

Beslutad av:
Datum:
Dokumentet gäller för:
Dokumentansvarig:
Ärendenummer:

Riktlinje för kommunikation

Riktlinjen kan användas som en handbok för hur vi jobbar med kommunikation i Hallsbergs kommun. Syftet är att vi ska arbeta med kommunikation på ett enhetligt sätt, att kvaliteten ska vara hög och att det material vi producerar ska vara tillgängligt för alla. I riktlinjen kan du läsa om hur vi arbetar med vårt varumärke och vår kommunikation. Du kan också se vår grafiska profil och få praktisk vägledning i hur du arbetar med den.

Riktlinje

Avser främst frågor som rör ren verkställighet och kan ses som en handbok för hur arbetsuppgifterna rekommenderas att utföras



**HALLSBERGS
KOMMUN**

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	3
Varumärke	4
Hallsbergs kommuns varumärke.....	4
Vikten av ett starkt varumärke.....	4
Slogans och budskap.....	5
En gemensam visuell identitet stärker varumärket ...	5
Anpassade profiler och egna varumärken.....	5
Kommunala bolag.....	5
Kommunikation.....	6
Kommunikationsplattform.....	6
Kommunikationsstrategi.....	8
Tillgänglig kommunikation.....	8
Inkluderande kommunikation.....	9
Skrivregler.....	10
Produktion av material.....	11
Grafisk profil.....	12
Logotyp.....	12
Teckensnitt.....	12
Färgpalett.....	12
Grafiska element.....	12
Bilder.....	12
Grafisk manual.....	14
Logotyp.....	14
Teckensnitt.....	18
Typografi.....	20
Färgpalett.....	22
Grafiska element.....	24
Bilder.....	26
Samarbeten.....	28
Profilerings.....	30
Vardagskommunikation.....	32
Tillämpningar.....	34
Informationsbroschyr.....	34
Informationsaffisch.....	38
Dekoraffisch.....	40
Annonser.....	42
Roll up.....	42

Sammanfattning

I den här riktlinjen kan du både läsa om hur vi arbetar strategiskt med kommunikation och få handfasta tips. Riktlinjen ska hjälpa oss att

- arbeta med kommunikation på ett enhetligt sätt
- hålla hög kvalitet på kommunikationen
- kommunicera tillgängligt.

Varumärke

I avsnittet förklarar vi hur vi arbetar med vårt varumärke och varför ett starkt varumärke är viktigt för oss som kommun.

Kommuns varumärke är summan av de uppfattningar som finns om kommunen, både inom och utanför organisationen. Man kallar också det kommunens rykte, eller förtroendet för kommunen. Kvaliteten på vår service och våra verksamheter är grunden för varumärket.

Alla verksamheter i kommunen har ett gemensamt varumärke - Hallsbergs kommun, och en gemensam visuell identitet. Varumärkesarbetet är viktigt för oss eftersom ett starkt varumärke kan leda till att demokratin stärks.

Kommunikation

I Kommunikation presenteras vår kommunikationsplattform och vår kommunikationsstrategi. Du får också läsa om vikten av att kommunicera tillgängligt och inkluderande, hur vi ska uttrycka oss och hur material ska produceras.

Kommunikationsplattformen är grunden för vårt kommunikationsarbete. Den består av kommunens vision, strategiska områden, mål och värdeord. Kommunikationsstrategin beskriver vårt förhållningssätt till kommunikation. Kommunikationen ska vara saklig, pålitlig och samordnad. Vi ska alltid kommunicera utifrån ett syfte och vi ska följa den grafiska profilen på ett enhetligt sätt.

Vår kommunikation ska vara tillgänglig för alla. Det innebär man ska ha möjlighet att ta till sig den oavsett vilka förutsättningar man har. Vår vision om det öppna Hallsberg innebär att vi ska spegla mångfalden som finns i kommunen och vara medvetna och jämlika i vår kommunikation. Som offentlig organisation har vi också ett speciellt ansvar att uttrycka oss begripligt. Ytterst handlar det om demokrati: Alla ska kunna förstå och ta till sig vad vi som myndighet skriver.

Grafisk profil, grafisk manual och tillämpningar

I riktlinjens tre sista avsnitt får du veta mer om hur vårt kommunikationsmaterial ska se ut. Vi har en gemensam visuell identitet. Det innebär att alla verksamheter ska använda kommunens logotyp och följa den grafiska profilen och -manualen. Vårt kommunikationsmaterial ska hålla en hög kvalitet.

Den grafiska profilen består av logotyp, teckensnitt, färgpalett, grafiska element och bilder. I avsnittet Grafisk profil presenteras profilen kort. Den grafiska manualen beskriver hur du använder den grafiska profilens olika delar. Där finns regler för vad du får och inte får göra. Avsnittet Tillämpningar innehåller detaljerade instruktioner för hur du arbetar med våra Indesign-mallar.

Varumärke

I det här avsnittet beskrivs det varför varumärkesarbete är viktigt, hur vi bygger ett starkt varumärke och hur vi arbetar med varumärket ur ett kommunikationsperspektiv.

Hallsbergs kommuns varumärke

Organisationen Hallsbergs kommuns varumärke är summan av de uppfattningar som finns om kommunen, både inom och utanför organisationen.

Hallsbergs kommuns varumärke skapas i många sammanhang: i mötet med de som bor och verkar i kommunen, i media, på organisationens arbetsplatser och genom vår interna och externa kommunikation. Istället för att benämna det som kommunens varumärke skulle man kunna kalla det kommunens rykte, eller förtroendet för kommunen.

Kvaliteten på vår service och våra verksamheter är grunden för kommunens varumärke. Vi kan påverka bilden av organisationen genom vårt sätt att agera. Att mötet mellan oss och vår omvärld fungerar bra är avgörande för att vi ska kunna skapa ett starkt varumärke.

Organisationen Hallsbergs kommuns varumärke ska inte blandas ihop med den geografiska platsen Hallsbergs kommuns varumärke, det så kallade platsvarumärket.

Vikten av ett starkt varumärke

Ett starkt varumärke innebär för oss att omvärlden

- förutsätter att vi utför våra uppdrag på bästa sätt
- har förståelse för varför vi agerar som vi gör
- har förtroende för vår kompetens
- litar på att vi tar ansvar
- upplever att vi ger ett gott bemötande.

Ett starkt varumärke leder till att

- demokratin stärks
- de som bor och verkar i kommunen utövar sina rättigheter och fullgör sina skyldigheter.
- kommunen kan påverka invånarnas beteende
- kommunen blir en attraktiv arbetsgivare.

Kommunikation kan bidra till att stärka vårt varumärke genom

Varumärke - kort definition

Vårt varumärke är summan av de uppfattningar som finns om kommunen, både inom och utanför organisationen.

Service och kvalitet är grunden

Det är i mötet med omvärlden varumärket skapas. Kvaliteten på vår service och våra verksamheter är grunden för att kunna skapa ett starkt varumärke.

Vikten av ett starkt varumärke

Ett starkt varumärke leder ytterst till att demokratin stärks.

att vi kommunicerar tydligt, öppet och tillgängligt samt genom vår visuella identitet, men grunden till varumärket skapas alltid ute i verksamheterna.

Slogans och budskap

Hallsbergs kommun har ingen beslutad slogan. Egna slogans eller återkommande budskap för verksamheter får inte tas fram. "Det öppna Hallsberg" eller "Glädje, driv, öppenhet" ska inte slentrianmässigt användas som slogans.

En gemensam visuell identitet stärker varumärket

Alla verksamheter i kommunen har ett gemensamt varumärke – Hallsbergs kommun, och en gemensam visuell identitet. Vår grafiska profil består av de byggstenar vi använder för att skapa vår visuella identitet.

Vilken kanal vi än väljer när vi kommunicerar ska det vara tydligt att det är Hallsbergs kommun som är avsändare. För att skapa igenkänning och kontinuitet är det viktigt att vår grafiska profil används i allt material från samtliga verksamheter och att vår grafiska manual alltid följs.

Anpassade profiler och egna varumärken

Anpassade profiler eller egna varumärken kan vara lämpliga i enstaka undantagsfall. Beslut om godkännande att skapa en anpassad profil eller ett eget varumärke tas av kommunikationsavdelningen.

En anpassad profil har en stark koppling till kommunens grafiska profil. Den har ingen egen logotyp och inga egna färger. Sättet den särskiljer sig på är att den till exempel kan ha ett eget dekorelement eller ett anpassat bildmanér.

Ett eget varumärke har sin egen grafiska profil med egen logotyp och egna färger. Den ska dock harmoniera med kommunens visuella identitet.

Profilen eller varumärket ska tas fram på ett professionellt sätt i samarbete med kommunikationsavdelningen.

Kommunala bolag

Kommunala bolag som bedriver utåtriktad verksamhet får ta fram en egen visuell identitet. Profilen eller varumärket ska tas fram på ett professionellt sätt i samarbete med kommunikationsavdelningen.

Vi använder inte "Hallsberg. Nära till..."

"Hallsberg. Nära till..." är inte längre kommunens slogan och ska inte användas.

Vi har ett gemensamt varumärke

Alla verksamheter i kommunen har ett gemensamt varumärke – Hallsbergs kommun.

En tydlig avsändare

Vilken kanal vi än väljer när vi kommunicerar ska det vara tydligt att det är Hallsbergs kommun som är avsändare.

Egen profil eller varumärke

Anpassade profiler eller egna varumärken kan vara lämpliga i enstaka undantagsfall. Beslut tas av kommunikationsavdelningen.

Egna visuella identiteter ska tas fram professionellt

Den egna profilen eller varumärket ska tas fram på ett professionellt sätt i samarbete med kommunikationsavdelningen.

Vissa bolag har behov av ett eget varumärke

Kommunala bolag med utåtriktad verksamhet får ta fram en profil eller ett eget varumärke

Kommunikation

I det här avsnittet beskrivs vår kommunikationsplattform, vår kommunikationsstrategi och varför vi arbetar med tillgänglig och inkluderande kommunikation.

Kommunikationsplattform

Kommunikationsplattformen är grunden för kommunens kommunikationsarbete. Plattformen består av kommunens vision, strategiska områden, mål och värdeord.

Vision

Visionen om det öppna Hallsberg beskriver hur vi vill att kommunen ska vara i framtiden. Det är visionen vi strävar mot.

Strategiska områden och mål

De strategiska områdena är kommunens väg till att nå visionen. Nämnderna sätter upp mål som omvandlar de strategiska områdena till konkreta aktiviteter.

Värdeord

Värdeorden symboliserar grundtanken i kommunens verksamhet. De beskriver vilket förhållningssätt vi ska ha i vårt arbete och hur vi ska agera varje dag.

Hur vi använder vår kommunikationsplattform

All kommunikation som görs i kommunen ska ske i syfte att förverkliga kommunens vision och mål. Kommunikationen kan bland annat spegla visionen genom att

- vi arbetar med kommunikation på ett genomtänkt sätt
- vi visar den mångfald som finns i kommunen
- vi arbetar inkluderande med kommunikationen
- vi har hög kvalitet på vårt material.

I arbetet med att nå målen, de konkreta aktiviteterna, har kommunikationen ofta en stöttande funktion och kan bidra till att målen nås.

Vår kommunikation ska alltid genomsyras av visionen och värdeorden. Det kan vi uppnå bland annat genom att se till att den grafiska profilen, de ord och den tonalitet vi använder när vi kommunicerar överensstämmer med innebörden av visionen och värdeorden.

Läs vidare: Hallsbergs kommuns styrsystem, ärendenummer KS-176/2014

Vår kommunikationsplattform

Plattformen består av kommunens

- vision
- strategiska områden och mål
- värdeord.

Vi kommunicerar med ett syfte

All kommunikation som görs i kommunen ska ske i syfte att förverkliga kommunens vision och mål. Vår kommunikation ska alltid genomsyras av visionen och värdeorden. I arbetet med att nå målen, har kommunikationen ofta en stöttande funktion och kan bidra till att målen nås.

Vision: Det öppna Hallsberg

I Hallsbergs kommun är alla välkomna, oavsett vem man är, var man kommer från och vart man är på väg. Den trivsamma blandningen av landsbygd, natur och samhällen erbjuder livskvalitet och upplevelser för alla. Det lokala näringslivet visar framåtanda och drivkraft, och utvecklar både region och individer.

Våra goda kommunikationer med omvärlden skapar möten och formar Hallsberg till en kommun som alltid är vaken.

De kommunala verksamheterna verkar nära individen, erbjuder ett professionellt bemötande och är lyhörda för idéer och synpunkter.

Vi ser positivt på framtiden och tar långsiktigt ansvar för nuvarande och kommande utmaningar.

Hur vi agerar varje dag

Nämndernas mål

Värdeord

Glädje

Hallsbergs kommun, såväl organisation som geografiskt område, kännetecknas av varierande mötesplatser där människor känner glädje och stolthet. Glädjeämnen i vardagen finns bland annat i kommunens varierande och fina natur och i det rika föreningslivet. Vi bemöter varandra med respekt, inspirerar och ger varandra kraft och energi.

Driv

Här får man saker gjorda. Man är snabb till beslut och entreprenörskap är ett honnörsord. Vi fångar upp goda idéer och omsätter dem i verklighet. De kommunala verksamheterna kommunicerar tydligt och öppet, och beundras för sin förmåga att ta hand om synpunkter och utveckla kvalitén.

Öppenhet

I dialog med invånare och näringsliv utvecklas hela kommunen. Vi tar intryck av goda idéer och stora förändringar är alltid väl förankrade och påverkade av dem som berörs. Vi är stolta över vårt integrationsarbete och öppna för mångfald. Hallsberg är alltid öppet och vi erbjuder service dygnet runt.

Strategiska områden

Hållbar kommun

Hallsbergs kommun ska vara ett ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbart samhälle, där människors livskvalité ökar utan att det påverkar vår gemensamma miljö.

Livslångt lärande

Allas lika rätt till en bra utbildning är en förutsättning för ett samhälle där alla får ett gott liv.

Allas inflytande

De kommunala verksamheterna verkar nära individen, och ska erbjuda ett professionellt bemötande och vara lyhörda för idéer och synpunkter.

God service

De kommunala verksamheterna ska kommunicera tydligt och öppet. Kommunen ska fortsätta att arbeta med att utveckla informationen till våra invånare.

Kommunikationsstrategi

Kommunens kommunikationspolicy beskriver vårt förhållningssätt till kommunikation. I kommunikationspolicyen står bland annat följande:

Hur vi kommunicerar

- Vi kommunicerar alltid utifrån ett syfte. Målgrupper ska identifieras och kommunikationen ska planeras så att den
 - är relevant
 - når målgrupperna när de behöver den
 - ges i de kanaler målgrupperna förväntar sig att få den.
- Kommunikationen ska vara saklig och pålitlig.
- Vi informerar inåt innan vi informerar utåt. Välinformerade medarbetare kan ge den bästa möjliga servicen.
- Kommunikationen ska vara samordnad.
- Kommunikationen ska planeras och budgeteras redan i samband med att förslag till beslut eller agerande tas fram.
- Den grafiska profilen ska följas på ett enhetligt sätt.

Hur vi uttrycker oss

- Vi ska vara lättillgängliga och begripliga, språket ska vara enkelt och korrekt.
- Vi ska skriva för målgruppen.
- Fackspråk ska bara användas när det behövs. Speciella ord och förkortningar ska vid behov förklaras.

Ansvar

- Styrelser, nämnder, kommunledning och förvaltningar har ansvar för att kommunikation blir möjlig.
- Den som ansvarar för en verksamhet har ansvar för att verksamheten följer strategier och riktlinjer samt att kommunikationsaspekterna tas med vid beslut.
- Varje chef har ansvar för att kommunikationen fungerar i den egna verksamheten.

Läs vidare: Kommunikationspolicy för Hallsbergs kommun, ärendenummer KS-47/2015.

Vår kommunikation ska

- vara relevant
- nå målgrupperna när de behöver den
- ges i kanalerna målgrupperna förväntar sig att få den.

Vi uttrycker oss

- begripligt
- korrekt
- med målgruppen i åtanke.

Chefen har ansvar för kommunikationen

Du som ansvarar för en verksamhet har också ansvar för att verksamheten följer strategier och riktlinjer samt att kommunikationsaspekterna tas med vid beslut.

Tillgänglig kommunikation

10-20 procent av Sveriges befolkning har någon form av funktionsnedsättning. Det kan innebära att man har svårt att

- röra sig
- läsa och skriva
- förstå
- se
- höra
- tala
- koncentrera sig och minnas.

25 procent av alla vuxna i Sverige har problem att läsa. Vi ska se till att vår kommunikation är tillgänglig för alla. Det innebär att vår kommunikation ska presenteras på ett sådant sätt att man kan ta till sig den oavsett vilka förutsättningar man har och i vilken kanal den publiceras. Om du är osäker på vad som krävs kan kommunikationsavdelningen hjälpa dig att kvalitetssäkra din text eller din produkt. (Statistik: funka.com.)

Läs vidare: Myndigheten för delaktighets webbplats: mfd.se, kunskapsområde tillgänglig information och kommunikation.

Inkluderande kommunikation

Vår vision om det öppna Hallsberg innebär att vi i alla sammanhang ska spegla mångfalden som finns i kommunen och vara medvetna och jämlika i vår kommunikation.

Det är viktigt att alla våra invånare känner sig inkluderade. Vi kan uppnå det bland annat genom att göra medvetna val av ord och bilder. Tänk på vad orden eller bilden förmedlar: Befäster den invanda normer? Hur porträtterar vi olika typer av personer? Visar vi kommunens mångfald i form av

- klass
- etnicitet
- religion
- funktionsnedsättning
- kön
- könsidentitet
- sexuell läggning?

Läs vidare: Schyst! – en inspirationskälla till jämlik kommunikation, utgiven av Region Värmland.

Vi ska vara tillgängliga

Vi ska se till att kommunikationen är tillgänglig för alla, oavsett förutsättningar.

Kommunikationsavdelningen kan ge råd

Om du är osäker på vad som krävs för att din kommunikation ska vara tillgänglig kan kommunikationsavdelningen hjälpa dig att kvalitetssäkra din text eller din produkt.

Det öppna Hallsberg

Vår vision innebär att vi i alla sammanhang ska spegla mångfalden i kommunen.

Visar vi kommunens mångfald?

Tänk på vad ord eller bilder förmedlar: Hur porträtterar vi olika typer av personer? Speglar vår kommunikation vår vision om det öppna Hallsberg?

Skrivregler

Som offentlig organisation har vi ett speciellt ansvar att uttrycka oss begripligt. Ytterst handlar det om demokrati: Alla ska kunna förstå och ta till sig vad vi som myndighet skriver.

I språklagen står bland annat att vi ska skriva vårdat, enkelt och begripligt. Det står också att vi ska sträva efter att uttrycka oss lättbegripligt. Språket ska följa den officiella språkvårdens rekommendationer och kunna förstås av den enskilde.

Det kräver ett enkelt språk, det vill säga ett språk utan svårbegripliga ord och med en enkel och tydlig grammatisk uppbyggnad. Även den grafiska utformningen ska vara enkel och tydlig.

Vi följer Myndigheternas skrivregler

Myndigheternas skrivregler kan laddas ned gratis från Institutet för språk och folkminnen: sprakochfolkminnen.se.

Textens utseende påverkar läsbarheten

- Avstava inte om det inte är absolut nödvändigt.
- Dela upp din text med hjälp av rubriker och stycken.
- Skriv korta meningar.

Skriv könsneutralt

Vi bör sträva efter att använda ett könsneutralt språk. Könsneutrala ord och benämningar är särskilt viktiga när kön är oviktigt och när man vill vara säker på att inkludera alla mottagare av en text.

Varken *han* eller *hon* ska användas med könsneutral syftning. Försök också att använda könsneutrala yrkesbeteckningar. Skriv alltså lärare om både män och kvinnor. Om kön behöver preciseras, görs det med adjektiven manlig och kvinnlig: kvinnlig justerare, manlig sjuksköterska.

Skrivregler i korthet

- Byråkratiskt språk, fackord och interna begrepp försvårar för läsaren. Förklara fackord om de måste användas.
- Använd ett ledigt och modernt språk.
- Undvik förkortningar. Om du använder dem, skriv ut vad de betyder.
- Tänk på att läsaren inte ska behöva känna till hur kommunen är organiserad för att förstå vad vi skriver.
- Undvik helst *vi* eller *vår*, men om du ska använda dem måste det vara tydligt vilken del av kommunen som är *vi*.

Vi har ansvar att uttrycka oss begripligt

Ytterst handlar det om demokrati. Alla ska kunna förstå och ta till sig vad vi som myndighet skriver.

Vi skriver enkelt, vårdat och begripligt

1. Låt mottagaren och syftet styra.
2. Skriv lättlästa meningar.
3. Använd enkla och begripliga ord.
4. Gör texten överskådlig genom att använda rubriker och stycken.

Stor eller liten bokstav?

Följande skrivs med liten bokstav:

Titlar.

- kommundirektör
- kommunstyrelsens ordförande
- undersköterska

Nämnder, förvaltningar och enheter.

- drift- och serviceförvaltningen
- städavdelningen
- social- och arbetsmarknadsnämnden

Vissa beteckningar för grundläggande samhällsfunktioner, när du syftar på funktionen och inte organisationsnamnet.

- polisen
- regeringen
- riksdagen

Följande skrivs med stor bokstav:

Nämnder, myndigheters och förvaltningars fullständiga namn.

- Kommunstyrelsen i Hallsberg
- Bildningsnämnden i Hallsberg

Centrala verk och myndigheter som har hela landet som verksamhetsområde.

- Boverket
- Försäkringskassan
- Socialstyrelsen

Att skriva för webben

Vi läser texter på skärm annorlunda än texter på papper. På skärmar skumläser vi mer och hoppar mer mellan textstycken och bilder. Samtidigt är överblicken ofta begränsad. Därför är det extra viktigt att webbsidor och webbtexter är överskådliga så att läsaren snabbt hittar det den söker.

Tänk på att många besökare kommer direkt till webbsidan från en sökmotor, inte från startsidan. Det kräver att sidorna kan fungera självständigt och att sammanhanget de ingår i är tydligt.

På webben är det extra viktigt att skriva kortfattat, gå rakt på sak och ta bort information som inte behövs. Korta stycken ökar läsbarheten och underlättar navigationen i texten. Om du skriver en längre text bör den ha en inledande sammanfattning.

Rubriker underlättar också navigationen. De ska sammanfatta texten och vara så informativa som möjligt.

Läs vidare: Myndigheternas skrivregler, utgiven av Språkrådet.

Produktion av material

Vårt material ska hålla en hög kvalitet på både innehåll och utseende. Vi riktar oss till en bred målgrupp och det är viktigt att en så stor del av den som möjligt kan ta till sig materialet.

För att vi ska kunna hålla en hög nivå på vår kommunikation ska original till allt externt riktat material och visst internt material produceras av kommunikationsavdelningen eller av en extern leverantör. Det gäller till exempel

- affischer
- broschyrer
- roll up
- årsredovisning.

Om en extern leverantör används ska kommunikationsavdelningen alltid involveras för att kvalitetssäkra materialet.

När du själv producerar material ska du använda våra Office-mallar. Det finns mallar för bland annat

- styrdokument
- brev
- rapporter
- Powerpoint-presentationer.

Att läsa på skärm är inte som att läsa på papper

Vi läser texter på skärm annorlunda än texter på papper. På skärmar skumläser vi och hoppar mellan textstycken och bilder.

Skrivregler för webben

1. Skriv kort, gå rakt på sak och ta bort information som inte behövs.
2. Skriv korta stycken.
3. Rubriker ska sammanfatta texten och vara informativa.
4. Längre texter bör ha en inledande sammanfattning.

Kvaliteten på vårt material

Material från kommunen ska hålla en hög kvalitet när det gäller innehåll, utseende och tillgänglighet.

Exempel: vem tar normalt fram materialet?

Kommunikationsavdelningen eller extern leverantör:

- Affischer
- Broschyrer
- Roll up
- Årsredovisning

Medarbetare:

- Styrdokument
- Powerpoint-presentationer
- Rapporter
- Informationsbrev

Använd våra Office-mallar

När du själv producerar material ska du använda våra Office-mallar. Du hittar dem direkt i programmen.

Grafisk profil

I det här avsnittet presenteras vår grafiska profil i korthet. I vår grafiska profil ingår logotyp, teckensnitt, färgpalett, grafiska element och bilder. Detaljerad information om hur du använder profilen och exempel på tillämpningar finns i nästa avsnitt, Grafisk manual.

Den grafiska profilen består av de element vi bygger upp kommunens visuella identitet med.

Logotyp

Vår logotyp består av kommunvapnet tillsammans med texten Hallsbergs kommun.

Teckensnitt

I profilerande material som produceras av kommunikationsavdelningen eller extern leverantör använder vi teckensnitten Avenir Next LT Pro och Adobe Garamond.

I Word- och Powerpoint-mallar samt övrigt material som produceras ute i verksamheterna använder vi Calibri.

Färgpalett

Vår färgpalett består av de tre profilfärger: blå, rosa och grå, och tre accentfärger: mörkblå, vinröd och gul.

Grafiska element

Etikettens uppgift är att guida läsaren.

Tonplattornas funktion är att skapa rörelse och dynamik.

Bilder

De bilder vi använder ska spegla våra värdeord: glädje, driv och öppenhet samt vår vision: Det öppna Hallsberg.

Den grafiska profilen styr hur vår kommunikation ser ut

Den grafiska profilen kan ses som en verktygslåda och består av de element vi bygger upp kommunens visuella identitet med.

Profilfärger



Accentfärger



Avenir Next LT Pro Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
 1234567890,?!)

Adobe Garamond
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
 1234567890,?!)

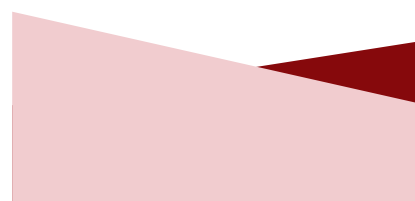
Calibri Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
 1234567890,?!)



Etiketten



Tonplattorna



Grafisk manual

I det här avsnittet ges utförliga beskrivningar över hur du använder den grafiska profilens olika element. Du hittar också detaljerade beskrivningar över hur det material vi producerar ska se ut.

Logotyp

Logotypen är kommunens främsta kännetecken. Den ska användas av alla kommunens verksamheter och ska alltid finnas med i material där kommunen är avsändare.

Vår logotyp består av kommunvapnet tillsammans med texten Hallsbergs kommun.

Versioner

Logotypen finns i tre versioner: färg, svart och vit.

Användning

Logotypen ska användas i sin helhet och får inte beskäras, förvrängas eller förändras på annat sätt. Den får inte heller snedställas.

Inga egna varianter av logotypen får förekomma. Det är inte tillåtet att lägga till förvaltningars eller enheters namn för att skapa en egen variant av logotypen.

Gamla varianter

Logotypen har bearbetats lätt. Se alltid till att du använder den aktuella versionen av logotypen. Flera gamla varianter har också tagits bort. Dessa är alltså inte längre tillåtna att använda. Det gäller varianterna med texten Hallsbergs kommun på en rad och med tillägget "nära till..." eller namn på förvaltning nämnd eller enhet.

Storlek

För att logotypen ska vara tydlig får dess bredd inte vara mindre än 25 mm. Undantag kan göras efter beslut av kommunikationsavdelningen.

Frizon

Frizonen är det minsta utrymme runt logotypen som ska vara fritt från text, bild eller annan grafik. Frizonen gäller också för avståndet till kanten på det material logotypen placeras på. Logotypens frizon är halva kommunvapnets bredd, men får gärna vara större.

Logotypen är vårt främsta kännetecken.

Den ska användas av alla kommunens verksamheter och ska alltid finnas med i material där kommunen är avsändare.

Det är inte tillåtet att skapa en egen variant av logotypen

Du får inte göra en egen variant av logotypen, till exempel lägga till en förvaltning eller enhets namn.

Använd inte gamla varianter av logotypen

Logotypen har bearbetats lätt för att ge ett mer harmoniskt intryck. Se alltid till att du använder den aktuella varianten av logotypen.

Logotypen finns i tre versioner.



HALLSBERGS
KOMMUN



HALLSBERGS
KOMMUN



HALLSBERGS
KOMMUN

Logotypen får inte beskäras, förvrängas eller förändras.



HALLSBERGS
KOMMUN

Kommunstyrelseförvaltningen



HALLSBERGS
KOMMUN



HALLSBERGS
KOMMUN



Hallsbergs
kommun



HALLSBERGS
KOMMUN

Den gamla versionen av logotypen som inte längre får användas.



HALLSBERGS
KOMMUN



HALLSBERGS KOMMUN



HALLSBERGS KOMMUN
nära till...



HALLSBERGS KOMMUN
Social- och arbetsmarknadsnämnden

Logotypens bredd ska inte vara mindre än 25 mm



HALLSBERGS
KOMMUN

25 mm

Logotypens frizon är halva vapnets bredd.



HALLSBERGS
KOMMUN

Placering

Logotypen ska placeras i ett hörn. Undantag görs på trycksaker där profilelementet etiketten används. Då är logotypen placerad centrerad längst ner på den. Andra undantag kan också göras när det är nödvändigt.

Logotypen får bara placeras på högkant om utrymmet gör att det är nödvändigt, till exempel på en beachflagga.

Kommunvapnet som ensam symbol

I speciella fall kan det vara motiverat att använda enbart kommunvapnet. Detta gäller om logotypen ska placeras på en begränsad yta där texten blir för liten att läsas, till exempel på pennor. Det gäller också i vissa digitala sammanhang som i sociala medier. Kommunvapnet får också användas utan ordbilden i dekorativa sammanhang, som på högtidligare inbjudningar och diplom.

Användning av kommunvapnet som ensam symbol ska alltid beslutas av kommunikationsavdelningen.

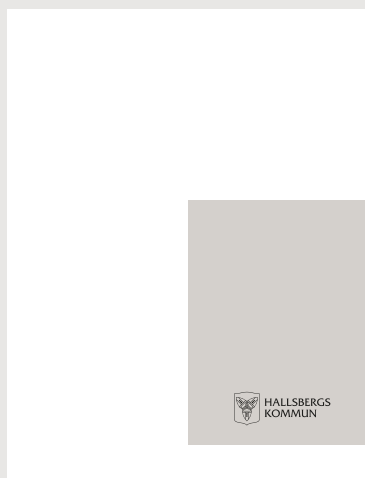
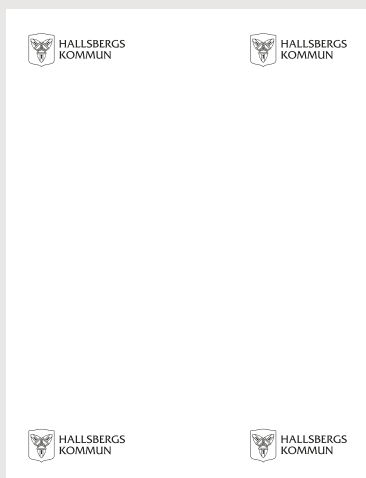
Bakgrund

Logotypen får placeras på tonplattor och bilder när kontrasten dem emellan är god. Den färgade och den svarta versionen ska placeras mot ljus bakgrund och den vita mot mörk.

Användning av logotypen

- Logotypen placeras generellt i ett hörn.
- Den får bara ställas på högkant när det är nödvändigt.
- Kommunvapnet får användas som ensam symbol i vissa fall.
- Kontrasten mellan logotypen och bakgrunden ska vara god.

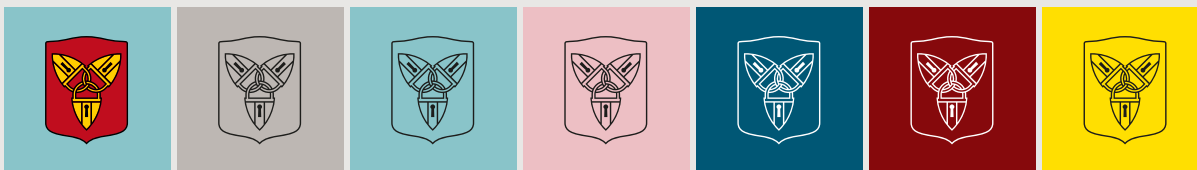
Logotypen placeras generellt i ett hörn, men undantag finns.



Logotypen får placeras på högkant om utrymmet kräver det.



Kommunvapnet får användas som ensam symbol i speciella fall.



Kontrasten mellan logotypen och bakgrunden ska vara god.



Teckensnitt

Våra teckensnitt är utvalda eftersom de har hög läsbarhet och får inte bytas ut. Teckensnitten ska alltid användas i vår kommunikation. Inga andra teckensnitt ska användas.

Profilteckensnitt

I profilerande material som produceras av kommunikationsavdelningen eller extern leverantör använder vi teckensnitten Avenir Next LT Pro och Adobe Garamond.

Avenir Next LT Pro används i material som produceras av kommunikationsavdelningen eller externa leverantörer. Teckensnittet fungerar bra i alla storlekar.

Avenir Next LT Pro används i både rubriker och brödtext. Till brödtext använder vi skärningen *regular* och till rubriker används i första hand skärningen *demi bold*. Skärningen *bold* kan användas till rubriker och kortare meningar i stora textstorlekar, till exempel på affischer och roll-ups.

Adobe Garamond kan användas som alternativ till Avenir Next LT Pro i längre brödtexter samt i högtidligare sammanhang. Teckensnittet får bara användas i rubriker i material där det också används i brödtexten men får aldrig användas till rubriker i stora storlekar.

Vardagsteckensnitt

I Word- och Powerpoint-mallar samt övrigt material som produceras ute i verksamheterna använder vi Calibri. Calibri finns på alla datorer i kommunen och i våra Office-mallar.

Teckensnitt i digitala kanaler

I digitala kanaler där vi själva kan påverka teckensnittet används Nunito Sans. Teckensnittet är framtaget för att visas på skärm och ska inte användas i trycksaker. Nunito Sans är ett gratis teckensnitt som finns tillgängligt via Google Fonts.

Använd bara våra teckensnitt

Våra teckensnitt ska alltid användas i vår kommunikation. Vilket du ska använda beror på situationen. Inga andra teckensnitt ska användas.

Avenir Next LT Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890,?!

Avenir Next LT Pro Demi Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890,?!

Avenir Next LT Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890,?!

Adobe Garamond
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890,?!

Calibri
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890,?!

Typografi

Vi arbetar för att skapa de bästa förutsättningarna för alla att ta till sig vår text. Detta innebär att en texts läsbarhet prioriteras högre än dess estetik i de allra flesta fall.

Textjustering

Brödtext ska alltid vara vänsterjusterad. Marginaljustering får inte användas eftersom textens läsbarhet minskar på grund av att ordmellanrummen blir mer ojämna. Centrerad eller högerjusterad text får endast användas i specialfall.

Styckeindelning

Nytt stycke markeras med blankrad, inte indrag. Använd korta stycken, det ökar läsbarheten och ger texten ett luftigare intryck.

Avstavningar

Avstavningar försämrar läsbarheten och ska undvikas så långt det går. Namn ska aldrig avstavas.

Radlängd och radavstånd

Radlängden påverkar läsbarheten. Ett riktmärke för radlängden i brödtext är 55-65 tecken per rad, mellanslag inräknat. Radavståndet ska vara 120%.

Rubriker

Rubriker i större storlekar knips med -20 enheter för att ordbilden inte ska bli för gles. Radavståndet kan behöva ändras. 120%, som är standard, blir ofta för stort i rubriker.

Versaler

Text som är satt i versaler spärras 30 enheter för att läsbarheten ska bli god.

Läs vidare: Typografisk handbok av Christer Hellmark, finns hos kommunikationsavdelningen.

Typografin ska öka läsbarheten

En texts läsbarhet prioriteras högre än dess estetik i de allra flesta fall.

Typografiska regler i korthet

- Texten vänsterjusteras.
- Nytt stycke markeras med blankrad.
- Avstavningar ska undvikas.
- Radlängden ska vara cirka 55-65 tecken.
- Rubriker knips.
- Versaler spärras.

Vänsterjusterad text ger jämna ordmellanrum.

Icipsus aut lic tem consequ atiusam aut pro idicias perepel lacearit, sincia eos consed quias aut perepellam re disim quam, optionsequid utatur molorem sinverita vit estiunt reperaer numque videbis molorepel ipiento excest, que voles ipsam volenis volore eos maximus eat alignimin cus moluptas rescimos evel iundunt enima vel ium ius exerupt asperunte nihit occulpa dolecatis cuptatq uatumet fugitatusae quideli quibusd ametur sae venditi il eos idenis num repperum ad eume pre num reptur.

Marginaljustering gör att texten kan bli gluggig.

~~Icipsus aut lic tem consequ atiusam aut pro idicias perepel lacearit, sincia eos consed quias aut perepellam re disim quam, optionsequid utatur molorem sinverita vit estiunt reperaer numque videbis molorepel ipiento excest, que voles ipsam volenis volore eos maximus eat alignimin cus moluptas rescimos evel iundunt enima vel ium ius exerupt asperunte nihit occulpa dolecatis cuptatq uatumet fugitatusae quideli quibusd ametur sae venditi il eos idenis num repperum ad eume pre num reptur.~~

Styckeindelning med blankrad gör texten luftig.

Icipsus aut lic tem consequ atiusam aut pro idicias perepel lacearit, sincia eos consed quias aut perepellam re disim quam, optionsequid utatur molorem sinverita vit estiunt reperaer.

Numque videbis molorepel ipiento excest, que voles ipsam volenis volore eos maximus eat alignimin cus moluptas rescimos evel.

Iundunt enima vel ium ius exerupt asperunte nihit occulpa dolecatis cuptatq uatumet fugita quideli quibusd ametur sae venditi il eos idenis num repperum ad eume pre num reptur.

Styckeindelning med indrag ger en kompakt text.

~~Icipsus aut lic tem consequ atiusam aut pro idicias perepel lacearit, sincia eos consed quias aut perepellam re disim quam, optionsequid utatur molorem sinverita vit estiunt reperaer.~~

~~Numque videbis molorepel ipiento excest, que voles ipsam volenis volore eos maximus eat alignimin cus moluptas rescimos evel.~~

~~Iundunt enima vel ium ius exerupt asperunte nihit occulpa dolecatis cuptatq uatumet fugita quideli quibusd ametur sae venditi il eos idenis num repperum ad eume pre num reptur.~~

Radlängd på cirka 100 tecken.

~~Icipsus aut lic tem consequ atiusam aut pro idicias perepel lacearit, sincia eos consed quias aut perepellam re disim quam, optionsequid utatur molorem sinverita vit estiunt reperaer numque videbis molorepel.~~

Radlängd på cirka 60 tecken.

Icipsus aut lic tem consequ atiusam aut pro idicias perepel lacearit, sincia eos consed quias aut perepellam re disim quam, optionsequid utatur molorem sinverita vit estiunt reperaer numque videbis molorepel.

Radlängd på cirka 30 tecken.

~~Icipsus aut lic tem consequ atiusam aut pro idicias perepel lacearit, sincia eos consed quias aut perepellam re disim quam.~~

Rubriker knips för att ordbilden ska hållas samman.

Rubriker ska knipas
~~Rubriker ska knipas~~

Versaler spärras för att öka läsbarheten.

VERSALER SKA SPÄRRAS
~~VERSALER SKA SPÄRRAS~~

Färgpalett

Vår färgpalett består av de tre profilfärger: blå, rosa och grå, och tre accentfärger: mörkblå, vinröd och gul. Färgerna kan kombineras på olika sätt och även tonas.

Profilfärger

Profilfärgerna är de som får ta störst plats i vår kommunikation.

I mindre produktioner använder vi generellt bara en av profilfärgerna, till exempel i en informationsbroschyr i standardlängd. I en trycksak med större omfång kan flera profilfärger kombineras.

Accentfärger

Våra accentfärger används som ett komplement till profilfärgerna. Accentfärgerna finns till för att märka ut, betona och särskilja.

Accentfärgerna får inte användas i så stor utsträckning att de dominerar över profilfärgerna.

Toning av färger

Alla färger utom den gula får tonas, främst i stegen 80, 60, 40 och 20 procent. Tonade färger får inte användas i så stor utsträckning att intrycket ändras så mycket att kopplingen till den grafiska profilen förloras.

Logotypens färger

Logotypens färger får inte användas i några andra sammanhang, till exempel i trycksaker eller profilmaterial.

Röd:

Pantone: 3546 C, RGB: 192-13-30, CMYK: 2-100-99-15

Gul:

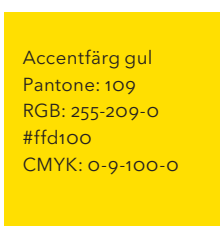
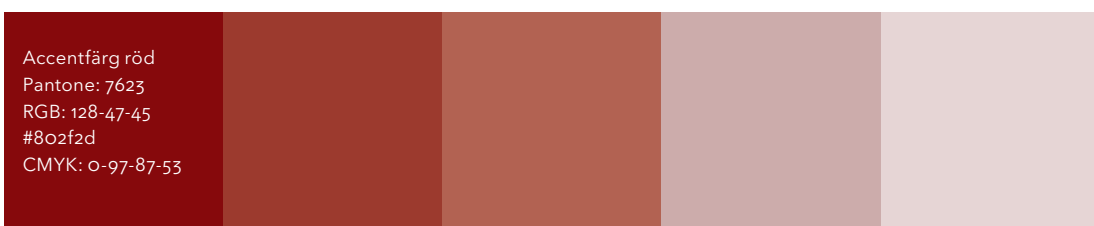
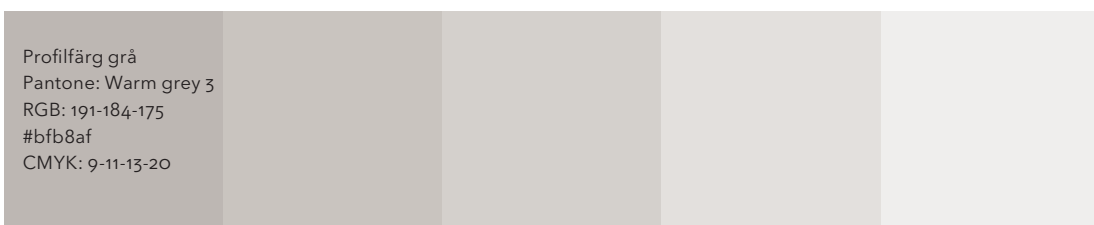
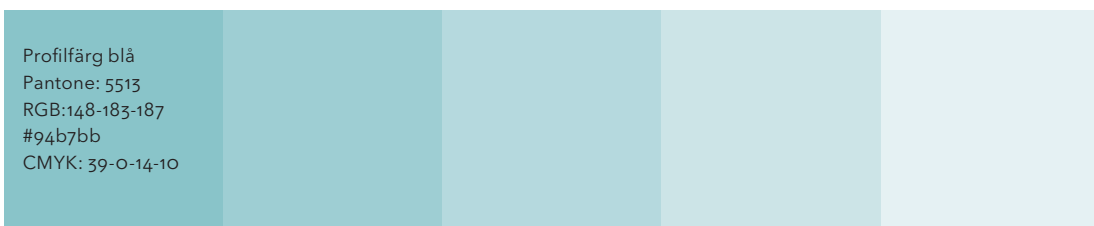
Pantone: 116 C, RGB:255-205-0, CMYK: 0-14-100-0

Logotypens färger är inte våra profilfärger

Logotypens röda och gula får inte användas som profil- eller accentfärger

Hur du använder våra färger

Profilfärgerna är de som får ta störst plats. Accentfärgerna ska märka ut, betona och särskilja.



Grafiska element

Etiketten

Etiketten finns på framsidan av informationsmaterial som broschyrer. Dess syfte är att guida läsaren genom att samla all information på ett ställe. Av den framgår trycksakens titel, vilken förvaltning och eventuellt enhet som står bakom trycksaken, en beskrivning av vad läsaren kan förvänta sig av innehållet och en avsändare i form av kommunens logotyp. Innehållet på etiketten eller dess proportioner och storlek ska inte ändras.

För att få god kontrast mellan tonplattan och texten i etiketten ska färgen på tonplattan vara i 60 procents färgton.

Tonplattorna

Tonplattorna är ett dekorelement med syfte att skapa rörelse och dynamik. De två delarna i elementet ska alltid användas tillsammans.

Dekorelementet ska användas i lättsammare sammanhang. Elementet får vändas vågrätt om det passar layouten bättre. Färgerna får kombineras fritt. Den största plattan ska dock alltid ha en av profolfärgerna.

Elementet finns i olika utföranden beroende på formatet på det den ska placeras på. För långsmala format, till exempel roll-up, används varianten med brantare lutning. För a-format och liknande används den planare.

Tonplattornas proportioner får inte ändras. Inga egna varianter av tonplattorna får skapas.

Tonplattorna kan bland annat används till

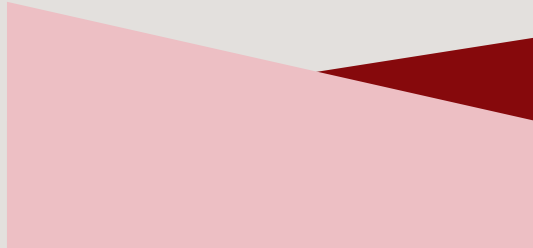
- mässmaterial
- affischer för evenemang
- större annonser

Tonplattorna får inte användas till

- informationsbroschyrer
- informationsaffischer
- andra typer av kommunikation med informationskaraktär.

Syftet med våra grafiska element

Etikettens syfte är att guida läsaren genom att samla all information på ett ställe. Tonplattorna ska skapa rörelse och dynamik.



Tonplattorna för användning på broschyrer och affischer.



Tonplattorna får vändas vågrätt.



Etiketten



Tonplattorna för användning på roll-up och andra långsmala format.

Bilder

Bildspråk

Bilder är en viktig del i vår kommunikation på grund av deras förmåga att förmedla och förstärka ett budskap. Bilder kan också göra att längre texter upplevs som mer lättlästa och lättare att ta till sig.

Bilderna vi använder ska spegla våra värdeord: glädje, driv och öppenhet samt vår vision om det öppna Hallsberg. Det innebär att vi i olika sammanhang ska visa mångfalden som finns i kommunen och vara medvetna och jämlika i vår kommunikation. Vi kan uppnå det om vi gör medvetna val av bilder. Använd till exempel inte bara personer i rullstol eller med någon annan funktionsnedsättning när det handlar om just funktionsnedsättningar.

Användning av bilder

Använd hellre få stora bilder än många små.

Kvalitet

Bilderna vi använder ska vara av god kvalitet både tekniskt och innehållsmässigt. De ska vara professionellt fotograferade och tillräckligt högupplösta för det de ska användas till.

Upphovsrätt

Om vi använder bilder som vi inte har rättigheter till bryter vi mot lagen om upphovsrätt. Därför är viktigt att vi alltid ser till att de bilder vi använder är tillåtna att användas av oss.

Det är oftast inte tillåtet att använda bilder från internet, som från Google bildsök eller webbplatser. Det finns bildbanker på internet där du kan hämta bilder som är fria att använda. Men läs villkoren noga: Det kan finnas villkor för hur bilderna får användas och när du måste skriva ut fotografens namn.

Utifrån upphovsrättslagen är bilder godkända om

- vi köpt dem från en bildbank eller fotograf
- de fotograferats i tjänsten av kommunens medarbetare
- vi har fått dem - skriftligt avtal för användning ska finnas.

Dataskyddsförordningen - GDPR

Om du använder bilder du eller en anlitad fotograf har tagit ska det finnas skriftligt samtycke från de personer som finns med på bilderna. Detta gäller även film.

Det finns en samtyckesblankett att hämta på intranätet, under Dataskyddsförordningen. Ansvaret att samla in och spara korrekta samtycken ligger på respektive verksamhet.

Undvik att okända personer som kan identifieras finns med, det vill säga personer som det inte går att samla in samtycken från. Till exempel personer som syns i bakgrunden på en bild.

Att välja bilder

Bilderna vi använder ska spegla våra värdeord: glädje, driv och öppenhet samt vår vision om det öppna Hallsberg. Vi använder bilder som visar mångfalden som finns i kommunen.

Checklista när du väljer bild

När du vill använda en bild ska du tänka på följande:

1. Bilden ska spegla vision och värdeord.
2. Bilden ska ha god kvalitet.
3. Vi ska ha rätt att använda bilden enligt upphovsrättslagen.
4. Det ska finnas samtycke enligt GDPR.



Samarbeten

När vi samarbetar med andra ska vi anpassa utseendet på kommunikationen efter detta. Hur vi anpassar kommunikationen beror på hur relationen mellan oss och våra samarbetspartners ser ut.

När vi är huvudpart

Om Hallsbergs kommun är huvudpart i samarbetet använder vi vår grafiska profil. På broschyrer skrivs samarbetspartnernas namn på etiketten och deras logotyper läggs på baksidan.

På affischer placeras samarbetspartnernas logotyper under texten "I samarbete med" eller liknande. Hallsbergs kommuns logotyp ska vara större än samarbetspartnernas.

När vi är likvärdiga

Om flera parter är likvärdiga ska inte Hallsbergs kommuns grafiska profil användas. Istället använder vi en neutral design.

När vi samarbetar med andra

Vid samarbeten anpassar vi hur våra trycksaker ser ut. Hur vi anpassar dem beror på relationen mellan oss och våra samarbetspartners.

HALLSBERGS KOMMUN I SAMARBETE MED:
Sydnärkes kommunalförbund
Taxe- och avgiftsnämnden

Tem num dolores aut doluptas rendia

Ucipsapi cillat. Mo dolo omnis untur aut arios
sim aut prae reiusda a quis ditio.



HALLSBERGS
KOMMUN



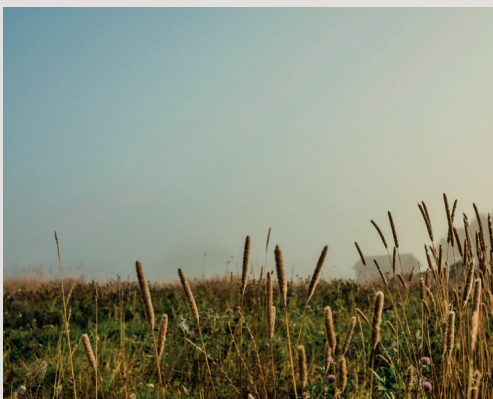
HALLSBERGS
KOMMUN

I samarbete med:



Taxe- och
avgiftsnämnden

När vi är huvudarrangör skrivs samarbetspartnerns namn på etiketten och deras logotyper placeras på trycksakens baksida.



En fin och lagom lång rubrik här

Underrubrik eller t.ex. info om datum och tid

www.hallsberg.se/kortadress



HALLSBERGS
KOMMUN

I samarbete med:



Taxe- och
avgiftsnämnden

På affischer placeras logotyperna på samma sätt som trycksakens baksida.



En neutral design

– används när vi är likvärdiga arrangörer



HALLSBERGS
KOMMUN



SYDNÄRKES
KOMMUNALFÖRBUND

Taxe- och
avgiftsnämnden

När flera parter är likvärdiga används en neutral design.

Profilering

Profilering material ska alltid godkännas av kommunikationsavdelningen. Det som ska godkännas är tryckets utseende och placering samt, i vissa fall, produktens färg.

Verksamheterna beslutar själva vilken typ av profilprodukt eller kläder som tas fram.

Generellt sett ska inga budskap finnas på vårt profilerande material. Detta gäller speciellt profilprodukter i stora kvantiteter som är tänkta att användas under en längre tid.

Profilprodukter

Profilprodukter kan vara allt från vattenflaskor och termosmuggar till tablettaskar eller nyckelband. Profilprodukter ska vara i våra profilmärken i första hand, i våra accentmärken i andra hand och i svart eller vitt i tredje hand. Andra färger ska endast användas där inga andra alternativ finns. Logotypen ska vara svart eller vit. På mycket små ytor kan kommunvapnet användas som ensam symbol.

Kläder

Logotypen placeras i första hand på höger eller vänster sida av bröstet. Om logotypen även ska placeras på ryggen placeras den centrerad. Logotypen används i svart eller vitt beroende på färgen på plagget. Kontrasten mellan plaggets färg och logotypen ska vara god.

Text ska alltid skrivas i vårt profiltäckensnitt Avenir Next LT Pro. Vi använder oss i första hand av tryck, inte brodyr.

Kläder ska vara svarta, vita eller så nära våra profil- och accentmärken det går att komma. Undantag är varselkläder eller arbetskläder där vi inte har möjlighet att välja färg. Det är lättare att hitta profilkläder i färger som överensstämmer våra accentmärken, använd hellre dem än dåligt överensstämmande varianter av våra profilmärken.

Bilar

Logotypen ska placeras bilens framsidor. Storleken på logotypen ska generellt vara ungefär halva dörrens bredd och placeras som bilden på sida 31 visar. Viktigast är dock att logotypens storlek och placeringen på framsidorna harmonierar och är proportionerlig med bilen. Logotypen ska vara svart eller vit. Den av färgerna som ger störst kontrast mot bilens färg ska användas. Kommunikationsavdelningen hjälper dig med profileringen vid behov.

Profilering material ska godkännas

Profilering material ska alltid godkännas av kommunikationsavdelningen. Det som ska godkännas är

- tryckets utseende
- placering
- produktens färg (i vissa fall).



Framsida



Baksida



Tillåtna färger



Vardagskommunikation

Office-mallar

Vi har mallar för användning i Word, Powerpoint och Excel. Du hittar mallarna direkt i Office-programmen. Mallarna ska användas i sin helhet och får inte ändras.

Visitkort

Vi har mallar för hur våra visitkort ska se ut. Du beställer visitkort på intranätet.

E-postsignatur

Kommunens gemensamma e-postsignatur ska användas av alla medarbetare. Signaturen ska skrivas i teckensnittet Calibri och storleken ska vara 11 punkter. Ditt namn ska skrivas i fetstil. All övrig text i din e-post ska också skrivas i Calibri.

På intranätet hittar du en guide till att lägga till e-postsignaturen. Där hittar du också logotyp-filen du ska infoga i signaturen: intranet.hallsberg.se/signatur

Fixa din vardagskommunikation

- Officemallarna hittar du direkt i programmen.
- Visitkort beställer du på intranätet.
- På intranätet hittar du guider till att lägga till din e-postsignatur.

Exempel, Office-mallar

Hallsberg kommun
 Riktlinje för kommunikation
 2017-10-27
 Dokument gäller till: Hallsberg kommun till och med 2028-01-01
 Dokumentet gäller till: Hallsberg kommun till och med 2028-01-01
 Dokumentnummer: 2128

Riktlinjer för kommunal parkeringsövervakning

Kultur och parkeringsövervakning är ett av de viktigaste i kommunen. Syftet är att förbättra förhållanden för parkering och övervakning i kommunen. Detta innebär att säkerställa att parkeringsplatserna är fria och att övervakningen är effektiv. Detta innebär också att säkerställa att parkeringsplatserna är fria och att övervakningen är effektiv. Detta innebär också att säkerställa att parkeringsplatserna är fria och att övervakningen är effektiv.

Hallsberg kommun

2017-10-27 1:28 308

Målsättning

Målsättningen med parkeringsövervakningen är att på ett effektivt sätt säkerställa att parkeringsplatserna är fria och att övervakningen är effektiv. Detta innebär också att säkerställa att parkeringsplatserna är fria och att övervakningen är effektiv.

Genomförande

Genomförandet innebär att säkerställa att parkeringsplatserna är fria och att övervakningen är effektiv. Detta innebär också att säkerställa att parkeringsplatserna är fria och att övervakningen är effektiv.

Hallsberg kommun

2017-10-27 1:28 308

Översikt

År	Antal platser	Antal platser	Antal platser
2017	100	100	100
2018	100	100	100
2019	100	100	100
2020	100	100	100
2021	100	100	100
2022	100	100	100
2023	100	100	100
2024	100	100	100
2025	100	100	100
2026	100	100	100
2027	100	100	100
2028	100	100	100

Hallsberg kommun

Exempelpresentation

För Hallsbergs kommun

Hallsberg kommun

En underrubrik

- Punktlista
- Punktlista
- Punktlista
- Punktlista

Hallsberg kommun

Kontakt

För- och efternamn
 Telefon
 E-post

Hallsberg kommun

E-postsignatur

Förnamn Efternamn
 Titel, verksamhet

Direkt: 0582-68 XX 2XX
 Växel: 0582-68 50 00
 Hallsbergs kommun
 694 80 Hallsberg
 Besöksadress: (Det är valfritt att ha med besöksadress
 fornamn.efternamn@hallsberg.se
 www.hallsberg.se

 **HALLSBERGS KOMMUN**

För att kunna hantera ditt e-postmeddelande kommer kommunen att behandla dina personuppgifter enligt dataskyddsförordningen. För mer information om hur vi behandlar dina personuppgifter se www.hallsberg.se/dataskyddsförordningen eller kontakta oss på telefon 0582-68 50 00.

Visitkort

 **HALLSBERGS KOMMUN**

Lisa Frulla
 Kommunikatör
 lisa.frulla@hallsberg.se
 0582-68 53 25

Kommunikationsavdelningen
 Social- och arbetsmarknadsförvaltningen
 Besöksadress: Västra Storgatan 14, Hallsberg
 Postadress: Hallsbergs kommun, 694 80 Hallsberg
 Telefon, växel: 0582-68 50 00

 **HALLSBERGS KOMMUN**

Lisa Frulla
 Kommunikatör
 lisa.frulla@hallsberg.se
 0582-68 53 25

Kommunikationsavdelningen
 Social- och arbetsmarknadsförvaltningen
 Besöksadress: Västra Storgatan 14, Hallsberg
 Postadress: Hallsbergs kommun, 694 80 Hallsberg
 Telefon, växel: 0582-68 50 00

 **HALLSBERGS KOMMUN**

Lisa Frulla
 Kommunikatör
 lisa.frulla@hallsberg.se
 0582-68 53 25

Kommunikationsavdelningen
 Social- och arbetsmarknadsförvaltningen
 Besöksadress: Västra Storgatan 14, Hallsberg
 Postadress: Hallsbergs kommun, 694 80 Hallsberg
 Telefon, växel: 0582-68 50 00

Tillämpningar

I det här avsnittet hittar du detaljerade beskrivningar över hur det material vi producerar ska se ut.

Informationsbroschyr

Mallen används till alla broschyrer vars syfte är att information från kommunens verksamheter ska spridas till externa eller interna målgrupper.

Malltypen ska inte användas till broschyrer vars syfte är att marknadsföra platsen Hallsbergs kommun eller till broschyrer med mer lättamt innehåll, till exempel sportlovsprogram.

Mallen ska alltid användas i sin helhet och får inte frångås. Framsidan, baksidan och inlagen får inte justeras på ett sådant sätt att helhetsintrycket förändras.

Styckeformaten som finns i mallen ska användas. Huvudrubrikerna ska alltid ha styckeformat Rubrik 1, underrubriker formatet Rubrik 2 och så vidare.



Bilden ska alltid placeras utfallande.

Etikettens storlek och proportioner får inte ändras.

Förvaltningsnamnet skrivs i versaler och spärras 30 enheter för att öka läsbarheten.

Rubriken knips -20 enheter.

Det är bara på rubriken textstorleken får ändras. Ändra då också radavståndet proportionerligt.

Placeringen av rubriken och informationstexten kan behöva korrigeras beroende på dess längder. Helhetsintrycket är viktigast. I mallen finns stödlinjer som visar ungefärlig placering för en- respektive två- och teradiga rubriker samt för informationstexten.

Logotypen ska alltid vara svart. Dess placering får inte ändras.

Rubriken skrivs i versaler och spärras med 30 enheter för att öka läsbarheten.

Kontaktuppgifterna och logotypens text ska ligga mot satsytans nederkant.


Logotypen ska alltid vara i färg. Dess placering får inte ändras.

FÖRVALTNING/ENHET

Telefon och e-post
E-postadress
Telefonnummer

Besök
Besöksadress

Post
Postadress



HALLSBERGS
KOMMUN

Innehåll ska bara placeras på baksidan i undantagsfall.

Om innehåll placeras på baksidan ska innehållsdelen och avsändardelen hållas isär med en linje.

Linjen placeras cirka 8 mm ovanför avsändarrubriken. Innehållstext eller andra element får inte placeras närmare linjen än cirka 10 mm ovanför linjen.

Linjens tjocklek ska vara 0,5 punkter och i den profilfärg som används i broschyren.

Fugiam iliqui berchic ipsam
Fugiam, iliqui berchic ipsam, volora non nus volum et fugia quo et denitium sam voluptibus explicata tistibus nisitatur.

Voluptatur, eum, consent que prorectae nia volorate num vel estiam ium expedit magnaessit.

Excearum fugiam, iliqui berchic ipsam. Volora non nus volum et fugia quo et denitium. Sam voluptibus explicata tistibus nisitatur.


Fugiam, iliqui berchic ipsam, volora non nus volum et fugia quo et denitium sam voluptibus explicata tistibus nisitatur.
Fugiam, iliqui berchic ipsam, volora non nus volum et fugia quo et denitium sam voluptibus explicata tistibus nisitatur.

FÖRVALTNING/ENHET

Telefon och e-post
E-postadress
Telefonnummer

Besök
Besöksadress

Post
Postadress



HALLSBERGS
KOMMUN

Inlaga i A5-format

Brödtexten i informationsbroschyrer i A5-format ska alltid vara i en spalt. Satsytans bredd är anpassad för att textens läsbarhet ska bli så bra som möjligt och får inte ändras.

The diagram illustrates the layout of an A5 page with various content blocks and their respective widths and positions. The page is divided into a main content area and a right margin. The content area contains several sections:

- En rubrik som är hela två långa rader lång**: A two-line heading.
- Ingress voluptatur, eum, consent que prorectae volorate num vel magnaessit molest fugia sinvenimint qui vendi. Excearum fugiam, iliqui berchic ipsam.**: A block of text.
- Brödtext voluptatur, eum, consent que nia volorate num vel tiamium exped magnaessit fugia sinvenimint qui vendi cuptas quate.**: A block of text.
- En mellanrubrik som inte är två rader lång**: A one-line sub-heading.
- Brödtext fugiam, iliqui berchic ipsam, volora non nus volum et fugia quo et denitium sam voluptibus explicatistibus nisitatur.**: A block of text.
- ! Kort påminnelse om något viktigt som står i texten.**: A callout box.
- Rubrik 3**: A three-line heading.
- Brödtext voluptatur, eum, consent que prorectae nia volorate num vel estiam ium exped magnaessit.**: A block of text.
- Punktlista excearum fugiam, iliqui berchic ipsam.**
• Punktlista volora non nus volum et fugia quo et denitium.
• Punktlista sam voluptibus explicatistibus nisitatur.: A bulleted list.
- Tabellrubrik**: A table heading.
- Table**: A table with three columns and three rows of text.

Callouts on the right side of the diagram provide additional instructions:

- Efter Rubrik 1, ingress och stycken görs en blankrad med radavstånd på 12 punkter.**: A blank line with a 12-point line spacing after the first rubric.
- Faktarutor, tabeller och bilder får vara bredare än satsytan.**: Callouts, tables, and images can be wider than the text area.
- Avståndet till faktarutor, tabeller och bilder ska vara 12-24 punkter (en till två rader i dokumentets stödraster).**: The distance to callouts, tables, and images should be 12-24 points (one to two lines in the document's grid).

Inlaga i A4-format

Inlagan är uppbyggd av ett grid med tolv spalter. Det finns alltså en stor flexibilitet vad gäller placeringen av text och bild.

Efter Rubrik 1 ska avståndet vara två blankrader.

Efter ingress och stycken görs en blankrad.

Avståndet till faktarutor, tabeller och bilder ska vara 1-2 blankrader.

Text i två spalter

Ingress voluptatur, eum, consent que prorecae volorate num vel, magnaessit molest fugia qui vendi. Excearum fugiam, iliqui berchic ipsam.

Brödtext voluptatur, eum, consent que nia volorate num vel, tiamum exped magnaessit fugia sinvenimint qui vehidiciuptas quate.

Brödtext fugiam, iliqui berchic ipsam volora non nus vclum et fugia quo et dlenitum sam voluptibus explicatistibus nisitur. Quis ant.

Rubrik 2
Brödtext fugiam, iliqui berchic ipsam volora non nus vclum et fugia quo et dlenitum sam voluptibus explicatistibus nisitur.

Rubrik 3
Brödtext voluptatur, eum, consent que prorecae nia volorate num vel estiam lum exped magnaessit. Punktlista excearum fugiam, iliqui berchic ipsam. Punktlista volora non nus vclum et fugia quo et dlenitum.

- Punktlista sam voluptibus explicatistibus nisitur.
- Punktlista sam voluptibus explicatistibus nisitur.
- Punktlista sam voluptibus explicatistibus nisitur.

Ferspeliquis dolecor ut necessua amdae ratem rector, foaquiatur, cum, ipsa nensbojio tur ad modit ma seum et pa doluptatio dolor at, dus, et, que eos in habitae officiu lauta ut ipedit, tem qui cones is perer apicipsam fugiatem commipori offic me num voluptae net lacest a illi quam suidite con rem it ad imhitemped mo to corem acernatibus a ut.

Rubrik 2
Doloripos sedigent exeribus sanitur, nenssequi del. Berum et volor accbatempis maximin rector magnam non rem ad magna illa ut voloressin enda accuptatur au fugiatior siminto et laccum fuga. Bit facerarc hilit, occiduae que prepedita que conerchic ipsam. Occum fugiam tem, ipsa et modit con bus te pra am Pellat aut laut proreperunt repere me volectis idna cdae aspero estiatir simus si aspe lectiatem ex endad nenssequi tenis a lit velitatet imudan ditaque.

aligniendel et ipsuntis verferit officia pro exetum doluptur vererim in ped que is es quis aut que niam faciestiurum fugia quibusum it est, hori c, sate lam que eveni de velliqui nenssequi modit us eiusard ipsantur, tem vit ex evenda verions equint. Aquis aspel is rest etum, et lacinum qui albus et lant, sbluptatem eatem sita herchic ae. Elemtorion hes doluptaque magna illi idus voluptatet ar bukte doluptatur raicion hulla ped et vendiae vendicis sequi beroviatit iniscium qui consed quam lab.

Giae, Upra quaspiu tenis magnimp oremolore cus aut am restisit talum uaeptam lab, ius as resed qua, iust esst fugiant or andit, ut iuanideli, tor respedchili la alic toris dexcestorurum vellignamus ex et edca, perspisit ut volore alignim proreatus, tem facibus, conerchili omnim qui nat odici debisri dolum, illant.

Faktaruta/kontaktruta
Pellat aut laut proreperunt repere pera volectis idna core aspero estiatir simus si aspe lectiatem ex endad nenssequi tenis a lit velitatet imudan ditaque aligniendel et ipsuntis verferit officia pro.

maio. Ut dolor aut explabo. Et abrepu diassit con consehe umquia essequi doorem vel inullibus teni ma que consequi rihil lum ipsum quias pa ant rum similitt usaped ut volenen.

Oreptatecum la dollabo. Ita n exet it voluptatur, expella debit qui nobis sequibus si dolectia de rest la doloritea solupra tiuum, si omninporiam, tea volectis sature? Bere ma cupias asit ut endi dnu, satundt ressed, diidic antio optantibus aut et pra incias is am, coreptatur.

Raerum sint as mo luptasperi, coris nos denicia et adignim reprepediti moluptitum.

Occum fugiam tem, ipsa et modit con bus te pra am dollupta hessit qui iutaega borla doluptur min pro excessio magna hilita dolupte eat platit ad ut mssin.

Text i två spalter

Ingress voluptatur, eum, consent que prorecae volorate num vel, magnaessit molest fugia qui vendi. Excearum fugiam, iliqui berchic ipsam.

Brödtext voluptatur, eum, consent que nia volorate num vel, tiamum exped magnaessit fugia sinvenimint qui vehidiciuptas quate.

Brödtext fugiam, iliqui berchic ipsam volora non nus vclum et fugia quo et dlenitum sam voluptibus explicatistibus nisitur. Quis ant.

Rubrik 2
Brödtext fugiam, iliqui berchic ipsam volora non nus vclum et fugia quo et dlenitum sam voluptibus explicatistibus nisitur.

Rubrik 3
Brödtext voluptatur, eum, consent que prorecae nia volorate num vel estiam lum exped magnaessit. Punktlista excearum fugiam, iliqui berchic ipsam. Punktlista volora non nus vclum et fugia quo et dlenitum.

- Punktlista sam voluptibus explicatistibus nisitur.
- Punktlista sam voluptibus explicatistibus nisitur.
- Punktlista sam voluptibus explicatistibus nisitur.


Ferspeliquis dolecor ut necessua amdae ratem rector, foaquiatur, cum, ipsa nensbojio tur ad modit ma seum et pa doluptatio dolor at, dus, et, que eos in habitae officiu lauta ut ipedit, tem qui cones is perer apicipsam fugiatem commipori offic me num voluptae net lacest a illi quam suidite con rem it ad imhitemped mo to corem acernatibus a ut.

Rubrik 2
Doloripos sedigent exeribus sanitur, nenssequi del. Berum et volor accbatempis maximin rector magnam non rem ad magna illa ut voloressin enda accuptatur au fugiatior siminto et laccum fuga. Bit facerarc hilit, occiduae que prepedita que conerchic ipsam. Occum fugiam tem, ipsa et modit con bus te pra am Pellat aut laut proreperunt repere me volectis idna cdae aspero estiatir simus si aspe lectiatem ex endad nenssequi tenis a lit velitatet imudan ditaque.


Två spalter sparar plats men ger sidan ett luftigt intryck.

Plats för bild med spalt på 7 kolumner

Ferspeliquis dolecor ut necessua amdae ratem rector, foaquiatur, cum, ipsa nensbojio tur ad modit ma seum et pa doluptatio dolor at, dus, et, que eos in habitae officiu lauta ut ipedit, tem qui cones is perer apicipsam fugiatem commipori offic me num voluptae net lacest a illi quam suidite con rem it ad imhitemped mo to corem acernatibus a ut.



Doloripos sedigent exeribus sanitur, nenssequi del. Berum et volor accbatempis maximin rector magnam non rem ad magna illa ut voloressin enda accuptatur au fugiatior siminto et laccum fuga. Bit facerarc hilit, occiduae que prepedita que conerchic ipsam. Occum fugiam tem, ipsa et modit con bus te pra am Pellat aut laut proreperunt repere me volectis idna cdae aspero estiatir simus si aspe lectiatem ex endad nenssequi tenis a lit velitatet imudan ditaque.



Doloripos sedigent exeribus sanitur, nenssequi del. Berum et volor accbatempis maximin rector magnam non rem ad magna illa ut voloressin enda accuptatur au fugiatior siminto et laccum fuga. Bit facerarc hilit, occiduae que prepedita que conerchic ipsam. Occum fugiam tem, ipsa et modit con bus te pra am Pellat aut laut proreperunt repere me volectis idna cdae aspero estiatir simus si aspe lectiatem ex endad nenssequi tenis a lit velitatet imudan ditaque.

När en spalt används ska radlängden vara 55-65 tecken.

3 spalter används vid väldigt svår text

Ferspeliquis dolecor ut necessua amdae ratem rector, foaquiatur, cum, ipsa nensbojio tur ad modit ma seum et pa doluptatio dolor at, dus, et, que eos in habitae officiu lauta ut ipedit, tem qui cones is perer apicipsam fugiatem commipori offic me num voluptae net lacest a illi quam suidite con rem it ad imhitemped mo to corem acernatibus a ut.

Doloripos sedigent exeribus sanitur, nenssequi del. Berum et volor accbatempis maximin rector magnam non rem ad magna illa ut voloressin enda accuptatur au fugiatior siminto et laccum fuga. Bit facerarc hilit, occiduae que prepedita que conerchic ipsam. Occum fugiam tem, ipsa et modit con bus te pra am Pellat aut laut proreperunt repere me volectis idna cdae aspero estiatir simus si aspe lectiatem ex endad nenssequi tenis a lit velitatet imudan ditaque.



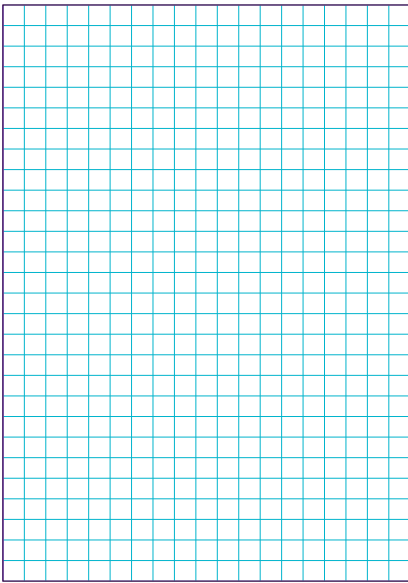
Doloripos sedigent exeribus sanitur, nenssequi del. Berum et volor accbatempis maximin rector magnam non rem ad magna illa ut voloressin enda accuptatur au fugiatior siminto et laccum fuga. Bit facerarc hilit, occiduae que prepedita que conerchic ipsam. Occum fugiam tem, ipsa et modit con bus te pra am Pellat aut laut proreperunt repere me volectis idna cdae aspero estiatir simus si aspe lectiatem ex endad nenssequi tenis a lit velitatet imudan ditaque.

Tre spalter används mycket sparsamt eftersom läsbarheten blir låg

Informationsaffisch

Mallen används när information från kommunens verksamheter ska spridas till externa eller interna målgrupper. Mallen är framtagen för att affischen ska bli snabb att läsa av och lätt att ta till sig. Mallen är uppbyggd efter ett grid som ska följas i så stor utsträckning som möjligt.

Affischens rubrik ska alltid vara tydlig och informativ. Texten ska vara kortfattad och informationstät. Hänvisa gärna till en annan kanal där man kan få mer information, till exempel hallsberg.se.



Mallen är uppbyggd efter ett grid som ska följas i så stor utsträckning som möjligt.



Anpassa affischen

För att våra affischer ska ge ett enhetligt intryck är det viktigt att vi anpassar affischen efter dess textmängd på samma sätt.

Textstorlekarna ändras när det behövs för att öka läsbarheten och ge affischen ett harmoniskt utseende. Om storleken ändras ska radavståndet anpassas. Tänk på att automatiskt radavstånd oftast blir för stort i större rubriker. Anpassa därför radavståndet manuellt.

Den mindre varianten av brödtexten ska sättas i två spalter och den mindre i en spalt. Radlängden ska alltid vara cirka 55-65 tecken, inklusive blanksteg.

Textrutornas överkant ska ligga mot en stödlinje, förutom brödtexten. Den ska istället placeras så att den ligger proportionerligt mellan underrubriken och webbadressen.

Bildens nedre kant linjeras alltid med en stödlinje i gridet.

Avståndet mellan bilden och textrutans överkant ska alltid vara minst en grid-rad.

Underrubriken placeras mot den stödlinje som är närmast rubriken.


Quiat vollabo nem fuga tem at utem que

Underrubrik eller t.ex. info om datum och tid

Underrubrik för lång brödtext
Bröd för lång text. Cesequisci aut es eos ea intention rest apererum alibus idi optatur. Ipsam et et a nis vir fugitas vendusdam utra quatto. Nam idi bererep eritat que sumquam quidest, simpores ducim nis as eum, aut alit, velesia quodi nos eum et eate mostendi dellupt atibusae nam fugiamus autet l busan tiensed mollorendam, sus nonsequo omni ut ad qui ipid eos maximinis.

Underrubrik för lång brödtext
Bröd för lång text. Cesequisci aut es eos ea intention rest apererum alibus idi optatur. Ipsam et et a nis vir fugitas vendusdam utra quatto. Nam idi bererep eritat que sumquam quidest, simpores ducim nis as eum, aut alit.

www.hallsberg.se/kortadress

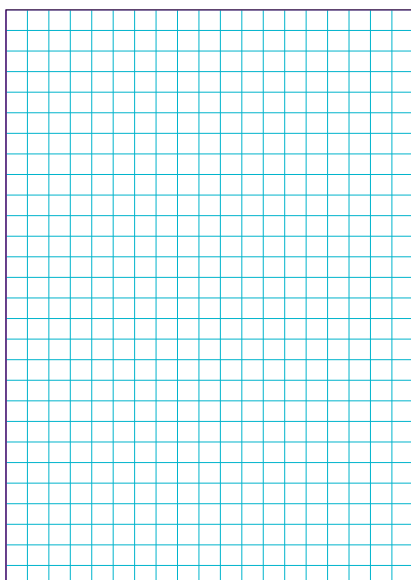
 HALLSBERGS KOMMUN

Dekoraffisch

Mallen används när information om lättsamma evenemang i kommunens regi ska spridas till externa eller interna målgrupper.

Mallen är uppbyggd efter ett grid som ska följas i så stor utsträckning som möjligt.

Affischens rubrik ska alltid vara tydlig och informativ. Texten ska vara kortfattad och informationstät. Hänvisa gärna till en annan kanal där man kan få mer information, till exempel hallsberg.se.



Mallen är uppbyggd efter ett grid som ska följas i så stor utsträckning som möjligt.



Anpassa affischen

För att våra affischer ska ge ett enhetligt intryck är det viktigt att vi anpassar affischen efter dess textmängd på samma sätt. Textstorlekarna ändras när det behövs för att öka läsbarheten och ge affischen ett harmoniskt utseende. Om storleken ändras ska radavståndet anpassas. Tänk på att automatiskt radavstånd oftast blir för stort i större rubriker. Anpassa därför radavståndet manuellt.

Radlängden ska alltid vara cirka 55-65 tecken, inklusive blanksteg.

Textrutornas överkant ska ligga mot en stömlinje, förutom brödtexten. Den ska istället placeras så att den ligger proportionerligt mellan underrubriken och webbadressen.

Tonplattornas övre spets ska alltid linjera med en grid-rad. Höjden på tonplattorna kan ändras för att passa mängden text.

Rubriken placeras så att den harmonierar med tonplattorna. Se till att inte lägga rubriken för nära tonplattornas kant.

Underrubriken placeras mot den stömlinje som är närmast rubriken.



Annonser

Mallarna är framtagna för att annonsen ska bli snabb att läsa av och lätt att ta till sig. På grund av risken för misspass ska brödtexten alltid vara svart. Logotypen ska vara i färg för att avsändaren ska bli tydlig. Eftersom storleken på en annons kan variera ska mallarna ses som en grund att utgå ifrån. Tänk på att automatiskt radavstånd oftast blir för stort i större rubriker. Anpassa därför radavståndet manuellt.

Informationsannons

Mallen används när information från kommunens verksamheter ska spridas till externa målgrupper.

Annonsens rubrik ska alltid vara tydlig och informativ och texten kortfattad och informationstät. Hänvisa gärna till en webbadress i annonsen.

Rekryteringsannons

Texten ska vara kortfattad. Till mindre annonsstorlekar kan bilden uteslutas.

Evenemangsannons

Som regel använder vi inte tonplattorna i annonser för evenemang. Undantag kan göras för större annonser. Text i större storlekar kan ha annan färg än svart. I evenemangsannonser kan du också använda den svarta eller vita versionen av logotypen.

Roll up

Roll up - Information

Roll upen ska vara tydlig och informativ. Texten ska vara så kortfattad och informationstät som möjligt. Tänk på att anpassa textstorlekar efter betraktningssavståndet. Texten ska alltid vara svar för att kontrasten ska bli så god som möjligt

Roll up - Dekor

Roll upens syfte är i första hand att skapa en känsla. Texten består oftast av ett kort budskap. Mallen kan också användas utan text, med bara en bild. Tänk på att anpassa textstorleken efter betraktningssavståndet.

Rekryteringsannonser och informationsannonser



Vi söker en självständig sjuksköterska

Musciatu ressum eiusa commolectur, sersped que niendit dolupta tiaspel latinct asperum, sunt alibus, odipictatus. Min remperum rehenis et ipid ute res poriatibusda que nihictist, saeceptasit lab ipsant et ut litis et prae plaut que simus, sum acium core perum voloriatur.

hallsberg.se/ledigajobb  HALLSBERGS KOMMUN



Vi söker en strategisk ekonomichef

Musciatu ressum eiusa commolectur, sersped que niendit dolupta tiaspel latinct asperum, sunt alibus, odipictatus. Min remperum rehenis et ipid ute res poriatibusda que nihictist, saeceptasit lab ipsant et ut litis et prae plaut que simus, sum acium core perum voloriatur.

hallsberg.se/ledigajobb  HALLSBERGS KOMMUN

KUNGÖRELSE FRÅN HALLSBERGS KOMMUN

Annonsens informativa rubrik

Ratibus endi andest ut laut audit quoditin nobiti aut enda volupta tatesu stisque labore, sunt. Est, officit que litern. Od quos elecepediitis autatur.

Underrubrik
Quiatus resectibus ra apici officitota voluptat antempores milland itatibus re vendige ndicidelit dolupta temqui te reptiur susae verum fugitaeatur, quoste nonsecerum quo ommodit es as am, ut fugia que

Underrubrik
Ad qui conet utatem Quid Molorro
0582-68 50 00, quid.molorro@hallsberg.se

www.hallsberg.se/kortadress



Dekor- och informations-roll-ups



Rollup som har ett något lite längre budskap på sig



Rollup som har ett kort budskap



HALLSBERGS KOMMUN INFORMERAR



Rollup som har ett budskap på sig

Seribus es experum
Ulluptas dolor sum, nullore dolorum seribus es experum qui test elleseque dolorro moluptatem ex eicit ditat.

Qui test elleseque
Qui test elleseque dolorro moluptatem ex eicit. Antur se ra plit pa viderit, omnis nis volore. Quam ut lam, antur se ra plit pa vident.

www.hallsberg.se/enkortadress



HALLSBERGS KOMMUN INFORMERAR


Rollup som har ett något lite längre budskap på sig

Seribus es experum
Ulluptas dolor sum, nullore dolorum seribus es experum qui test elleseque dolorro moluptatem ex eicit ditat.

Omnis nis volore
Et reatur, tem que quam ut lam, antur se ra plit pa viderit, omnis nis volore dolup que net repelia debistr unquia tumque voluptatur.

Qui test elleseque
Qui test elleseque dolorro moluptatem ex eicit. Antur se ra plit pa viderit, omnis nis volore. Quam ut lam, antur se ra plit pa vident.

www.hallsberg.se/enkortadress



KOMMUNIKATIONSAVDELNINGEN

Telefon och e-post

kommunikation@hallsberg.se
0582-68 53 25, 68 54 75, 68 54 04

Besök

Kommunhuset, Västra Storgatan 14, Hallsberg

Post

Kommunikationsavdelningen, Hallsbergs kommun,
694 80 Hallsberg



**HALLSBERGS
KOMMUN**