

Anvisningar för Digitala infartsskyltar

Östersunds kommun har två digitala infartsskyltar längs E14. Huvudsyftet med skyltarna är att visa budskap som marknadsför Östersund som en attraktiv plats för de förbipasserande. Vi vill visa en bred och positiv bild av Östersund.

När behov finns kan skyltarna användas för samhälls- och krisinformation, men skyltarna är inte en primär kanal för den typen av information.

Kommunens kommunikationsavdelning ansvarar för innehåll, prioritering och publicering av budskap på skyltarna.

Skyltarnas innehåll

De budskap som visas ska vara i enlighet med varumärkesstrategin för platsen Östersund.

Skyltarna visar bild och text i kombination. Skyltarna kan ha flera, skiftande budskap som kan avlösa varandra med mellanliggande pauser då skärmen släcks ned. En bild ligger som kortast tid i 30 sekunder.

Budskapen kan anpassas för varje skylt men det är även möjligt att ha samma budskap på samtliga skyltar.

Evenemangsarrangörer eller invånare kan ge förslag till budskap på skyltarna via en e-tjänst på www.ostersund.se.

Budskap med samhällsinformation från eller information om evenemang och aktiviteter som Östersunds kommun arrangerar eller är medarrangör till kan prioriteras.

Exempel på skyltarnas budskapsinnehåll:

- Marknadsföring av kommunens anläggningar, som skidbackarna, vinterparken eller Storsjöbadet.
- Foton som visar en attraktiv bild av Östersund.
- Information om evenemang som äger rum i Östersunds kommun och dess närområde.
- Gratulationer till tävlande i idrottsföreningar med säte i Östersunds kommun som är medlemmar i Svenska Riksidrottsförbund och som vinner medalj i svenska mästerskapstävlingar, världsmästerskapstävlingar och OS.
- Information om större kulturprestationer.
- Gratulationer till olika slags händelser eller prestationer.
- Samhällsviktig information

Budskapens utformning

- Budskapen ska vara korta och enkelt formulerade. Till exempel "Vinterparken öppnar 9 februari", "Grattis ÖFK till vinsten i Allsvenskan" eller "Frösöbron avstängd 9-13 september".
- Textstorleken ska vara minst 250 mm och antalet textrader ska vara högst tre stycken.

- Rörliga bilder eller rullande text får inte visas.
- Internetadresser, e-postadresser och telefonnummer får inte visas.
- Kommersiell reklam för produkter eller företag får inte förekomma.
- Regeln är att logotyper inte ska visas. Men undantag kan ske i samband med större nationella och internationella evenemang, som exempelvis VM i skidskytte eller Storsjöyan.

Evenemangsskyltning

Skyltarna kan användas för att marknadsföra evenemang i kommunen eller regionen, som utförs av andra än Östersunds kommun. Kommunikationsavdelningen ska ha ett nära samarbete med kommunens evenemangslots och Visit Östersund kring val och prioritering av vilka evenemang som ska marknadsföras. Kommunikationsavdelningen fattar dock slutgiltigt beslut.

Kommunen har ingen skyldighet mot föreningar eller andra arrangörer att marknadsföra deras evenemang.

Det är kostnadsfritt för de evenemangsarrangörer som väljs ut, att vara synlig på skyltarna.

Val av evenemang ska inte styras av ett "rättvisesystem", där samtliga evenemang i kommunen har "rätt" att synas på skyltarna.

Skyltarna ska inte marknadsföra matcher i seriespel, med undantag för de högsta ligorna där stort besökarsantal kan förväntas.

Det kan variera hur många dagar ett evenemang visas på skyltarna samt hur långa tidsintervall de ligger uppe.

Val av evenemang och nivå av synlighet på skyltarna styrs av:

- Profilering, det vill säga hur det bidrar till att stärka bilden av Östersund som en attraktiv plats i linje med varumärkesstrategin.
- Hur många besökare evenemanget förväntas få
- Hur nära i tiden evenemanget ligger
- Hur många andra evenemang som är aktuella under perioden
- Om det finns ett nationellt intresse
- Variation. Det vill säga, tonvikten ska inte ligga på en viss slags evenemang utan skyltarna ska visa en bredd av evenemang.
- Om kommunen har gått in med sponsring eller ekonomiskt stöd till evenemanget (avser inte bidrag från KFF).

