet över tid genom att det finns många olika tjocklekar. Andra är mer designade och används i speciella produktioner, eller sparsamt som dekoration.

Designtypsnitt

Montserrat

Sanserif från google fonts som finns i många olika tjocklekar. Vårt främsta rubriktypsnitt. Kan även användas för att lyfta texter, till exempel som i ingresserna i det här dokumentet.

Lato

Sanserif från google fonts som finns i många olika tjocklekar. Används främst som brödtext.

Sorts Mill Goudy

Serif från google fonts. Används främst som brödtext i längre texter.

Kreativa

Abril Fatface

Designad serif från google fonts. Används främst som rubriktypsnitt inom arbetsgivarvarumärket.

Lemon tuesday

Handskrivet typsnitt. Används främst som estetiskt element, till exempel affischer. Tänk på att den blir svår att läsa i för små storlekar.

Ersättningstypsnitt

Ersättningstypsnitt är de typsnitt som används till vardags ute i verksamheterna. De är typsnitt som ingår i baspaketet i office och därför alltid kommer att visas korrekt, även om du till exempel skulle öppna din power point på någon annans dator.

Century Gothic

Rubriktypsnitt i vardagsproduktioner, exempelvis i mallar i officepaketet. Rubriker sätts i bold. Går även att använda normal tjocklek i kortare texter, till exempel i broschyrer.

Garamond

Typsnitt för brödtext i vardagsproduktioner, exempelvis i mallar i officepaketet.

Tänk på:

Välj typsnitt utifrån syfte & målgrupp och skriv inte viktig information i de kreativa typsnitten då läsbarheten blir sämre.

Intressant rubrik

Exempeltext för att visa hur
Montserrat och Lato ser ut
ihop i en text.

Intressant rubrik

Exempeltext för att visa hur
Century Gothic och Gara-
mond ser ut ihop i en text.

Intressant rubrik

Exempeltext för att visa hur
Montserrat och Sorts Mill
Goudy ser ut ihop i en text.

Intressant rubrik

Exempeltext för att visa hur
Abril Fatface och Lato ser ut
ihop i en text.

GRAFISKA ELEMENT

Grafiska element används både som dekorationer och för att lyfta ut text eller bild. Det hjälper till att göra grafiska produktioner både snyggare och lättare att ta till sig. Våra grafiska element består av tre välkända symboler för kommunen: Ströbohög, utropstecknet och murkronan från vapenskölden.

Ströbohög

Det grafiska elementet Ströbohög (ja, faktiskt en kalkering av den älskade kullens kontur) kan användas mångsidigt: som hållare för logotyp eller text, som estetiskt element eller fyllas med en bild. I sammansatt form antar den också ett lövs skepnad, vilket ger positiva associationer som natur och hållbarhet.

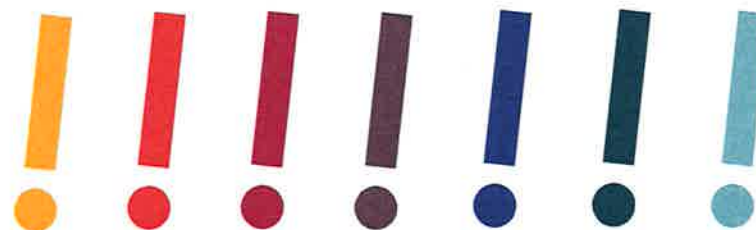


KÖPINGS
KOMMUN



Utropstecknet

Utropstecknet kommer från den gamla "ping-loggan" och har blivit synonymt med Köping. Ping-loggan lever kvar och kan fortfarande fritt användas av lokala aktörer. I vår grafiska profil får den gamla logotypen istället leva vidare i form av utropstecknet - som lutats lite för att ge fart åt symbolen, och som nu får användas i profilens alla färger.



Exempel på hur man kan använda utropstecknet för att lyfta fram något extra viktigt.

Tänk på:
Kommunen som avsändare använder inte längre den sk "ping-loggan"



Kronmönstret

Kronans mönster används med fördel för att ge liv åt en tråkig bottenplatta. Mönstret är sammansatt av murkronan som är placerad ovanpå kommunens vapensköld, och finns i flera storlekar.

Även de kreativa typsnitten kan användas som grafiska element för att förhöja utseendet på en produktion.



Inbjudan till workshop
Heltid som norm

torsdag 13 juni
8.30 - 12.00
Folkets hus, Köping

Kommunal och Sveriges kommuner och landsting (SKL) har kommit överens om att heltid ska vara norm och att fler ska jobba heltid. Vårdförbrukningen ökar och kompetensbehöven tryggs och samtidigt behöver vårdförbrukningen erbjuda attraktiva anställningar. Heltid som norm kan i förlängningen dessutom minska behovet av visstidsanställningar och leda till en ökad jämställdhet.

Nu är det dags för Köpings kommun att ta nästa steg i heltidsresan!

Först ut är vård- och omsorgsförvaltningen och därför bjuder vi in chefer och arbetsplatsombud till en halvdagsworkshop kring heltidsresan. Workshopen kommer att ledas av Sven Fernlund Skagerud, HR-specialist, och Petra Kinnari, Kommunals ordförande från Faluns kommun. Falun är en av kommunerna i Sverige som lyckats bäst med att införa heltid som norm.

Varmt välkomna önskar
Kommunals ordförande **Tony Eklund**
förvaltningschef **Annasarah Pavasson**

BILDSPRÅK

Våra tre T bygger tillit hos de vi är till för. Vi kan genom hur vi använder oss av bilder förstärka detta ytterligare. Motiv, kvalitet och vilket budskap de förmedlar är viktigt för hur våra grafiska material uppfattas. Ytterligare värdeord för oss, som mångfald, samverkan och modernitet, lyfts också fram genom hur vi använder bilder. Dessutom lockar färg och bild ögat till sig och väcker nyfikenhet.

Det är viktigt att vi tänker igenom vad vi använder oss av och inte plockar bilder på måfå. Använd dig av den gemensamma bildbanken och se till att inte glömma bort lagstiftningen kring upphovsrätt och dataskydd (GDPR).

RIKTMÄRKEN KRING BILDSPRÅK

3T

De ska följa vår värdegrund 3T, alltså vara trevliga, trovärdiga och tillgängliga. Vad betyder det då?

Trevliga - att de är varma och inbjudande, levande och nära verkligheten, så långt det är rimligt.

Trovärdiga - att de känns trovärdiga utifrån vår kommun. Vi behöver ofta plocka in bilder som inte är tagna just här, men tänk då på att det ändå ska kännas som Köpings kommun - inte som ett helt annat land till exempel.

Tillgängliga - att de är inkluderande och satta i sitt sammanhang. Arbeta med bredd på etnicitet, funktion och relationer. Vi är en kommun för alla och har en fin mångfald bland våra invånare.



Kvalitetssäkra bilderna

Utöver 3T behöver vi kvalitetssäkra våra bilder. Se därför till att

Bilden har god kvalitet - hög upplösning och ingen förvrängning. De ska inte bli pixliga, vara suddiga, för mörka eller utdragna så att motivet blir skevt.

Bilden är budskapsbärande - rena dekorationsbilder är ett undantag. Om du producerar ett material ska bilderna så långt det går vara relevanta för innehållet. Dekorationer sköter vi istället med färger och grafiska element.

Vi har rätt att publicera bilden - om du tar bilder från en extern bildbank behöver du se till att den har en CC0-licens (creative commons zero), och därmed är fri att användas kommersiellt.

Oftast har man inte heller rätt att publicera skärmdumpar från film och TV eller bilder på kända seriefigurer eller liknande. Kontakta kommunikationsenheten om du är osäker på rättigheterna, och använd dig av bildbanken på intranätet.

När det gäller rätten att publicera bilder behöver vi också se till så att de som går att identifiera på bilderna har gett samtycke enligt dataskyddslagen (GDPR).

Tänk på:

Säkerställ att vi har rätt att publicera bilden, även när det känns obetydligt. Det spelar ingen roll om bilden är liten, suddig, eller inte får stor spridning. Böter går det ändå att få för brott mot upphovsrätten.



ANVÄNDNING

Hur arbetar vi rent praktiskt med innehållet i den grafiska profilen?

För det vardagliga finns många hjälpmedel att ta till: mallar, bildbank, tips och råd på intranätet...

För det som går utanför det vardagliga finns kommunikationsenheten, och dessutom har varje förvaltning en kommunikatör eller redaktör som nätverkar med kommunikationsenheten. Målet är att vår kommunikation ska vara sammanhållen och förmedla rätt värden, oavsett om det är marknadsföring, skyltar, informationsbroschyrer eller platsannonser det rör sig om.

En allmän tumregel är: om du känner dig osäker - ta kontakt med en kommunikatör!

Formella dokument

Formella dokument, så som brev, tjänsteskrivelser, presentationer och rapporter görs enligt de word- och power point-mallar som finns. Om du inte har tillgång till mallarna, kontakta Helpdesk. Det finns matnyttig information om allt som rör kommunikation i tjänsten på intranätet under fliken service och stöd i arbetet - "kommunicera på jobbet".

Trycksaker

Trycksaker, så som visitkort, broschyrer och rollups utformas av, eller i samråd med, kommunikationsenheten. Trycksaker kan se olika ut beroende på behov, men ska alltid följa riktlinjerna i den här manualen. Du hittar exempel på följande sidor.

Skyltar

Skyltar utformas av, eller i samråd med, kommunikationsenheten. Skyltar är ett roligt och väl synligt sätt att kommunicera, och kan ofta användas bredare än man tror. I kommunen finns skyltar för såväl byggnader och öppettider som störningsinformation och marknadsföring av Köping och Köpings kommun. Ta kontakt med kommunikationsenheten om du har behov av, eller en idé om, skyltar. Du hittar några idéer och koncept på följande sidor.

Fordon

Bilar och andra fordon folieras enligt konceptet som visas på följande sidor. Våra bilar syns och ska synas, därför är de ett av de undantag där logotypen används i andra färger än svart och inverterad (vit).

Om du har ett specialfordon som behöver anpassad foliering hör du av dig till kommunikationsenheten.

Digitalt

Våra digitala kanaler ska vara tydligt kopplade till kommunen. Stäm gärna av med kommunikationsenheten om du undrar om en profilbild eller bakgrundsbanner passar.

Det finns allmänna profilbilder med kommunens logotyp att ladda ner från intranätet.

Mallar, typsnitt och stöd

Ta kontakt med kommunikationsenheten om du behöver ta del av mallar för grafiska element, eller behöver installera typsnitten. Varje förvaltning har en kommunikatör eller redaktör som är kopplad till kommunikationsenheten - det är främst de som ska utforma produkter som består av mer avancerad layout.

Exempel och inspiration

Det här avsnittet kan komma att byggas på med mer strikta mallar för hur saker ska se ut för att få enhetlighet. Under tiden är det viktigt att du kontaktar kommunikationsenheten vid större produktioner, foliering av bilar, skyltar till byggnader etc.



Nu uppdaterar vi vår grafiska profil

- Den har bredare användningsområden
- Den är modernare
- Den har trevliga färger



Power point-presentation

Årsredovisning 2018



Omslag längre rapport



Linnea Svansbo

Kommunikatör
Kommunlednings-
förvaltningen



Visitkort framsida



Rådhuset
Stora torget 1, Köping



0221-253 94



linnea.svansbo@koping.se

Visitkort baksida

Det här är "en sån där" plats.

Alltså en sån där plats där det sedan 1 juli är förbjudet enligt lag att röka. Så du får hålla dig tills du kommit bort en bit från entrén helt enkelt.

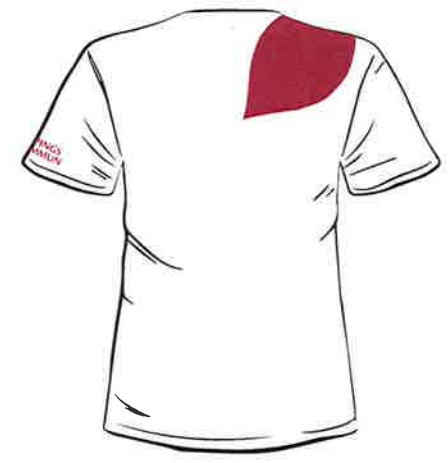


**Välkommen in
med ditt ärende!**

2019-07-01



Anslag med informationstext



T-shirt, exempel på tryck



Foliering bilar



Skylt i storformat, placerad längs E18

pensionärernas
trivselträff



fredag
30 augusti
12.45-16.00
 på mötesplats
Tunadal

arrangör:
 vård- och omsorgsnämnden
 & aktivitetsteamet

Dragspelsklubben • vård- och omsorgs-
 nämndens ordförande Roger Eklund •
 Rock Lellez • Elvis 4 ever • Fika

 KÖPINGS
 KOMMUN

Affisch till den årliga trivselträffen för pensionärer.



barnkalas
 i Rådhuset
2019

 KÖPINGS
 KOMMUN

Grafik som ska bli knappar att dela ut vid det årliga barnkalaset för kommunens femåringar.

Köpings- modellen

Utbildningskoncept
sedan 2017



- Hela det patientnära teamet utbildas tillsammans
- Fyra utbildningar inom samma koncept: demens ABC, demens ABC plus, nollvision och BPSD
- Handledning av specialistkompetens
- Uppföljning efter ett år



Koncept framtaget för kommunens demensteam, att ha med på mässor. Rollup och broschyr.

ungcenter
Köping

ungcenter
Köping

ungcenter
Köping

ungcenter
Köping

Logotyp framtagen för ungcenter inom Social & Arbetsmarknad.



© Köpings kommun
2019

www.koping.se