

Ny visuel identitet til Horsens Kommune

“ Zupa har skabt en ny visuel identitet for Horsens Kommune CVI, der inkluderer alt fra digitale guidelines, foldere og års-rapporter, til powerpoint præsentationer og kommunens skilte.

Category:
Rebrand / Corporate Identity

Title
Horsens Kommune rebranding Strategist
Morten Eskildsen

Agency
Zupa Digital Designer
Mette Kim

Client
Horsens Kommune Digital Project Manager
Marko Matkovic

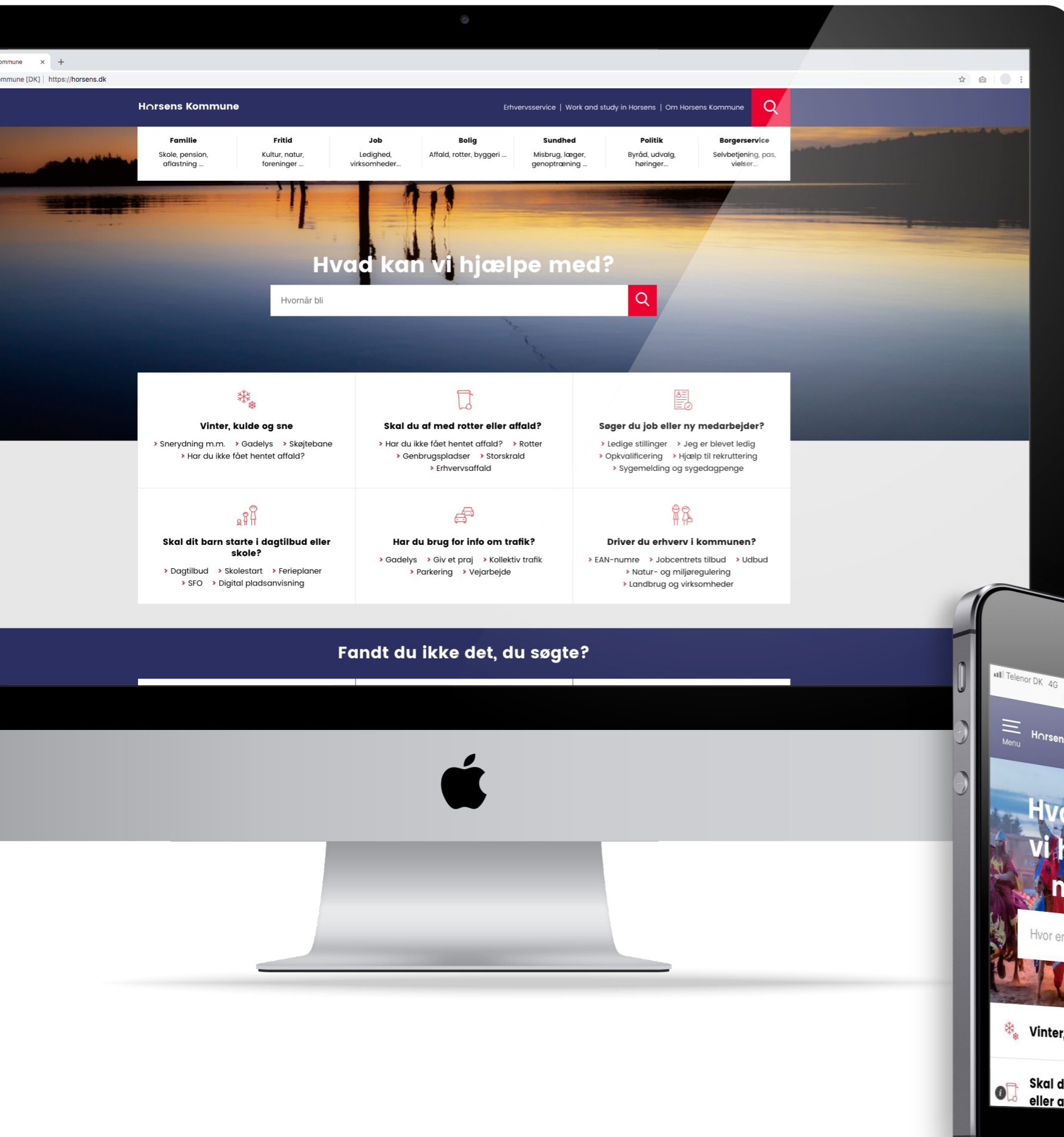
ZUPA



Horsens kommune rebranding

Horsens kommune havde brug for et redesign af hjemmesiden og ny struktur, der i bedre grad tydeliggjorde de services og ydelser kommunen tilbød de mange forskellige borgeres behov og profiler. En opgave der startede digitalt, men endte med et helt nyt design for hele kommunens udtryk - fra kommunens logo til font, farver og udtryk på samtlige flader, kommunen var tilstede.

Det oprindelige design på hjemmesiden var karakteriseret ved en struktur og navigation, der i høj grad imødekom kommunens behov for struktur og opdeling, altså indefra ud. Så opgaven for Zupa startede med en analyse- og designproces, hvor vi fokuserede på at sætte kommunens borgere i centrum. Målet var at skabe en hjemmeside og et udtryk, der gør det nemmere at overskue og navigere i kommunens mange services. Det drejer sig om at analysere data om brugernes adfærd på hjemmesiden, de forskellige brugerprofilers karakteristika, deres søgemønstre, samt hvilke ønsker de har til en ny hjemmeside og kontakt med kommunen.

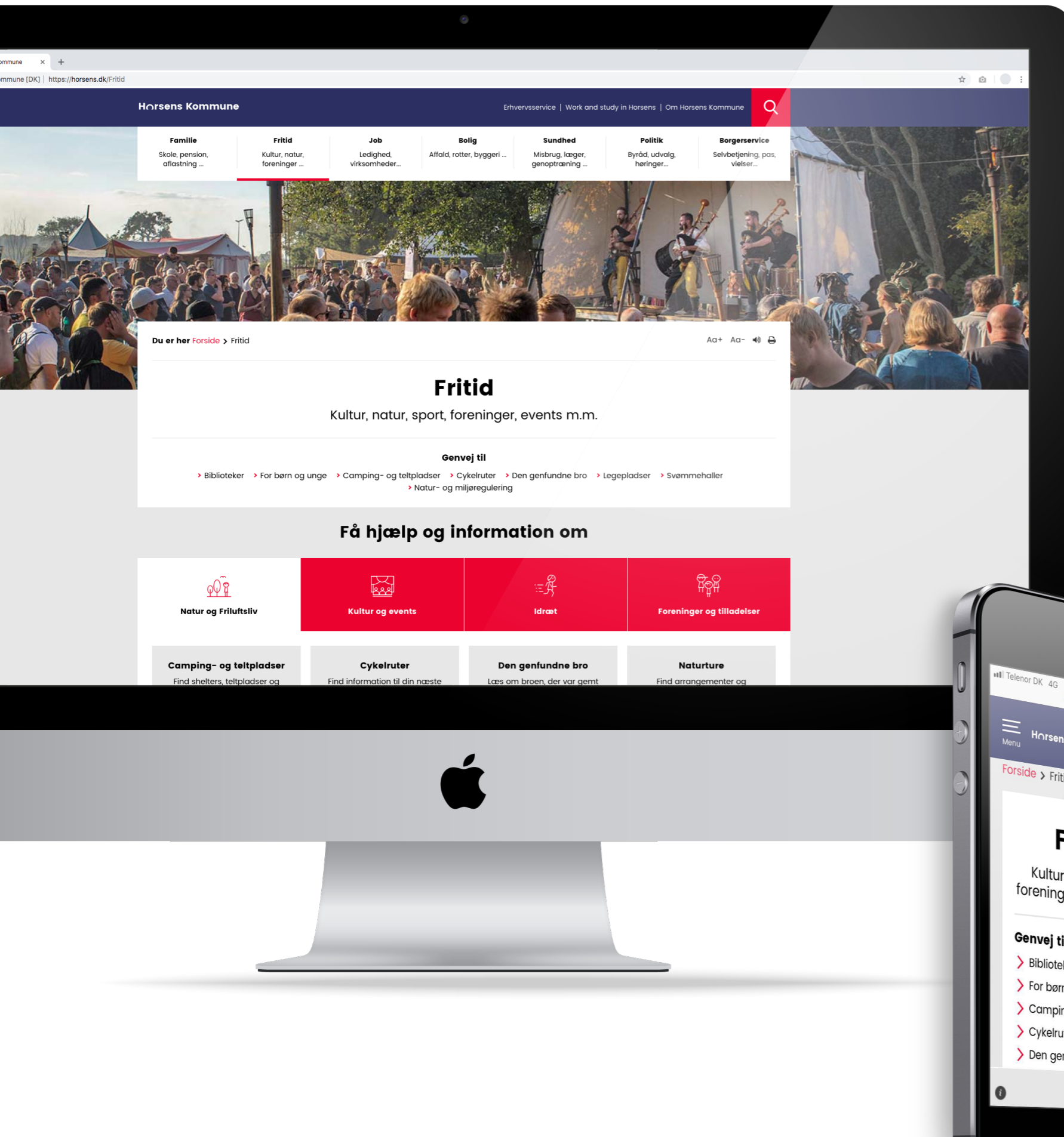


Digitalt udgangspunkt

Den nye designlinje udspringer af det digitale design, som Zupa udarbejdede til Horsens.dk og som Horsens Kommune efterfølgende ønskede at overføre til deres øvrige visuelle kommunikation.

Resultatet er en helt ny designlinje, der bygger på digitale principper om klare farver, høj kontrast, høj læsbarhed og udstrakt brug af billeder, der til sammen tegner et portræt af en vækstkommune og dens indbyggere.



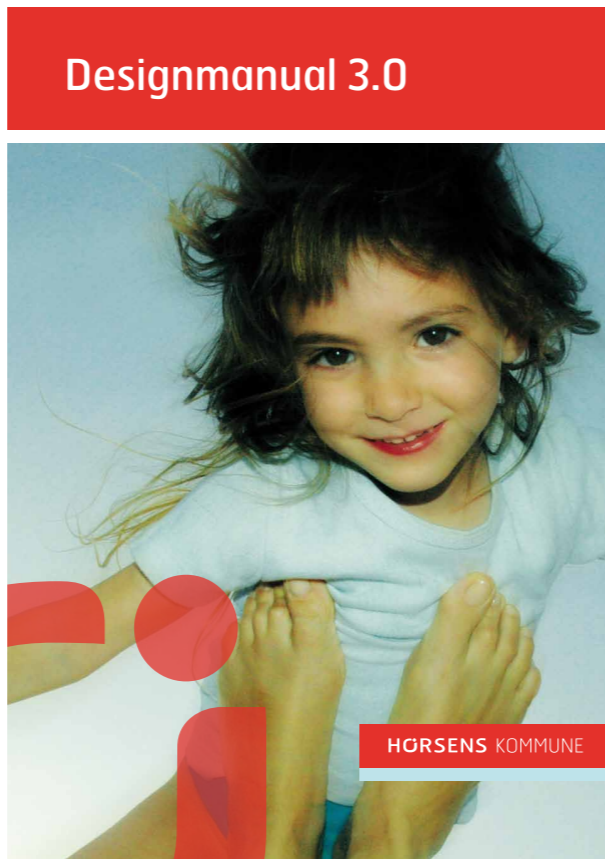


Designet til daglig brug

Udover selve arbejdet med designmanualen har Zupa udarbejdet Word- og PowerPoint skabeloner, som er tilpasset daglig brug. Skabelonerne er udviklet, så kommunens medarbejdere kan benytte dem i det daglige til deres præsentationer og rapporter. Uden at det kræver særlige grafiske forudsætninger.



Horsens gamle designmanual



Forord

Den nye Horsens Kommune har fået en designmanual. Den er med til at markere, at vi tager hul på et nyt og spændende kapitel for vores område.

Designmanualen skal være med til at knytte den nye kommune sammen, både som institution og areal. For at den fortsatte profilering af Horsens Kommune skal lykkes, er det vigtigt, at borgerne og omverdenen oplever, at kommunikationen i kommunen har samme høje fællesnævner.

Horsens Kommune er blevet et stærkt varemærke. Det ønsker vi at støtte op om ved hjælp af et stærkt, fælles grafisk udtryk. Vi ønsker fortsat at markere os som en spændende kommune, hvor der er godt at bo. Hvis vi skal bevare det positive indtryk af kommunen, der er blevet dannet gennem de seneste år, er det vigtigt, at vi på alle fronter signalerer, at vi er moderne og med fremme, hvor tingene sker. Det er det nye design med til at understøtte.

Ideen har været at finde et samlet udtryk, der kan forene de tre gamle kommuner og amtets institutioner i en ny helhed. En helhed der hverken er amtet, Brødstrup, Gedved eller Horsens, men noget mere og større. Det er vigtigt, at vi som kommune har et fælles grafisk udtryk og nogle retningslinier for, hvordan vi udtrykker os. Det signalerer troværdighed og professionalismisme og gør det lettere for borgerne at finde frem til og forstå den kommunale information.

Den nye designmanual favner både den officielle kommunikation mellem kommunen og borgerne og den mere uformelle situation, hvor Horsens markerer sig med for eksempel arrangementer og tilbud. Designmanualen omfatter alt lige fra skiltning, over brevpapir til hjemmesiden og elektronisk post.

Designmanualen fastlægger nogle retningslinier for, hvordan vi signalerer grafisk og sprogligt. På nogle områder vil den måske være et brud med den måde, tingene er blevet gjort på hidtil. Der er rutiner, der skal ændres, og det kan føles besværligt i starten. Designmanualen skal ikke opfattes som et snærende bånd, men som en kvalitets sikring af vores udtryk. Manualen rummer mange muligheder for variation, samtidigt med at den sikrer genkendelighed i vores udtryk.

Derfor er det vigtigt, at vi alle tager designmanualens forskrifter alvorligt. På den måde sikrer vi samme høje kvalitet i alt, hvad vi laver af kommunikation. Betragt designmanualen som en hjælp i hverdagen til at sikre den gode kommunikation udadtil og dermed til at sikre den bedst mulige service for borgerne i kommunen.

God fornøjelse.

Oktober 2006.

Jan Trøjborg

Formand for Sammenlægningsudvalget

revideret marts 2009

Omdrejningsord

For at beskrive kommunens visioner og ønsker for et visuelt udtryk for Horsens Kommune, har følgende omdrejningsord været centrale i arbejdet med designlinien.

- Udvikling Dynamik Innovation Bevægelse
- Ildsjæle Fællesskab Stolthed Engagement Rummelighed
- Kvalitet
- Kultur/Natur

specialviden at forstå.
 Eksempel: Skriv 'Hvis du har sorteret papir, karton og pap for sig, skal du sørge for at holde det adskilt og undgå at blande det med andre typer affald' frem for 'Papir, karton- og papmaterialer, der er sorteret i særskilte fraktioner, må ikke sammenblandes under indsamling og må ikke sammenblandes med andre affaldsarter.'
 Skriv modtagerorienteret frem for afsenderorienteret. Tag udgangspunkt i din modtager og hans situation, frem for i dig selv.
 Eksempel: Skriv 'Du skal underskrive ansøgningen for at få en byggetilladelse', frem for 'Vi skal bruge en underskrift for at kunne udstede en byggetilladelse'.
 Skriv personligt
 Vis hvem der er tekstens afsender, frem for at pakke det ind i ord. Undgå at skabe en sproglig distance ved at skjule, hvem der har skrevet teksten.
 Eksempel: Skriv 'Vi har godkendt din ansøgning' frem for 'Der gøres opmærksom på at ansøgningen er godkendt'. Skriv 'Vi' frem for 'Man'. Skriv 'Jeg' frem for 'Der'.
 Skriv kort, konkret og præcist
 Skriv lige ud af posen frem for at pakke din tekst ind i fyldord.
 Eksempel: 'Du er flyttet. Derfor skal du have nyt sygesikringsbevis' frem for 'Det fremgår af folke-registret at du er fraflyttet din tidligere bolig og flyttet til en ny adresse. På grund af fraflytningen vil der blive udstedt et nyt sygesikringsbevis.'

ord, slutter ofte på -ing og -else.
 Eksempler: Skriv 'Vi vil vurdere dit krav' frem for 'Kravet vil komme an på en vurdering'. Skriv 'Vi vil forbedre systemet ved at lempe på reglerne'. Skriv ikke: 'Forbedring af systemet vil ske gennem en lempelse af reglerne'.
 Undgå lange sammensatte ord
 Man laver lange navneord ved at sætte en masse ord sammen. Det gør teksten svær at forstå. Jo længere ord, jo sværere er teksten at læse. Oplos i stedet sproget i dets enkelte dele.
 Eksempler: Skriv 'Oversigt over konsekvenser' frem for 'Konsekvensberegningsoversigt'. Skriv 'Godkendelse for forhånd' frem for 'Forhåndsgodkendelse'.
 Undgå papir- og mosord
 Papir- og mosord er ord, der kun bliver brugt, når vi skriver, men aldrig når vi taler. De opstår, når man bruger knudrede udsagnsord frem for ligefremme udsagnsord. Papir- og mosord gør teksten unødigt vanskelig at læse.
 Eksempler: Skriv 'Om' frem for 'Angående'. Skriv 'Brevet' frem for 'Nærværende skrivelse'. Skriv 'Står' frem for 'Henstå'.
 Skriv mundtligt
 Tænk i talesprog når du skriver. Det piller de værste papirord ud af sproget og er med til at sikre, at du skriver klart og præcist. Se eksempler under 'Undgå papir- og mosord'.

3: Grafisk element

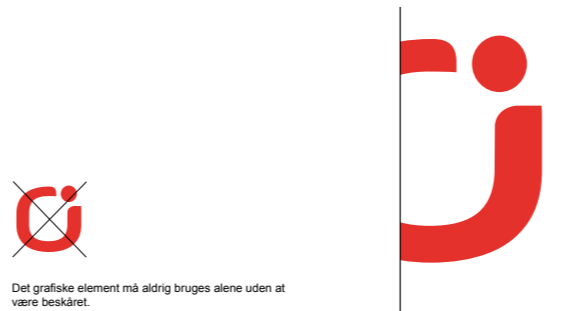
Det grafiske element tager sit udgangspunkt i den runde, dynamiske form, som o'et i Horsens danner. Man kan se mange billeder i det grafiske element, hvoraf nogle er nævnt her.

Grundformen i det grafiske element er cirklen, som giver et dynamisk udtryk med bevægelse i. Elementet er åbnet i det ene hjørne, hvor en kugle-perlebold bliver holdt i luften. Kuglen er i bevægelse og er nærmest på vej ud af formen. Abningen i formen giver et rummeligt udtryk, hvor der bliver rakt ud efter kuglen eller kærligt holdt om.

Det grafiske element er meget enkelt i sin udformning, da det skal indgå i mange sammenhænge. Det er vigtigt, at det kan være neutralt/underspillet eller dominerende og signalgivende. Det grafiske element bruges til at skabe genkendelighed til Horsens, derfor er det vigtigt, at det altid indgår på grafisk materiale.

Det grafiske element kan beskæres på forskellig vis uden at miste sit udtryk. Det må dog aldrig beskæres, når det står som O'et i Horsens. Ligesom det aldrig må bruges alene uden at være beskåret.

Elementet kan bruges i mange farver, med gennem-sigtighed eller som outline. Dog bruges den røde farve vist her primært for Horsens Kommune.



Skrifttyper

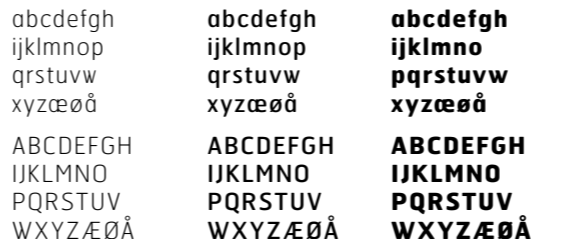
Vi anvender skrifttypen Hermes til overskrifter og en vigtig del af Horsens Kommunes grafiske profil. De nævnte skrifttyper udgør en komplet skriftfamilie med ordinar, halv fed og fed version. Horsens Kommune opnår lettest en ensartet og markant grafisk profil, når brugen af andre skrifter begrænses til et absolut minimum.

En gennemført brug af de nævnte skrifttyper er en vigtig del af Horsens Kommunes grafiske profil. De nævnte skrifttyper udgør en komplet skriftfamilie med ordinar, halv fed og fed version. Horsens Kommune opnår lettest en ensartet og markant grafisk profil, når brugen af andre skrifter begrænses til et absolut minimum.

Pjæcher udarbejdet i Officeprogrammer kan dog skrives i Ariel. Hvis der er behov for det, kan der købes en licens for egen regning.

På Horsens Kommunes hjemmeside anvendes skrifttypen Ariel.

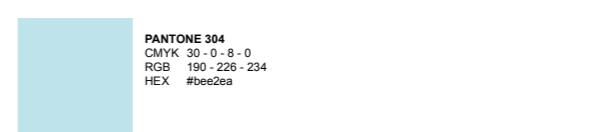
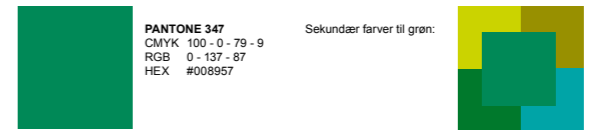
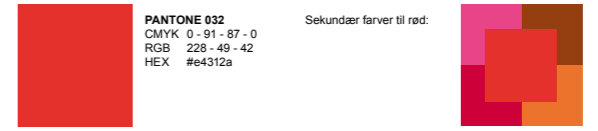
Hermes: Købefont til overskrifter og rubrikker



Farver

I kommunevåbnet er brugt grøn og rød, som sammen med en lys blå danner det farvemæssige fundament i Horsens Kommunes design. Man bør vælge enten den grønne eller den røde grundfarve i en kombination med den blå. Farvevalget defineres ud fra emne: Brug den røde farve-

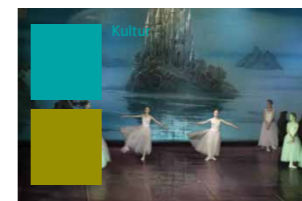
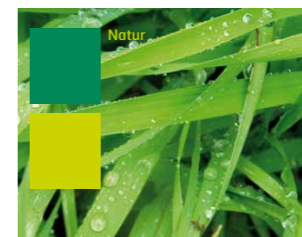
palet når emnet omhandler mennesker, og den grønne når det omhandler teknik. Som sekundær palet er der udviklet en række af røde og grønne toner, som bruges sammen med den valgte grundfarve (rød eller grøn).



Brug af billedmateriale i publikationer

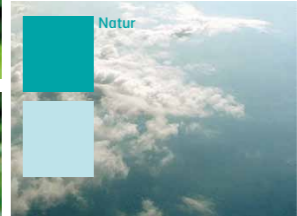
For at skabe en helhed i billedmaterialet er det vigtigt, at der ligesom i den grafiske linie er en rød tråd. Billeder er et meget stærkt kommunikationsmateriale, og ofte siger billeder langt mere end ord og er nemme for modtageren at afkode visuelt.

Tag udgangspunkt i omdrejningsordene for Horsens Kommune samt de følgende krav til billedmaterialet.



Krav til billedmaterialet:

- Ensartet farveholdning for at skabe ro og balance.
- Kun fokus på ét motiv i billedet. Der skal ikke favnes for bredt i motivet, da billedet så ofte mister fokus.
- Farvefotos.
- Motivet er personer, natur og kultur.
- Personerne er friske, i fokus, tæt på og har øjenkontakt med kameraet.
- Dynamik eksempelvis i form af 'motion blur'.
- Lyset er rigt på kontraster, hårdt – men også varmt.
- Optræder der personer i billederne, skal deres tøj være neutralt, så billedet ikke bliver uaktuelt på grund af modepræget tøj. Brug ensfarvede t-shirts, cowboytuksker, undgå hårspænder og andet pynt.
- Brug ikke sammenhængende billedfriser
- Brug ikke fritskrånninger



4 | Papirlinie

Brevpapir grundmodul

Vi bygger al brevtækst op omkring et smalt højre-stillet felt til info om kommunen og et venstrestillet felt til indhold.

Tabuleringer i tekst og skemaer forsøges tilpasset tabuleringen.

Den brede venstremargen giver mulighed for at hulle papiret. Normalt bruger vi løs bagkant i brevtækster og selvfølgelig fast forkant. Det er mest læsevenligt.

Generelle bemærkninger om brevpapir
 Brevpapiret kan enten være i farve eller sort/hvid. Hvilken udgave, der skal anvendes, bestemmes af karakteren af det skrevne og/eller de tekniske muligheder.

Masteropsætninger på breve med alle typografiske grundindstillinger kan hentes ind på din pc. Eksempler på forskellige typer breve er indsat i manualen.

ZUPA

Horsens nye designmanual



Introduktion

Formål og vision

Designmanualen viser, hvordan du bruger skrifttyper, farver, logo og grafiske elementer korrekt.

Manualen viser en række eksempler på, hvordan plakater, annoncer, foldere og skilte kan se ud i Horsens Kommune – samt hvad man ikke må gøre.

Der er plads til flere forskellige udtryk, så længe de overordnede principper bliver overholdt.

Designmanualen er lavet med udgangspunkt i vigtige Horsens-værdier som handlekraft, evnen til at stå sammen, lette i flok, få ting til at ske – og hele tiden sætte sig nye mål.

Den skal udtrykke en dynamisk og visionær kommune, der samtidig har en stærk forankring i de lokale rødder.

“Designmanualen ønsker at indfange begreber som handlekraft, evnen til at stå sammen, lette i flok, få ting til at ske og hele tiden sætte sig nye mål.

En dynamisk og fremadskuende kommune, som samtidig har en stærk forankring i de lokale rødder.

Grafisk element

Brug af grafisk element

Det grafiske element kommer af det brudte O i logoet. Det bruges til at give de grafiske materialer deres egen identitet og til at gøre materialerne nemme at genkende.

Korrekt brug

Det grafiske element må kun bruges én gang pr. side/opsætning. Elementet må ikke være det eneste element, men må kun bruges i kombination med tekst, billede og/eller grafiske opsætninger.

Størrelse

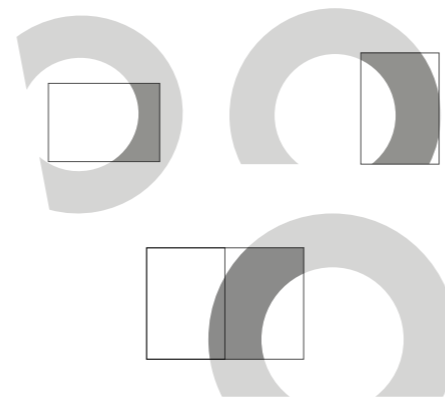
Det grafiske element skal altid bruges i en forstørret udgave, således at man kan se et udsnit af det. Sørg for, at det grafiske element er mindst 3 gange så stort som den side/opsætning, det bruges på. Du må benytte elementet på liggende og stående formater.

Beskæring

Det er tilladt at vælge et vilkårligt udsnit af O'et, som passer til den aktuelle opsætning. Dog må "fædderne" ikke være en del af udsnittet. O'et må ikke fremstå som en cirkel, og elementet må ikke virke forstyrrende på budskabet.

Nedtoning af farver

Det grafiske element må kun bruges i nedtonet form



Det grafiske element kan bruges til at bryde tekst

Typografi

Poppins

Poppins bruges som den primære skrifttype til alt skriftligt materiale, herunder annoncer, plakater, skilte og hjemmeside.

Poppins er en skrifttype, der er kendetegnet ved sit stærke og geometriske udtryk. Den er nem at læse og fungerer godt til både tryksager og digitale formater.

Undtaget er dog PowerPoint præsentationer og Word-dokumenter, hvor du i stedet skal benytte Verdana.

Poppins tilbydes af Google via deres open source skriftbibliotek. Den seneste version kan hentes på hjemmesiden fonts.google.com.

Linjehøjden defineres ud fra følgende:

Punktstørrelse fra 6-19
- Leading: 145%

Punktstørrelse fra 20+
- Leading: 130%

Farver

Farveoversigt

For at variere det grafiske udtryk er der valgt fire primære farver: Blå, rød, gul og grøn. Desuden anvendes farverne sort, hvid og grå.

Primære farver

Der må kun bruges én primærfarve pr. tryksag. Den blå farve må kombineres med én af de andre primærfarver (rød, gul eller grøn), som i det tilfælde kommer til at fungere som kontrastfarve til den blå.

Kontrastfarver

Kontrastfarver må kun bruges til at fremhæve enkelte elementer på en tryksag eller en præsentation.

Hvis rød, gul eller grøn er valgt som primærfarve, må blå (eller andre primærfarver) ikke benyttes som kontrastfarve.

Sort, grå og hvid

Den sorte farve bruges til tekster, mens grå og hvid bruges til baggrund eller til det grafiske element.

AaBbCc

Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890

Thin, *Thin Italic*, ExtraLigh, *ExtraLigh Italic*, Ligh, *Ligh Italic*, Regular, *Italic*, Medium, *Medium Italic*, Semibold, *Semibold Italic*, Bold, *Bold Italic*, *ExtraBold*, *ExtraBold Italic*, Black, *Black Italic*

Linjehøjden defineres ud fra følgende:

Punktstørrelse fra 6-19
- Leading: 145%

Punktstørrelse fra 20+
- Leading: 130%

Farver

Farveoversigt

For at variere det grafiske udtryk er der valgt fire primære farver: Blå, rød, gul og grøn. Desuden anvendes farverne sort, hvid og grå.

Primære farver

Der må kun bruges én primærfarve pr. tryksag. Den blå farve må kombineres med én af de andre primærfarver (rød, gul eller grøn), som i det tilfælde kommer til at fungere som kontrastfarve til den blå.

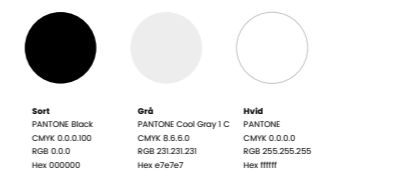
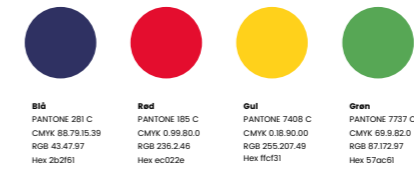
Kontrastfarver

Kontrastfarver må kun bruges til at fremhæve enkelte elementer på en tryksag eller en præsentation.

Hvis rød, gul eller grøn er valgt som primærfarve, må blå (eller andre primærfarver) ikke benyttes som kontrastfarve.

Sort, grå og hvid

Den sorte farve bruges til tekster, mens grå og hvid bruges til baggrund eller til det grafiske element.



Billeder

Billedstil

Billedstilen for Horsens Kommune er opdelt i to, det menneskelige og byrum.

Billeder bør redigeres og gemmes i Horsens Kommunes billedbank (Skyfish).

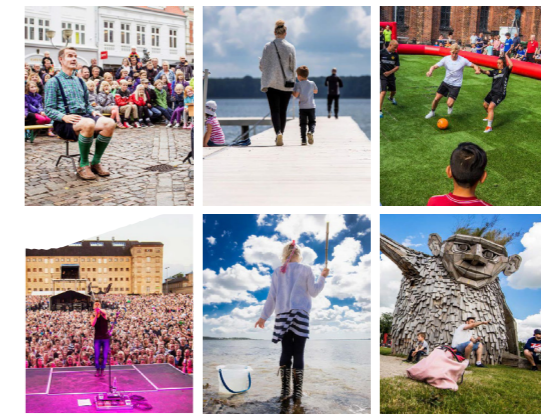
Det menneskelige

Det menneskelige tager udgangspunkt i et stemningsfyldt, lyst og indbydende univers. Der er fokus på mennesker i naturlige omgivelser i og omkring Horsens Kommune.

Billederne skal afspejle realistiske situationer og begivenheder.

Billederne skal fremstå klare og kontrastfyldte i farverne. De må ikke benytte filtre eller være redigeret på en måde, der får dem til at se unaturlige ud.

Brug billeder, der er taget i regi af Horsens Kommune. Billederne skal være i høj kvalitet og med nemt genkendelige motiver. Undgå billeder og grafiske elementer fra billedbanker som fx Colourbox.



Opsætning

Version 1

Opsætning af plakat uden footer.

Minimumsafstanden fra overskrift og manchét på begge plakater er 20 mm.

Margin



Nye skilte og ikoner

(Anvendes på alle kommunens institutioner og kontorer)

