



Grafisk profil

Innehåll

Grafisk profil	3
Logotyp	4
Namnstrategi	11
Typografi	17
Färg	21
Bilder	25
Designsystem	27
Samarbeten	30

Varför en grafisk profil?

Kommunens varumärke är unikt eftersom det består av tre olika delar: organisationen, arbetsgivaren och platsen. Att utveckla och vårda varumärket handlar om att jobba med förbättringar steg för steg. Den grafiska profilen är den visuella delen av varumärket.

Enhetlighet, tydlighet, konsekvens och igenkänning är några anledningar till varför en grafisk profil behövs. Den beskriver hur namn, logotyp, typsnitt, färger och bildmanér används.

Den grafiska profilen ska användas konsekvent av alla verksamheter. Den gör oss tydliga och effektiva. Vi behöver inte fundera över den grafiska utformningen utan kan sätta fokus på budskapet i det som ska kommuniceras. Det förenklar jobbet och hjälper oss

att göra rätt och det blir tydligt för våra invånare att det är Katrineholms kommun som är avsändaren.

Visionen "Läge för liv och lust" är vår ledstjärna på lång sikt, medan den grafiska profilen är vår kompass i vardagen som leder oss rätt på vägen mot visionen. Genom typsnitt och bildval ska vår kommunikation förmedla visionen.

Den grafiska profilen är ett policydokument som fastställts av kommunstyrelsen. I kommunikationshandboken finns praktiska exempel på tillämpningar av den grafiska profilen. Användningen av platsvarumärket, Sveriges Lustgård, beskrivs i platsvarumärkeshandboken.

Logotyp

Logotyp

En logotyp är en grafisk bild som symboliserar ett företag, en organisation eller en offentlig verksamhet och syftar till att skapa omedelbar igenkänning.

Vårt logotyp består av en symbol i form av en stiliserad sköld med ett gaffelkors tillsammans med en ordbild i form av namnet Katrineholm satt i typsnittet Open Sans Bold.



Katrineholm

Frizon

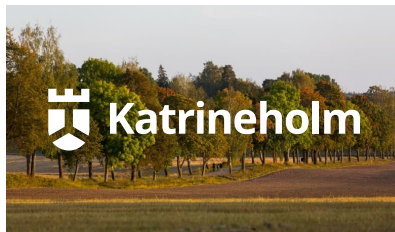
För att särskilja logotypen från omgivningen ska avståndet mellan logotypens ytterkanter och kringliggande element alltid vara minst lika stort som sköldens bredd.



Val av färg på logotyp

Logotypen finns i tre färgversioner: Rödsvarthet som används i första hand. Vit som används när logotypen används mot bild eller mot färgad bakgrund. Svart som endast används vid svartvitt tryck.

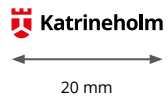
Se alltid till att det är god kontrast mellan logotyp och bakgrund så att logotypen blir tydligt.



Storlek på logotyp

Logotypens storlek och placering definieras i vårt designsystem och av logotypens frizon. Läs mer om detta i avsnittet Designsystem.

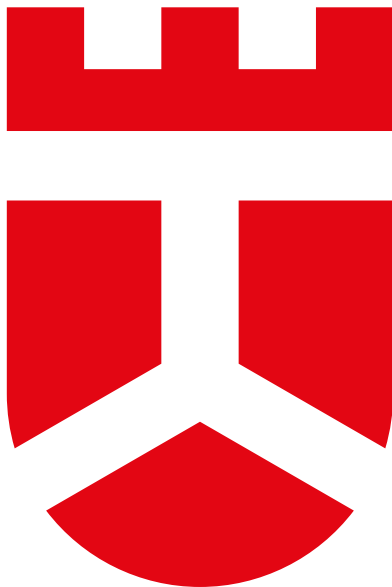
Minsta storlek för logotypen är 20 mm i bredd. Se alltid till att logotyp är tillräckligt stort för att vara tydligt.



Symbol utan ordbild

I undantagsfall kan symbolen användas utan tillhörande ordbild. Till exempel som profilbild i sociala medier.

Kontakta alltid kommunikationsenheten innan du använder symbolen utan ordbild.



Högtidssymbol

1918 fastställdes Katrineholms stadsvapen som skapats av konstnären Carl Richard Forsslund. Det omvända gaffelkorset symboliserar mötesplatsen för västra och södra stambanorna, hammaren står för industrin, den så kallade merkuriestaven för handeln och rosen för trädgårdsstaden. Vapnet kröns av en välvd murkrona i guld.

Stadsvapnet finns kvar som högtidssymbol men får endast användas i ceremoniella sammanhang som vid statsbesök, på flaggor eller på ett standar.

Stadsvapnet används inte i kommunikation som avser Katrineholms kommuns verksamhet.

All användning av stadsvapnet ska godkännas av kommunikationsenheten.



Namnstrategi

Namnstrategi

Det är viktigt att våra målgrupper på ett snabbt och enkelt sätt förstår att det är Katrineholms kommun som är användare till alla våra verksamheter. Därför ska alla verksamheter samlas under ett gemensamt varumärkesnamn.

Självklart kan det i vissa sammanhang vara viktigt att kommunicera vilken del av vår organisation som står bakom kommunikationen. För att få en enhetlighet i hur vi gör detta har vi en namnstrategi.

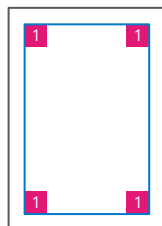
Nivå 1	Varumärkesnamn	 Katrineholm
Nivå 2	Verksamhetsnamn	Katrineholms gymnasieskolor
Nivå 3	Övriga namn	Gymnasievalet 2019
Nivå 4	Webbadress	katrineholm.se/gymnasievalet

Nivå 1: Varumärkesnamn

Vårt varumärkesnamn i form av vår logotyp placeras på en plats där den framträder tydligt. Till exempel längs till vänster i menyraden på en webbplats eller i något av de fyra hörnen på en trycksak.

Nivå 1 används i all kommunikation.

Nivå 1	Varumärkesnamn	 Katrineholm
Nivå 2	Verksamhetsnamn	Katrineholms gymnasieskolor
Nivå 3	Övriga namn	Gymnasievalet 2019
Nivå 4	Webbadress	katrineholm.se/gymnasievalet



Möjlig placering

Nivå 2: Verksamhetsnamn

I vissa fall är det viktigt för mottagaren att veta vilken verksamhet som kommunicerar. Exempel på sådana verksamheter är skolor och äldreboenden. I trycksaker placeras verksamhetsnamnet i något av de hörn där logotypen inte är placerad.

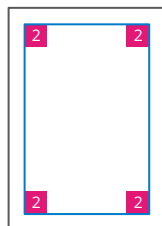
Verksamheter använder inte egna logotyper.

Nivå 2 används när mottagaren har behov av att veta vilken verksamhet som kommunicerar.

Nivå 2 används inte vid kommunövergripande kommunikation.

Särprofilering förekommer endast i yttersta undantagsfall då det kan motiveras utifrån tydliga kommunövergripande fördelar.

Nivå 1	Varumärkesnamn	 Katrineholm
Nivå 2	Verksamhetsnamn	Katrineholms gymnasieskolor
Nivå 3	Övriga namn	Gymnasievalet 2019
Nivå 4	Webbadress	katrineholm.se/gymnasievalet



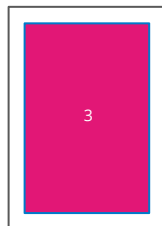
Möjlig placering

Nivå 3: Övriga namn

Ibland finns behov att kommunicera andra namn. Till exempel namnet på ett evenemang, ett projekt eller liknande. Dessa kan lyftas fram i innehållet eller i en rubrik men ska inte uppfattas som avsändare för kommunikationen.

Nivå 3 används vid behov.

Nivå 1	Varumärkesnamn	 Katrineholm
Nivå 2	Verksamhetsnamn	Katrineholms gymnasieskolor
Nivå 3	Övriga namn	Gymnasievalet 2019
Nivå 4	Webbadress	katrineholm.se/gymnasievalet



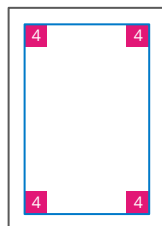
Möjlig placering

Nivå 4: Webbaddress

För att mottagaren enkelt ska kunna söka mer information behöver det framgå vart man ska vända sig. Detta förtydligas på nivå 4. I trycksaker placeras webbadressen i något av de hörn där logotypen inte är placerad. Vid utrymmebrist sätts webbadressen ut på annan plats. Till exempel på annan plats på satsytan eller i trycksakens inlaga.

Nivå 4 används vid behov.

Nivå 1	Varumärkesnamn	 Katrineholm
Nivå 2	Verksamhetsnamn	Katrineholms gymnasieskolor
Nivå 3	Övriga namn	Gymnasievalet 2019
Nivå 4	Webbadress	katrineholm.se/gymnasievalet



Möjlig placering

Typografi

Bastypsnitt

Open Sans. Används till brödtext och mellanrubriker.

Använd endast skärningarna Regular, Regular Italic, Bold och Bold Italic.

Italic ska endast användas för utmärkning.

Finns att ladda ner här:

<https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans>

Open Sans Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZzÅåÄäÖö1234567890!"#%&/()=

Open Sans Regular Italic

*AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZzÅåÄäÖö1234567890!"#%&/()=*

Open Sans Bold

**AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZzÅåÄäÖö1234567890!"#%&/()=**

Open Sans Bold Italic

***AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZzÅåÄäÖö1234567890!"#%&/()=***

Rubriktypsnitt

Playfair Display Bold. Används endast för huvudrubriker och till grafik.

Använd endast skärningen Display Bold.

Se alltid till att typsnittet är tillräckligt stort för att vara tydligt.

Finns att ladda ner här:

<https://fonts.google.com/specimen/Playfair+Display>

Playfair Display Bold
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk
LlMmNnOoPpQqRrSsTtUu
VvWwXxYyZzÅåÄäÖö
1234567890!"#%&/'()=

Användning

Huvudrubriker sätts i Playfair Display Bold. Ingresser sätts i Open Sans Regular. Brödtext sätts i Open sans Regular. Mellanrubriker sätts i Open Sans Bold.

Ingress sätts i 120% av brödtextens grad. Rubriknivå 2 sätts i samma grad som ingress men Bold. Rubriknivå 3 sätts i samma grad som brödtext men Bold.

Ingress, brödtext och rubriknivå 2 och 3 sätts med 140% radavstånd. Huvudrubriker sätts med 110% radavstånd.

All text sätts, om inget annat angivits, versalgement. Det vill säga med inledande stor bokstav följt av små bokstäver.

Huvudrubrik

Ingress. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut.

Brödtext. Lorem ipsum adolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.

Rubriknivå 2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Rubriknivå 3

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Färg

Färger

Logotypens röda färg är samma färg som återfinns i vårt stadsvapen.

Förutom den röda färgen finns en orange, en rosa, en lila, en blå och en grön färg.

Se avsnittet Användning av färger för att läsa mer om hur färgerna används tillsammans.



Röd
RGB 227/6/19
CMYK 0/100/100/0
PMS 485
#E30613



Orange
RGB 255/88/0
CMYK 0/71/100/0
PMS 021
#FF5800



Rosa
RGB 226/23/118
CMYK 0/92/18/0
PMS 213
#E21776



Lila
RGB 155/24/137
CMYK 46/100/0/0
PMS 248
#9B1889



Blå
RGB 0/122/201
CMYK 100/32/0/0
PMS 3005
#007AC9



Grön
RGB 0/155/58
CMYK 94/0/100/0
PMS 355
#009B3A

Färgsystem

RGB

Används för visning på skärm. Består av färgerna röd (R), grön (G) och blå (B). Beskrivs med ett värde mellan 0 och 255 för varje färg.

CMYK

Används för 4-färgstryck och utskrifter. Består av färgerna cyan (C), magenta (M), gult (Y) och svart (K). Beskrivs med ett procentvärde för varje färg.

PMS (Pantone Match System)

Används för tryck med färdigblandade tryckfärger på tryckeri.

Hex (#)

Används på internet. Ett alternativt sätt att beskriva RGB-färger.



Rosa

RGB 226/23/118

CMYK 0/92/18/0

PMS 213

#E21776

Användning av färger

Använd någon av följande färgkombinationer.

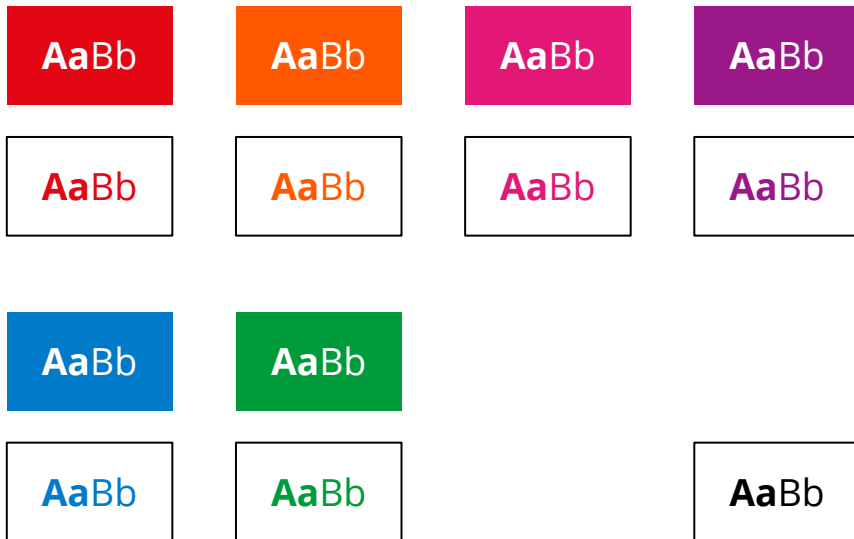
Färger kombineras endast med vitt.

Längre texter sätts i svart mot vitt.

Använd färgerna efter behov och sammanhang.

Undvik att knyta en färg till en enskild verksamhet.

Obs! Använd inte orange eller grön till text under 18 punkter alternativt 16 punkter Bold då de riskerar att bli otydliga i små grader.



Bilder

Bilder

Våra bilder ska förmedla en känsla av liv och lust och representera mångfalden och människorna i Katrineholm. Varje mottagare ska känna sig inkluderad oavsett ålder, social bakgrund, etnicitet, religion, funktionsnedsättning, könsidentitet eller sexuell läggning. Alla bilder, med undantag för generella närbilder, ska vara tagna i Katrineholms kommun.



Saker att eftersträva:

- Hög kvalitet
- Autentisk känsla
- Naturligt ljus
- Mångfald i motiv och bildutsnitt
- Natur och grönska



Saker att undvika:

- Arrangerade bilder som inte känns autentiska
- Bilder med stökiga bakgrunder
- Manipulerade bilder
- Frilagda bilder



Designsystem

Designsystem för stående och kvadratiska format

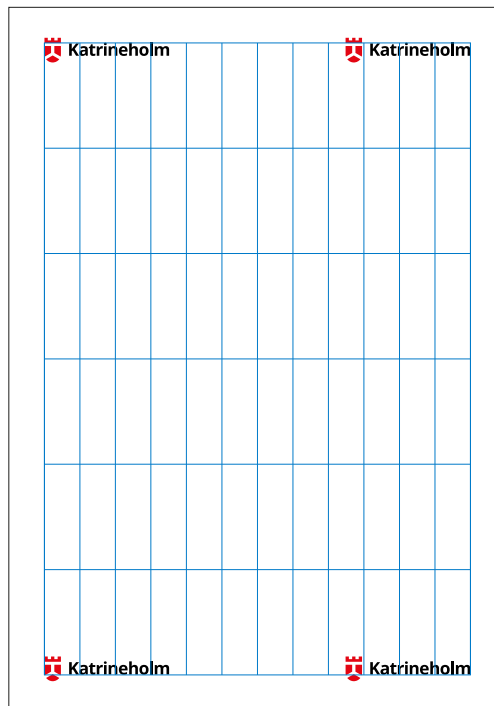
För att underlätta vårt arbete och skapa ett konsekvent uttryck när vi tar fram kommunikationsmaterial använder vi oss av ett designsystem.

Designsystemet för stående och kvadratiska format byggs upp på följande sätt:
Marginaler och satsyta bestäms genom att hela ytans bredd delas med 14. Ange detta mått som marginal i dokumentet.
Satsytan delas sedan in i 12 spalter på bredden och 6 rader på höjden.

Logotypen är 3,5 spalter bred.

När logotypen placeras i överkant ska övre kanten av h linjer med marginalen.

När logotypen placeras i underkant ska undre kanten av K linjer med marginalen.



Designsystem för liggande format

För att underlätta vårt arbete och skapa ett konsekvent uttryck när vi tar fram kommunikationsmaterial använder vi oss av ett designsystem.

Designsystemet för liggande format byggs upp på följande sätt:

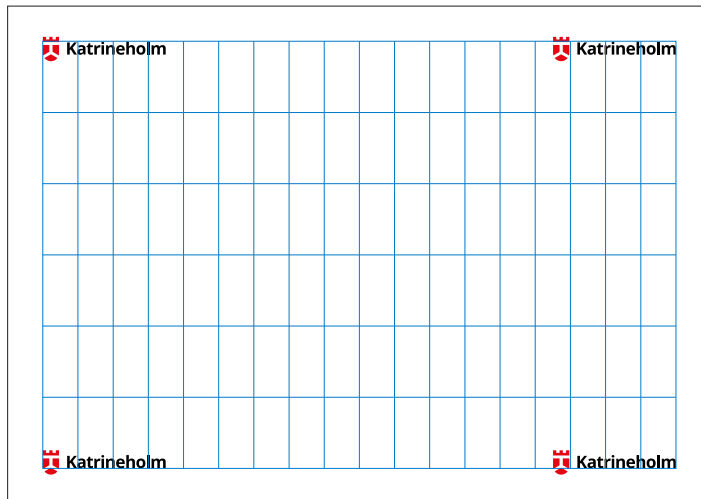
Marginaler och satsyta bestäms genom att hela ytans bredd delas med 20. Ange detta mått som marginal i dokumentet.

Satsytan delas sedan in i 18 spalter på bredden och 6 rader på höjden.

Logotypen är 3,5 spalter bred.

När logotypen placeras i överkant ska övre kanten av h linjerar med marginalen.

När logotypen placeras i underkant ska undre kanten av K linjerar med marginalen.



Samarbeten

Katrineholm är huvudavsändare

Katrineholms grafiska profil används.

Katrineholms logotyp placeras i något av de övre hörnen.

Samarbetspartners namn placeras i något av de nedre hörnen. I första hand uttryckta i text och i andra hand med parternas logotyper. Logotyperna sätts i svart eller vitt beroende på bakgrund. Om logotyper sätts mot färgad bakgrund eller mot bild sätts de i vitt. Logotyperna ska uppfattas mindre än Katrineholms logotyp.

Texten "I samarbete med" eller liknande ska alltid finnas med.



Katrineholm och partner är likvärdiga avsändare

Ingen av parternas varumärke ska vara mer framträdande.

Ingen av parternas designelement används.

Märkets frizon används.

Undvik om möjligt likvärdiga avsändare.



Katrineholm är partner till huvudavsändaren

Partnerns visuella identitet används.

Märkets frizon används.

Texten "I samarbete med", "På uppdrag av" eller "Med stöd av" eller liknande ska alltid finnas med.



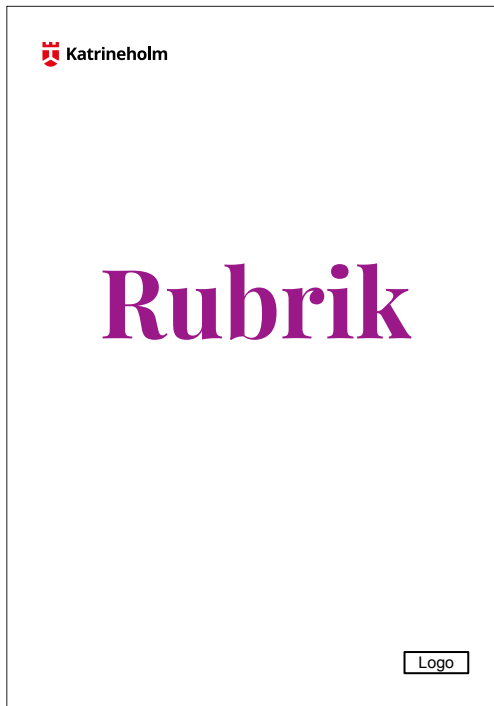
Certifieringar och utmärkelser

Katrineholms logotyp placeras i något av de övre hörnen.

Om certifieringen eller utmärkelsen förstärker vårt budskap används certifieringens eller utmärkelsens logotyp. I annat fall omnämns den i text.

Om certifieringens eller utmärkelsens logotyp används placeras den i något av de nedre hörnen. Logotypen ska uppfattas mindre än Katrineholms logotyp. Om logotyper sätts mot färgad bakgrund eller mot bild sätts de i vitt.

Om utrymmet är begränsat eller logotypen riskerar bli otydlig omnämns certifieringen eller utmärkelsen i text.



Certifieringar och utmärkelser

Katrineholms logotyp placeras i något av de övre hörnen.

Om certifieringen eller utmärkelsen förstärker vårt budskap används certifieringens eller utmärkelsens logotyp. I annat fall omnämns den i text.

Om certifieringens eller utmärkelsens logotyp används placeras den i något av de nedre hörnen. Logotypen ska uppfattas mindre än Katrineholms logotyp. Om logotyper sätts mot färgad bakgrund eller mot bild sätts de i vitt.

Om utrymmet är begränsat eller logotypen riskerar bli otydlig omnämns certifieringen eller utmärkelsen i text.



Kommunala bolag

Kommunen och alla dess verksamheter ska ha en sammanhållen kommunikation som stärker vårt gemensamma varumärke – Katrineholms kommun. Den grafiska profilen får användas av bolagen, men de har även möjlighet till särprofilering. Då använder de inte kommunens märke/logotyp, typsnitt eller färger men kommunicerar alltid att de är en del av Katrineholms kommun. När nya bolag startas ska deras grafiska profil ta hänsyn till kommunens grafiska profil. Det gäller även om det blir aktuellt att arbeta om en redan befintlig bolagsprofil.