

# Helägda bolag i Göteborgs Stad

Göteborgs Stads kommunikation ska vara tydlig, öppen, aktiv och trovärdig och vi ska kommunicera som **en** stad. Boende, besökare och näringsliv ska känna till vad staden gör och varför. Då blir det enkelt att ta del av och påverka stadens service och tjänster. Det är en demokratisk rättighet.

Följande sidor beskriver hur helägda bolag ska kommunicera att de är en del av Göteborgs Stad.

# Innehåll

---

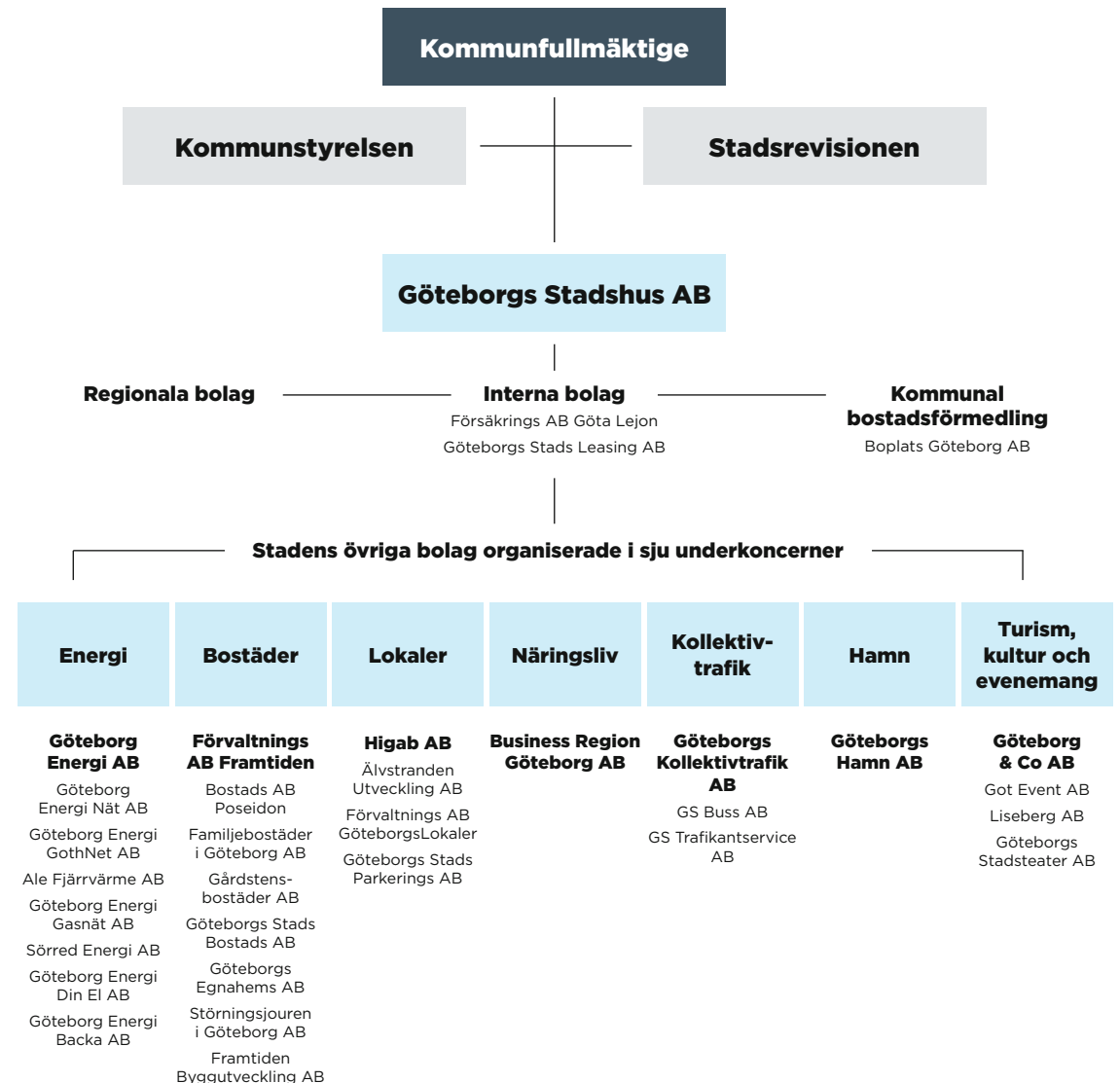
<b>Att kommunicera som en stad</b> .....	<b>4</b>
<b>Garant</b> .....	<b>5</b>
Tre kommunikativa garanttyper .....	<b>6</b>
Val av garanttyp .....	<b>7</b>
<b>Exempel</b> .....	<b>8</b>
Digitalt och rörligt .....	<b>9</b>
Annonsering .....	<b>10</b>
Trycksaker .....	<b>11</b>
Kontorsmaterial .....	<b>12</b>
Mässor och utställningar .....	<b>13</b>
Fysiska platser .....	<b>14</b>
Skyltar .....	<b>15</b>
Undantag .....	<b>16</b>

# Att kommunicera som en stad

Göteborgs Stad består av både förvaltningar och bolag. Förvaltningarna ansvarar för till exempel skola, stadsbyggnad, trafik och gator, äldreomsorg och bibliotek. Bolagen erbjuder allt från bostadsförmedling, p-platser och energiförsörjning till nöjespark, teater och evenemang.

Tillsammans ser vi till att boende, besökare och näringsliv uppfattar Göteborg som en attraktiv stad.

Under moderbolaget Göteborgs Stadshus AB är bolagen strukturerade i sju underkoncerner, tre regionala bolag, två interna bolag samt Boplats. De helägda bolagen i organisationsschemat till höger ska tydligt kommunicera att de är en del av Göteborgs Stad. Interna bolag ska följa stadens grafiska manual (där logotyper i två rader uppdaterats).



# Garant

Bolagets förhållande till Göteborgs Stad ska vara tydligt för boende, besökare, näringsliv, anställda och omvärlden.

Att kommunicera att bolaget är en del av Göteborgs Stad kan göras på olika vis: En kort garanttext talar om att vi är del av Göteborgs Stad. En lång garanttext förklarar vad det innebär. I några fall används Göteborgs Stads logotyp som garant.

De olika garanttyperna används vid olika tillfällen.

# Tre kommunikativa garanttyper

---

## Kort garanttext

---

Den korta garanttexten är den som oftast ska användas i kommunikation för att visa förhållandet till staden.

## En del av Göteborgs Stad

### *A municipal company, City of Gothenburg*

## Garantlogotyp

---

Vid ett fåtal tillfällen används Göteborgs Stads logotyp som garant. Grafiska riktlinjer för logotypen ska följas. Se avsnittet [Logotyp](#) i Göteborgs Stads grafiska manual.



Göteborgs Stads logotyp finns även i en engelsk version för internationella sammanhang. Alla varianter av logotypen finns att ladda ner på [goteborg.se/grafiskprofil](http://goteborg.se/grafiskprofil).

## Lång garanttext

---

En längre garanttext förklarar vad det innebär att bolaget är en del av Göteborgs Stad. Texten består av olika delar som kan byggas ihop för att passa in i bolagets kommunikation.

**[Bolaget] ägs av Göteborgs Stad.** ← *Kommunicerar förhållandet till Göteborgs Stad.*

**(Det innebär att) vi arbetar/verkar för en hållbar stad, öppen för världen.** ← *Kommunicerar att detta betyder delaktighet i huvudbudskapet för Göteborgs Stad.*

Exempel på lång garanttext. Texten kan byggas ut med bolagets egna budskap.

**[Bolaget] är ett [xxx]bolag som ägs av Göteborgs Stad. Det innebär att vi arbetar för en hållbar stad, öppen för världen.**

***[Company X] is a municipal [xxx] company fully owned by the City of Gothenburg. This means that we work towards a sustainable city, open to the world.***

# Val av garanttyp

Matrisen på denna sida är indelad i kommunikationstyp, kanal, situation och sammanhang. Den ger vägledning kring vilken garanttyp som ska användas och när.

Vad ska du göra?	Kort text	Lång text	Logotyp	Läs mer...
<b>Digitalt och rörligt</b>				<b>SIDAN 9</b>
Webbsidor	X	X		
Appar och nyhetsbrev	X			
Sociala medier	X	(X)		
Filmer och bildspel	X			
<b>Annonsering</b>				<b>SIDAN 10</b>
Digital, rörlig och tryckt annonsering	X	(X)		
Stadsinformationstavlor	X		X	
<b>Trycksaker</b>				<b>SIDAN 11</b>
Foldrar och broschyrer	X	(X)		
Flyers, affischer och magasin	X			
Årsredovisningar	X	X	X	
<b>Kontorsmaterial</b>				<b>SIDAN 12</b>
Presentationer	X			
Visitkort, brevpapper och e-post	X			
Fakturor	X			
<b>Mässor och utställningar</b>				<b>SIDAN 13</b>
Mässor och utställningar	X			
<b>Fysiska platser</b>				<b>SIDAN 14</b>
Arena, teater och nöjespark	(X)	(X)	(X)	
<b>Skyltar</b>				<b>SIDAN 15</b>
Profilerande skyltar och byggskyltar	X	(X)		
<b>Undantag</b>				<b>SIDAN 16</b>
Destinationslogotyp				
Profilprodukter				
Flaggor, fasadskyltar och hänvisningsskyltar				

X = garanttyp används alltid, se exempel

(X) = garanttyp används ibland, se exempel

# Exempel

På följande sidor finns anvisningar för hur garant ska användas som avsändare i olika typer av kommunikation.

Anvisningarna styr inte över var bolagen placerar de egna grafiska eller kommunikativa elementen. Garanttexten skrivs med bolagets egna typsnitt.



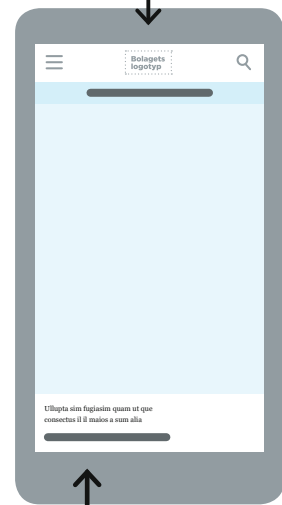
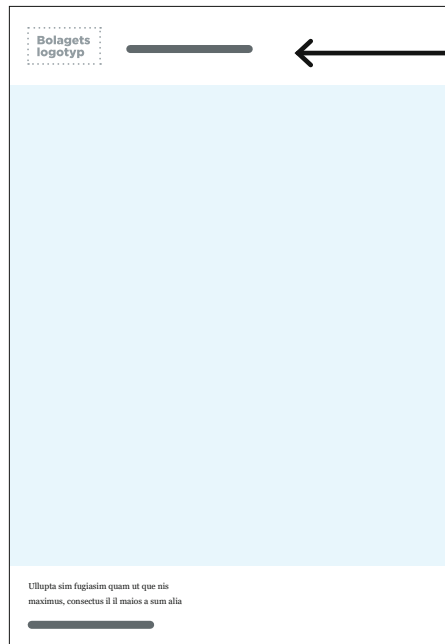
# Digitalt och rörligt

Inom kategorin digitalt och rörligt hittar vi bolagets webb, appar, sociala mediekkanaler, nyhetsbrev, film och annan rörlig kommunikation. Övergripande gäller att mottagaren direkt ska förstå att bolaget ägs av Göteborgs Stad. Integrera ej garanttext med logotyp då detta försvårar tillgänglighet och läsbarhet i digital kommunikation.

## Webb

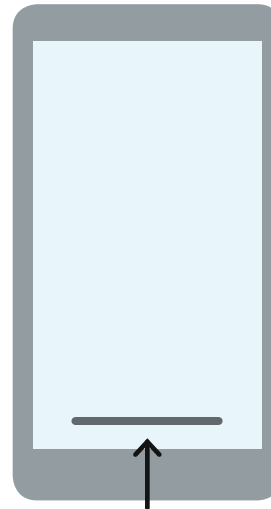
**Lång garanttext** placeras lätt tillgänglig under till exempel Om oss eller på startsida.

**Kort garanttext** placeras i närhet till avsändare i sidhuvud.



**Kort garanttext** placeras även i närhet till avsändare i sidfot.

## App



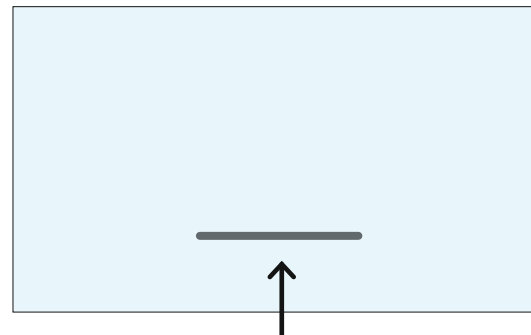
**Kort garanttext** placeras i närhet till avsändare.

## Sociala medier



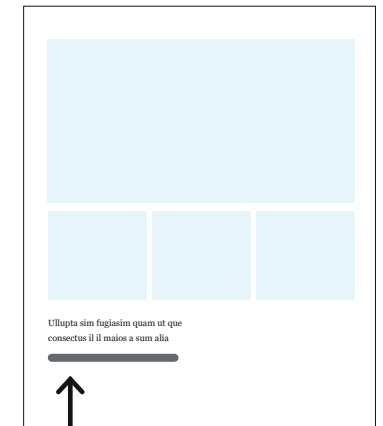
**Kort garanttext** inkluderas i profiltext/beskrivande text. På till exempel LinkedIn, där mer utrymme finns, används lång garanttext.

## Film



**Kort garanttext** placeras i närhet till avsändare, till exempel på avslutningsbild.

## Nyhetsbrev



**Kort garanttext** placeras i närhet till avsändare.

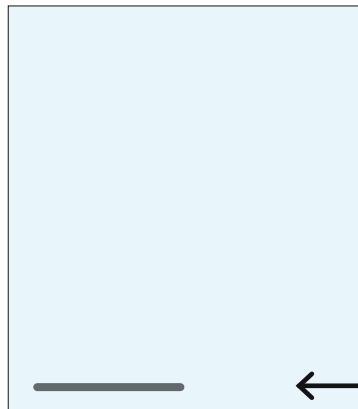
# Annonsering

Annonser kan röra allt från rekrytering av medarbetare till presentation av bolaget eller dess tjänster. Det kan vara banners, annonsering i tryckta medier eller utomhusannonsering på Stadsinformationstavlor eller kollektivtrafik.

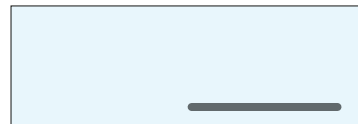
Den övergripande regeln är att det alltid ska vara tydligt för mottagaren att bolaget är en del av Göteborgs Stad. I de fall då en digital annons är en del av ett flöde, räcker det med att placera garant på annonsens landningssida.

På Stadsinformationstavlor som ingår i Göteborgs Stads interna tjänst ska Göteborgs Stads logotyp användas som garant enligt mall som finns att hämta under avsnittet [Mallar](#) i Göteborgs Stads grafiska manual.

## Ensam annons

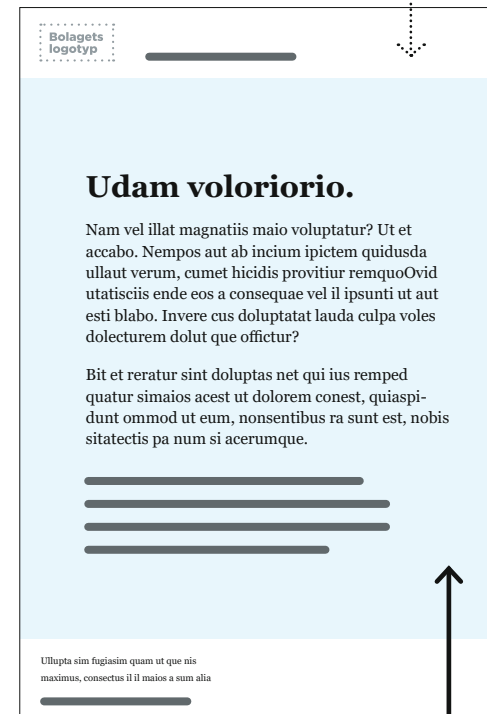


## Ensam banner



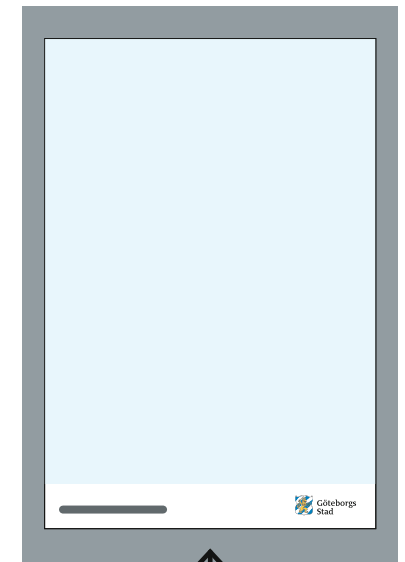
Kort garanttext används för annons som ska fungera ensam.

## Annonsflöden



I ett annonseringsflöde, exempelvis rekrytering, ska **kort eller lång garanttext** placeras på landningssidan.

## Stadsinformationstavla



På Stadsinformationstavlor ska **Göteborgs Stads logotyp** placeras längst ner till höger och **kort garanttext** längst ner till vänster.

Mall finns att hämta under avsnittet för [Mallar](#) i Göteborgs Stads grafiska manual. Där finns logotyp och kort garanttext inlagt med fast placering.

Eftersom hela sidfoten visar avsändaren Göteborgs Stad står här garanttexten i Göteborgs Stads typsnitt.

# Trycksaker

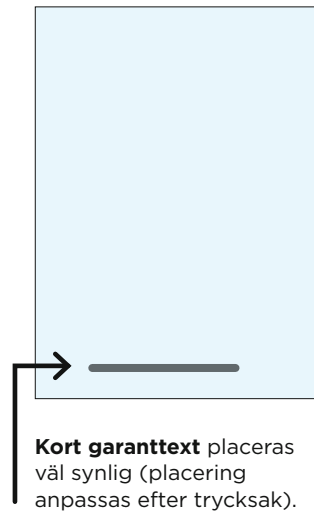
Inom kategorin trycksaker återfinns flyers, foldrar och kataloger. Det kan också vara specifika publikationer som magasin och årsredovisningar.

För alla typer av trycksaker där bolaget står som avsändare ska garant placeras väl synlig i anslutning till avsändare.

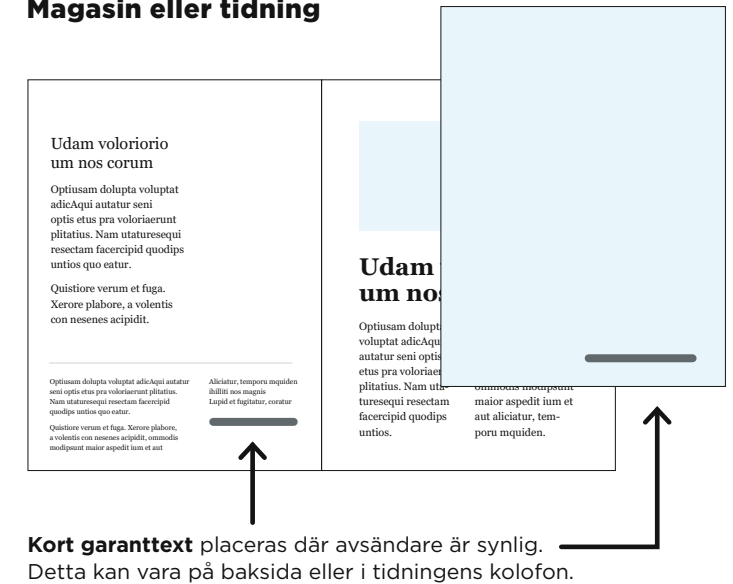
## Årsredovisning och hållbarhetsredovisning



## Ensidiga och mindre trycksaker



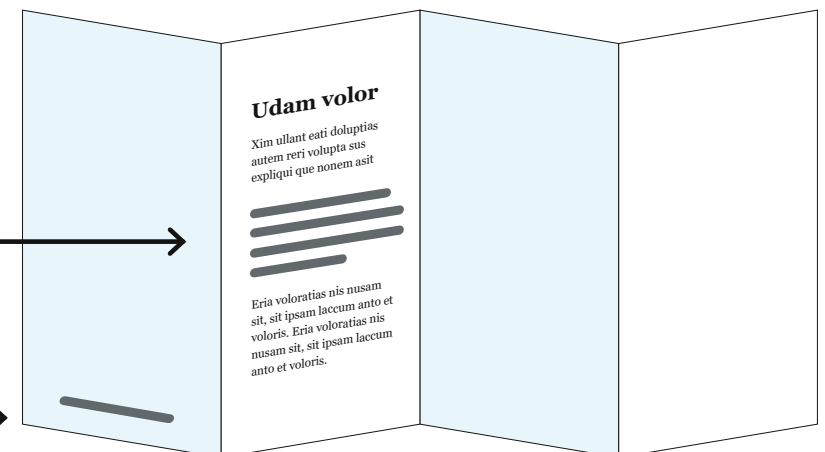
## Magasin eller tidning



## Flersidiga och större trycksaker

**Lång garanttext** placeras i anslutning till beskrivande text om bolaget, då en sådan finns.

**Kort garanttext** placeras där avsändare är synlig, på baksida och/eller framsida.



# Kontorsmaterial

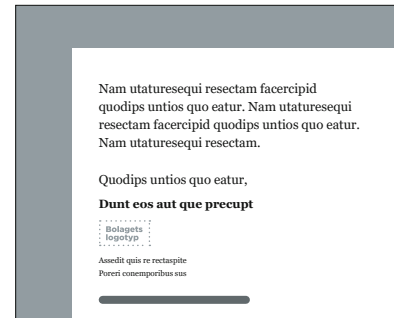
Kontorsmaterial inkluderar presentationer och e-post, såväl som visitkort, brevpapper och fakturor. Garantens placering anpassas till hur övriga grafiska och kommunikativa element är placerade.

## Presentation



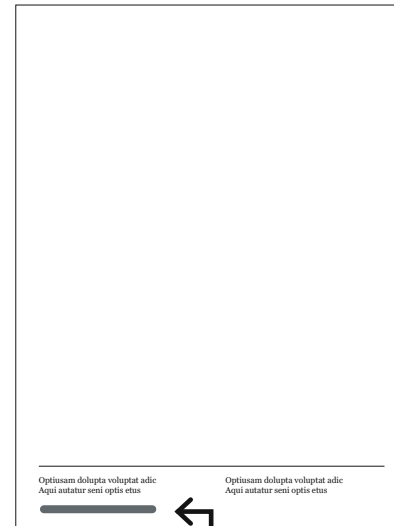
**Kort garanttext** placeras på avslutande slide eller slide med bolagsbeskrivande text.  
**Kort garanttext** får gärna användas även i sidfot.

## E-post



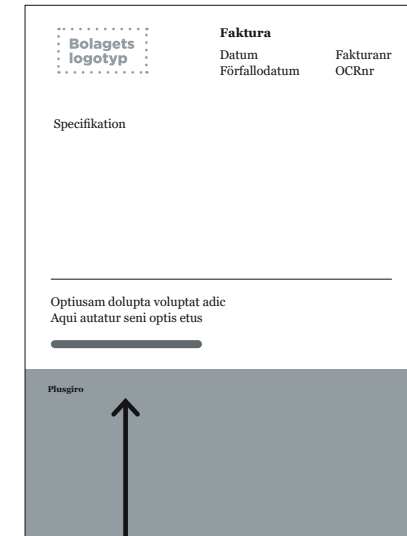
↑ **Kort garanttext** placeras i e-postsignatur.

## Brevpapper



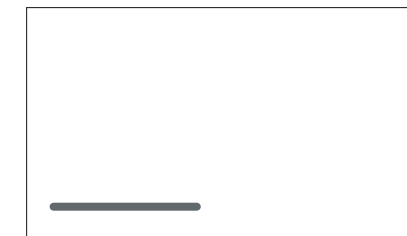
**Kort garanttext.**

## Faktura



↑ **Kort garanttext.**

## Visitkort



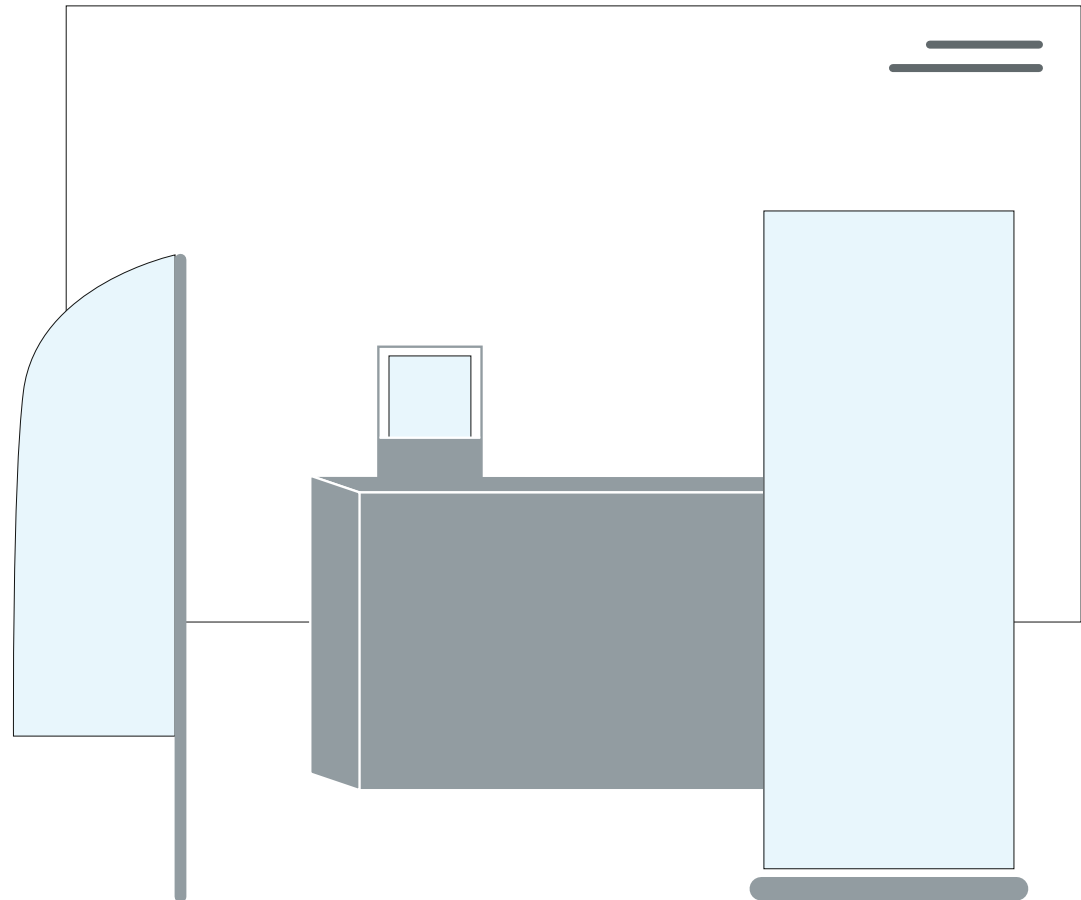
↑ **Kort garanttext** placeras på fram- eller baksida.

# Mässor och utställningar

---

Vid mässor eller utställningar där bolaget står som avsändare ska det tydligt framgå i monter eller annan rumslig enhet att bolaget är en del av Göteborgs Stad.

**Kort garanttext** ska synas tydligt någonstans i monter där bolaget är avsändare.



# Fysiska platser

---

Bolag med upplevelsebaserad verksamhet i en rumslig konstext ska visa sin tillhörighet till staden i detta sammanhang. Vid profilering av identitetsbärande byggnad eller plats som har ett namn som skiljer sig från bolagsnamnet, ska hänsyn tas till byggnadens eller platsens värde i allmänhetens ögon.

## **Arena**

### **Exteriört**

*Profilering:* Arenans namn är profilbärande.

Bolagets logotyp ska inte användas profilerande.

*Visa kopplingen till Göteborgs Stad:* Stadens flaggor ska användas som garant.

### **Interiört**

Bolagets koppling till staden ska tydligt framgå genom kort eller lång garanttext på till exempel en informationstavla.

## **Teater**

### **Exteriört**

Göteborgs Stads flagga ska finnas representerad när flaggor finns.

### **Interiört**

Bolagets koppling till staden ska tydligt framgå genom kort eller lång garanttext på till exempel en informationstavla.

## **Nöjespark**

### **Vid entré**

Göteborgs Stads flagga ska ersätta varannan bolagsflagga.

### **Inne på nöjesparken**

Även här ska Göteborgs Stads flagga ersätta varannan bolagsflagga. Bolagets koppling till staden ska tydligt framgå genom kort eller lång garanttext på till exempel en informationstavla.

# Skyltar

---

## **Profilerande skyltar**

På verksamhetsbeskrivande skyltar ska kort eller lång garanttext inkluderas.

## **Byggs skyltar**

På skyltar vid byggprojekt ska kort garanttext användas väl synligt.

# Undantag

---

## **Destinationslogotyp**

Kommunikation där någon av de två destinationslogotyperna står som avsändare omfattas inte av dessa anvisningar.

## **Profilprodukter**

I profilprodukter innefattas arbetskläder, profilkläder, fordon, produkter för promotion och olika typer av give-aways. Användning av kort garanttext uppmuntras i de fall där det är relevant för mottagaren, men är inget krav.

## **Flaggor, fasadskyltar och hänvisningsskyltar**

På bolags flaggor, fasadskyltar och hänvisningsskyltar utomhus och inomhus behöver ingen garant användas.



## **Behöver du veta mer eller få rådgivning i specifika fall?**

### **Kontakta enheten visuell kommunikation**

[visuell.kommunikation@intraservice.goteborg.se](mailto:visuell.kommunikation@intraservice.goteborg.se)

### **Kontakta Göteborgs Stadshus AB**

[goteborgsstadshus@gshab.goteborg.se](mailto:goteborgsstadshus@gshab.goteborg.se)