

We Can Do It!



Affischer och foldrar

ATT TÄNKA PÅ INFÖR PRODUKTION



Tips för att göra en affisch

En affisch är ett bra sätt att presentera saker på ett lättförståeligt sätt, till exempel för att lansera ett nytt arbetssätt eller för en kampanj. Affischen kan vara en sammanfattning av en folder för att väcka intresse och ge en snabb överblick; en slags annons. Till skillnad från en broschyr behöver man inte inkludera detaljer, utan kan fokusera på att göra affischen så intressant som möjligt.

Gör den inbjudande att läsa! Ha ett tydligt budskap! Överskatta inte läsarens intresse. I genomsnitt tittar man på en affisch i en minut.

Format

Posterns format kan variera beroende på var den ska visas. Kolla upp vilket format som passar bäst, A4 eller A3, innan du börjar formge din poster och välj därefter mall. Tänk på att huvudbuskapet ska ligga i ögonhöjd.

Layout

- En layout som sticker ut bland alla andra lockar till sig betraktare. Våga ta ut svängarna så att just din poster blir unik och läst!
- Placera text och bild på postern så att de bildar ett logiskt flöde som är lätt för ögat att följa. Exempelvis bilden först och sedan texten, alternativt lägga bilden till höger om texten.
- Det ska inte vara minsta tvekan om vad som hör ihop, var man ska börja läsa och var fortsättningen finns. En förvirrad läsare tappar lätt intresset.
- Stärk ditt budskap genom att låta bild och text komplettera varandra.

Rubriker

- Rubriken bör vara enkel, lättläst och helst inte längre än en rad.
- Är rubriken för lång går det oftast att dela upp den i en kortare rubrik följt av en underrubrik.
- Bokstäverna i rubriken bör vara 4–5 cm höga (ca 170 punkter) för att vara läslig på långt avstånd.

Text

- Det första stycket efter rubrik bör vara en kort sammanfattning av budskapet.
- Textstorleken bör vara ca 1 cm (ca 36 punkter), vilket är läsbart på två meters håll.
- Texten bör delas upp i stycken med cirka fem rader och 40–50 bokstäver per rad.
- Använd tydliga mellanrubriker.
- Undvik förkortningar.
- Textens funktion ska så långt som möjligt bara vara som ett komplement till bilderna.
- Ha inte för mycket text utan tänk på att det ska kännas luftigt och inbjudande att läsa.
- Undvik text på bild, särskilt brödtext. Den blir svårläst om bilden är brokig och ger en sämre läsbarhet.

Tabeller och diagram

- Använd beskrivande överskrifter på tabeller och diagram.
- All text i tabeller och diagram bör vara horisontell.

Bilder och grafik

- En bild säger mer än tusen ord och kan med stor fördel ersätta en lång förklarande text.

- Använd bilder av hög kvalitet. 300 dpi i 100 procents storlek.
- Det krävs tillstånd från fotografen för att publicera bilder, och fotografens namn ska anges. Det är inte tillåtet att spegelvända eller på andra sätt ändra en bild utan tillstånd från fotografen.
- Ska du publicera bilder på någon person? Då kan de behöva skriva på ett samtycke om bildanvändning. Läs mer här och hämta samtycketsblankett. <https://ines.osthammar.se/dokument/blanketter/kommunikation/samtycke-om-bildanvandning/>
- Ta hänsyn till bildriktningen. Se till att personer inte "tittar ut" ur postern.

Rättigheter

Läs mer om bilder och bildrättigheter under rubriken *Bildpolicy* i vår grafiska profil <https://www.osthammar.se/sv/kommun-och-politik/press-och-informationsmaterial/grafisk-profil/>.

Bildbyrå

Östhammars kommun har avtal med en bildbyrå, Mostphotos, där du kan köpa bilder. Lathund för inloggning hittar du på Ines <https://ines.osthammar.se/service-support-och-stod-i-arbetet/marknadsforing-och-information/bilder-och-bildbyra/>

Avsändare

- Glöm inte kontaktuppgifter och hänvisa gärna till var läsaren kan hitta mer information, t ex på webben.

Se helheten

- Postern ska kunna stå för sig själv, likväl användas som komplement/sammanfattning i olika sammanhang, exempelvis vid mässor då du även med fördel kan komplettera med visitkort, foldrar med mera.

12 tips - att tänka på inför produktion av trycksaker

- 1. Vad är det för information som du/ni vill sprida?**
- 2. Vad är syftet?** Vad vill du/ni uppnå med informationen?
- 3. Vilka är era primära målgrupper?** (Till exempel föräldrar, personal, elever, anhängiga, pensionärer, ungdomar)
- 4. Hur ser målgruppernas informationsbehov ut – vad behöver/vill de veta?** Vad har de för förkunskaper?
- 5. Är en trycksak/broschyr det bästa sättet att nå målgruppen – eller finns det andra mer effektiva/kostnadsmässigt fördelaktiga sätt?** (Till exempel via Östhammars kommuns hemsida, tidningsannonser, informationsmöten mm)
- 6. Om en broschyr ändå verkar bäst – vilken budget finns för tryck- och materialkostnader?** Ska broschyren vara avancerat formgiven, så att en byrå bör kopplas in, eller räcker det med en enklare folder? Ska den vara i fyrfärg eller svartvitt? Hur stor upplaga ska den tryckas i? Finns tillgång till färgskrivare eller måste broschyren tryckas upp på tryckeri?
- 7. Hur/i vilket sammanhang ska foldern/broschyren spridas?** Ska den bara finnas tillgänglig, t ex på ett kontor, eller ska den delas ut i samband med ett informationsmöte eller liknande.
- 8. Vad bör finnas med i broschyren för att ni ska uppfylla målgruppernas behov av information?** Text/bilder/illustrationer? Hur lång varaktighet ska broschyren ha? (Viktigt att tänka på när man tar fram broschyren för att slippa kostsamma nytryck vid t ex organisationsförändringar, personalförändringar, nya telefonnummer etc)
- 9. Vilken typ av informationsmaterial finns redan i dag?** Vad är bra och vad är mindre bra av befintligt material? Ska den nya broschyren ersätta eller komplettera detta material?
- 10. Vilka personer behöver kopplas in inför framtagandet av broschyren?** (Närmsta chef, sakkunniga, någon kollega på annat håll som tagit fram en liknande produkt. Ofta kan man få bra inspiration även utanför de egna väggarna)
- 11. Bör några särskilda hänsyn tas till målgrupperna vid utformandet av broschyren?** (Språk, layout, typsning etc) Vad i så fall?
- 12. Hur ser tidsperspektivet ut?** När måste broschyren vara färdig? Tänk på att ett tryckeri ofta behöver ha ett layoutat original cirka två - tre veckor i förväg.

Behov av stöd

Marknad och kommunikationsheten kan hjälpa till med:

- Inledande diskussion kring syfte, målgrupper, mediaval, språkfrågor etc.
- Tryckerikontakter eller kontakt med reklambyrå vid behov.

Länkar till kommunikation

Här följer lite länkar och info om hur du kan gå tillväga för att kommunicera:

- Kommunikationsstuga (här kan du få löpande stöd i din kommunikation: bolla texter, kommunikationsplan/aktivitetsplan, beställa annons) <https://ines.osthammar.se/kommunikationsstuga>
- Så gör du en kommunikationsplan:
<https://ines.osthammar.se/kommunikationsplan>
- Så skriver du en nyhet/notis
<https://ines.osthammar.se/skrivanyhet>
- Få input på en nyhetstext
Det kan du få på kommunikationsstugan. Du kan även skicka texten du skrivit till webbredaktionen@osthammar.se och be om input på den. De behöver då minst tre dagars framförhållning.
- Publicering av nyheter på osthammar.se, Ines, Facebook
Kontakta din webbredaktör på din förvaltningen.
- Webbredaktionen kan hjälpa till att justera texten till inlägget också. Mejla då webbredaktionen@osthammar.se ett förslag på text till inlägget.



Östhammars kommun
Stångörsgatan 10, Box 66 • 74221 Östhammar
Tel: 0173-860 00 • E-post: osthammardirekt@osthammar.se
Hemsida: www.osthammar.se • Orgnr: 212000-0290