

LID  
KÖP  
ING

# Budskapsmanual

Lidköping – Ett rikt liv



# Varför den här manualen finns

**Platsvarumärket Lidköping** har en tydlig varumärkesplattform. Den beskriver vilka vi är, vad vi står för och hur vi vill uppfattas på lång sikt.

Den här manualen finns för att göra varumärkesplattformen användbar i vardagen. Den hjälper dig att skriva rubriker, formulera texter och ta fram digitalt och tryckt material som skyltar och annonser. Kort sagt att kommunicera snabbt, tryggt och konsekvent.

Varumärkesplattformen sätter riktningen för platsvarumärket Lidköping. Budskapsmanualen ger stöd för hur vi förvandlar den riktningen till konkret kommunikation.

Manualen är inte en budskapsplattform, utan ska ses som ett praktiskt verktyg för det dagliga kommunikationsarbetet.



# Löftet översatt till kommunikation

**Ett rikt liv** är Lidköpings löfte.

Ett rikt liv handlar inte om pengar i första hand. Det handlar om livskvalitet, sammanhang, möjligheter och balans i tillvaron.

I kommunikation kan löftet användas på tre sätt: *uttalat*, *omskrivet* och *gestaltat*.

## 1. Uttalat

När vi säger det rakt ut.

*Ett rikt liv börjar här.*

*Välkommen till ett rikt liv.*

Kontext, bild, form och skriftligt budskap samverkar och förmedlar konceptets inneboende värden. Bra när målgruppen är bred.

## 2. Omskrivet

När vi använder ordet "rik" men inte hela frasen.

*Bli rik på intryck.*

*En rikedom av upplevelser.*

Det är bra när vi vill vara lite lekfulla och kunna variera språket.

## 3. Gestaltat

När vi inte nämner "rikt" alls men ändå visar det.

*Sommarens sevärdhet.*

*Till dig som fastnat i ekorrhjulet.*

Det är bra när sammanhanget redan "bär" löftet och när vi vill väcka nyfikenhet.

*Alla tre sätten är lika rätt. Det viktiga är att känslan av ett rikt liv finns där.*



# Vår personlighet i text

Lidköping har tre tydliga egenskaper: stolta, driftiga och omsorgsfulla. Egenskaperna ska inte beskrivas, de ska höras i texten.

## **Stolthet**

Låter som trygg självkänsla, värme och inkludering.

Låter inte som skryt, överdrivna superlativer eller någon slags ”bäst i Sverige”-ton.

## **Driftighet**

Låter som handlingskraft, framtid och rörelse mot ett mål.

Låter inte som tomma visioner eller fluffiga ord utan innehåll.

## **Omsorg**

Låter som mänsklighet, omtanke och respekt.

Låter inte som byråkrati eller något som formulerats med stel myndighetston.

## **Tumregel**

*Om texten låter som något en stolt, driftig och omsorgsfull människa skulle säga, ja då låter den som Lidköping.*

# Våra tillgångar är råmaterial för berättelser

**Lidköpings tillgångar** är grunden för vår kommunikation. De är hämtade från varumärkesplattformen och beskriver de styrkor och unika kvaliteter som särskiljer Lidköping som plats.

Vi har tre huvudsakliga tillgångar:

## Vänern och skärgården

Vänern är mer än vatten. Den står för rymd, horisont, lugn, rörelse och livskvalitet. I kommunikation kan Vänern synas tydligt (båtliv, bad, solnedgångar), finnas i bakgrunden (känslan av öppenhet och andrum) eller bara kännas (tempo, ton, ordval).

## Mångsidigt näringsliv och stark entreprenörsanda

Näringslivet handlar inte bara om företag utan om människor som vill något. Det kan gestaltas genom mod, hantverk, driftighet, idéer eller framtidstro. I kommunikation behöver vi inte alltid säga "företag". Ibland räcker det att visa att det finns goda möjligheter att skapa, bygga och utvecklas i Lidköping.

## Vackra och välvårdade miljöer

Denna tillgång handlar inte bara om estetik utan om omsorg. Det kan visas genom detaljer, ton, hur vi beskriver vardagen eller hur vi pratar om platsen. Omsorgen ska märkas även i språket genom mänskligt, respektfullt och med omtanke.

# Budskapssystemet: rik + liv

För att göra löftet *Ett rikt liv* lätt att använda i vardagen har vi skapat ett budskapssystem.

Grundidén är enkel: *rik-ord + liv-ord*

Exempel:

*Ett upplevelserikt friluftsliv*

*Ett variationsrikt kulturliv*

*Ett energirikt familjeliv*

Systemet finns för att skapa igenkänning, underlätta produktion och ge variation utan att tappa bort kärnan. Ordlistan hittar du på nästa sida. Den är en bra utgångspunkt i arbetet.

## Så här använder du systemet:

- Utgå från målgruppen
- Välj vilket "liv" du pratar om
- Testa ett rik-ord
- Läs högt. Känns det naturligt?

## När du inte behöver använda systemet:

- När sammanhanget är tydligt
- När en friare rubrik fungerar bättre
- När känslan av "ett rikt liv" redan finns där
- Systemet ska hjälpa inte begränsa.



# Budskap

## Besökare

- + Ett örikt båtliv
- + Ett njutningsrikt badliv
- + Ett upplevelserikt friluftsliv
- + Ett minnesrikt semesterliv
- + Ett variationsrikt vildmarksliv
- + Ett händelserikt kulturliv

## Företag/etablerare

- + Ett uppfinningsrikt näringsliv
- + Ett nyansrikt näringsliv
- + Ett initiativrikt affärsliv
- + Ett variationsrikt näringsliv
- + Ett lärorikt arbetsliv

## Invånare

- + Ett variationsrikt föreningsliv
- + Ett idérikt föreningsliv
- + Ett fantasirikt kulturliv
- + Ett händelserikt pensionärliv
- + Ett vattenrikt småstadsliv
- + Ett nyansrikt vardagsliv

## Inflyttare

- + Ett inflytelserikt arbetsliv
- + Ett framgångsrikt yrkesliv
- + Ett energirikt familjeliv
- + Ett färgrikt småstadsliv
- + Ett resursrikt vardagsliv

# Alla rik-ord

(i bokstavsordning)

anrik	händelserik	målrisk	stämningsrik
barnrik	idérik	minnesrik	traditionsrik
detaljrik	initiativrik	näringsrik	uppfinningsrik
dofrik	klangrik	njutningsrik	upplevelserikt
energirik	kontrastrisk	nyansrik	variationsrik
fantasirik	konstrisk	resultatrik	vinstrisk
färgrik	kunskapsrik	sinnrik	örisk
finessrik	kärleksrik	skogrik	
fiberrik	lärorik	smakrik	
fiskrik	löftesrikt	snillrik	

# Alla liv-ord

(i bokstavsordning)

affärsliv	känsloliv	slottsliv
arbetsliv	konstnärsliv	småstadsliv
badliv	krogliv	stadsliv
båtliv	kulturliv	strandliv
djurliv	lyxliv	teaterliv
drömliv	musikliv	torparliv
familjeliv	naturliv	umgängesliv
folkliv	näringsliv	vardagsliv
föreningsliv	pensionärsliv	vildmarksliv
friluftsliv	privatliv	yrkesliv
hundliv (för hunden)	semesterliv	
idrottsliv	sjöliv	

# Kanalstöd

## Så använder vi budskapen i vardagen

### Digitala infartsskyltar

Syfte: säga hej och positionera Lidköping

Ton: varm, enkel, självsäker

Bra budskap:

*Välkommen till ett rikt liv nära Vänern.*

*Välkommen till ett rikt liv med mer tid tillsammans.*

*Ett rikt liv nära Vänern börjar här.*

*På väg till ett rikt liv i Lidköping.*

*Välkommen till superkommunen.*

### Stadståg och sightseeing

Syfte: locka till upplevelse och nyfikenhet

Ton: lekfull, inbjudande

Bra budskap:

*Se staden. Bli rik på intryck.*

*Stig på. Upptäck stadens skatter.*

*En rikedom av upplevelser.*

### Event, banderoller och folkfest

Syfte: förstärka känslan och koppla evenemanget till platsen

Ton: glad, direkt

Bra budskap:

*Upplev det rika livet.*

*Njut av ett rikt liv.*

*Välkommen till festen.*

### Annonser för inflyttning och rekrytering

Syfte: utmana, locka med livskvalitet

Ton: modig, mänsklig, ibland humoristisk

Bra budskap:

*Alla kommuner vill åt din kompetens.*

*Men bara vi erbjuder ett rikt liv.*

*Storstaden lockar med ett rikt nöjesliv.*

*Men bara vi erbjuder ett rikt liv.*

*Vill du få ett rikt liv?*

*Till dig som inte vann på Lotto: Ett rikt liv.*

### Näringsliv och etablering

Syfte: visa möjligheter och handlingskraft

Ton: tydlig, framåtblickande

Bra budskap:

*Har du en bra affärsidé.*

*Ta med den till Lidköping.*

*Vi söker företagare som vill få ett rikt liv.*

### Nyhetsbrev och intern kommunikation

Syfte: skapa stolthet och engagemang

Ton: inkluderande, bekräftande

Bra budskap:

*Vad utmärker en superkommun? Ett rikt liv.*

*Som årets superkommun lovar vi ett rikt liv.*

LID  
KÖP  
ING

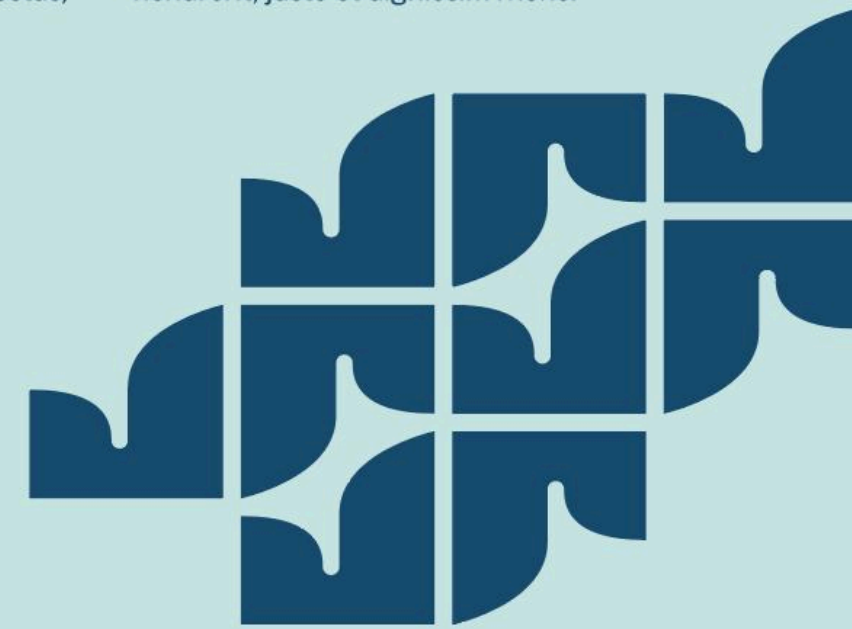
## Alla kommuner vill åt din kompetens. Men bara vi erbjuder ett rikt liv.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec elementum lacus dui, ac dignissim nulla maximus ac.

Nullam sollicitudin et mi sed pellentesque. Maecenas orci augue, maximus a accumsan fringilla, semper eu diam. Fusce at neque tempus, aliquet ante sed, ultricies lacus. Ut at tortor egestas,

sollicitudin tortor nec, aliquet mi. Donec venenatis pharetra dapibus. Nam lobortis tellus eget eros faucibus, et vestibulum est dictum. Donec placerat nec turpis sed molestie. Phasellus lobortis sollicitudin felis, quis facilisis dui suscipit ut.

Suspendisse massa augue, ultricies hendrerit, justo et dignissim rhonc.

LID  
KÖP  
ING

## Fastnat i ekorrhjulet? Ett rikt liv med balans i tillvaron.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec elementum lacus dui, ac dignissim nulla maximus ac. Nullam sollicitudin et mi.

Pellentesque aecenas orci augue, maximus a accumsan. fringilla, semper eu diam. Fusce at neque tempus, aliquet ante sed, ultricies lacus. Ut at tortor egestas, sollicitudin tortor nec, aliquet et mi. Donec venenatis pharetra dapibus. Nam lobortis tellus eget eros faucibus, et vestibulum est dictuonec placerat nec turpis sed molestie. Phasellus lobortis.



# Titthål + Lidköping. Ett rikt liv.

- + Fönstershoppare? Ring xxxxx för ett rikare liv.
- + Se in i framtiden.
- + Spana in morgondagens affärer.
- + Sommarens sevärdhet. (Text i titthålet:) Flytta till Lidköping för ett rikt liv.
- + Så här enkelt får du ett rikt liv. (Text i titthålet:) Flytta till Lidköping.

LID  
KÖP  
ING

# Sommarens sevärdhet.

Flytta till Lidköping för ett rikt liv.



*Exempel på hur det kan se ut med titthål i den grafiska mönstret.*



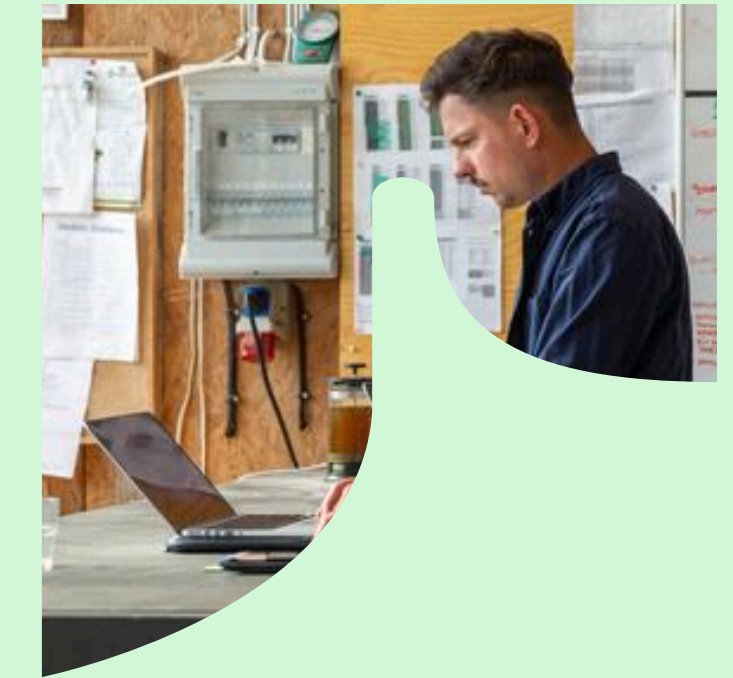
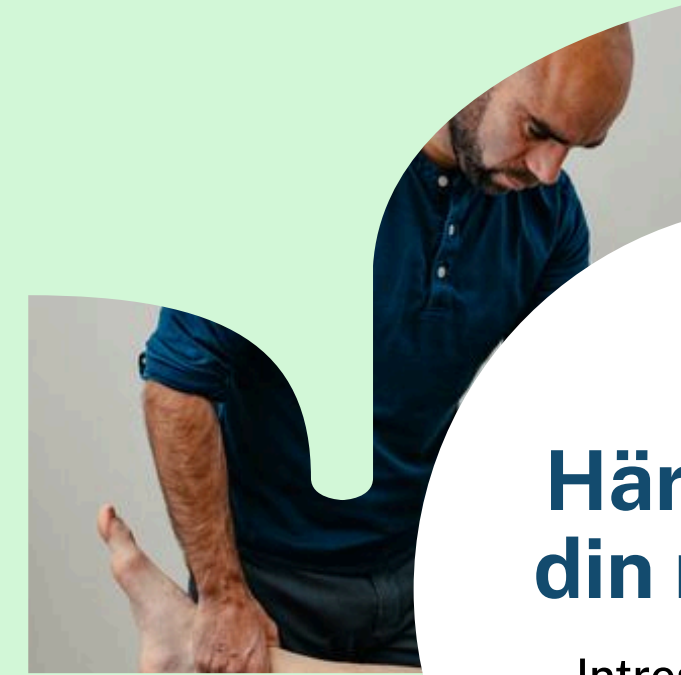
# Har du en bra affärsidé. Flytta till Lidköping.

Här kan vara din nya lokal.

Intresserad? Kontakta: [xxx.xxx@lidkoping.se](mailto:xxx.xxx@lidkoping.se)

LID  
KÖP  
ING

**Har du en  
bra affärsidé.  
Ta med den  
till Lidköping.**



**Här kan vara  
din nya lokal.**

Intresserad? Kontakta:  
[xxx.xxx@lidkoping.se](mailto:xxx.xxx@lidkoping.se)

**lidkoping**

Alla vill åt din kompetens, men bara vi erbjuder ett rikt liv. Läs mer om hur det är att leva och bo i Lidköping.



## Upplev ett rikt liv

[lidkoping.se/lidkoping-vaxer](https://lidkoping.se/lidkoping-vaxer)  
**Flytta till Lidköping**

Läs mer

**lidkoping**

Har du en bra affärsidé? Ta med den till Lidköping. Läs mer om vårt innovativa näringsliv.



## Ett nyansrikt näringsliv

[lidkoping.se/foretag-naringsliv-och-exploatering](https://lidkoping.se/foretag-naringsliv-och-exploatering)  
**Etablera och verka**

Läs mer

**lidkoping**

I superkommunen Lidköping gör vi allt för att din familjs ska trivas och må bra. Läs mer...



## Ett färgrikt småstadsliv

[lidkoping.se/lidkoping-vaxer](https://lidkoping.se/lidkoping-vaxer)  
**Bo i superkommunen**

Läs mer

# Rika rubriker

## En skrivhjälp

**Rika rubriker** är korta, konkreta och mänskliga.

Principerna är enkla:

- Konkret slår abstrakt
- Närhet slår högtravande
- Ett ord mindre är ofta bättre

Exempel:

*Ett rikare stadsliv*

*Ett centrum rikt på upplevelser*

*Plats för dig som vill berika staden*

Från neutralt till rikt

Neutralt: *Nytt centrumprojekt*

Rikt: *Ett centrum rikt på upplevelser*

# Snabb check innan publicering

## Ställ dig tre frågor:

1. Känns detta som ett rikt liv, även utan att skriva ut orden?
2. Känns texten mänsklig, inte kommunal?
3. Känns den stolt, driftig och omsorgsfull?

Om svaret är ja – publicera.

# Avslutning

- Använd den här manualen som stöd, inte som facit.
- Välj tydlighet framför att krångla till det.
- Våga vara enkel. Våga vara mänsklig.
- Om det känns som Lidköping, då är det Lidköping.

# LID KÖP ING



**Budskapsmanual**  
Lidköping – Ett rikt liv  
Version 1.0  
April 2026