

**HERRLJUNGA**

# **GRAFISKA RIKTLINJER**

---

---

**HERRLJUNGA**

Email: [herrljunga.kommun@herrljunga.se](mailto:herrljunga.kommun@herrljunga.se)  
Webbplats: [www.herrljunga.se](http://www.herrljunga.se)

---



**HERRLJUNGA**

# **GRAFISKA RIKTLINJER**

## **INNEHÅLL**

INTRODUKTION

PAGE 4

LOGOTYPER

PAGE 6

TYPOGRAFI

PAGE 16

FÄRGER

PAGE 20

ILLUSTRATIONER

PAGE 24

FOTON

PAGE 26

EXEMPEL

PAGE 32

# INTRODUKTION

---

Herrljunga kommuns verksamhet och platsen Herrljunga hanteras som två separata varumärken.

Herrljunga kommuns varumärke, som illustreras av kommunlogotypen, använder vi för att kommunicera vårt uppdrag, verksamhet, och kommunal service. Herrljunga kommuns varumärke och logotyp får endast användas när kommunen är avsändare.

Herrljungas platsvarumärke används för att få större genomslag när vi marknadsför platsen Herrljunga som etableringsort, friluftsort, plats att bo på eller att besöka. Herrljungas platsvarumärke får användas av alla aktörer oavsett bransch, när de vill kommunicera sin tillhörighet till Herrljungabygden.

De grafiska riktlinjerna är gemensamma, som färgerna, typsnittet, ikoner och bildspråk. Denna enhetlighet bidrar till att det ena varumärket förstärker det andra.

## DE GRAFISKA RIKTLINJERNA

De grafiska riktlinjerna utgör grunden för utseendet för Herrljunga kommun och Herrljungas platsvarumärke på webben, i nyhetsbrev, i tryckt material m.m. Det bidrar till en enhetlig och konsekvent visuell identitet och skapar igenkännande och önskade positiva associationer samtidigt som den stärker samhörigheten för alla som bor i kommunen och bygden.

Genom att vi är konsekventa när vi kommunicerar får vi ett tydligt uttryck som hjälper oss att nå ut med vårt budskap och uppnå våra mål.

**De grafiska riktlinjerna bör användas med flexibilitet och gott omdöme.**

# LOGOTYPER

## Kommunens logotyp och versioner

- Storlek och frizon
- Korrekt och felaktig logotypanvändning
- Namnhantering
- Samarbete med kommunen

## Platsvarumärkets logotyp och versioner

- Storlek och frizon
- Korrekt och felaktig logotypanvändning
- Samarbete med Herrljungabygden

## KOMMUNVAPNET ANVÄNDS I UNDANTAGSFALL



Normalt sett använder man kommunens logotyp eller platsvarumärkets logotyp för all kommunikation. Men i vissa undantagsfall, som traditionella och ceremoniella sammanhang, kan man istället använda kommunvapnet. Kommunvapnet används fristående utan text intill. I de fall Herrljunga kommun kommunicerar med kommunvapnet som avsändare skall inte kommunens grafiska riktlinjer användas.

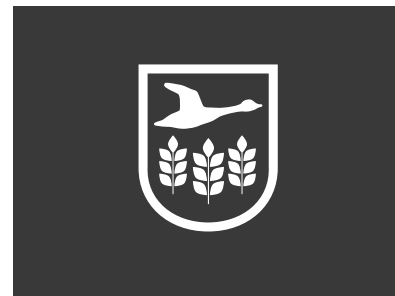
All användning av kommunvapnet ska diskuteras med kommunikationsenheten.

## HERRLJUNGA KOMMUNS VARUMÄRKE - LOGOTYP

# HERRLJUNGA KOMMUNS LOGOTYP

Herrljunga kommuns varumärke står för kommunen som verksamhet och juridisk person. Det innebär att allt som handlar om kommunal service och de

kommunala verksamheterna ska ha vår logotyp som avsändare. Logotypen och varianterna finns att ladda ner på [herrljunga.se](http://herrljunga.se).



## VERSIONER

Logotypen finns i tre olika varianter - en liggande, en stående och en symbol.

### När används vilken variant av logotypen?

En logotyp behöver vara flexibel för att kunna användas i tryckta applikationer, digitala kanaler och fysiska miljöer. Logotypen ska fungera väldigt smått ända upp till stora skyltar.

#### 1) Liggande version

Kommer att användas i de allra flesta fall.

#### 2) Stående version

Kommer att användas när formatet är stående och det liggande formatet blir svårt att använda.

#### 3) Symbol

Vid vissa tillfällen, exempelvis som skylt, kan symbolen behövas.

### LIGGANDE VERSION



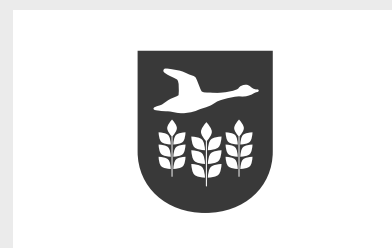
1

### STÅENDE VERSION



2

### SYMBOL



3

## HERRLJUNGA KOMMUNS VARUMÄRKE - LOGOTYP

### STORLEK OCH FRIZON

För att vår logotyp ska framstå tydligt är det viktigt att den är tillräckligt stor och alltid får ett

fritt utrymme där den inte störs av text eller andra grafiska element.

#### FRIZON

Logotypen bör vara omgiven av fritt utrymme för att säkerställa dess synlighet. Inga grafiska element av något slag får invadera denna zon.

#### Storlek på frizon

Frizonens storlek varierar med logotypens egen storlek. Utgångspunkten är symbolens mått. Logotypen ska alltid ha en frizon på minst 1/2 av symbolens höjd på alla sidor. Samma regel gäller för den stående varianten av logotypen.

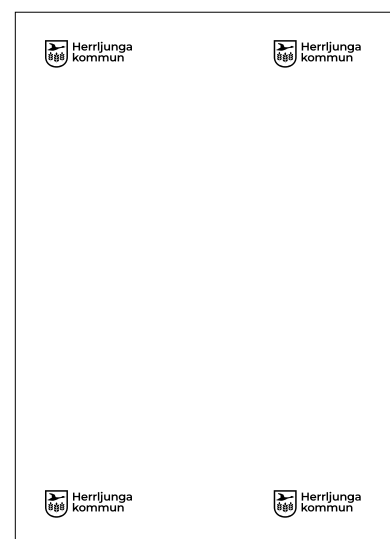


#### STORLEK

##### Minsta tillåtna storlek

För att säkra att logotypen inte blir för liten för att vara läsbar bör den helst inte återges i mindre storlek än de mått som anges. Se till att logotypen är väl synlig när den används.

Höjden på symbolen ska helst inte vara mindre än 15 mm om möjligt. Den minsta storleken för symbolen är 10 mm. Minsta höjd digitalt är 80 px, om möjligt.





## HERRLJUNGA KOMMUNS VARUMÄRKE - LOGOTYP

# KORREKT OCH FELAKTIG LOGOTYPANVÄNDNING

### FELAKTIG LOGOTYPANVÄNDNING



1) Ta inte bort någon del av logotypen.

2) Använd inte färg, bara svart eller vit text.

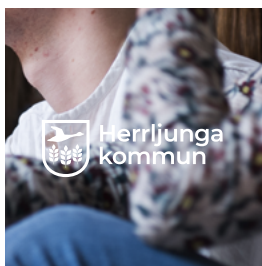
3) Ändra inte typsnitt eller proportioner på logotypen.

4) Ändra inte storleken på symbolen i förhållande till texten.

### KORREKT LOGOTYPANVÄNDNING PÅ OLIKA BAKGRUNDER



### FELAKTIG LOGOTYPANVÄNDNING PÅ OLIKA BAKGRUNDER



Placera inte logotypen på en rörig bakgrund.



Placera inte logotypen på en bild som gör delar av logotypen svårt att se.



Placera inte en vit logotyp på en bakgrund som är för ljus.



Placera inte en svart logotyp på bakgrunden som är för mörk.

## HERRLJUNGA KOMMUNS VARUMÄRKE - LOGOTYP

# NAMNHANTERING

Herrljunga kommuns logotyp ska alltid finnas med som avsändare. Verksamhetsnamn ges inte egna

logotyper, utan hanteras typografiskt, genom vårt typsnitt Montserrat Bold.

### NIVÅ 1: VARUMÄRKESNAMN

Vi är Herrljunga kommun, det är vårt varumärkesnamn. När vi kommunicerar direkt med invånarna i Herrljunga kommun har de sällan nytta av att veta vilken förvaltning som står bakom kommunikationen. Därför kommunicerar vi Herrljunga kommun som helhet. Detta gör vi genom att placera vår logotyp som tydlig avsändare i prioriterade ytor, så som webbsidor eller i något av de fyra hörnen på en affisch eller en trycksak. Nivå 1 är obligatorisk.

### NIVÅ 2: VERKSAMHETSNAMN

Ibland har mottagaren behov av att veta vilken verksamhet i kommunen som kommunicerar. Det kan vara simhall, bibliotek, skolor etc. Då lyfter vi fram verksamhetsnamnet i en prioriterad yta, på en webbsida, i något av de fyra hörnen, eller i rubrik. Kommunen ska även i dessa fall stå med som tydlig huvudavsändare på samma kommunikativa nivå (se Nivå 1), exempelvis genom placering i ett annat hörn.

### NIVÅ 3: NAMN FÖR INNEHÅLL

I vissa fall finns behov att lyfta fram övriga namn i kommunikationen. Exempelvis ett projekt, evenemang, erbjudande eller en aktivitet. Innehållet är ofta i fokus för våra kommunikationsaktiviteter. Vi ska därför ge innehållet en tydlig placering i rubriker och texter. Undvik en placering som ger namnen status som avsändare. Verksamhetsnamn kan även i dessa fall stå som huvudavsändare och varumärkesnamn ska alltid framgå tydligt.

### NIVÅ 4: ORGANISATORISKA/JURIDISKA NAMN

I vissa sammanhang behöver vår organisatoriska tillhörighet visas för att förtydliga avsändaren. Vanligtvis handlar det om kontaktuppgifter som telefonnummer och/eller webbadress, när mottagaren bedöms ha behov av denna information. Informationen ska då ha en nedtonad placering, exempelvis i nederkant på affisch eller på insida/baksida av broschyr.

Nivå 1



Nivå 2

**Herrljunga Sportcenter**

Nivå 3

**Simskola**

Nivå 4

**Bildningsförvaltningen**



**Nivå 1)** Herrljunga kommun ska alltid finnas med som avsändare.

**Nivå 2)** När mottagaren har behov av att veta vilken publik verksamhet som kommunicerar kan vi lyfta fram verksamhetsnamnet på en prioriterad yta.

**Nivå 3)** Innehåll kommuniceras i rubriker och texter.

**Nivå 4)** Tillhörighet (organisatoriska/juridiska namn) har en nedtonad placering.

#### Exempel:

Varumärkesnamnet (nivå 1) är placerat i hörnet till vänster och verksamhetsnamn (nivå 2) placeras i hörnet till höger om logotypen.

#### Exempel:

Istället för att placera verksamhetsnamnet (nivå 2) i ett av hörnen kan man välja att påvisa vilken verksamhet som kommunicerar i enhetens rubrik.

## HERRLJUNGA KOMMUNS VARUMÄRKE - LOGOTYP

# SAMARBETEN MED KOMMUNEN

---

I de fall Herrljunga kommun är en del av ett samarbete med en annan avsändare, som inte tillhör kommunen och där huvudsyftet inte är att profilera

platsen, vill vi synas med kommunens logotyp med rätt avstånd och minsta storlek. Inget annat i denna manual är styrande vid dessa tillfällen.

---

## LOGOTYPANVÄNDNING I SAMARBETE MED OLIKA AKTÖRER



Herrljunga kommun är ofta inblandade i samarbeten.

Som grundregel ska logotypen i första hand användas. Herrljunga kommuns logotyp ska ha samma storlek och utrymme som övriga aktörer.

Endast vid utrymmesbrist kan man skriva ut aktörernas namn i löptext.

---

## UTSEENDE PÅ HELHETEN VID SAMARBETEN MED OLIKA AKTÖRER

Herrljunga kommuns grafiska profil används aldrig i kombination med någon annan profil. Den som ansvarar för kommunikationen har ansvaret för att kommunicera enligt deras riktlinjer.

**Vid samarbeten där kommunen är huvudfinansiär eller ägare** tillämpas Herrljunga kommuns grafiska profil. Kommunens logotyp är alltid avsändare. Övriga samarbetspartners presenteras med logotyper om de är upp till tre aktörer. Är det fler skrivs namnen ut i löptext.

**Samarbeten där annan aktör är huvudfinansiär eller ägare, eller då samtliga aktörer deltar på samma villkor,** tillämpas huvudavsändarens profil eller kampanjprofil. Kommunens logotyp presenteras på samma villkor som övriga. Som logotyp eller i löptext.

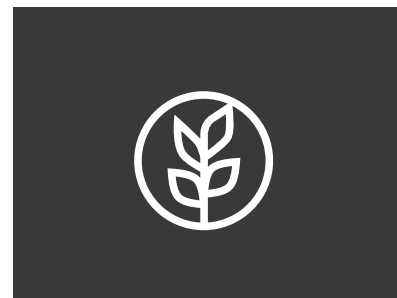
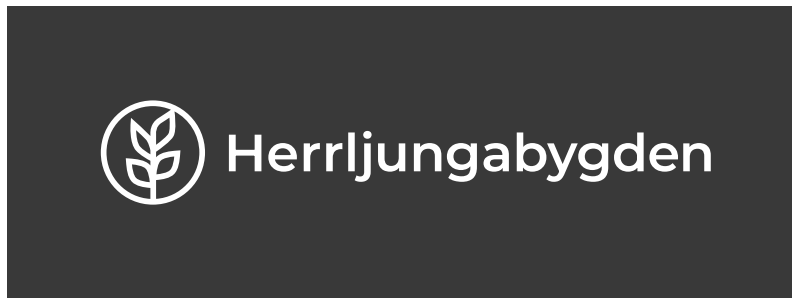
---

## HERRLJUNGA PLATSVARUMÄRKE - LOGOTYP

# HERRLJUNGABYGDENS LOGOTYP

Herrljungas platsvarumärke har utvecklats för att öka genomslaget för marknadsföringen av Herrljungaområdet. Det får användas av alla aktörer

oavsett bransch som marknadsför vår bygd. Logotypen och varianterna finns att ladda ner på herrljunga.se.



## VERSIONER

Logotypen finns i tre olika varianter - en vänsterställd, en mittställd och en symbol.

### När används vilken variant av logotypen?

En logotyp behöver vara flexibel för att kunna användas i tryckta applikationer, digitala kanaler och fysiska miljöer. Logotypen ska fungera väldigt smått ända upp till stora skyltar. Eftersom namnet Herrljungabygden är ett långt ord behöver vi ibland kunna använda andra varianter av logotypen för att fungera i exempelvis sammanhang där de ska vara små. Flexibilitet och omdöme är det som får råda vad gäller vilken variant som passar.

### 1) Vänsterställd version

Kan användas vid de flesta tillfällen.

### 2) Mittställd version

Kan användas när man vill centrera logotypen.

### 3) Symbol

Vid vissa tillfällen, exempelvis som skylt eller ikon, kan symbolen som är en ifylld version behövas.

### VÄNSTERSTÄLLD VERSION



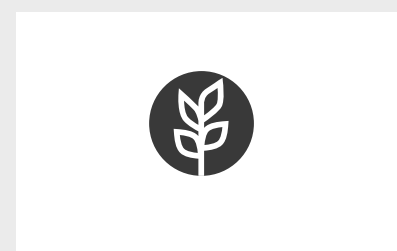
1

### MITTSTÄLLD VERSION



2

### SYMBOL



3

## HERRLJUNGA PLATSVARUMÄRKE - LOGOTYP

### STORLEK OCH FRIZON

För att vår logotyp ska framstå tydligt är det viktigt att den är tillräckligt stor och alltid får ett

fritt utrymme där den inte störs av text eller andra grafiska element.

#### FRIZON

##### Storlek på frizon

Frizonens storlek varierar med logotypens egen storlek. Utgångspunkten är symbolens mått. Detta gäller även den mittställda versionen. Logotypen ska alltid ha en frizon på minst 1/2 av symbolens höjd på alla sidor. Samma regel gäller för den mittställda varianten av logotypen.

Logotypen bör vara omgiven av fritt utrymme för att säkerställa dess synlighet. Inga grafiska element av något slag får invadera denna zon.



#### STORLEK

##### Minsta tillåtna storlek

För att säkra att logotypen inte blir för liten för att vara läsbar ska den helst inte återges i mindre storlek än de mått som anges.

Se alltid till att logotypen är tillräckligt stor för att vara väl synlig när den används. Höjden på symbolen ska helst inte vara mindre än 12 mm om möjligt. Den minsta storleken för symbolen är 8 mm. Minsta höjd digitalt är 80 px, om möjligt.



Herrljungabygden Herrljungabygden

## HERRLJUNGA PLATSVARUMÄRKE - LOGOTYP

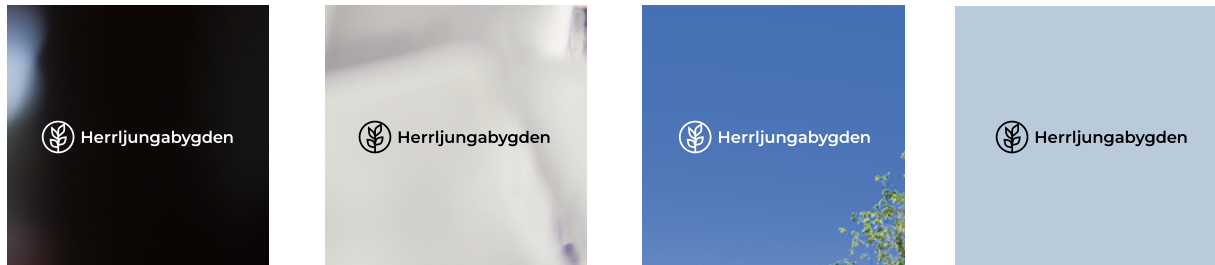
# KORREKT OCH FELAKTIG LOGOTYPANVÄNDNING

### FELAKTIG LOGOTYPANVÄNDNING

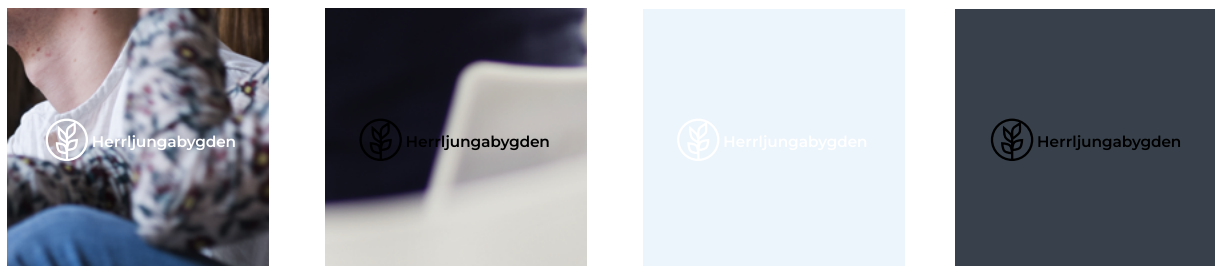


- 1) Ta inte bort symbolen.
- 2) Använd inte färg, bara svart eller vit logotyp.
- 3) Dela inte upp namnet på två rader.
- 4) Ändra inte storleken på symbolen.

### KORREKT LOGOTYPANVÄNDNING PÅ OLIKA BAKGRUNDER



### FELAKTIG LOGOTYPANVÄNDNING PÅ OLIKA BAKGRUNDER



Placera inte logotypen på en rörig bakgrund.

Placera inte logotypen på en bild som gör delar av logotypen svårt att se.

Placera inte en vit logotyp på en bakgrund som är för ljus.

Placera inte en svart logotyp på bakgrunden som är för mörk.

## HERRLJUNGA PLATSVARUMÄRKE - LOGOTYP

# SAMARBETEN MED HERRLJUNGABYGDEN

I de fall företag, organisationer och andra aktörer, som inte tillhör kommunen, vill koppla sig till Herrljungas platsvarumärke för att profilera platsen Herrljungabygden kan dessa använda

platsvarumärkets logotyp med rätt avstånd och minsta storlek. Inget annat i denna manual är styrande vid dessa tillfällen.

## LOGOTYPANVÄNDNING I SAMARBETE MED OLIKA AKTÖRER



Herrljunga kommun är ofta inblandade i samarbeten.

Herrljunga kommuns logotyp ska ha utrymme som övriga aktörer.

Som grundregel ska logotypen i första hand användas. Endast vid utrymmesbrist kan man skriva ut aktörernas namn i löptext.

## UTSEENDE PÅ HELHETEN VID SAMARBETEN MED OLIKA AKTÖRER

Herrljunga kommuns grafiska profil används aldrig i kombination med någon annan profil. Den som ansvarar för kommunikationen har ansvaret för att kommunicera enligt deras riktlinjer.

**Vid samarbeten där Herrljungabygden är huvudavsändare** tillämpas Herrljunga kommuns grafiska profil, vad gäller typsnitt och färger. Herrljungabygdens logotyp är alltid avsändare. Övriga samarbetspartners presenteras med logotyper om de är upp till tre aktörer. Är det fler skrivs namnen ut i löptext.

**Samarbeten där annan aktör är huvudavsändare, eller då samtliga aktörer deltar på samma villkor**, tillämpas huvudavsändarens profil eller en gemensam kampanjprofil. Herrljungabygdens logotyp presenteras på samma villkor som övriga, som logotyp eller i löptext.

# TYPOGRAFI

---

Typsnitt Montserrat

Typografi och texthierarki för tryck och webb



## TYP SNITT MONT SERRAT

Typografi spelar en viktig roll för kommunikations utseende. Herrljunga har ett typsnitt för tryckproduktion och webb som heter Montserrat. Det är viktigt att det används konsekvent för att

skapa igenkänning. Typsnittet kan användas fritt med gott typografiskt omdöme. Montserrat är ett typsnitt som är gratis från Google fonts, där det kan laddas ned.

### TYP SNITT FÖR TRYCK OCH WEBB: MONT SERRAT

Typsnittet är samma för Herrljunga kommun och Herrljungas platsvarumärke.

Rubriker ska vara svarta om bakgrunden är ljus och vit om bakgrunden är mörk.

Vi använder inte skuggning.

Vi använder inte text i färg förutom ibland för att markera delar av en rubrik. Om vi använder text i färg i en rubrik är det med noggrant typografiskt omdöme.

Till höger ser ni några varianter av Montserrat. De vi oftast använder är Medium och Bold.

### BACKUP TYP SNITT OM MONT SERRAT INTE GÅR ATT ANVÄNDA: ARIAL

Vid vissa tillfällen kommer man inte kunna använda Montserrat. I de fallen är det okej att använda Arial som reservtypsnitt.

## MONT SERRAT

**Bold**

A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z å ä ö

**Semibold**

A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z å ä ö

**Medium**

A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z å ä ö

**Regular**

A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z å ä ö

**Light**

A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z å ä ö

## TYPOGRAFI OCH TEXTHIERARKI FÖR TRYCK

Typografisk hierarki gör så att de viktigaste orden visas med störst effekt så att användare kan skanna text efter nyckelinformation. Typografisk hierarki skapar skillnad mellan olika innehåll och gör det

lättare att ta till sig innehållet. Här är några av de storlekarna vi brukar använda när vi utgår från ett A4. Storlekarna i de grå områdena är de vanligaste. Storlekarna är större ju större format man jobbar med.

### BRÖDTEXT, BILDTEXT OCH RUBRIK OVANFÖR BRÖDTEXT

Bildtexter eller annan liten text

Liten text

Montserrat Medium  
Teckenstorlek 8 pt / Radavstånd 1 rader

Brödtext

Normal text

Montserrat Medium  
Teckenstorlek 10 pt / Radavstånd 1 rader

Rubrik ovanför Brödtext

**MELLANRUBRIK**

Montserrat Bold - Kan även vara versaler  
Teckenstorlek 10 pt / Radavstånd 1 rader

### INTRODUKTION

Ingress

Introduktion

Montserrat Medium  
Teckenstorlek 12 pt / Radavstånd 1 rader

### EXEMPEL PÅ RUBRIKSTORLEKAR

Underrubrik

**Rubrik**

Montserrat Bold - Kan även vara versaler  
Teckenstorlek 16 pt / Radavstånd 1 rader

Rubrik liten

**Rubrik**

Montserrat Bold - Kan även vara versaler  
Teckenstorlek 24 pt / Radavstånd 1 rader

Rubrik mellan

**Rubrik**

Montserrat Bold - Kan även vara versaler  
Teckenstorlek 32 pt / Radavstånd 1 rader

Rubrik stor

**Rubrik**

Montserrat Bold - Kan även vara versaler  
Teckenstorlek 48 pt / Radavstånd 1 rader

# TYPOGRAFI OCH TEXTHIERARKI FÖR WEBB

---

Här är några av de storlekarna vi brukar använda när vi jobbar på webben. Även här är det viktigt med att vara konsekventa och att ha en tydlig typografisk hierarki.

Detta är endast förslag och kan ändras beroende på vad som passar.

---

## BRÖDTEXT, LITEN TEXT

Liten Text

Liten text

Montserrat Medium

Teckenstorlek: 1,4 rem / Radavstånd: 140%

---

Brödtext

Brödtext

Montserrat Medium

color: #4d4d4d

Teckenstorlek: 1,6 rem / Radavstånd: 160%

---

## INTRODUKTION

Ingress

**Ingress**

Montserrat Medium

color: #4d4d4d

Teckenstorlek: 2,2 rem / Radavstånd: 140%

---

## EXEMPEL PÅ RUBRIKSTORLEKAR

H3

**Rubrik**

Montserrat Bold

color: #252930

Teckenstorlek: 1,9 rem / Radavstånd: 140%

---

H2

**Rubrik**

Montserrat Bold

color: #252930

Teckenstorlek: 2,4 rem / Radavstånd: 140%

---

H1

**Rubrik**

Montserrat Bold

color: #252930

Teckenstorlek: 3,6 rem / Radavstånd: 140%

---

# FÄRGER

---

Färgerna och färgkoder  
Exempel på färgkombinationer

# FÄRGERNA OCH FÄRGKODER FÖR TRYCK OCH WEBB

Färg spelar en viktig roll i Herrljungas varumärkesidentitet. Färgerna nedan är rekommendationer för tryck och webb. Konsekvent användning av dessa färger kommer att bidra till

det sammanhängande utseendet för Herrljungas varumärkesidentitet. Detta är gemensamt för Herrljunga kommun och Herrljungas platsvarumärke.

## BAKGRUNDSFÄRGER

### Förklaring:

Herrljunga har två bakgrundsfärger som kan kombineras med de andra färgerna. Tillsammans blir dessa färger en igenkännbar identifierare för Herrljunga.

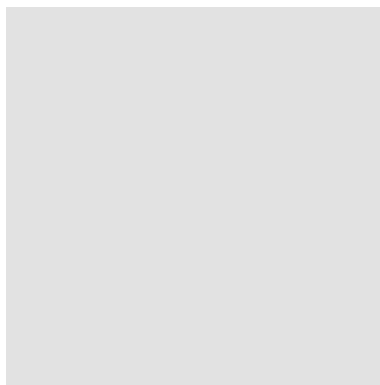
### Användande:

Använd bakgrundsfärgerna som den dominerande bakgrundsfärgen i kombination med fantastiska bilder för alla interna och externa visuella presentationer av Herrljunga.



## BAKGRUNDSFÄRG MÖRK

CMYK : C0 M0 Y0 K85  
RGB : R57 G57 B57  
HEX : #393939



## BAKGRUNDSFÄRG LJUS

CMYK : C0 M0 Y0 K14  
RGB : R226 G226 B226  
HEX : #e2e2e2

## FÄRG FÖR CALL-TO-ACTION

### Användande:

Herrljunga kommun har en färg som ska användas som "uppmanningsfärg" på knappar på webb och i e-post. Överanvänd inte den färgen. Använd vit text på uppmanningsfärgen.

Anmäl dig här

## UPPMANINGSFÄRG: "HIMMEL"

RGB : R2 G180 B183  
HEX : #02b4b7

## FÄRGER OCH FÄRGKODER

### Användande:

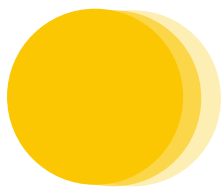
Används främst som bakgrunder, informationsrutor och grafiska objekt.

### Färgskalan:

Färgskalan är inspirerad av naturen, allt som har med växtkraft att göra. Därav har vi döpt färgerna.

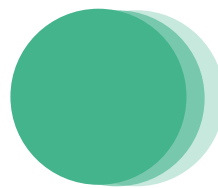
### Tillgänglighet:

Det är viktigt att de färger du använder har en bra kontrast till bakgrunden.



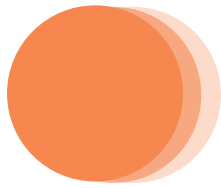
#### SÄD

CMYK : C0 M31 Y97 K0  
RGB : R251 G199 B2  
HEX : #fbc702



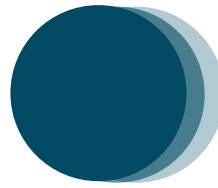
#### GRÖNSKA

CMYK : C70 M0 Y56 K0  
RGB : R68 G180 B141  
HEX : #44b48d



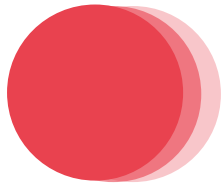
#### HÖST

CMYK : C0 M57 Y70 K0  
RGB : R245 G135 B79  
HEX : #f5874f



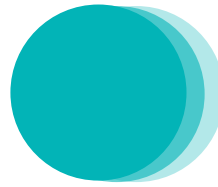
#### VATTEN

CMYK : C100 M0 Y5 K72  
RGB : R0 G74 B100  
HEX : #004a64



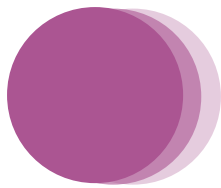
#### BÄR

CMYK : C0 M79 Y63 K0  
RGB : R233 G66 B79  
HEX : #e9424f



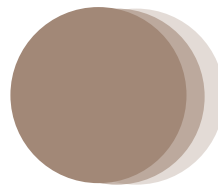
#### HIMMEL

CMYK : C72 M0 Y33 K0  
RGB : R2 G180 B183  
HEX : #02b4b7



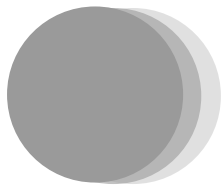
#### SOLNEDGÅNG

CMYK : C24 M77 Y0 K0  
RGB : R171 G85 B146  
HEX : #ab5592



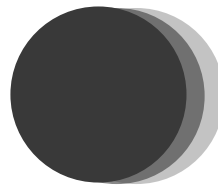
#### JORD

CMYK : C28 M43 Y45 K13  
RGB : R162 G136 B119  
HEX : #a28877



#### BERG

CMYK : C0 M0 Y0 K47  
RGB : R154 G154 B154  
HEX : #9a9a9a



#### KOL

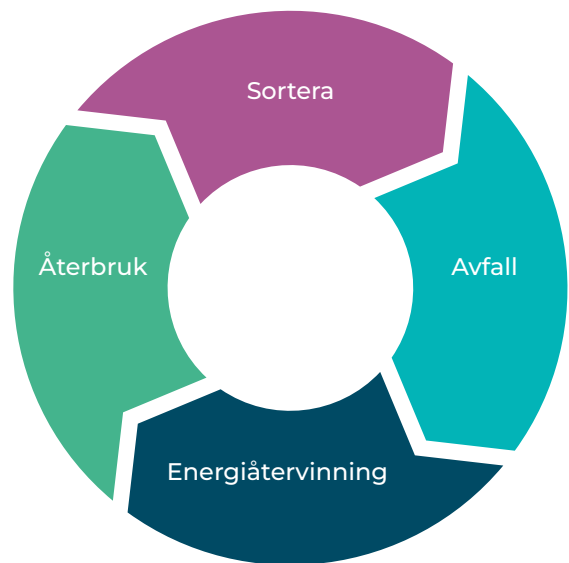
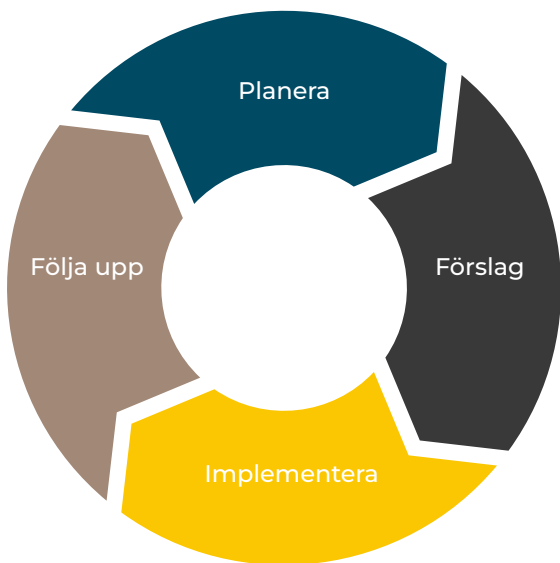
CMYK : C0 M0 Y0 K85  
RGB : R57 G57 B57  
HEX : #393939

### Bredare färgskala:

För att bredda färgpaletten ytterligare kan var och en av kommunens profilmärken användas i tre olika toningar; 30%, 60% och 100%.

Undantaget är kartor och illustrationer där du kan använda fler toner av samma färg, om det ökar tydligheten.

## EXEMPEL PÅ FÄRGKOMBINATIONER



**IPSUM LORUM**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam sollicitudin enim nibh, in convallis nisl euismod id. Nam commodo justo diam, eu luctus magna rhoncus sit amet.

♀ 43%

ÅLDER 26

♂ 57%

An illustration of a man and a woman holding hands. Three speech bubbles are positioned around them, containing demographic data: a yellow bubble with '♀ 43%', a purple bubble with 'ÅLDER 26', and a green bubble with '♂ 57%'.



# ILLUSTRATIONER

---

Illustrationer, infografik, grafer och diagram



## ILLUSTRATIONER, INFOGRAFIK, GRAFER OCH DIAGRAM

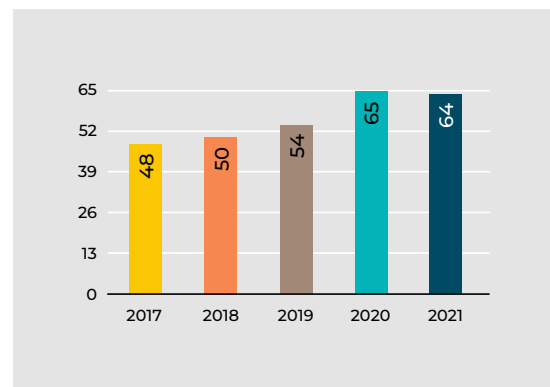
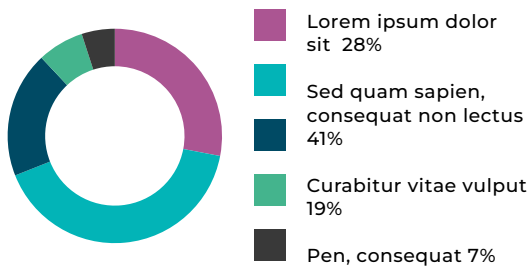
Illustrationer kan förtydliga och förenkla budskap. De kan användas för att förklara nyttan med ett projekt, för att presentera ett komplicerat ämne eller för att visa statistik.

**Färger:** I så stor utsträckning som det går används Herrljunga kommuns färger. I vissa illustrationer kan man behöva använda andra och/eller fler färger.

**Ikoner:** Använd gärna enkla och tydliga ikoner.

Detta är gemensamt för Herrljunga kommun och Herrljungas platsvarumärke.

### EXEMPEL PÅ ILLUSTRATIONER



#### MÖJLIGHETER

##### Målorienterade

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis condimentum magna ornare.



#### TILLGÄNGLIGHET

##### Att nå ut till alla

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis condimentum magna ornare.

# FOTON

---

Stämningbilder på människor

Aktivitetsbilder

Miljöbilder

En blandning av bilder

## FOTON ÄR EN VIKTIG DEL I VÅR KOMMUNIKATION

---

Foton är ett effektivt sätt att fånga intresse eller skapa en känsla i kommunikationen. Med foton kan vi nå fram till kommunens många målgrupper med vad kommunen gör och varför. I första hand väljer vi kommunens medarbetare, invånare och naturliga miljöer, för att skapa trovärdighet och igenkänning. Men ibland kan vi behöva förstärka ett budskap genom bildbyråbilder.

### Bildbank

Herrljunga kommun har en bildbank med tillgängligt bildmaterial som kan användas i kommunikationssyfte.

### Upphovsrätt

När vi använder bilder och är det viktigt att vi vet vem som har upphovsrätten till den aktuella bilden och hur vi får använda den.

### Tonalitet i bilderna

Människorna på bilderna får gärna vara aktiva, arbeta eller göra något tillsammans. Personerna på bilderna ska förmedla mångfald, gemenskap, intresse och aktivitet. Kön och etnicitet bör vara lika representerade i så stor utsträckning som möjligt.

### Bilder utan ram

Normalt använder vi inte ramar på bilderna. Och kanterna på fotot är aldrig suddiga eller förvrängda på något sätt.

### Så här använder du texter i ett foto:

Försök att ha bra marginaler till objektet och till kanterna och gör texten synlig utan skuggning av text. Alla bilder går inte att lägga text på. Använd i så fall en färgad platta där du lägger texten.

Detta är gemensamt för Herrljunga kommun och Herrljungas platsvarumärke.



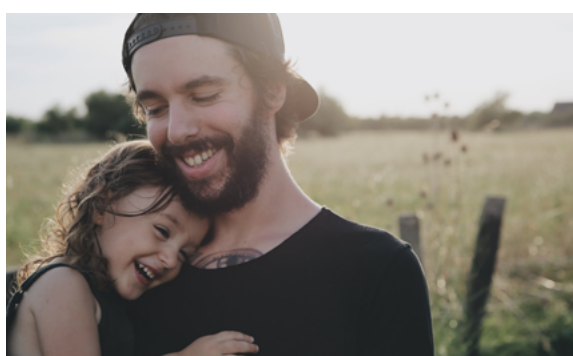
## STÄMNINGSBILDER PÅ MÄNNISKOR

---

Använd gärna glada människor som har det bra och är nöjda. Invånare och besökare som är glada. Många

av dessa bilder kan hittas på bildbyrå om du inte hittar lokala bilder från Herrljunga.

---



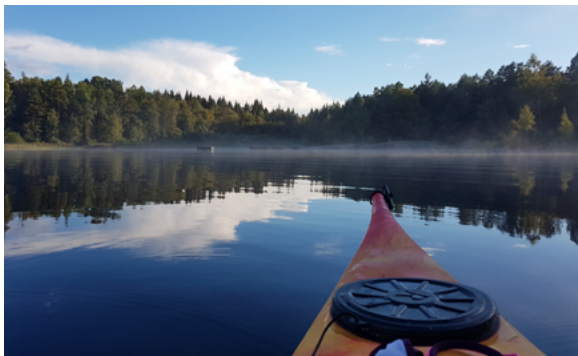
## AKTIVITETSBILDER

---

Använd gärna bilder på människor som gör någon aktivitet i vardagen. Gärna på sommaren och med

härligt väder så det blir klara färger. Vissa kan hittas på bildbyrå men försök alltid att hitta lokala bilder.

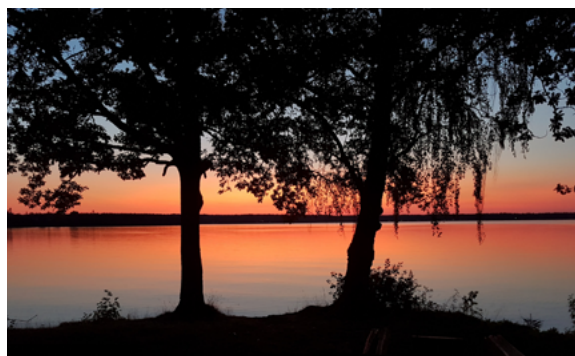
---



## MILJÖBILDER

Använd gärna stämningsfulla bilder på platser och natur. Inzoomat och utzoomat. Gärna med härligt

väder så det blir klara färger. Vissa kan hittas på bildbyrå men försök alltid att hitta lokala bilder.



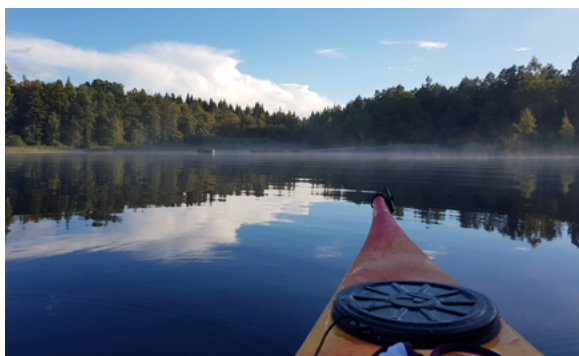
## BLANDNINGEN AV BILDER GER HELHETEN

---

Använd gärna en kombination av människor, miljöbilder och aktivitetsbilder för att beskriva något.

Kombinationen av olika bilder skapar en historia och ett sammanhang.

---



# EXEMPEL

---

Annonser och skyltar  
Profilering  
Digital kommunikation



## EXEMPEL PÅ ANNONSER OCH SKYLTTAR

För att kommunicera till våra invånare använder vi ofta annonser, affischer och broschyrer som tryckt material.

Nedan är några exempel på annonser och skyltar och hur de kan se ut generellt.



Exempel på information från kommunen



Exempel på information från kommunen

## EXEMPEL PÅ RAPPORT OCH ANNONS

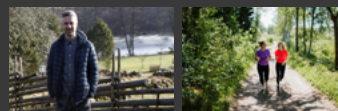


### ATT DRIVA FÖRETAG I HERRLJUNGA

Herrljunga kommun är en kommun som andas entreprenörskap. Kommunen har många företag och företagsamma invånare med allt från små enmansföretag till stora internationella bolag. Företagandet finns både inom tjänstesektorn och tillverkningsindustrin och de flesta branscherna är representerade med 2 129 registrerade företag.

Herrljunga kommun med omnejd har en stark historia präglad av lång tradition inom tillverkningsindustrin. Med rätt kompetens, utbildning och erfarenhet finns det alltid ett behov att täcka såväl inom privata som offentliga sektorn. För att utveckla och säkra kompetensbehovet i framtiden samarbetar kommunens gymnasieskola Kunskapskällan med olika lokala företag.

Herrljunga kommun · Box 201, 524 23 Herrljunga · 0513-170 00  
herrljunga.kommun@herrljunga.se · www.herrljunga.se



### FEM SKÅL FÖR FÖRETAG ATT VÄLJA HERRLJUNGA KOMMUN

- ① **HJÄLPSAM KOMMUN**  
Herrljunga på andra plats i Sverige med ett NKI-index (nöjd-kund-index) på 90 i kategorin bygglov
- ② **PLATS: KNUTPUNKT NÄRA DET MESTA**  
Herrljunga är en knutpunkt för tågtrafik och det är lätt att pendla vart man vill.
- ③ **VACKERT OCH NÄRA NATUREN**  
Utvald till en av Sveriges vackraste kommuner kan vi vara stolta och nöjda.
- ④ **DEN LILLA BYGDEN MED DE STORA FÖRDELARNA**  
I en liten bygd känner sig många trygga och glada och dessutom har vi XXX.
- ⑤ **BILLIGT ATT BO OCH VERKA**  
Vi har fördelen att vi ligger en bit från "smeten" och därmed sjunker hyror och många andra dyra kostnader.



## EXEMPEL PÅ SKYLTAR



**Kulturskolan**  Herrljunga kommun

**Skoghälla  
idrottsplats**  Herrljunga kommun

**Kulturskolan**  Herrljunga kommun



Exempel på skyltar

Namnet på färgerna i exempel ovan är "Bakgrundsfärg ljus", "Kol" och "Vatten".

## EXEMPEL PÅ PROFILERING OCH MÄSSMATERIAL

Generellt kring hur bilar flaggor, kläder, mässmaterial, rollups kan se ut.



mässmaterial

t-shirts

bilar



rollups



flaggor

## EXEMPEL PÅ DIGITAL KOMMUNIKATION

Genom sociala medier kan du kommunicera och ha en dialog med invånare, besökare och företag.

Byt omslagsbilder med årstider eller evenemang.



Sociala medier - exempel Facebook



Sociala medier - exempel LinkedIn

### Profilbild

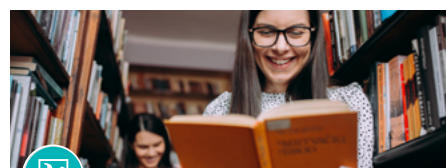
I våra profilbilder ska symbolen finnas med som en tydlig avsändare. Du kan välja fritt vilken av våra profilmått som du vill ha som bakgrundsfärg.

### Omslagsbild

På många sociala medier kan du ha en omslagsbild. Omslaget ska signalera vilken verksamhet som står bakom kontot. Arbetar du med en kampanj som har ett eget uttryck inom kommunens profil kan du använda den som omslagsbild. Se exempel till höger.



Anhörigstöd Herrljunga  
Ipsum Lorem



Herrljunga bibliotek & kulturhus  
Ipsum Lorem

### Inlägg

Här är några exempel på hur kommunens grafiska profil kan hanteras i bilder på sociala medier. Genom att skapa innehåll som sticker ut fångar du lättare din målgrupps intresse, vilket i sin tur skapar mer engagemang.



Ny simskolan för de yngre  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit. Aenean  
feugiat dui a est tincidunt aliquet.



Kom med ut i  
naturen på lördag!



Ska du börja på gymnasiet?  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit. Aenean  
feugiat dui a est tincidunt aliquet.

## EXEMPEL FÖR HERRLJUNGABYGDEN



**Man behöver inte gå vilse för att förlora sig i vår natur. Välkommen.**

Herrljunga bygden  
[www.herrljungabygden.se](http://www.herrljungabygden.se)



**Man behöver inte gå vilse för att förlora sig i vår natur. Välkommen.**

Herrljunga verkar för att lyfta fram mänskliga rättigheter och arbetar för en aktiv bygd. Här har du många möjligheter till rolig fritid och gillar du naturen finns sammanlagt 13 mil med vandringsleder/motionsspår genom skog, ångar och genom gammalt kulturlandskap.

Herrljunga bygden  
[www.herrljungabygden.se](http://www.herrljungabygden.se)



**En aktiv bygd med växtkraft**

Herrljunga verkar för att lyfta fram mänskliga rättigheter och arbetar för en aktiv bygd. Här har du många möjligheter till rolig fritid och gillar du naturen finns sammanlagt 13 mil med vandringsleder/motionsspår genom skog, ångar och genom gammalt kulturlandskap.

Herrljunga bygden  
[www.herrljungabygden.se](http://www.herrljungabygden.se)



**En aktiv bygd med växtkraft**

Herrljunga verkar för att lyfta fram mänskliga rättigheter och arbetar för en aktiv bygd. Här har du många möjligheter till rolig fritid och gillar du naturen finns sammanlagt 13 mil med vandringsleder/motionsspår genom skog, ångar och genom gammalt kulturlandskap.

Har du några frågor:  
<https://herrljunga.se/bo-och-leva-i-herrljunga>

Herrljunga bygden  
[www.herrljungabygden.se](http://www.herrljungabygden.se)

## EXEMPEL FÖR HERRLJUNGABYGDEN

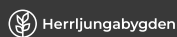
Alla exempel som finns för Herrljunga kommun gäller även grafiskt för Herrljungabygden.

Här är lite exempel på budskap som skulle kunna gälla för Herrljungabygden.



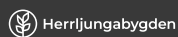
### Lediga lokaler i centrum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean feugiat dui a est tincidunt aliquet.



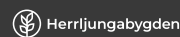
### Pendla till Herrljunga

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean feugiat dui a est tincidunt aliquet.



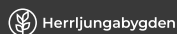
### Bygg ditt eget drömboende!

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean feugiat dui a est tincidunt aliquet.



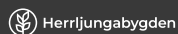
### Upplevelsepaket

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean feugiat dui a est tincidunt aliquet.



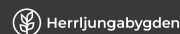
### Familjebygden Herrljunga

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean feugiat dui a est tincidunt aliquet.



### Vandra vid Orraholmen

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean feugiat dui a est tincidunt aliquet.





---

## KONTAKTA HERRLJUNGA KOMMUN

### Address

Box 201  
524 23 Herrljunga

### Telefon

Telefon: 0513-170 00

### Online

Email: [herrljunga.kommun@herrljunga.se](mailto:herrljunga.kommun@herrljunga.se)  
Webbplats: [www.herrljunga.se](http://www.herrljunga.se)

---