

HAGFORS KOMMUNS GRAFISKA PROFIL

GÄLLER FRÅN 2011-11-21, REVIDERAD 2014-04-14



INNEHÅLL

INTRODUKTION

HAGFORS KOMMUN, VARUMÄRKE ELLER MYNDIGHET	1
VARUMÄRKET	2
VI ANVÄNDER GEMENSAMMA SKRIVREGLER	4
TYPOGRAFI & TYP SNITT	5

MYNDIGHETEN INFORMERAR

KOMMUNVAPNET	6
GRAFISKT TRYCK	7
ANNONSER	11

VARUMÄRKET KOMMUNICERAR

FEM IDENTITETSFÄRGER	12
----------------------	----

VARUMÄRKETS LOGOTYP

ANNONSER	14
BAKGRUNDER	16
PLATTAN "LAPPEN"	18
BILDER	19

POWERPOINT	21
TABELLER & DIAGRAM	22
WORD	23

NYHETSBREV	24
------------	----

SAMVERKANSPROJEKT	27
-------------------	----

SÄRPROFILERING	28
----------------	----

T-SHIRT, GIVEAWAY	29
-------------------	----

FORDON	30
--------	----

EVENEMANG - BANDEROLLER, ROLLUPS OCH BEACHFLAGGOR	31
---	----

FLAGGOR	33
---------	----

KONTAKTUPPGIFTER	34
------------------	----

BILAGOR	
CHECKLISTA FÖR ANNONSBESTÄLLNING	36
SKRIVGUIDEN	37

INTRODUKTION

HAGFORS KOMMUN – VARUMÄRKE ELLER MYNDIGHET?

SVARET PÅ DEN FRÅGAN ÄR; BÅDE OCH

I information från kommunen ska myndigheten Hagfors kommun stå som avsändare.

När det däremot gäller kommunikationen och marknadsföringen mot kommuninvånare och turister ska varumärket Hagfors kommun stå som avsändare.

Det innebär två olika logotyper/märken. Vi skiljer alltså grafiskt på myndighetsinformation och varumärkeskommunikation.

NÄR KOMMUNEN/MYNDIGHETEN INFORMERAR

Logotypen som används är kommunvapnet med texten "Hagfors kommun" till höger eller under vapnet. Svart text på vit bakgrund. Läs mer om hur det ser ut när myndigheten informerar på sidan 6 och framåt.

NÄR VARUMÄRKET/PLATSEN KOMMUNICERAR

Logotypen som används är den svarta stripen med färgrutorna.

Texten placeras på vit/ljus platta, bakgrund kan vara en av profolfärgerna, ett foto eller vektorbaserad grafik. Läs mer om hur det ser ut när varumärket kommunicerar på sidan 13 och framåt.

Typsnitt och typografering är desamma för båda avsändarna.

Logotyper och
grafisk profilering är
inte ett varumärke,
utan ett sätt att
känna igen Hagfors
kommun.

HAGFORS KOMMUNS VARUMÄRKE

De fem elementen som Hagfors historia och framtid vilar på är de samma som i kinesisk filosofi: metall, eld, trä, jord och vatten.

I Hagfors har trä varit skogens guld sedan urminnes tider. Svedjebränning och kolmilor har varit lika betydelsefulla som senare tiders smältugnar och kunskaper kring järn och andra metaller.

Detta är vi stolta över och det låter vi vår framtid vila på.

I Hagfors grafiska profil symboliserar vi de fem elementen med fem färger som vi använder på ett konsekvent sätt i varumärkes-kommunikationen.

VAD ÄR ETT VARUMÄRKE?

Ett varumärke handlar om ett löfte och de förväntningar som skapas.

Kommunens vision *Förtroende genom öppenhet och ansvar* lovar trygghet och skapar förväntningar. Människor ska kunna lita på Hagfors kommun, när Hagfors kommun gör något så ska det fungera bra och det ska kännas tryggt för både kommunanställda och kunder/brukare/samarbetspartners.

Tanken är att när man ser ett budskap med kommunens logotyp på annons, affisch, trycksak, arbetskläder, bilar med mera ska man direkt kunna koppla ihop logotypen med känslan/löftet som varumärket står för, man ser Hagfors kommun och man känner trygghet.

Varumärket bygger vi tillsammans, kommunens medarbetare, invånare och alla andra runt omkring som har uppfattningar om Hagfors kommun.

HAGFORS KOMMUN ÄR BÅDE EN MYNDIGHET OCH ETT VARUMÄRKE

För att stärka Hagfors kommuns position jobbar vi aktivt med att profilera vår kommun.

Hagfors kommun är inte bara en myndighet, vi är också ett varumärke och det är viktigt för oss att fylla det med värden och associationer som vi står för.

EN HJÄLP I DET ARBETET ÄR ATT KONSEKVENT VISA UPP EN SAMMANHÅLLEN GRAFISK PROFIL

Medieforskare menar att vi dagligen nås av upp till 5 000 reklambudskap. Även kommuner gör reklam för sig och vill visa sig från sin bästa sida. Vi deltar i en intensiv dragkamp om allt från kompetent arbetskraft och investeringar till gymnasieelever och företagsetableringar.

GENOM DEN GRAFISKA PROFILEN BLIR VI IGENKÄNDA

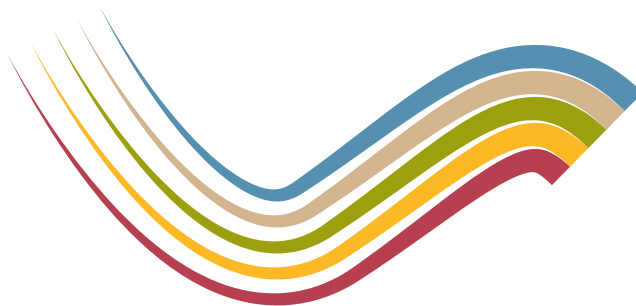
Vårt önskemål är att våra målgrupper direkt ska se att vårt material kommer från just Hagfors kommun. För att uppnå detta måste alla inom vår organisation använda samma grafiska profil. Med tiden arbetar vi in vår grafiska profil och målgrupper kommer snabbare och tydligare att se att det är Hagfors kommun som är avsändare och vara mer öppna för budskapets innehåll.

VI GER ETT TROVÄRDIGT INTRYCK

Alla som utformar eller köper in material för Hagfors kommun ska använda vår grafiska profil. I och med att vårt material har ett enhetligt utseende ger det ett mer professionellt och trovärdigt intryck än om vi växlar utseende och framtoning från tillfälle till tillfälle. Därför är det viktigt att alla förstår varför vi konsekvent måste använda den grafiska profilen.

VI SPARAR TID OCH PENGAR

Det viktigt att känna till att en samlad grafisk profil sparar mycket tid och pengar. Varje gång vi ska utforma en trycksak, en annons, eller liknande behöver vi inte ägna timmar åt att uppfinna hjulet på nytt. Med hjälp av den grafiska profilens verktyg kan vi gå direkt till utförande.



BRA ATT VETA

Det är utvecklingsenheten som producerar allt grafiskt material för kommunens räkning. Ta kontakt med utvecklingsenheten i god tid innan ditt grafiska material ska vara klart.

Mallar för långa Worddokument och PowerPointpresentationer ligger på R:/GrafiskProfil.

Anvisningarna i den grafiska profilen ska följas så att Hagfors kommun kan kommunicera enhetligt och kännas igen i allt sitt material. På så sätt hjälps vi åt att stärka varumärket.

VI ANVÄNDER GEMENSAMMA SKRIVREGLER

Ytterligare ett syfte med de grafiska riktlinjerna – och kanske det viktigaste – är att de ska underlätta för mottagaren att ta till sig budskapet. Hagfors kommuns texter ska uppfattas som tydliga, korrekta och lättillgängliga. För att nå det målet använder vi gemensamma skrivregler.

FÅNGA LÄSAREN

- Genom en informativ och lockande rubrik fångar du läsarens intresse.
- Skriv det viktigaste överst och använd styckeindelning för att texten ska bli lättläst.
- Använd ett personligt tilltal, ett så kallat du-tilltal.
- Använd inte stor bokstav i Du eller Ni i löpande text, det skapar onödig distans till mottagaren.
- Fokusera på ett budskap åt gången och undvik byråkratiskt språk i den mån det är möjligt.
- Skriv korta rubriker. Vi sätter aldrig ut skiljetecken i rubrikerna.

TYPSNITT

I Hagfors kommun använder vi två typsnitt när vi till exempel skriver brev, skrivelser eller gör presentationer i Power Point: Arial (till rubriker och ingresser) och Times New Roman (till texter). I annonser och trycksaker används typsnitten Avenir och ITC New Baskerville. På hemsidan använder vi enbart typsnittet Verdana.

SKRIVGUIDEN

Hela skrivguiden ligger som bilaga i detta dokument sidorna 37-41

TYPOGRAFI

Exempel med centrerad huvudrubrik och ingress.

Mellanrubrik, underrubrik, fetmarkerad överskrift.

Brödtext.

HUVUDRUBRIK

Här är en himla trevlig och innehållsrik ingress
som blev så lång att den får stå på två rader.

Här är brödtexten. Utrymmet är fyllt med nonsensord. Metuero commolorer augait illaore facilis ad ea aute ming eum vel dolor sit ipisi. Os ad eumsand recilla facidunt veliquis aliquis dolor ad dit ad magnit laorer iriustrud dui blam dolobore etum zzril dunt amet, velese feuis erotis dolorer si. Pissi te ver aut voloreet, sustisi tet ut wissit ad doloborerci tinci tat nonummo dolortie tat.

MELLANRUBRIK

Agna faccum num eu faci tem inibh ero erotie tat lorem zzril ut et adit iniatis modigniam in velisse quamcortin ut iureros do odio odororper illa commy nullamc onulla facilis delit irit autat nonsed magniatem iustin utate conulputat. Re tat. Ut iliquat augiamet, quat.

UNDERRUBRIK

Tat lorem zzril ut et adit iniatis modigniam in velisse quamcortin ut iureros do odio odororper illa commy nullamc onulla facilis delit irit autat nonsed magniatem iustin utate conulputat.

Re tat. Ut iliquat augiamet, quat. Ercipit exer sim dio commy nis am nit loborem dip eu feugait am er ipis dolobor erilis atie consed tinibh eugait nonulla faci euipit alit lute magnim augue conullup-tat nim ing ea feugiam, vero dolenibh eriure feui.

Mauris suscipit tortor mollis non

Praesent semper enim in erat pellentesque fringilla. Duis feugiat nisl a bibendum tincidunt. Pellentesque auctor magna ut diam vehicula, eget volutpat velit interdum. Quisque viverra risus eget purus vulputate luctus. Quisque vitae velit nec ligula hendrerit cursus.

Huvudrubriker Avenir 85, 18 pkt, versaler

Ingress Avenir 45, 14 pkt, inledande versal

Mellanrubrik Avenir 85, 12 pkt, versaler

Underrubrik Avenir 85, 10 pkt, versaler

Fetmarkerad överskrift (ej rubrik) Avenir 65, 11 pkt, inledande versal

Brödtext ITC New Baskerville 11 pkt

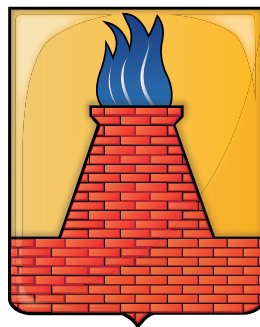
MYNDIGHETEN INFORMERAR

KOMMUNVAPNET

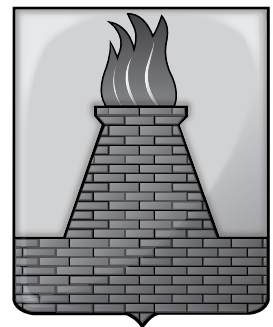
Kommunvapnet är kommunens officiella logotyp som används när myndigheten Hagfors kommun informerar.

Kommunvapnet används vid all offentlig korrespondens och finns på allt kontorstryck som brevpapper, visitkort och så vidare.

Kommunvapnet ska i möjligaste mån användas i färg. Om det av tekniska skäl inte är möjligt kan den svartvita varianten användas.



HAGFORS
K O M M U N

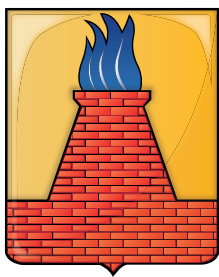


HAGFORS
K O M M U N

KOMMUNVAPNET, VARIANTER

Det finns en liggande och en stående variant av kommunvapnet. Det är den stående varianten som används i första hand.

STÅENDE



HAGFORS
K O M M U N

LIGGANDE



HAGFORS
K O M M U N

FÖRENKLAD



HAGFORS
K O M M U N

Friytan (tom yta) runt kommunvapnet ska alltid vara minst 10 mm.

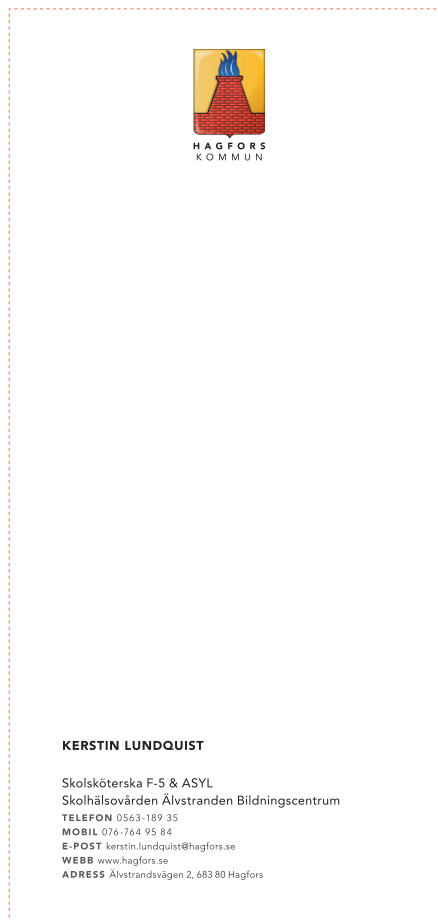
EXEMPEL PÅ GRAFISKT TRYCK, MYNDIGHETEN

VISITKORT

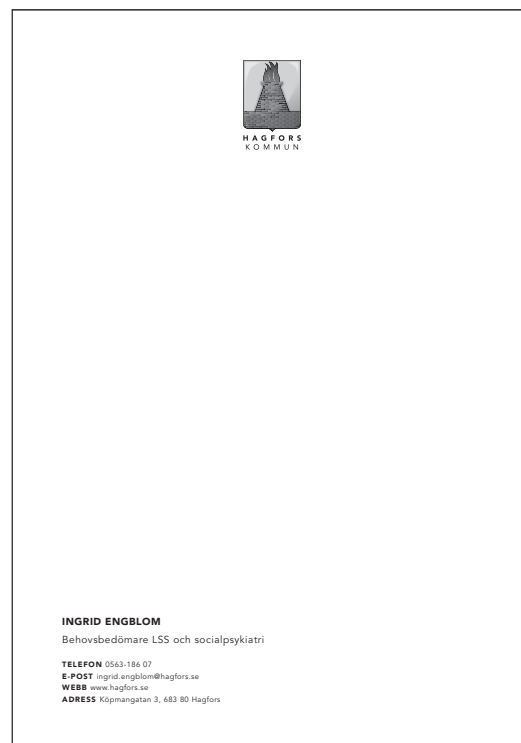


Du som har behov av ett visitkort på engelska får dubbelsidiga visitkort, svensk framsida och engelsk baksida. Typografin är densamma.

KORRESPONDENSKORT

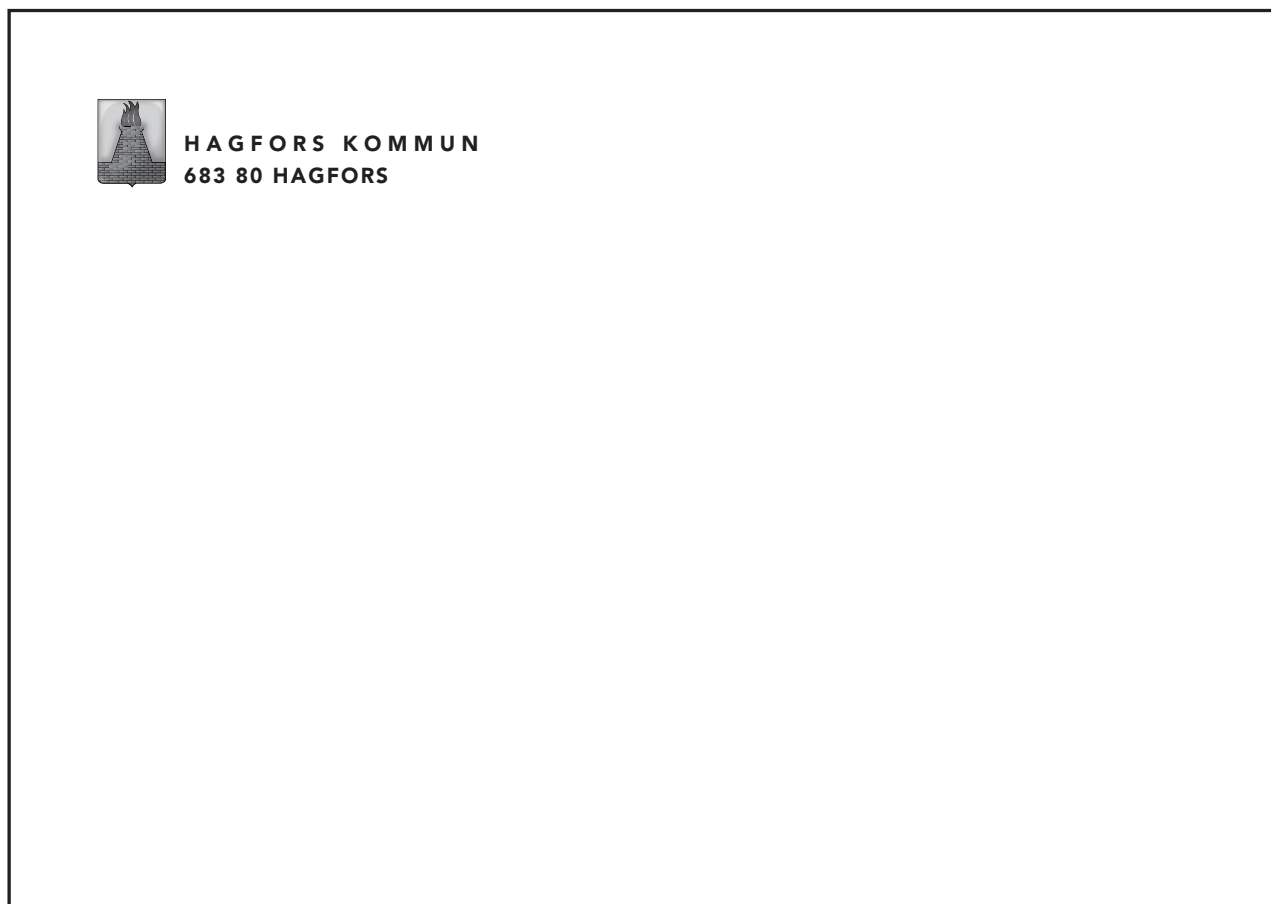


KLADDBLOCK



KUVERT

Exempel på hur logotypen placeras på kommunens olika kuvert.



EGNA KUVERT FÖR VISSA VERKSAMHETER

Så här ser logotypen ut då, avdelningens eller enhetens namn placeras mellan Hagfors kommun och postnumret.

De verksamheter som har tillåtelse att särprofilera sig har egna logotyper på sina kuvert.

Logotypen är alltid placerad i övre vänstra hörnet på kuvertet.



HAGFORS KOMMUN
EKONOMIENHETEN
683 80 HAGFORS



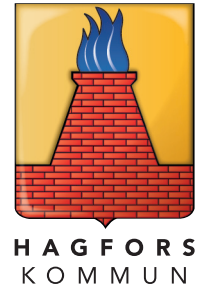
HAGFORS KOMMUN
ÄLVSTRANDEN BILDNINGSCENTRUM
683 80 HAGFORS



ÄLVSTRANDSGYMNASIET
HAGFORS KOMMUN
683 80 HAGFORS

POLICIES OCH PLANER, FRAMSIDA

Kommunvapnet med text placeras i övre högra hörnet
35 mm högt, 21 mm friyta uppåt och till höger



ARBETSMILJÖPOLICY

ANTAGEN AV KOMMUNFULLMÄKTIGÉ 2005-11-22
GÄLLER FRÅN OCH MED 2006-01-01



Centrerad titel Avenir 85 Heavy 24 pkt
Tilläggstext centrerad 10 pkt
Versaler

Policies och planer är myndighetsinformation, därför används kommunvapnet och vit framsida.

Samtliga policies och planer kan produceras endera i A4 eller i A5-format.
A5 är det vanligaste formatet för broschyrer och policies.

POLICIES OCH PLANER, INSIDORNA

LIKABEHANDLINGSPLAN ÄLVSTRANDEN BILDNINGSCENTRUM ÅK 4-6 2013-2014

TILL DIG SOM ELEV

Alla elever ska trivas och känna samhörighet med skolans personal och varandra. Det är en av de viktigaste förutsättningarna för att en god inlärning skall kunna ske.

Om du någon gång blir utsatt för våld, hot eller kränkande behandling, vill vi att du omedelbart kontaktar en vuxen som du känner förtroende för. Detta gäller också dig som känner någon som blir utsatt.

TILL DIG SOM VÅRDNADSHAVARE

Om du misstänker att ditt eller något annat barn utsätts för kränkande behandling - kontakta ditt barns mentor eller skolans rektor.

Det är svårt att ta till sig att ens barn kränker andra. Men om det är så behöver du göra något åt det. Om du misstänker att ditt barn utsätter andra för kränkande behandling, ber vi dig som vårdnadshavare att göra helt klart för barnet, att detta inte är acceptabelt och att du ser mycket allvarligt på ett sådant beteende. Även i detta fall kan det vara bra att kontakta ditt barns mentor eller skolans rektor.

SIDA 2/19

Marginal dokument
21 mm

Fotnot
Baskerville 8 pkt

Sidhuvud centreras och sätts i Avenir 45, 8 pkt med 8 mellanslag mellan rubrik och texten Hagfors kommun. Långa rubriktexter förkortas till två, max tre ord
POLICYRUBRIK HAGFORS KOMMUN

Är rubriktexten för lång kan orden HAGFORS KOMMUN uteslutas.

Sidfoten, högerställd, innehåller sidnumrering enligt Sida XX/XX, sätts med Avenir 45, 8 pkt, versaler, högerställd

SIDA 10/41

ANNONSER - INFORMATION FRÅN MYNDIGHETEN

Under begreppet kommunal information faller saker som kungörelser och meddelanden till allmänheten.

Här är det viktigt att mottagaren får känslan av seriositet och myndighet för att man snabbt ska förstå att innehållet kan vara extra viktigt för mig som invånare i kommunen.

KOMMUNFULLMÄKTIGE

sammanträder i Hagfors stadshus
måndag 27 januari, klockan 19⁰⁰

ÄRENDEN

- 1 Val av protokolljusterare
- 2 Kommunkoncernens låneram för 2014
- 3 Højning av egenavgiften vid familjerådgivningen
- 4 Ändring av avgifter inom biblioteksverksamheten
- 5 Svar på motion om konsumentvägledning
- 6 Svar på motion om tidpunkt för verkställande av beslut
- 7 Svar på motion angående en permanent orkesterskola
- 8 Motion om generellt jul/högtidsbidrag till barnfamiljer med långvarigt behov av försörjningsstöd
- 9 Medborgarförslag om att det ska serveras varm mat 7 dagar i veckan på servicehuset Skogvaktaren
- 10 Anmälningar

Hagfors den 16 januari 2014

Ordföranden



HAGFORS
KOMMUN

KOMMUNFULLMÄKTIGES SAMMANTRÄDE

i Hagfors stadshus måndag 24 februari 2014

är inställt

Sten-Inge Olsson, ordförande



ISTIDER FÖR ALLMÄNHETEN

SPORTLOVET VECKA 9 I VALHALL, ISHALLEN

MÅNDAG 24 FEBRUARI

09⁰⁰ - 11⁰⁰, med klubba och puck
11¹⁵ - 13¹⁵, 0-12 år med klubba och puck
13³⁰ - 15³⁰, utan klubba och puck

TISDAG 25 FEBRUARI

09⁰⁰ - 11⁰⁰, utan klubba och puck
11¹⁵ - 13¹⁵, 0-12 år med klubba och puck
13³⁰ - 15³⁰, med klubba och puck

ONSDAG 26 FEBRUARI

09⁰⁰ - 11⁰⁰, med klubba och puck
11¹⁵ - 13¹⁵, 0-12 år med klubba och puck
13³⁰ - 15³⁰, utan klubba och puck

TORSDAG 27 FEBRUARI

09⁰⁰ - 11⁰⁰, utan klubba och puck
11¹⁵ - 13¹⁵, 0-12 år med klubba och puck
13³⁰ - 15³⁰, med klubba och puck

FREDAG 28 FEBRUARI

09⁰⁰ - 11⁰⁰, med klubba och puck
11¹⁵ - 13¹⁵, 0-12 år med klubba och puck
13³⁰ - 14³⁰, utan klubba och puck

Tider vardagar efter 16⁰⁰ samt lördag och söndag, se Vikings hemsida www.laget.se/vikinghc/Document

Har du frågor? Ring direkt till Valhall, 0563-188 18 eller 070-603 49 14



HAGFORS
KOMMUN

VARUMÄRKET KOMMUNICERAR

FEM ELEMENT OCH FEM IDENTITETSFÄRGER

Våra färger utgör grunden i Hagfors kommuns färgpalett. Samtliga färger är fria att användas av kommunens alla avdelningar och enheter.

FÄRGER FÖR BESTRUKET (BLANKT) PAPPER

 Metall	PMS 1797 C CMYK 0.90.60.5 RGB 221-50-73 # dd3249	 Eld	PMS 136 C CMYK 0.38.94.0 RGB 247-173-13 # f7ad0d	 Trä	PMS 398 C CMYK 3.0.93.38 RGB 180-167-8 # b4a708	 Jord	PMS 728 C CMYK 0.25.45.40 RGB 173-143-107 # ad8f66	 Vatten	PMS 550 C CMYK 38.9.10.20 RGB 145-176-188 # 91b0bc
---	---	---	---	---	--	---	---	--	---

FÄRGER FÖR BESTRUKET (BLANKT) PAPPER – KOMPLEMENT

Används som ett komplement till identitetsfärgerna i en mörkare nyans.

 Metall	PMS 1807 C CMYK 11.95.71.33 RGB 159-29-47 # 9f1d2f	 Eld	PMS 130 C CMYK 0.32.100.0 RGB 250-183-0 # fab700	 Trä	PMS 391 C CMYK 28.4.99.39 RGB 173-146-1 # 8f9201	 Jord	PMS 730 C CMYK 10.55.80.34 RGB 166-101-49 # a66531	 Vatten	PMS 549 C CMYK 65.19.1.4 RGB 84-164-210 # 54a4d2
--	---	--	---	--	---	--	---	---	---

OLIKA TYPER AV PAPPER – OLIKA FÄRGER

För att tryck på olika typer av papper ska se så lika ut som möjligt behöver man använda olika färgblandning.

FÄRGER FÖR OBESTRUKET (MATT) PAPPER

 Metall	PMS 1797 U CMYK 30.90.70.0 RGB 184-66-80 # b84250	 Eld	PMS 128 U CMYK 0.30.95.0 RGB 253-185-36 # fdb924	 Trä	PMS 398 U CMYK 45.20.100.0 RGB 156-172-59 # 9cac3b	 Jord	PMS 728 U CMYK 0.15.35.20 RGB 148-150-103 # 949667	 Vatten	PMS 551 U CMYK 45.10.10.0 RGB 137-193-215 # 89c1d7
---	--	---	---	---	---	---	---	--	---

FÄRGER FÖR OBESTRUKET (MATT) PAPPER – KOMPLEMENT

Används som ett komplement till identitetsfärgerna i en mörkare nyans.

 Metall	PMS 1807 U CMYK 0.100.90.20 RGB 196-20-37 # c41425	 Eld	PMS 129 U CMYK 0.25.95.5 RGB 241-184-33 # f1b821	 Trä	PMS 391 U CMYK 15.0.100.35 RGB 156-160-18 # 9ca012	 Jord	PMS 730 U CMYK 30.40.80.15 RGB 162-132-72 # a28448	 Vatten	PMS 549 U CMYK 50.10.0.30 RGB 88-144-177 # 589061
---	---	---	---	---	---	---	---	--	--

LOGOTYP VARUMÄRKET

LOGOTYP MED STRIPE

I den interna och externa marknadsföringen av Hagfors kommun, då varumärket Hagfors kommun kommunicerar, använder vi nedanstående stripe som avsändare.

Stripen består av tre delar.

1. De fem färgrutorna som symboliserar metall, eld, trä, jord och vatten.
2. Texten HAGFORS KOMMUN.
3. En svart bård där texten placeras.

FÄRGRUTORNA

De fem rutorna till vänster i avsändaren finns i tre olika varianter. Dels utan skugga, dels med två olika skuggningar, en i överkant och en i underkant.

De skuggade används om ytan närmast avsändaren är färgad beroende på om man placerar avsändaren i överkant, eller underkant på trycksaken.

Minsta höjd på färgrutorna är 5mm.



Ingen skuggning av färgrutor för placering mot vit eller svart bakgrund eller foto.



Skuggning av färgrutor för placering i överkant på färgplatta.



Skuggning av färgrutor för placering i underkant på färgplatta.

SVARTVITA VERSIONER



Box – används när stripen inte passar, till exempel på T-shirts eller banderoller.

HAGFORS
K O M M U N



Text på svart platta utan rutorna används i smala annonser, där färgrutorna skulle ha blivit mindre än 5 mm höga.

HAGFORS KOMMUN

VARUMÄRKET KOMMUNICERAR, ANNONSER

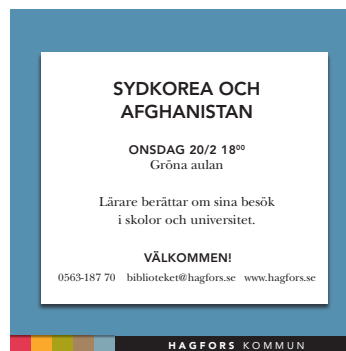
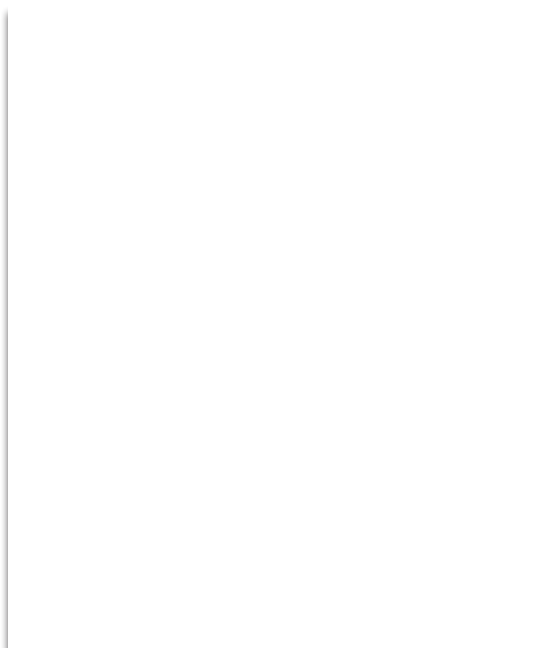
Varumärkets logotyp med färgrutor och stripe som avsändare.

Under begreppet kommunikation faller sådant som kan komma både turister och kommuninvånare till nytta men som inte är ren information.

Här vill vi visa upp varumärket Hagfors som ett levande och spännande varumärke.

Vi vill få mottagaren att känna "Vad kul, nu hittar de på något igen" och kommunikationen får inte upplevas för stel.

I vissa fall kan det vara motiverat att använda profilfärgerna i rubriker eller underrubriker istället för svart text. Ett annat sätt att lyfta delar av texten är att lägga den på ljus skuggad platta, exempelvis i stora annonser med mycket text.



"Lappen"

Ingen ram, vit fyllning, skugga 90°,
distans 1mm, storlek 1mm.

Hörn fyrkantiga eller rundade, opacitet
0-30 beroende på bakgrundsbild/färg.

När varumärket annonserar är det
mot en bakgrundsfärg eller bild, med en
vit platta "lappen". Samma typografi
som i övrigt.

PLACERING AV STRIPE MED FÄRGPLATTA ELLER FOTOBAKGRUND

Avsändaren placeras alltid i nederkant av trycksaker.

På rollups och övrigt utställningsmaterial placeras avsändaren i regel i överkant av synlighetsskäl.



FRAMSIDA BROSCHYR

Avsändaren placeras i underkant.



FRAMSIDA BROSCHYR

Avsändaren placeras i underkant.



ROLLUP 85X200 CM

Avsändaren placeras i överkant



ANNONS 122X178 MM

Avsändaren placerad i underkant

BAKGRUNDER

Det finns fem färgade bakgrunder i Hagfors kommuns grafiska bibliotek att använda – en för varje färg ur Hagfors kommuns färgpalett. Texter sätts normalt på vit bakgrund eller en vit ”papperslapp” med skuggning som kan användas som grafiskt element. Bakgrunderna används i presentationer och vid produktion av trycksaker som foldrar, affischer och broschyrer.



Bakgrunder med Hagfors kommuns färger.

Papperslappen med rubrik på färgad bakgrund.

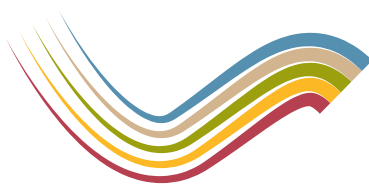
BAKGRUNDER, VARUMÄRKESKOMMUNIKATION

Som bakgrund i annonser, affischer, framsidor till broschyrer med mera används endera

- en enfärgad platta i någon av våra profilmärken
- ett foto
- vektorgrafik

De foton och den vektoriserade grafik vi använder är enbart sådant som vi äger upphovsrätten till själva eller har tillstånd att använda.

Utvecklingsenheten förfogar över en bildbank och ett lager godkänd vektorgrafik.



FÄRGADE RUBRIKER

Vi kan variera oss genom att använda någon av våra profilmärken i rubriker.

FIRA VM-FESTEN I HAGFORS!

RALLY SWEDEN

5 - 8 FEBRUARI

HAGFORS FLYGPLATS ONSDAG-LÖRDAG SERVICEPLATSEN

GRATIS INTRÄDE UNDER HELA RALLYT!
Se bilar och förare på plats och följ rallyt på storbildsskärm. Ta chansen att få rallystjärnornas autografer, se utställningar och köp souvenirer.

OLSSONS BRYGGA WINTER EDITION
Serveringstält med mat och dryck. Öppet 11⁰⁰-18⁰⁰ onsdag - lördag (20⁰⁰ på torsdag).
Möjligheter för småbarnsfamiljer att värma nappflaskor och barnmat.

OLSSONS BRYGGA
AFTER RALLY I CENTRUM
Olssons bryggeri erbjuder restaurang och After Rally med DJ och liveband i centrum
Torsdag 17⁰⁰-01⁰⁰ DJ
Fredag-lördag 11⁰⁰-02⁰⁰
DJ och livemusik med Rockkirkus
Entré 150:- fre + lör efter 21⁰⁰
Övriga tider fri entré

ONSDAG RÅDA SHAKEDOWN

FREDAG SS 11/15 HAGFORS SPRINT

Följ rallybilarnas framfart runt Valhall och Hagforsvallen. Fina publikplatser!

AB Karl Hedin bjuder rallypubliken på ett strålande finalyrverkeri.

LÖRDAG SS 20/24 VÄRMULLSÅSEN

SS 24 Power Stage med avslutande segerceremoni. Rallyts häftigaste sträcka med spektakulärt hopp!

RALLY SWEDEN HISTORIC

Se de historiska rallybilarna i Hagfors på SS 11 (fredag) och SS 20 (lördag)

FREDAG OCH LÖRDAG GRATISBUSS TILL SERVICEPLATSEN

TA Bussen MELLAN HAGFORS OCH SERVICEPLATSEN I RÅDA
Bussen går varje halvtimme
Fredag mellan 10⁰⁰-18⁰⁰
Lördag mellan 10⁰⁰-18⁰⁰
Sista bussen går från Serviceplatsen

HÅLLPLATSER

- Wikingen via bussterminalen
- Rondellen vid Sätterskolan
- Molker
- Asplundskolan
- Telehuset
- Hagfors Trä
- Uddeholm, f.d. Macken

TA Bussen MELLAN EKSHÄRAD OCH SERVICEPLATSEN I RÅDA
Bussen går från Röda Torget
Avgångar fredag 10⁰⁰ och 15⁰⁰
Återresa från Serviceplatsen 13⁰⁰ och 18⁰⁰
Avgångar lördag 10⁰⁰ och 15⁰⁰
Återresa från Serviceplatsen 13⁰⁰ och 18⁰⁰

FÖRÄNDRINGAR I TRAFIKEN UNDER RALLY SWEDEN 2014

ÄNDRAD HASTIGHETSBEGRÄNSNING DALAVÄGEN (LV 246)

från korsningen Spårvägen till rondellen Pekås/St1
högsta tillåtna hastighet 30 km/h
torsdag 6/2 16⁰⁰ - lördag 8/2 24⁰⁰

AVSTÄNGDA VÄGAR ULLENVÄGEN

mellan LV 246 och infarten till Ullenverket
fredag 7/2 18⁰⁰ - lördag 8/2 21⁰⁰

GÖRSJÖVÄGEN

från Kyrkogårdsvägen till korsningen öster om Holkesmossen
torsdag 6/2 18⁰⁰ - fredag 7/2 24⁰⁰

FÖRBUD ATT STANNA/PARKERA SJUKHUSVÄGEN

mellan Dalavägen och värdcentralen, båda sidor
lördag 8/2 06⁰⁰ - 21⁰⁰

GÖRSJÖVÄGENS BÅDA SIDOR

fredag 7/2 16⁰⁰ - lördag 8/2 21⁰⁰

SLALOMVÄGENS ÖSTRA SIDA

Görsjövägen till slalombacken
fredag 7/2 16⁰⁰ - lördag 8/2 21⁰⁰

ENKELRIKTNING KIRKOGÅRDSVÄGEN

sträckan mellan Dalavägen och Görsjövägen
endast trafik söderut tillåten fredag 7/2 04⁰⁰ - 24⁰⁰

PLATTAN - "LAPPEN"

Normalt:

Vit ramlös platta med skuggning 90°, distans och storlek 1mm utgör papperslappen.

Varianter:

Rundade hörn, opacitet 0-30% beroende på bakgrundsbild/färg

Tillåtet är också att ha en svagt (max 5%) färgad papperslapp i någon av våra profolfärger eller svagt grå.



BILDER

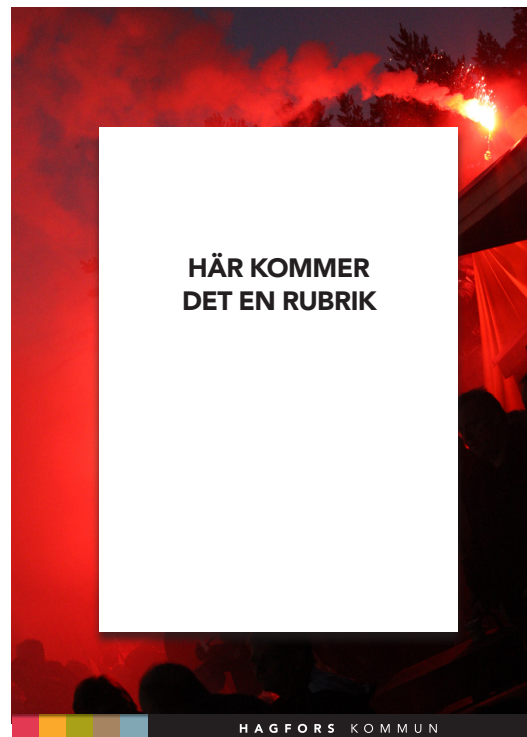
I våra kommunala produktioner använder vi i möjligaste mån foton för att illustrera texterna. De foton vi använder ska helst vara tagna i kommunen och spegla värdeorden Närhet, Glädje och Aktivitet. Här följer några exempel på foton som passar Hagfors kommun.



ATT ANVÄNDA BILDER I TRYCKSAKER

I exemplen nedan ser du olika sätt att hantera bilder i trycksaker som till exempel framsidor till kommunala skrifter där varumärket kommunicerar.

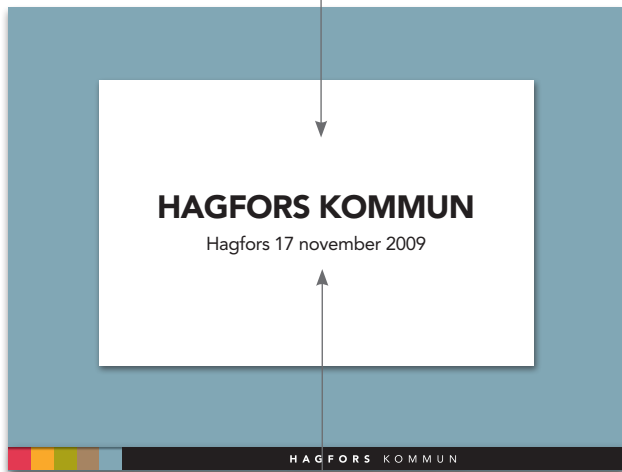
Om ditt evenemang är ett som återkommer regelbundet, till exempel varje år, kan du med fördel använda samma bild. Det ökar igenkänningsfaktorn.



PRESENTATIONER I POWERPOINT

Tänk på att använda rätt typsnitt, så liten textmängd och så få storleksnivåer som möjligt.

Minsta storlek för rubrik på första sida är 40 pkt.



I PowerPoint-presentationer används Arial Bold till rubriker/underrubriker och Times New Roman som brödtext.



Minsta storlek för underrubrik på första sida är 20 pkt.



Minsta storlek för text på sidor är rubrik 30 pkt och brödtext 25 pkt.



Bilder kan man antingen lägga på en hel sida. Eller som ovan på cirka 1/4 sida. Clipart och andra bilder som avviker från den grafiska profilen får inte användas.

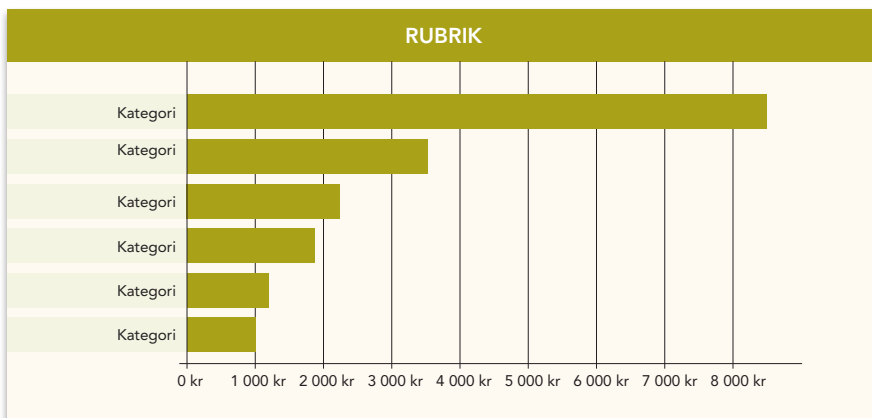
Punktlistor görs med helfylld punkt med ett avstånd på 0,5 (i marginallisten).

DIAGRAM, TABELLER, ORGANISATIONSSCHEMAN

Grafer och diagram ska vara enkla att ta till sig.

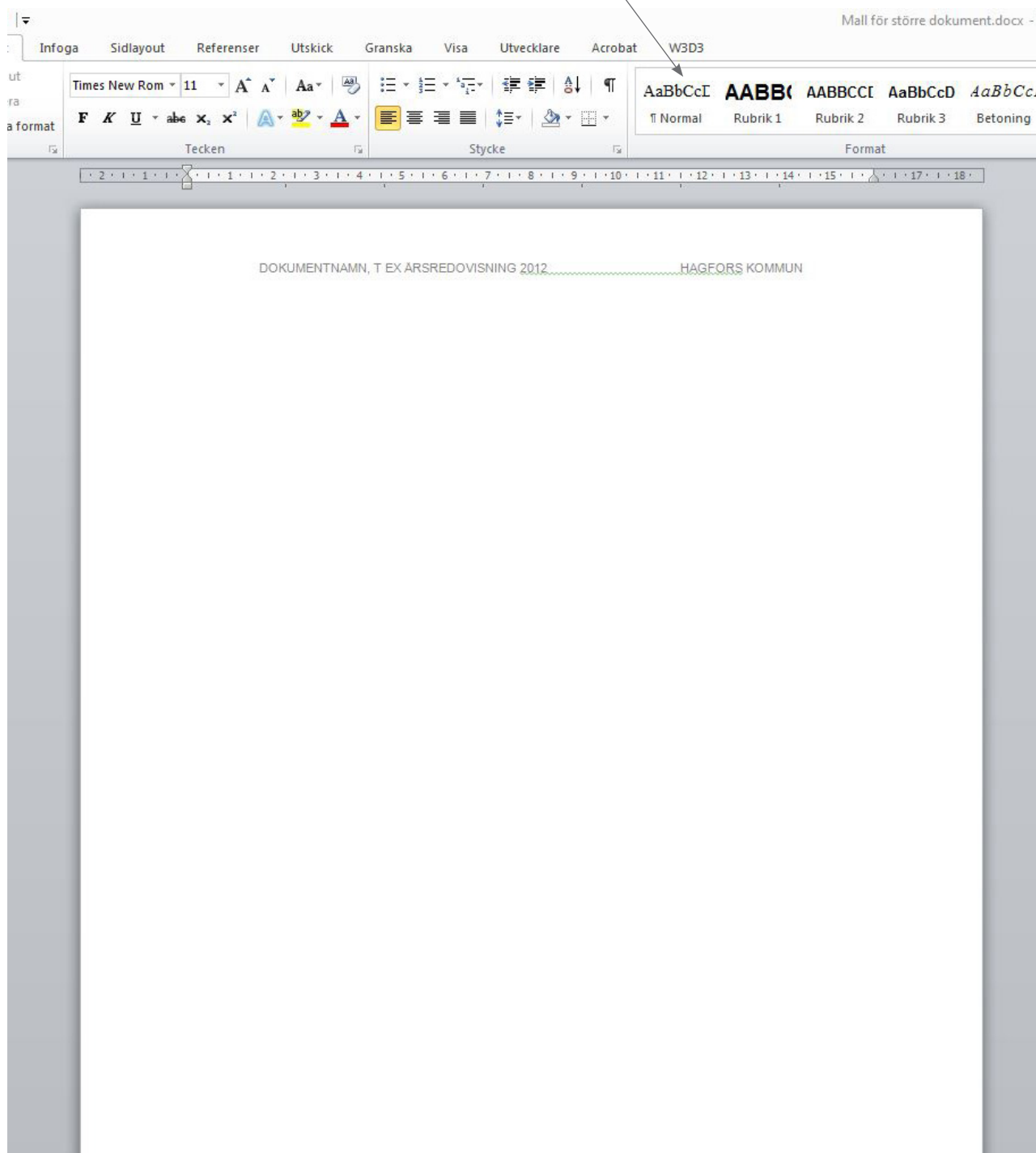
Välj någon av kommunens färger och gör din tabell/ditt diagram i lämpliga närliggande färgtoner.

RUBRIK 1	RUBRIK 2	RUBRIK 3
Kategori	000 kr	000 kr
Kategori	000 kr	000 kr
Kategori	000 kr	000 kr
Kategori	000 kr	000 kr
Kategori	000 kr	000 kr
Kategori	000 kr	000 kr
Kategori	000 kr	000 kr



WORDMALL FÖR STORA DOKUMENT

Wordmallen för stora dokument finns i mappen R:/GrafiskProfil
Normaltext och rubriker är förinställda.



NYHETSBREV

Nyhetsbrev, både internt i verksamheterna och externt, är enkla och smidiga sätt att nå ut med information.

Genom att använda samma mall för våra nyhetsbrev skapar vi igenkännande och samhörighet.

Vi använder kommunens skrivregler när vi formulerar texterna.

Vi uttrycker oss så att alla förstår – nyhetsbrevet för egna avdelningen är ett utmärkt sätt att visa för andra avdelningar i kommunen vad man jobbar med, och därför undviker vi interna förkortningar och begrepp i möjligaste mån.

ENHETLIG GRAFISK LAYOUT

Grafisk ser nyhetsbrevet ut så här (exempel på de två följande sidorna)

- Tydlig avsändare i överkant höger på första sidan och i sidhuvudet på följande sidor
- Sidnummer i sidfoten från sidan 2
- Svagt gråfärgad faktaruta på förstasidan
- Vi använder färgrutorna i hela vänsterkanten på alla sidor
- Huvudrubrikerna färgas i någon av kommunens profolfärger
- Vi blandar texten med foton, helst foton från egna verksamheten som hör till texten

Den avdelning/enhet som vill ge ut nyhetsbrev ska alltid vända sig till Utvecklingsenheten med sitt underlag. Utvecklingsenheten ansvarar för att texter och bilder håller högsta möjliga kvalitet.

UTGIVNINGSPLAN

Kontinuitet är viktigt för dig som ger ut ett nyhetsbrev - så fort du har börjat skapar du förväntningar hos din läsekrets. Därför ska du alltid göra en utgivningsplan för ditt nyhetsbrev innan du startar.

I utgivningsplanen ska framgå hur ofta du tänker skicka ut nyhetsbreven och vem som ansvarar för att samla in materialet/innehållet.

Kontakta utvecklingsenheten om du vill ha hjälp med tankar kring innehållet eller utgivningsplaneringen.

MALL FÖR NYHETSBREV

NYHETSBREV MÅNADEN ÅRET

NAMNET PÅ AVDELNINGEN HAGFORS KOMMUN

**VIKTIGA DATUM**

- 2014-01-XX

APT ENHET

- 2014-01-XX

SISTA DAG FÖR XXX

- 2014-02-XX

XXX SAMMANTRÄDE**BIFOGADE FILER**

- XXX protokoll
2013-12-XX
- XXX protokoll
2014-01-XX

HUVUDRUBRIK**UNDERRUBRIK**

Här är brödtexten. Utrymmet är fyllt med nonsensord för att visa hur det kan se ut. Donec eu risus convallis, tristique enim sed, sagittis nunc. Mauris vel egestas erat. Etiam sollicitudin ac magna a elementum. Nam sollicitudin tincidunt turpis, eget blandit dui volutpat fringilla. Nunc lectus augue, volutpat ut varius in, pulvinar ut enim. Integer quis nisl orci.

UNDERRUBRIK

Nam vehicula ultricies odio. Vestibulum aliquam elit ut nisi tempor, nec interdum ante mattis. Ut faucibus malesuada mauris ut tincidunt. Integer eu posuere metus. Donec ac mi risus. Vivamus nec tortor facilisis felis congue posuere. Morbi venenatis hendrerit velit, tempor hendrerit augue feugiat sed.

UNDERRUBRIK

Vivamus ut sem nec tortor eleifend consequat id ut nunc. Phasellus sodales mauris ut sem suscipit, nec euismod felis tincidunt. Donec suscipit semper pulvinar. Praesent at porttitor purus. Curabitur adipiscing nisl et neque malesuada laoreet. Integer eu velit nec nunc consequat.

HUVUDRUBRIK**UNDERRUBRIK**

Nulla dolor nunc, faucibus id odio vitae, elementum iaculis neque. Donec eu risus convallis, tristique enim sed, sagittis nunc. Mauris vel egestas erat. Etiam sollicitudin ac magna a elementum. Nam sollicitudin tincidunt turpis, eget blandit dui volutpat fringilla. Nunc lectus augue, volutpat ut varius in, pulvinar ut enim. Integer quis nisl orci.

UNDERRUBRIK

Nam vehicula ultricies odio. Vestibulum aliquam elit ut nisi tempor, nec interdum ante mattis. Ut faucibus malesuada mauris ut tincidunt. Integer eu posuere metus. Donec ac mi risus. Vivamus nec tortor facilisis felis congue posuere. Morbi venenatis hendrerit velit, tempor hendrerit augue feugiat sed.

UNDERRUBRIK

Vivamus ut sem nec tortor eleifend consequat id ut nunc. Phasellus sodales mauris ut sem suscipit, nec euismod felis tincidunt. Donec suscipit semper pulvinar. Praesent at porttitor purus. Curabitur adipiscing nisl et neque malesuada laoreet. Integer eu velit nec nunc consequat.

HUVUDRUBRIK

UNDERRUBRIK

Nulla dolor nunc, faucibus id odio vitae, elementum iaculis neque. Donec eu risus convallis, tristique enim sed, sagittis nunc. Mauris vel egestas erat. Etiam sollicitudin ac magna a elementum. Nam sollicitudin tincidunt turpis, eget blandit dui volutpat fringilla. Nunc lectus augue, volutpat ut varius in, pulvinar ut enim. Integer quis nisl orci.



UNDERRUBRIK

Nam vehicula ultricies odio. Vestibulum aliquam elit ut nisi tempor, nec interdum ante mattis. Ut faucibus malesuada mauris ut tincidunt. Integer eu posuere metus. Donec ac mi risus. Vivamus nec tortor facilisis felis congue posuere. Morbi venenatis hendrerit velit, tempor hendrerit augue feugiat sed.



HUVUDRUBRIK

UNDERRUBRIK

Nulla dolor nunc, faucibus id odio vitae, elementum iaculis neque. Donec eu risus convallis, tristique enim sed, sagittis nunc. Mauris vel egestas erat. Etiam sollicitudin ac magna a elementum.



HUVUDRUBRIK

UNDERRUBRIK

Nulla dolor nunc, faucibus id odio vitae, elementum iaculis neque. Donec eu risus convallis, tristique enim sed, sagittis nunc. Mauris vel egestas erat. Etiam sollicitudin ac magna a elementum. Nam sollicitudin tincidunt turpis, eget blandit dui volutpat fringilla. Nunc lectus augue, volutpat ut varius in, pulvinar ut enim. Integer quis nisl orci.

UNDERRUBRIK

Nam vehicula ultricies odio. Vestibulum aliquam elit ut nisi tempor, nec interdum ante mattis. Ut faucibus malesuada mauris ut tincidunt. Integer eu posuere metus. Donec ac mi risus. Vivamus nec tortor facilisis felis congue posuere. Morbi venenatis hendrerit velit, tempor hendrerit augue feugiat sed.

UNDERRUBRIK

Vivamus ut sem nec tortor eleifend consequat id ut nunc. Phasellus sodales mauris ut sem suscipit, nec euismod felis tincidunt. Donec suscipit semper pulvinar. Praesent at porttitor purus. Curabitur adipiscing nisl et neque malesuada laoreet. Integer eu velit nec nunc consequat.

SAMVERKANSPROJEKT

När Hagfors kommun kommunicerar eller informerar tillsammans med en annan avsändare finns det två sätt att utforma enheterna.

Ett sätt är att använda logotyp/logotyper för de samverkande avsändarna.

Ett annat är att enbart skriva ut namnet/namnen. När avsändaren är kommunen/myndigheten tillämpas undantag med logotypen placerad i övre högra hörnet.



ETT FRISKARE HAGFORS

Öppet för alla – gammal som ung.
Onsdag 5 oktober i Södra skolan, Hagfors.
Öppet mellan 12⁰⁰ – 18⁰⁰.

12⁰⁰-14⁰⁰ Gratis tipspromenad anordnad av Korpen
14⁰⁰ Fixarservice visar upp sig och berättar om vad de kan erbjuda.
14⁴⁵ Ann-Kristine från Brottsofferjouren informerar.
15³⁰ Madlen från kommunrehab leder ett prova på-pass med sittdans.
16⁴⁵ Maria från Friskvården i Värmland berättar om FAR (fysisk aktivitet på recept).
17⁰⁰ Räddningstjänsten pratar om säkerhet i vardagen.

Hela dagen Kommunens anhörigsamordnare Susanne svarar på dina frågor. De olika pensionärs- och handikappföreningarna, kommunrehab Hagfors och Friskvården i Värmland finns på plats under dagen. Apoteket med flera visar olika sorters halkskydd. Möjlighet till rollatorservice samt byte av isdubbar och doppskor.

VÄLKOMMEN!

I samarbete med



HAGFORS KOMMUN

Samverkansprojekt - kommunikation



**RUBRIK OM ATT
KOMMUNEN INFORMERAR**



Lanihillam quisi sequis dolut labo. Nam, alitate-
mod earum et vellatem res maximai onsequo volor
ratemporepta sequas rati reperum, ides ent voluptae
volupta velecte cusapisqui unt. Nequi qui blatinctus
delibus cillatium quia dolupturibus et fugiam ium
volorenit parunt, sin cor re veritate vercit omnimped
que ipsanda esci berum volendus doloremolia comn.
Nam, alitatemod earum et vellatem res maximai on-
sequo volor ratemporepta sequas rati reperum, ides
ent voluptae volupta velecte cusapisqui unt. Nequi

I samarbete med



Samverkansprojekt - information

SÄRPROFILERING

Följande verksamheter har tillåtelse att särprofilera sig, till exempel med egen logotyp, egen hemsida och så vidare

- Älvstrandsgymnasiet
- Räddningstjänst
- Hagforshem AB
- Hagfors Energi AB
- Hagfors Airport
- Hagfors- Ekshärds turistinformation

Särprofilering tillåts om en eller flera av nedanstående kriterier är uppfyllda

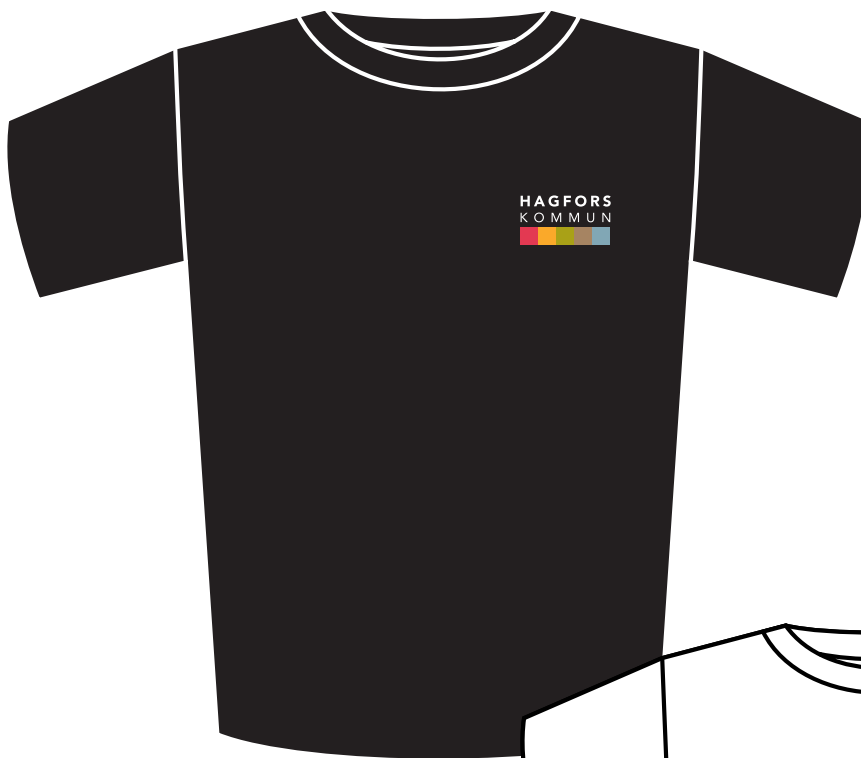
- Konkurrensutsatt verksamhet
- Motsvarande verksamheter i länet har en länsövergripande grafisk profil
- Verksamheten behöver kännas igen snabbt vid krissituationer



LOGOTYPER KLÄDER, GIVEAWAYS ETC

Beroende på underlag och storlek används olika utformningar av varumärkets logotyp i dessa fall. Ta alltid kontakt med utvecklingsenheten innan beställning av dina profilmaterial.

Här ser du exempel på hur trycket kan se ut.



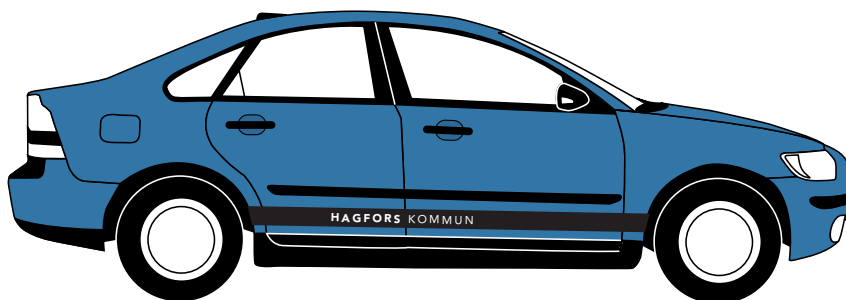
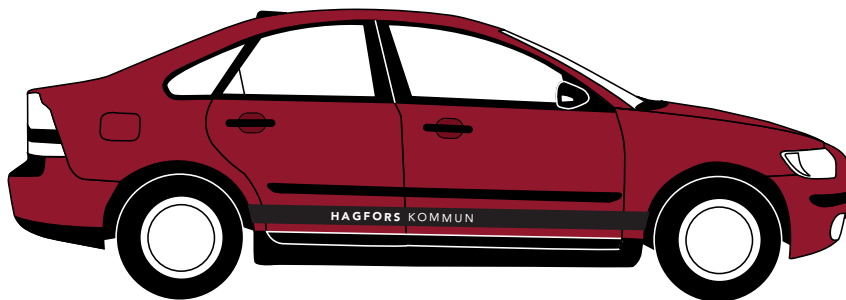
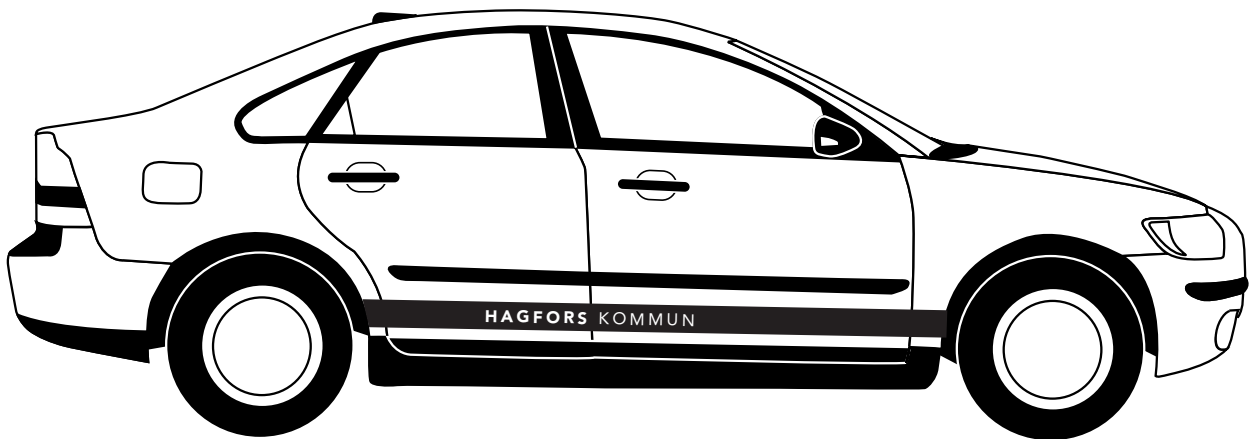
På svarta/mörka underlag används logotypen med vit text, omvänt används logotyp med svart text på vita/ljusa underlag.



Exempel på vit penna med svart tryck.

FORDON

På kommunens bilar används den svarta stripen med texten HAGFORS KOMMUN, utan färgrutor.



EVENEMANG

På skyltar och banderoller kan vi med fördel använda ett annat innehåll än "Hagfors kommun".
Till exempel "Heja Hagfors".



EVENEMANG

BEACHFLAGGOR, BANDEROLLER OCH ROLLUPS

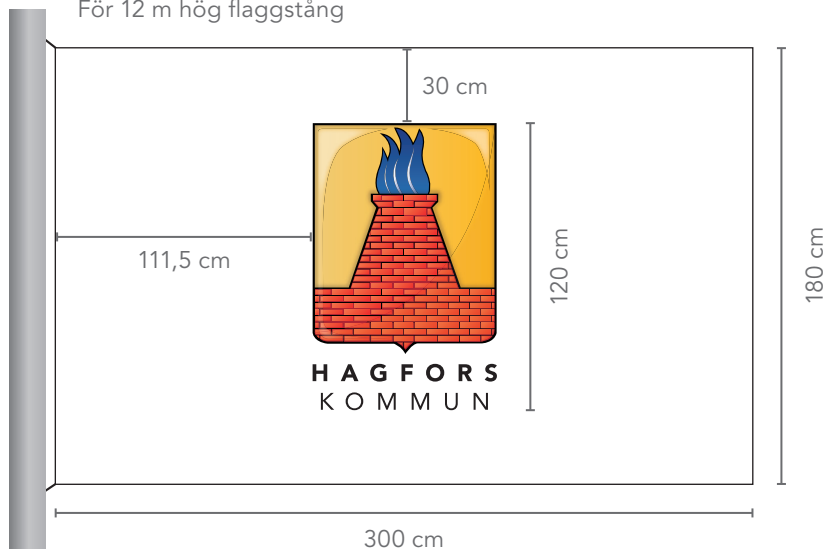
Du kan låna beachflaggor, banderoller
och rollups på utvecklingsenheten i
samband med olika evenemang.



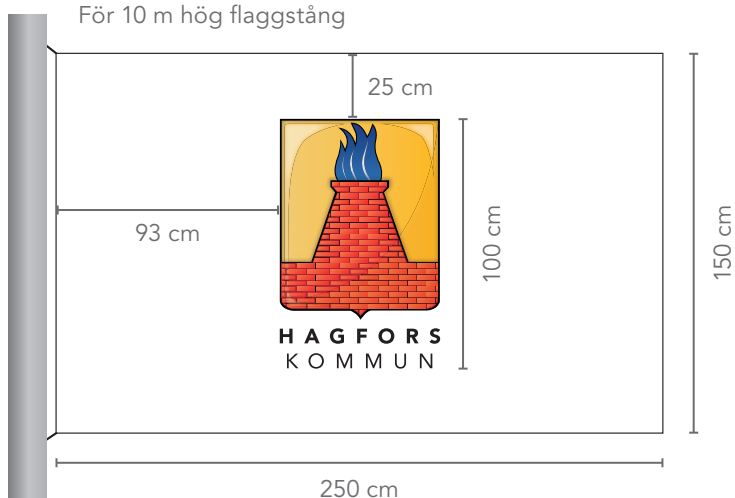
FLAGGOR

Flaggor för Hagfors kommun finns i tre olika varianter. Två stycken med kommunvapnet, liggande och stående för myndigheten samt en flagga för varumärket. Måtten är räknade på de vanligaste storlekarna på flaggor. Utgå från dessa proportioner om flaggan har en annan storlek.

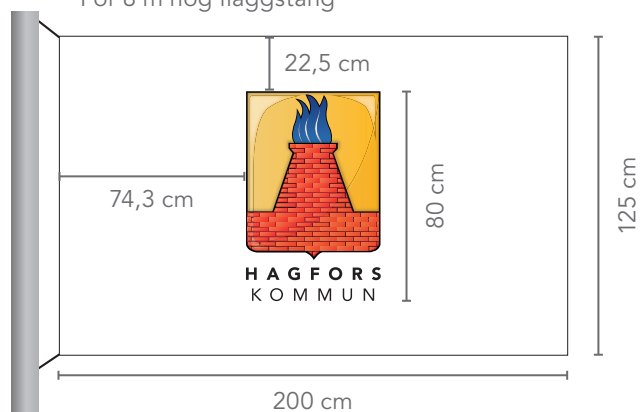
För 12 m hög flaggstång



För 10 m hög flaggstång



För 8 m hög flaggstång



HAR DU FRÅGOR OM DEN GRAFISKA PROFILEN?

KONTAKTA UTVECKLINGSENHETEN

WEBB- OCH GRAFIKANSVARIG

KATTARINA LEANDER

0563-187 48

070-620 71 49

katta.leander@hagfors.se

KOMMUNIKATÖR

CAROLINE SÖRENSEN

0563-187 29

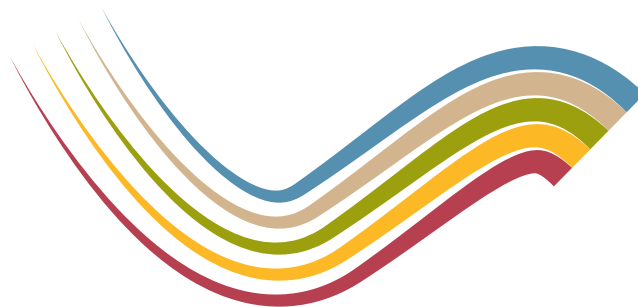
073-271 33 49

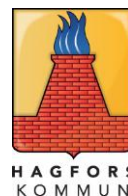
caroline.sorensen@hagfors.se

BILAGOR

CHECKLISTA FÖR ANNONSBESTÄLLNING

SKRIVGUIDEN - SÅ HÄR SKRIVER VI I HAGFORS KOMMUN





CHECKLISTA ANNONSBESTÄLLNING

Utvecklingsenheten hanterar/producerar Hagfors kommuns samtliga annonser.

För att arbetet med annonserna ska flyta så smidigt och effektivt som möjligt är det bra om du som beställer annons använder nedanstående inför din annonsbeställning.

MEDIA

☐ Veckobladet ☐ VF ☐ NWT ☐ Annat:

Annonsen ska vara med i tidningen (datum eller vecka)

ANNONSTEXT/INNEHÅLL

Eventuella kontaktuppgifter (vid förbokning, beställning, om annonsläsaren behöver fråga mer etc.)

Eventuell entréavgift (samt var man bokar plats/biljett)

Eventuella samarbetspartners kring det annonsen berör

BIFOGA ALLTID

- Ifylld checklista annonsbeställning
- Eventuella foton som hör till evenemanget (exempelvis foto på föreläsare)
- Eventuella logotyper för de föreningar/företag som är samarbetspartners (ska bifogas i filformaten pdf eller eps). Om du inte har tillgång till logotyperna kan jag hjälpa till med dem.

Annonssunderlaget ska mig, Katta Leander, tillhanda absolut senast 5 dagar innan deadline för inskick till aktuellt media.

Exempel: Annonsen ska med i Veckobladet vecka 11. Underlaget ska finnas hos mig senast måndag vecka 10.

Du som skickar in annonsunderlag får ett förslag på annons i retur.

Om du godkänner annonsförslaget skickar du annonsen vidare till tidningen. Om du vill ändra något kontaktar du mig så fort som möjligt.

**Behöver du underlag till affischer/flyers/annat tryckt material som hör till annonsen?
Beställ i så fall det på samma gång som du beställer annonsen!**

Du är välkommen att höra av dig om du har några frågor kring ovanstående.

Vänliga hälsningar

Katta Leander, Webb- och grafikansvarig, Hagfors kommun.

SKRIVGUIDEN

SÅ HÄR SKRIVER VI I HAGFORS KOMMUN

Våra texter är till för att medborgarna och medarbetarna ska få svar på sina frågor. Sätt dig in i läsarens perspektiv när du skriver.

Cirka 30 procent av befolkningen i Sverige har lässvårigheter. Det kan vara läsovana, dyslexi eller annat modersmål som hindrar. En text som är enkel, väldisponerad och utan svåra ord underlättar läsningen. Att skriva enkelt och begripligt är bra för alla.

SKRIV RUBRIKER SOM FÅNGAR LÄSAREN

Gör rubriken informativ och lockande. Det är ofta rubriken som avgör om läsaren blir intresserad av texten och börjar läsa.

Rubriken ska lyfta fram huvudbudskapet, det viktigaste.

Hitta nyckelorden, skriv i aktiv form, använd verb (tala om vad som händer, eller vad någon beslutar): *Rösta på Sveriges kulturskatter.*

Hur du skriver din rubrik så att den förmedlar det viktigaste kan vara avgörande för om din text blir läst via sökverktyg som Google. På webben är det särskilt viktigt att du använder mellanrubriker i din text.

DET VIKTIGASTE ÖVERST

Hitta kärnan i ditt budskap och sammanfatta det överst på sidan. Läsaren ska snabbt och enkelt kunna hitta den information han/hon behöver.

I en tjänsteskrivelse skriver du beslutet överst på sidan. För den som vill veta mer skriver du en fördjupningstext.

DELA IN TEXTEN I STYCKEN

Texter måste inte vara korta, men väl strukturerade, så att det går snabbt att ta till sig budskapet. För att texten ska bli så lättläst som möjligt delar du in den i kortare stycken. Bryt inte för nytt stycke mitt i en förklaring eller tankegång.

Skriv enkla och raka meningar. Variera meningarnas längd, så blir det lättare att läsa.

DU-TILLTAL

Använd ett personligt tilltal, skriv direkt till läsaren. Hela texten ska utgå från vad som är bäst för läsaren, inte vad myndigheten eller du i din tjänsteroll är ålagd att göra. Du-tilltal gör det lättare för läsaren att ta till sig texten. Använd aldrig stor bokstav i Du eller Ni i löpande text. Det skapar onödig distans och upplevs sällan som artigare.

Skriv inte så här: *Det finns tre miljöstationer att välja på i centrala Hagfors. Stationerna består av uppmärkta containrar för användning.*

Skriv med du-tilltal istället: *När du ska slänga avfall har du tre miljöstationer att välja mellan i centrala Hagfors. På stationerna finns det uppmärkta containrar som du kan kasta ditt avfall i.*

VAR NOGA MED PUNKTERINGEN

Sätt punkt efter varje mening (utom i samband med punktlistor, läs mer om det på annan plats i skrivguiden). Punkt, kommatecken och utropstecken placeras direkt efter sista bokstaven, utan någon mellanrum före. Efter kommatecken gör du ett mellanslag.

Ett utropstecken markerar en uppmaning till läsaren. Använd utropstecken mycket sparsamt. Om du måste skriva utropstecken räcker det med ett.

Vi skriver aldrig punkt eller utropstecken efter en rubrik eller en underrubrik. Däremot sätter vi ut frågetecken om rubriken/underrubriken är formulerad som en fråga.

BYT UT PASSIVA UTTRYCKSSÄTT MOT AKTIVA

Använd aktiva verb så långt det är möjligt.

Skriv *vi föreslår* istället för det passiva *det föreslås*.

Skriv *Samhällsbyggnadsutskottet beslutar att...*

i stället för *Det har beslutats att...*

Skriv i **aktiv form** istället för *kommer att...*

Skriv inte *när vi ses kommer du att få kaffe, sedan kommer vi att gå en promenad.*

Skriv istället *när vi ses får du kaffe och sedan går vi en promenad.*

SKA - INTE SKALL

I modern svenska skriver vi ska - inte skall.

Blanda inte de båda formerna.

Skriv inte istället för ej.

Vi skriver dig, inte dej.

ERSÄTT FACKSPRÅK OCH SVÅRA ORD

Använd nutida och begripliga ord. Vi ska göra våra texter tillgängliga för alla. Ersätt svåra ord och uttryck med vanligare ord. Om du använder facktermer, förklara vad de betyder.

Skriv till exempel

Någon är skyldig att..., *Någon ska...* i stället för

Det åligger någon att..., *Det ankommer på någon...*

Skriv *få* istället för *erhålla*

ha hand om istället för *handha*

skicka iväg istället för *avsända*

Undvik standardfraser, modeord, svengelska och svåra ord.

Tänk på läsarens möjlighet att förstå!

SKRIV SÅ KONKRET OCH TYDLIGT SOM MÖJLIGT

Skriv träd i stället för vegetationselement. Skriv inte kommunikationer som kan betyda många olika saker, utan precisera vad det handlar om: information, kollektivtrafik, bussar, Internet eller vägar.

Undvik substantiveringar som tynger texten

Skriv till exempel *innan du betalar in beloppet* i stället för *innan inbetalning av beloppet görs*.

UNNDVIK ATT FÖRLÄNGA ORD OCH PREPOSITIONER I ONÖDAN

Skriv *fråga* i stället för det förlängda *frågeställning*.

Skriv *om, för, av* istället för de vaga *angående, avseende, beträffande, gällande, rörande*.

SYFTNINGSFEL, SÄRSKRIVNINGAR OCH AVSTAVNINGAR

Undvik syftningsfel. Skriv tydliga samband och ersättningsord som syftar på samma sak.

Exempel på syftningsfel

Morgondagen är inställd på grund av sjukdom.

Patienten tål inte ost, mjölk eller smör; inte heller modern och en bror.

SÄRSKRIVNINGAR

kan göra att budskapet blir felaktigt och ibland löjeväckande.

Exempel

rök fritt istället för *rökfritt*

en lång hårig man istället för *en långhårig man*

stuvad kyckling lever istället för *stuvad kycklinglever*

UNNDVIK ALLTID FÖRKORTNINGAR

Förkortningar kan vara svåra att förstå och blir ett hinder för ögat.

På webben är det viktigt att skriva ut orden med hänsyn till de som får webbtexen uppläst i ett webbverktyg. När texten blir uppläst låter förkortningar obegripliga.

Vi skriver därför ut hela orden.

Den här regeln gäller alla förkortningar, även de vanliga som
t ex -> till exempel och s k -> så kallad.

UNNDVIK ÖVERTYDLIGHET

Orden Telefonnummer, Telefon eller Mobiltelefon skriver vi inte ut. Det framgår av riktnumret att det är ett telefonnummer eller ett mobilnummer. Gäller numret en fax skriver vi det, utan kolon efter ordet, exempel Fax 0563-185 00.

Regeln för telefonnummer gäller också för e-post.

Vi skriver inte ut ordet e-post framför en e-postadress.

DISPOSITION OCH ÖVERSKÅDLIGHET

- Punktuppställningar ger tydlig översikt. Det är lätt att ta till sig och underlättar för läsaren
- Sista meningen i varje punkt i listan avslutas utan punkt. Du har så att säga redan punkterat den
- Använd faktarutor där det är befogat
- Gör innehållsförteckning om texten är lång
- Förklara tabeller och diagram så att de är lätta tolka

ANVÄND DET TREDJE SPRÅKET

Använd det tredje språket: text, bild och form i samverkan för att förstärka budskapet.

Illustrera din text med foton, grafer eller tabeller för att förklara komplicerade sammanhang. Utvecklingsenheten har tillgång till en bildbank med godkända foton och vektorbaserad grafik. Vi använder inte clipart i våra kommunala texter

Använd liknelser och exempel för att skapa levande texter

Var försiktig med bildspråk eftersom det lätt kan missförstås

Exempel på bildspråk är

Vi hoppar över kaffet och går direkt på beslut.

STOR OCH LITEN BOKSTAV

Hagfors kommun – skrivs med stor begynnelsebokstav i egennamnet Hagfors, liten begynnelsebokstav i ordet kommun. I flerordiga namn skrivs normalt sett bara första ordet med stor bokstav.

I löpande text ska namn på avdelningar, enheter och nämnder skrivas med liten begynnelsebokstav. Exempel: *utvecklingsenheten, samhällsbyggnadsutskottet, kommunfullmäktige.*

Ord som bildats av geografiskt egennamn med hjälp av ändelser skrivs med liten begynnelsebokstav, exempel *värmlänning, finländare, göteborgare.*

Ord som satts samman av ett geografiskt egennamn och ett annat ord får stor begynnelsebokstav. Exempel *Hagforsbor* eller *Ekshäradsområdet*.

MARKERADE ORD

När du vill markera ett ord eller en mening, gör det med kursiv text, alternativt kursiv och fet text.

Vi använder inte citationstecken ("...") i våra texter till annat än rena citat, det vill säga när vi ordagrant återger vad någon annan har sagt eller skrivit. Vi använder inte heller understrykningar i våra texter, eftersom en understrykning numera mest associeras med en hyperlänk.

SIFFROR OCH BELOPP

Börja inte meningar med siffror. Det kan vara svårt för ögat att se var en sådan mening börjar.

Var konsekvent när du skriver tal med siffror eller bokstäver i en löpande text.

Skriv ut små tal upp till tolv med bokstäver. I texter med många sifferuppgifter skrivs även de små talen med siffror. I tabeller förkortar vi tusentals kronor till tkr och miljoner till mkr.

Gruppera stora tal i tusental, med mellanslag inte punkt.

Till exempel 1 500, 1 500 000, men se upp så att siffrorna som hör ihop inte hamnar på olika rader.

I löpande text är det bäst att skriva ut runda tal med bokstäver (miljoner och miljarder) medan talet skrivs med siffror, exempel *2 miljoner kronor, 3 miljarder kronor*.

ADRESSER OCH TELEFONNUMMER

- Ett postnummer grupperas med tre siffror, mellanslag och två siffror, 686 80
- Skriv ut hela gatuadressen, Storgatan (inte Storg.)
- Skriv alltid ut riktnumret i ett telefonnummer. Ta med landsnummer när det är befogat
- Gruppera siffrorna så blir det mer lätläst, 0563-185 00, 08-377 02 00, 070-236 34 65
- Gör inget mellanslag mellan riktnummer och nummer, enbart ett bindestreck mellan siffrorna
- Se upp med radbyten! Håll ihop siffrorna på samma rad

TIDSANGIVELSER

- I löpande text skriver vi datum i rak följd
- Exempel *fredag den 6 augusti 2014* eller *fredag 6 augusti 2014*. Årtal skrivs alltid med fyra siffror
- Klockslag skrivs med punkt mellan siffrorna, 10.45
- I annonser och affischer kan vi använda upphöjda minutsiffror utan punkt, 10⁴⁵

E-POST

E-post är det etablerade svenska uttrycket för elektronisk post.

Använd inte det engelska ordet mail. I ledigare språk skriver vi på svenska, mejl eller mejla.

WEBBEN

En länktext ska alltid berätta vilket dokument eller vilken webbsida som öppnar sig när man klickar på länken. Undvik länkar som enbart säger klicka här eller läs mer.

Vi skriver inte understruken text på webben. Understruken text kan missuppfattas för en länk.

ANVÄND STAVNINGSKONTROLLEN

Skriv språkligt korrekt, det gör din text mer trovärdig.

I Word finns verktyg för kontroll av både stavning och grammatik.

Högerklicka på alla röda och gröna understrykningar och korrigerar din text.

FRÅGA NÅGON I DIN MÅLGRUPP

Ta för vana att låta någon ur din målgrupp läsa viktiga texter innan de publiceras. Det är väl investerad tid som du annars får ägna åt att i efterhand förklara sådant som läsaren inte förstår eller inte hittar.

Fråga hur läsaren uppfattar din text och låt personen beskriva vad han eller hon förväntas göra eller förstå efter att ha läst den.

Uppdatera texten i takt med att du får in frågor eller synpunkter. Då förbättrar du texten hela tiden.

