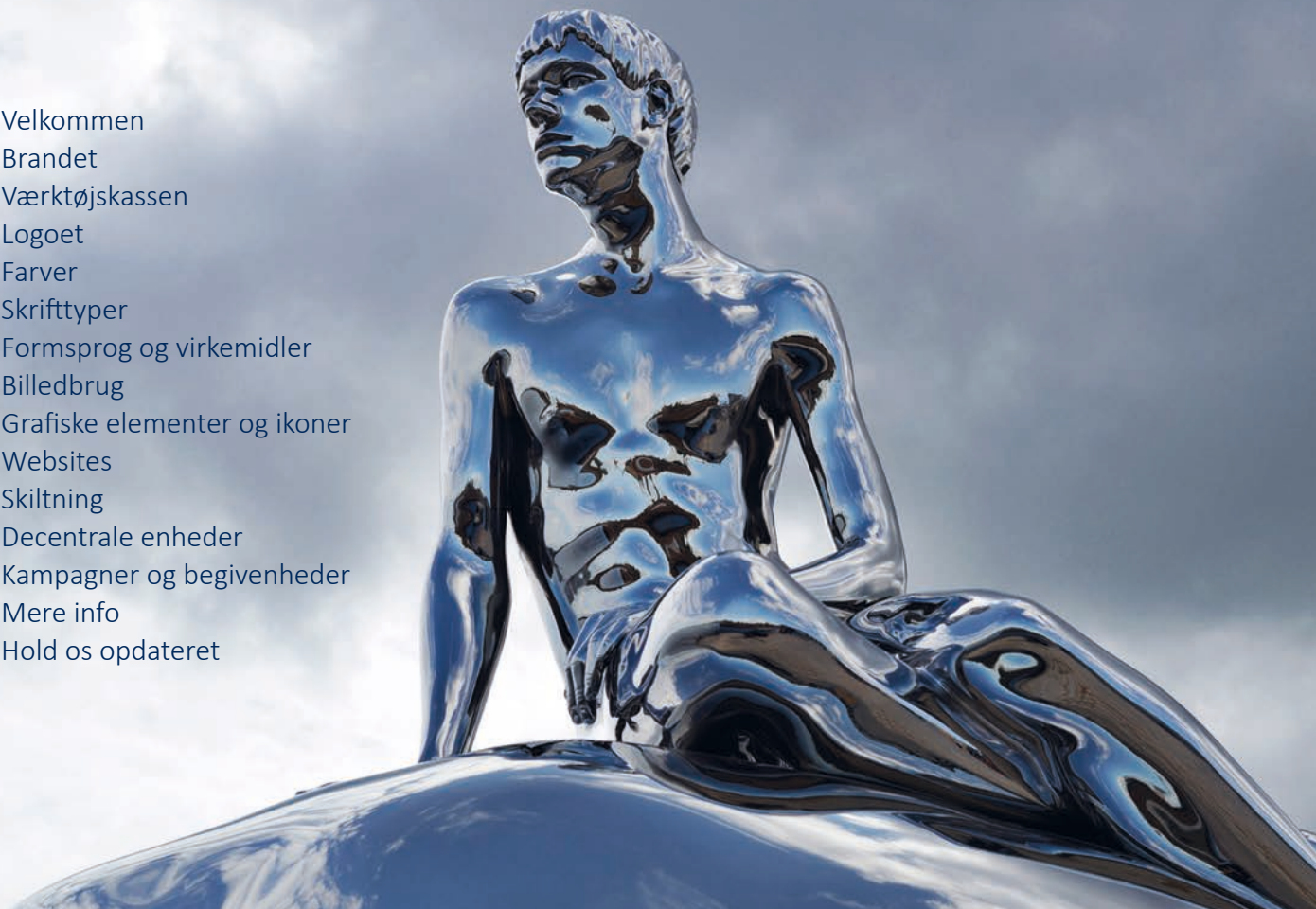




**HELSINGØR
KOMMUNE**

DESIGNPROFIL

02-03	Velkommen
04-05	Brandet
06-07	Værktøjskassen
08-13	Logoet
14-21	Farver
22-25	Skrifttyper
26-29	Formsprog og virkemidler
30-31	Billedbrug
32-35	Grafiske elementer og ikoner
36-37	Websites
38-39	Skiltning
40-43	Decentrale enheder
44-47	Kampagner og begivenheder
48-49	Mere info
50-51	Hold os opdateret



EN LEVENDE PROFIL

Velkommen til Helsingør Kommunes Design-profil - samlingen af retningslinjer for hvordan du benytter de elementer og designmæssige principper, som udgør Helsingør Kommunes visuelle identitet.

Hvorfor bekymre sig om et logo?

Et logo giver en virksomhed en genkendelighed, som folk forbinder med forskellige egenskaber (det man også kalder et brand). Vi kan alle nævne mange brands, hvis farver, former eller specielle elementer har brændt sig fast i vores hukommelse. Carlsbergs farve, McDonalds M og Apples æble er alle gode eksempler på virksomhedsidentiteter, der har 'brændt sig fast' hos de fleste af os.

Men er Helsingør Kommune et brand?

JA! Helsingør Kommune har meget at byde på - og når vi samler alt dette under et fælles logo og en fælles grafisk stil, vil vores borgere, samarbejdspartnere og turister kunne huske os bedre.

Når vi professionelt synliggør hvor mange af vores kulturinstitutioner, fritidsaktiviteter, festivaller, events, museer, daginstitutioner, skoler, plejehjem, biblioteker, sportsfaciliteter, parker, informationswebsites, apps og meget mere, der reelt er betalt og varetaget af Helsingør Kommune, sikrer vi i fællesskab, at kommunen bliver husket for langt mere end bare rykkerbreve og regler.



én kommune
én profil
ét logo

ET FÆLLES UDTRYK SAMLER FORTÆLLINGEN

Helsingør Kommune er én kommune

Hver eneste gang vi skriver et brev, laver en plakat, en annonce eller et website, er vi med til at skabe den visuelle fortælling om det sted, vi er en del af.

Det er Helsingør Kommunes mission at bidrage aktivt til borgernes livskvalitet og være en attraktiv kommune for både borgere, virksomheder og besøgende. En del af arbejdet med at gøre vores borgere stolte over at bo i Helsingør Kommune indebærer, at vi fremstår som en professionel organisation og et imødekommende sted. Dette hjælper designprofilen os med!

Sammenhæng gør os stærke

Når vi alle følger retningslinjerne i profilen, fremstår vi professionelle - ikke blot i vores kommunikation, men også i vores service over for borgerne.

Når logoet altid medtages, bliver dette både et kvalitetsstempel på det enkelte produkt, samtidig med at produktet bliver en del af den samlede fortælling om kommunen. Vi får således synliggjort sammenhængen og mangfoldigheden på tværs af hele kommunen og vist, at vi alle er stolte af at være en del af én Helsingør Kommune!

HELSINGØR
KOMMUNE



1 Helsingør regner vi med hinanden

#OplevHelsingør

DIN GRAFISKE VÆRKTØJKASSE

På de følgende sider opridses grundreglerne for brug af hovedelementer såsom logo, farveskala, skrifttyper, formsprog m.m. Disse skal alle i kommunen overholde. En række særlige regler gør sig gældende for henholdsvis decentrale enheder og store kampagneindsatser; disse er beskrevet nærmere på side 39 og 43.

Profilen udvikler sig løbende

De statiske hovedelementer er samlet i denne folder, men da det grafiske område er meget dynamisk, vil profilen løbende blive udvidet med skabeloner og uddybninger. Du kan finde disse samt downloade logoer og farvepaletter på kommunens intranet KILDEN under 'Værktøjer' → 'Logo og design'. 

Hvis du er ekstern grafiker, kan du finde alt relevant materiale her:

helsingor.dk/designprofil

Har du behov for mere information eller hjælp, er du velkommen til at kontakte kommunens grafiske team via:

grafik@helsingor.dk



HELSINGØR
KOMMUNE

600 ÅR GAMMELT LOGO

Helsingør Kommunes logo er den mest karaktergivende del af Helsingør Kommunes visuelle identitet. Grundelementet, et skib på et bølgende hav, har fulgt kommunen helt tilbage fra 1400-tallet, hvor det var et håndtegnet segl.

Farven og skrifttype har udviklet sig, men skibet (pt. en karak fra 1700-tallet) har bevaret sin prominente position som en central del af Helsingør Kommunes identitet, og den blå farve og bølgeelementet er blevet en del af Kommunens visuelle kendetegn.

For at sikre genkendelighed og kobling til Helsingør Kommunes brand skal kommunens logo altid fremstå på forsiden af alle visuelle produktioner og i en størrelse hvor teksten er let læselig og skibet synligt.

Da logoet er specialtegnet og alle elementer afstemt i forhold til hinanden, må du hverken ændre udformning eller størrelsesforhold mellem de enkelte elementer. Ligeledes skal både bomærket (skibet) og navnetrækket (teksten 'Helsingør Kommune') medtages.

Se retningslinjer på de næste sider.





✓ Blå på hvid baggrund



✓ Sort på hvid baggrund



✓ Grå på hvid baggrund



✓ Hvid på farvet baggrund



✓ Hvid på sort baggrund



✓ Hvid på grå baggrund



✗ Brug ikke mørkt logo på mørk baggrund



✓ Logo på rolig billedbaggrund



✗ Brug ikke logo på urolig billedbaggrund

6 RETNINGSLINJER FOR BRUG AF LOGO

1. ***Brug altid kommunens logo på forsiden af al grafisk kommunikation som har kommunen eller dele af kommunen som afsender***

På denne måde er modtageren aldrig i tvivl om, at det er Helsingør Kommune, der er afsender.

2. ***Lav ikke om på logoet og benyt det kun i farverne blå, hvid, sort eller grå***

Dermed sikres farvegenkendeligheden, og vi undgår uheldige logofarver.

3. ***Logoet skal være let at aflæse***

Placer ikke logoet på en 'støjende' baggrund – eksempelvis et uroligt billede, mønster eller lignende. Sørg også for at logoet har en størrelse, der gør det let at aflæse (en størrelse omkring 3,5 - 5,5 cm for almindelige publikationer).



✗ Skibet alene kan ikke repræsentere kommunen



✗ Navnetræk alene kan ikke repræsentere kommunen



✗ Benyt passende størrelse



✗ Benyt korrekt opløsning (Undgå pixelering)



✗ Logo må ikke strækkes



✗ Logo må ikke knibes



✗ Kvadratisk logo benyttes ikke mere



✗ Logo med små bogstaver benyttes ikke mere



✗ Aflangt logo benyttes kun på skilte

6 RETNINGSLINJER FOR BRUG AF LOGO

4. ***Logoet skal benyttes samlet (bomærke og navnetræk)***

Bomærket (skibet) kan ikke stå alene som repræsentation for Helsingør Kommune, men skal være i følgeskab med navnetrækket. Bomærket kan dog godt bruges som grafisk element - læs mere på side 35.

5. ***Hiv, stræk eller klip aldrig i logoet***

Logoet er specialtegnet, og der er tænkt over proportionerne. Når du strækker eller klipper i logoet, vil det fremstå forkert.

6. ***Brug aldrig gamle logoudgaver!***

Det *eneste* officielle Helsingør Kommune logo er uden baggrundskasse og har versalskrift (store bogstaver). Alle tidligere udgaver af logoet *skal* udfases og skiftes snarest muligt. Tag kontakt til grafik@helsingor.dk hvis du har behov for hjælp i forbindelse med udskiftningen.

Logo i godkendte farver, formater og filtyper findes på KILDEN. 



HELSINGØR KOMMER I MANGE FARVER

Helsingør er ikke en bank. Derfor kan vi ikke blot have én farve og bruge denne på alt. Dette ville give et kedeligt og ensformigt udtryk, som ikke kan rumme den diversitet, Helsingør Kommune har. Vi er alt lige fra informative websider om rottebekæmpelse til store kulturelle events og eventyrfest i daginstitutionen. Dette kræver en del af en farveskala.

I Helsingør Kommune har vi derfor udviklet en meget bred farvepalette, som på bedste vis forsøger at rumme forskelligheden i kommunen.

Farverne i paletten er afstemt, så de passer godt sammen, og farverne er opgivet, så du nemt kan benytte dem i alt fra mails, powerpoints og word-dokumenter til websites og tryksager. Samtidig hjælper spotfarvesystemet dig med at vurdere hvilke farver, du bør benytte til større eller mindre elementer.

Mangler du noget?

Står du desperat og mangler en farve til dit layout? Så kontakt det grafiske team via grafik@helsingor.dk. Så finder vi en farve, der passer.



3

hovedregler
om farvebrug

3 REGLER - ET HAV AF NUANCER

1. ***Hold farvefingrene fra logoet***

Brug som udgangspunkt altid den Helsingørblå farve - det sikrer grafisk sammenhæng. Alternativt kan logoet, på farvede baggrunde (eksempelvis rolige billeder), være gråt, sort eller hvidt. Læs mere herom under “Logoet og dets brug”.

2. ***Undgå farvelade***

For mange kraftige farver eller farver sammensat på en uheldig måde risikerer at aflede din modtagers fokus fra det budskab, du gerne vil formidle. Designs med et par enkelte farver er derfor mere over skuelige og kommunikerer ofte dit budskabet bedre. 3-4 farver er f.eks. rigeligt til en A4- folder. Her kan du med fordel vælge en af de kraftige/mørke farver (#1-2) og et par af de lysere (#3-5).

3. ***Begræns de stærke farver*** S

Benyt spotfarver (farver markeret med S) i små mængder, eksempelvis som fremhævelse af en enkelt graf eller en vigtig overskrift. Benyt de resterende farver til at skabe ro, f.eks. som baggrund eller i en faktaboks.

Se farveskala på de næste fire sider og find eksempler og inspiration på KILDEN. K



støvede farver



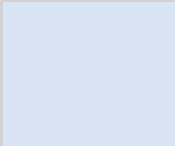
PANTONE: 281
Logoets pantone-variant kan benyttes i tryksager og på skilte. Farven er mørk marineblå.

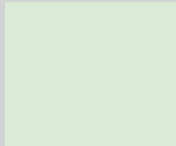
S Dette tegn indikerer, at farven er en SPOT farve. Disse farver er meget kraftige og dominante. Bør kun benyttes til enkelte grafiske elementer/overskrifter.

Bemærk:

Farver på disse to opslag er trykt i CMYK. Der er forskel på det, du ser her og det, du vil se på din skærm.

Læs mere om farvekoder, og hvordan du bruger dem på KILDEN. **K**

	HAV #3	14,60,0 225,233,248 #E1E8F7
	HAV #2	58,24,16,0 117,167,196 #74A6C3
	HAV #1	100,47,30,16 0,95,131 #005E82
	LOGO BLÅ	100,64,0,60 0,45,98 #002D58
HAV		CMYK RGB HEX

	GRÆS #4	14,1,18,0 227,238,220 #E3EDB8
	GRÆS #3	28,2,36,0 199,221,182 #C7DDB5
	GRÆS #2	85,22,81,7 12,135,83 #0C8653
	GRÆS #1	88,45,57,26 23,94,94 #175D5D
GRÆS		CMYK RGB HEX

SOL



SOL
#1

CMYK

0,62,100,0
RGB
239,121,0
HEX
#EF7800



SOL
#2

0,38,73,0
RGB
248,174,83
HEX
#F7AE53



SOL
#3

0,12,65,0
RGB
255,222,112
HEX
#FFDE6F



SOL
#4

0,6,33,0
RGB
255,239,189
HEX
#FFEF8D

EVENTYR



EVENTYR
#1

CMYK

60,80,58,72
RGB
56,30,35
HEX
#371D23



EVENTYR
#2

54,85,55,60
RGB
77,35,47
HEX
#4D232E



EVENTYR
#3

26,100,63,16
RGB
167,24,61
HEX
#A6173C



EVENTYR
#4

2,50,2
RGB
247,242,246
HEX
#F6F1F5

STEN



STEN
#1

CMYK

65,57,56,61
RGB
60,59,57
HEX
#3C3B38



STEN
#2

60,51,51,20
RGB
108,105,104
HEX
#6B6967



STEN
#3

10,71,6,0
RGB
234,232,219
HEX
#E9E7DA



STEN
#4

7,5,6,0
RGB
240,240,239
HEX
#F0F0EF

klare farver



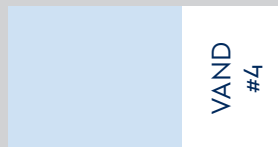
PANTONE: 281
Logoets pantone-variant kan benyttes i tryksager og på skilte. Farven er mørk marineblå.

S Dette tegn indikerer, at farven er en SPOT farve. Disse farver er meget kraftige og dominante. Bør kun benyttes til enkelte grafiske elementer/overskrifter.

Bemærk:

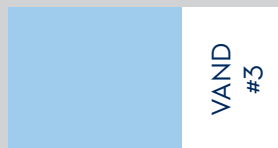
Farver på disse to opslag er trykt i CMYK. Der er forskel på det, du ser her og det, du vil se på din skærm.

Læs mere om farvekoder, og hvordan du bruger dem på KILDEN. **K**



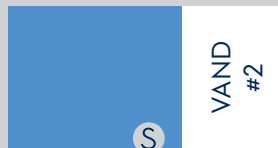
VAND
#4

CMYK
17,6,0,0
RGB
219,231,247
HEX
#DAE7F6



VAND
#3

CMYK
35,9,0,0
RGB
176,210,240
HEX
#B0D1F0



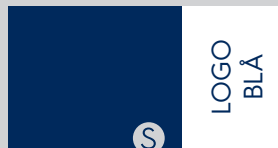
VAND
#2

CMYK
68,34,0,0
RGB
85,146,206
HEX
#5491CD



VAND
#1

CMYK
100,66,0,2
RGB
0,83,161
HEX
#0053A1

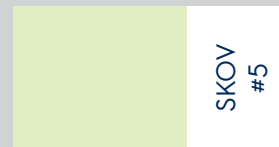


LOGO
BLÅ

CMYK
100,64,0,60
RGB
0,45,98
HEX
#002D58

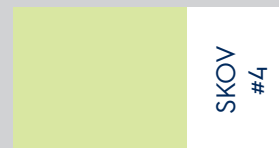
VAND

CMYK
RGB
HEX



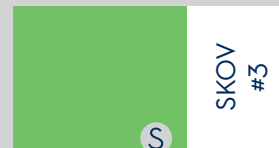
SKOV
#5

CMYK
12,0,29,0
RGB
233,239,200
HEX
#E8EFC7



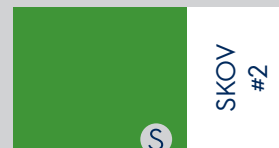
SKOV
#4

CMYK
16,0,46,0
RGB
226,233,164
HEX
#E2E8A3



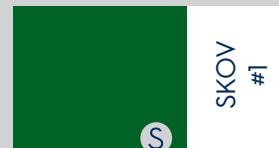
SKOV
#3

CMYK
58,0,80,0
RGB
121,187,89
HEX
#78BA58



SKOV
#2

CMYK
68,0,100,24
RGB
74,147,40
HEX
#4A9328



SKOV
#1

CMYK
80,0,100,56
RGB
20,96,30
HEX
#13601D

SKOV

CMYK
RGB
HEX

SOMMER



SOMMER
#1

CMYK 0,42,100,1
RGB 244,161,0
HEX #F4A100



SOMMER
#2

0,24,94,0
253,197,19
#FDC412



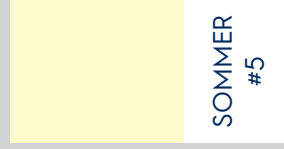
SOMMER
#3

0,6,95,0
255,228,12
#FFE30C



SOMMER
#4

0,0,52,0
255,245,149
#FFF594



SOMMER
#5

1,0,25,0
253,249,210
#FDF9D1

FANTASI



FANTASI
#1

CMYK 0,100,64,33
RGB 171,9,47
HEX #AB092E



FANTASI
#2

0,91,76,0
231,43,55
#E72A37



FANTASI
#3

10,100,0,49
135,0,78
#86004E



FANTASI
#4

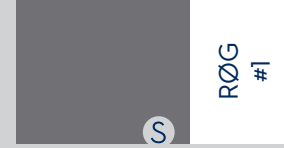
39,64,0,0
170,112,173
#AA6FAC



FANTASI
#5

10,16,0,0
231,220,237
#E7DBEC

RØG



RØG
#1

CMYK 0,2,0,68
RGB 117,115,115
HEX #747373



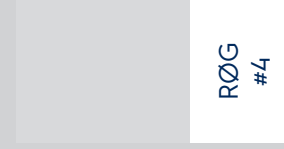
RØG
#2

0,1,0,43
172,170,170
#ABAAAA



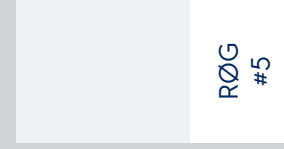
RØG
#3

0,0,0,29
200,200,200
#C7C7C7



RØG
#4

0,0,0,17
224,224,224
#DFDFDF



RØG
#5

0,0,0,6
244,244,244
#F4F4F4



SKRIFTTYPER

Skrifttyper (også kaldet fonte) er med til at give identitet og sikre et ensartet udtryk på tværs af grafiske produkter og platforme. Skrifttyper kan egne sig til forskellige medier, idet nogle bliver henholdsvis nemmere/sværere at læse på afstand og i små/store mængder. Samtidig kan æstetikken i de enkelte bogstavers udformning påvirke udtrykket af den samlede tekstmængde.

I Helsingør Kommune arbejder vi bevidst med at bruge de bedst egnede skrifttyper til de forskellige visuelle medier.



Calibri

LIGHT | REGULAR | *ITALIC* | **BOLD** | ***BOLD ITALIC***

Georgia

REGULAR | *ITALIC* | **BOLD** | ***BOLD ITALIC***

Hurme Geometric Sans no.1

LIGHT | REGULAR | *ITALIC* | **BOLD** | ***BOLD ITALIC***

Verdana

REGULAR | *ITALIC* | **BOLD** | ***BOLD ITALIC***

Arial

REGULAR | *ITALIC* | **BOLD** | ***BOLD ITALIC***

I DENNE FOLDER

TITLER OG SIDEHOVEDER PÅ HØJRESIDER ER SKREVET MED CALIBRI LIGHT I VERSALER (STORE BOGSTAVER)

Brødteksten er skrevet med Georgia, afsnitsoverskrifter er skrevet med **Georgia bold**

Overskrifter på venstresider (side 4 og 16) er skrevet med Hurme Geometric Sans light alene med små bogstaver

Verdana og Arial er ikke benyttet, da denne folder primært er beregnet til tryk

RETNINGSLINJER

Print og PDF

Til al officiel korrespondance som breve, notater, referater, dagsordner og lignende benyttes Calibri - en stilren skrifttype uden fødder.

I tilfælde med meget tekst (f.eks. rapporter) benyttes Georgia, som er mere klassisk og har fødder, hvilket gør den læsevenlig i større mængder på papir.

Skærm og web

Til webprodukter (mails, powerpoints, websites, apps osv.) benyttes Arial, alternativt Verdana. Disse to skrifttyper er designet til at være let læselige på computerskærme.

Tryksager

Til trykt kommunikation som brochurer, foldere, plakater m.m. hvor skrifttypen ønskes benyttet som en del af det grafiske udtryk, kan

Hurme og Calibri light benyttes i overskrifter, eventuelt alene med store bogstaver.

Til tryksager med en begrænset tekstmængde benyttes Calibri. I tilfælde med meget tekst (f.eks. rapporter) kan Georgia benyttes.

Hvor finder jeg skrifttyperne?

Calibri, Georgia, Verdana og Areal er installeret på alle kommunens computere og kan tilgås fra alle Officeprogrammer via skrifttypevælgeren. Skrifttypen Hurme er en købefont, som kommunen har et begrænset antal licenser til.

Skriv til grafik@helsingør.dk hvis du ønsker at benytte Hurme i et grafisk produkt.



FORMSPROG ER OGSÅ KOMMUNIKATION

En stor del af de følelser du oplever, når du står med et grafisk produkt, kan tilskrives den bevidste (eller ubevidste) brug af grafisk formsprog og virkemidler. Et design kan eksempelvis føles 'gammeldags', 'luftigt', 'nærværende' eller 'vildt'.

Hvad, der skaber denne følelse, kommer i sidste ende an på, hvordan formsproget er benyttet til at placere og justere de grafiske elementer, samt hvordan virkemidler som størrelsesforhold, kontraster, farveflader og marginer er benyttet.

I Helsingør Kommune har vi valgt ikke at have minutløse retningslinjer for brug af formsprog og virkemidler.

I stedet har vi ud fra vores vision, opstillet tre visuelle kendetegn for Helsingør Kommunes grafiske materialer:

LUFTIGT
ENKELT
LEVENDE





DE 3 VISUELLE KENDETEGN

1. *Luftigt*

I Helsingør Kommune har vi højt til loftet og plads til udfoldelse omkring os. Denne følelse må meget gerne gå igen i vores grafiske materialer. Brug derfor gerne 'white space' - det vil sige rigeligt med afstand mellem elementerne. Brug mest lyse farver og kun mørke farver til enkelte, betydningsfulde elementer.

2. *Enkelt*

Helsingør Kommune gør det hele enkelt, overskueligt og ligetil – også grafisk. Brug få men velvalgte grafiske virkemidler, hold dig til få farver, og brug gerne et stort billede frem for flere små.

3. *Levende*

Helsingør Kommune er et levende sted. Brug derfor gerne store billedflader med liv og aktivitet. Ord som 'aktivt', 'nærhed' og 'autentisk atmosfære' må gerne poppe op, når du står med et stykke grafisk materiale fra Helsingør Kommune.

***Inspiration til hvordan formsprog og virkemidler kan udnyttes
findes på KILDEN. ***



AUTENTISKE BILLEDER MED LIV

Helsingør Kommune har vision om at være et levende sted med et rigt kulturliv, og Nordsjællands mest attraktive bosætningskommune. Det vil vi rigtig gerne synliggøre via vores billedbrug.

Vi vil gerne have lokale og autentiske billeder fra Helsingør Kommune, så vi ikke pryder os med lånte fjer. Billederne må gerne signalere liv og aktivitet. Efterstræb derfor, at der er mennesker i interaktion på billederne.

Som en forlængelse af Helsingør Kommunes formsprog vil det være gavnligt at benytte enkelte, store billeder, der understøtter budskabet i din tekst.

Billeder og billedbehandling

Under 'Værktøjer' → 'Logo og design' på KILDEN finder du en samling af de bedste billeder vi har. 

Her finder du også en konkret guide til at efterbehandle billeder i Photoshop.

Hjælp os med at være autentiske

Har du taget gode billeder, så send dem gerne til grafik@helsingor.dk, så flere kan få glæde af dem.



SKAB LIV MED GRAFIK

Ofte kan et design nyde godt af grafiske elementer, som ikke er billeder eller modeller. Grafiske elementer kan bryde monotonien på en teksttunge flade med eksempelvis et farvet ikon eller et mønster i baggrunden.

På de næste sider gennemgås de grundlæggende grafiske elementer, som benyttes i Helsingør Kommune.

De grafiske elementer udvikler sig løbende og kan benyttes på et utal af måder – besøg derfor designprofilens univers på [KILDEN](#) for mere inspiration. Her kan du også downloade de grafiske elementer der benyttes lige nu. 



FAKTABOKSE

Tænk gerne i at placere 'bonusinformation' i separate faktabokse. Disse kan være farvede og have en anden skrifttype, og dermed skabe dynamik og afveksling i layoutet.



Bomærket

Foruden logo og billeder har du mulighed for at benytte bomærket (skibet i kommunens logo) som et grafisk element. Eksempelvis som et vandmærke i baggrunden.

Husk! Bomærket alene kan ikke repræsentere kommunen som afsender.

Ikoner/piktogrammer

Du kan også benytte ikoner/piktogrammer. Disse kan ofte hjælpe med at visualisere din tekst og give lidt liv og farver. Et eksempel kunne være et piktogram med en baggrunds-farve fra farveskalaen.

Benyt altid professionelt designede ikoner – ikke WordArt eller ikoner downloadet fra internettet, da de ofte vil være unødigt detaljerede og for forskellige i stilarter.



Bølgen

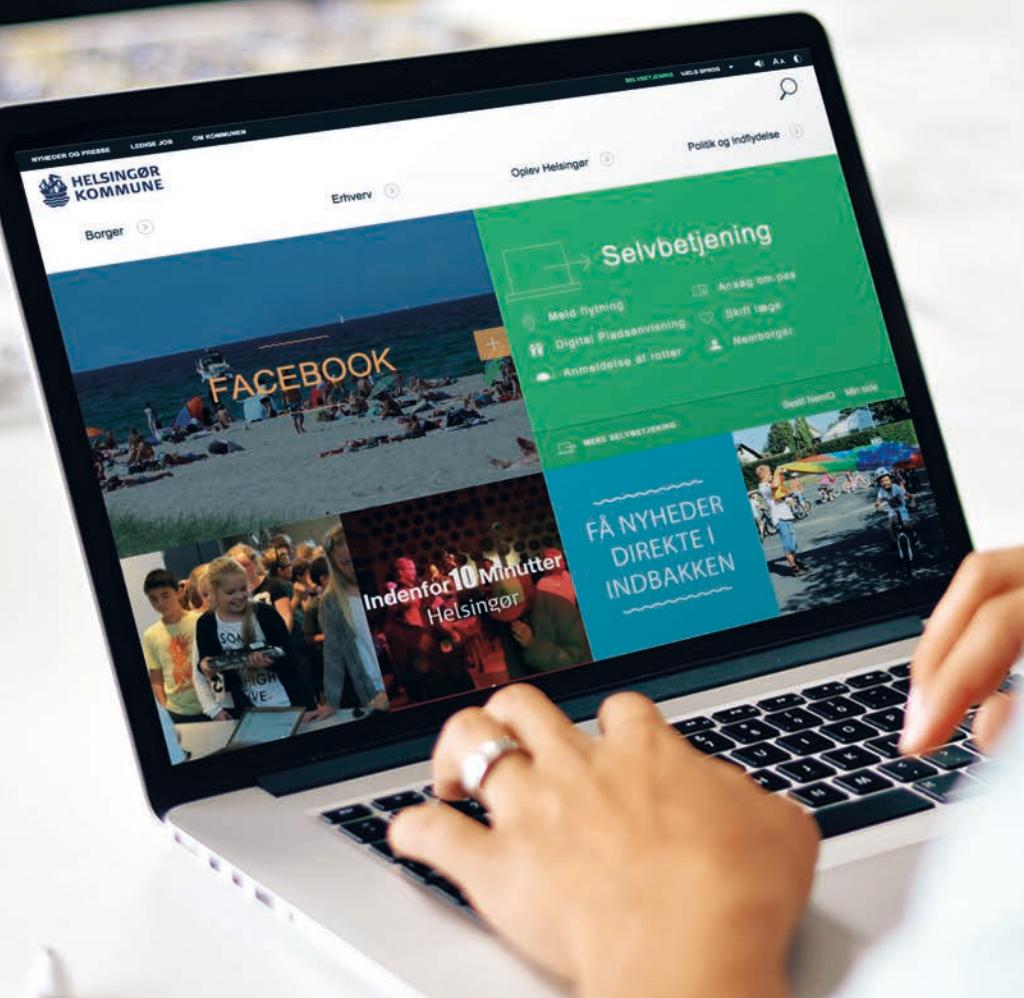
Et andet grafisk element er bølgen fra logoet, som du kan benytte til at adskille indholdselementer. Både bølgen og skibet kan benyttes i alle farveskalaens farver.



Friser

Helsingør Kommune har udviklet en række stiliserede silhuetter af bygninger og skulpturer i Kommunen. Disse kan benyttes til at sammensætte en 'skyline' eller benyttes enkeltvist som grafisk element. Kontakt gerne det grafiske team hvis du synes en vigtig bygning/skulptur mangler.





WEBSITES ER KOMMUNENS VINDUE

Den primære kontaktflade

Websitet er i dag stedet, hvor mange borgere har den primære kontakt til kommunen, hvad end det er for at undersøge kulturelle begivenheder, åbningstider, institutionspladser eller anmelde rotter. Det er essentielt, at vi fremstår professionelle og grafisk konsistente på tværs af de mange elektroniske platforme.

Med kommunens website og den tilhørende multisitestrategi er der fokus på enkelhed, overskuelighed og ressourceoptimering. Det nye website understøtter derfor en 'subsite'-løsning, hvor nye websites kan oprettes i den samme grafiske stil som www.helsingor.dk.

Sammenhæng og enkelhed

Websites til decentrale enheder, kampagner mm. kan således oprettes på webadressen [www.\[navn\].helsingor.dk](http://www.[navn].helsingor.dk), og nyde godt af strukturen, grafikken og de tekniske funktioner fra helsingor.dk. Samtidig kan 'subsitet' tilpasses den decentrale enhed eller kampagne med blandt andet logo, grafik og billeder.

Du har stadig mulighed for at have et helt separat website med egen webadresse og grafik. Dette skal dog overholde en række retningslinjer, herunder: Helsingør Kommunes logo i øverste højre hjørne, der skal være tilpasning til mobile enheder (responsivitet), sprogguidelines skal følges mm.

Du kan læse mere om subsites og krav til selvstændige websites og apps på KILDEN. 



HELSINGØR KOMMUNE

Plejehjemmet Strandhøj

PROFESSIONEL SYNLIGHED I DET OFFENTLIGE RUM

Kommunens officielle skiltning har hvid skrift på Helsingørblå baggrund.

Disse skilte har en speciel 1-linjes-udgave af logoet, som giver mere plads til tekstindholdet på den relativt begrænsede plads.

Alle kommunale institutioner skal som minimum have denne form for skilt ved indgangen til matriklen.

På alle lokationsskiltene benyttes den special tegnede skrifttype 'Public'.

Public
DISPLAY | ITALIC

Øvrig skiltning

For øvrig kommunal skiltning såsom infotavler og henvisningsskilte findes retningslinjer og skabeloner på KILDEN. På skilte, hvor kommunen indgår som aktør på lige fod med andre, bør samhörigheden til kommunens profil bibeholdes. Den konkrete udformning og materialevalget bør følge lokationens apteringsforeskrifter og den konkrete informationssituation.

Helsingør Kommunes logo skal naturligvis medtages. Læs mere om dette emne på KILDEN. 

Bestilling af skilte

Mangler du et skilt, eller har behov for at få udskiftet et gammelt skilt, kan du henvende dig på grafik@helsingor.dk.

KULTUR
VÆRFTET
THE CULTURE
YARD

28. AUG.

RASMUS SEEBACH

JULIAS MOON

VILD \$MITH + MEGO

29. AUG.

DIZZY MIZZ LIZZY

MARIE KEY

KONCERTER PÅ HAVNEFRONTEN I HELSINGØR



Kulturværftet Allegade 2, Helsingør

KUTO.DK

HVAD MED DIN EGEN GRAFISKE IDENTITET?

Hvad enten du laver layout for en institution, en skole, et museum eller en anden decentral enhed, gælder retningslinjerne i designprofilen også for dig.

Grundreglen er, at kommunens logo som minimum altid skal fremstå på forsiden af alle visuelle produktioner. Det er essentielt for at bibeholde fortællingen om Helsingør Kommune.

Decentrale enheder kan dog have behov for at skille sig ud og arbejde med en særegen grafisk identitet for at kunne markere sig bedst muligt over for sine målgrupper. Dette behov anerkender designprofilen, og giver derfor et visuelt råderum for decentrale enheder.

Er du ved at udvikle din nye profil/logo?

- Kontakt os!

Er du udvikler af et logo eller en grafisk profil for en decentral enhed, bør du altid tage kontakt til det grafiske team på grafik@helsingor.dk, så vi ved hvad der sker og kan give råd og vejledning.



UNG DOMS SKOLEN

Det sker



Vi henter dig og kører dig hjem igen.
FIND BUSPLANEN HER

FIND OS

Helsingør Ungdomsskole
Rasmus Knudsens Vej 52
3000 Helsingør

Espergærde Ungdomsskole
Rugmarken 1
3060 Espergærde

Tlf.: 49 28 11 30
Mail: us@helsingor.dk

FØLG OS



Følg HU på facebook



Følg EU på facebook



MERE?

UNGDOMSSKOLEN ER...
HOLD
FORESLÅ ET HOLD
DET SKER
#UNGDOMSSKOLEN
BILLEDER
VIDEO
UNGDOMSSKOLEN.COM

RETNINGSLINJER FOR DECENTRALE ENHEDER

Du må godt:

- ***Have dit eget særskilte logo***

Tænk dog gerne i en positiv synergi med Helsingør Kommunes logo – eksempelvis farve, detaljeringsgrad og form.

- ***Have en unik skrifttype i logoet***

Hvis du har et logo med en speciel skrift, kan du eventuelt også benytte denne til overskrifter. Som brødtekst i breve, mails og på websites skal du dog benytte anvisningerne på side 24-25.

- ***Trykke dit eget grafiske materiale***

Eksempelvis foldere og plakater. Så længe Helsingør Kommunes logo er på forsiden.

- ***Have dine egne skilte***

Så længe du som minimum har et officielt Helsingør Kommuneskilt ved indgangen til matriklen.

- ***Have dit eget website***

Så længe Helsingør Kommunes logo er placeret i øverste højre hjørne - se opslag om websites.

- ***Have dine egne farver***

Som decentral enhed er du meget velkommen til at benytte farveskalaen eller dele af den – og måske supplere med et par enkelte ekstra farver. Vælger du at udarbejde en separat farveskala, kan det være en idé at tænke den logoblå farve ind, så dine farver ikke kommer til at køre i et helt separat 'spor'.

- ***Have dine egne grafiske elementer***

Som med elementer fra eksempelvis dit logo, kan understøtte din kommunikation visuelt.



STORE KAMPAGNER SKAL SKILLE SIG UD

Helsingør Kommune er et levende sted, hvor der afholdes mange kampagneindsatser og begivenheder med en begrænset levetid. Disse kan, såvel som decentrale enheder, have behov for at stå ud og markere sig visuelt i forhold til de målgrupper, som de ønsker at ramme.

For at bibeholde den positive forbindelse til fortællingen om Helsingør Kommune (se side 5) er det vigtigt, at kommunen krediteres som afsender/medafsender. Dette gøres ved at medtage kommunens logo på forsiden af alt grafisk materiale. For at skabe størst mulig grafisk frihed kan logoet benyttes i en hvid, sort eller grålig nuance.

I specielle tilfælde kan alternative løsninger aftales med det grafiske team.

Tag altid kontakt

Er du udvikler af det visuelle udtryk til en kampagne eller begivenhed, bør du altid tage kontakt til det grafiske team på grafik@helsingor.dk, så vi ved, hvad der sker og kan give råd og vejledning.





words

FESTIVAL'15



**HELSINGØR
KOMMUNE**

FORTÆLLEFESTIVAL
4 INTERNATIONALE & 23 DANSKE
FORTÆLLERE I VERDENSKLASSE
PINSEN 2015 · 22. · 23. · 24. MAJ

BILLETEN.DK · WORDSFESTIVAL.DK



FolkeFerieFonden

STATENS KUNSTFOND



**HELSINGØR
KOMMUNE**



ANDRE ANDERSEN SOLO

BEST TELLERS



RETNINGSLINJER FOR KAMPAGNER OG BEGIVENHEDER

- Du må godt have **dit eget logo**
Men tænk over at dit logo skal kunne spille sammen med Helsingør Kommunes logo, da dette altid skal medtages på forsiden af dit grafiske materiale. Eksempelvist kan et rundt eller kvadratisk logo være svært at stille sammen med kommunens rektangulære logo.
- Du må godt have **dine egne farver**
Dette kan være et udvalg fra farveskalaen suppleret med andre farver eller et helt separat sæt. Men tænk i principper for farvebrug i stil med kommunens farveskala.
- Du må godt have **en separat skrifttype**
En skrifttype, som visuelt kan understøtte dit budskab i kampagnen. Tænk blot i læsbarhed og benyt gerne kommunens fonte til brødtekst for at sikre dette.
- Du må godt have **din egen visuelle stil**
Udtrykt via eget formsprog, billedbrug og grafiske elementer. En kampagne kan have behov for at skille sig grafisk ud fra mængden, derfor er der frie rammer.

Ved at udvikle en profil? - Kontakt os! - grafik@helsingør.dk



VIL DU VIDE MERE?

Find mere uddybning, flere eksempler og skabeloner på designprofilens sider på **KILDEN**. 

På designprofilens portal finder du guides med yderligere hjælp og værktøjer til at arbejde professionelt med grafik og design. Du finder også guides til grafiske materialer, såsom merchandise, påklædning, visitkort og powerpoints.

Er du ekstern grafiker kan du finde logo, og øvrige grafiske filer her:

www.helsingor.dk/designprofil



HELSINGØR KOMMUNE

DESIGNPROFIL



HOLD OS OPDATERET

Det grafiske univers er i konstant udvikling. Derfor vil det grafiske team altid gerne have dine inputs og se de grafiske produkter, du får fremstillet.

På denne måde kan vi løbende opdatere og opgradere profilen, så den er tidssvarende og rummer masser af gode eksempler og skabeloner, som andre kan blive inspireret af.

Ligeledes må du også meget gerne pointere, når du ser steder, hvor kommunes visuelle image er skævt. På den måde kan vi få rettet op på uhensigtsmæssigheder, og få fundet langtidsholdbare løsninger på de visuelle udfordringer kommunen løbende står overfor.

Kontakt: grafik@helsingor.dk



Designprofil 2016

Redaktion

Center for Erhverv, Politik og Organisation

Uddybning, vejledninger,
og download af logo og skabeloner :
KILDEN → 'Værktøjer' → 'Logo og design' 

For yderligere råd og vejledning skriv til
grafik@helsingor.dk