



Grafisk manual



Denna manual är framtagen genom projekt «Bo & jobba på Höglandet» på uppdrag av före detta Kommunklubben, nu Höglandets kommunalförbund. Projekt «Bo & jobba på Höglandet» delfinansieras genom EU:s regionala fond mål 2 södra.

Enade vi stå ...

Den sedan många år verksamma Kommunklubben på Höglandet ombildades i januari 2002 till Höglandets kommunalförbund. Medlemskommuner är Aneby, Eksjö, Nässjö, Sävsjö och Vetlanda. Inom olika områden ska förbundet driva en gemensam linje som gör regionen Höglandet starkare och mer lockande. Genom projekt «Bo och Jobba på Höglandet» skapas en grund för ett långsiktigt och uthålligt marknadsföringsarbete. Målet är att både fler företag och människor slår ned sina bopålar hos oss.

Undersökningar visar att vår region är ganska anonym. Du behöver inte resa särskilt långt för att upptäcka att få egentligen vet var Höglandet ligger; ännu färre vet vad vi står för och vad vi kan erbjuda. En mer genomtänkt, sammanhållen och långsiktig marknadsföring är därför en av kommunalförbundets och medlemskommunernas viktigaste uppgifter.

En tydlig profil är A och o i all marknadsföring. För att kunna hålla denna tydlighet krävs riktlinjer och regler som det är *väldigt viktigt* att alla informations-, reklam- och marknadsföringsproducenter verkligen följer. Varje dag nås var och en av oss cirka 3.000 reklambudskap. I denna stenhårda konkurrens måste vi hålla oss till en linje som vi konsekvent använder i all vår kommunikation; endast då kan vi möjligen lyckas.

Denna grafiska manual har utgått från kommunalförbundet såsom huvudorganisation, *nivå 1*. Därutöver särskiljs projekt, *nivå 2* och verksamheter (till exempel Högskolan Höglandet).

Verksamheter och projekt inom förbundet följer den fastlagda logotypstrukturen (se sidan 4), men tillåts att i övrigt målgruppsanpassa den egna marknadsföringen. I den mån någon verksamhet vill utarbeta en egen grafisk manual ska detta ske i samarbete med informations- och marknadsföringsansvarig på kommunalförbundet. Det är viktigt att det går att spåra en gemensam nämnare i all marknadsföring oavsett målgruppsanpassad touche.

Marknadsföringen av Höglandet är naturligtvis inte enbart en fråga för kommunalförbundet utan gäller i hög grad även medlemskommunerna. Kommunerna kan i sin enskilda marknadsföring förstärka höglandsprofilen och den regionala sammanhållningen. Därför finns det avsnitt i denna manual som reglerar hur höglandsprofilen ska förmedlas i olika media.

Principbeslut om denna grafiska manual togs i juni 2002 av Höglandets kommunalförbund, med slutligt antagande i november samma år.

Åke Sahlin
Förbundschef

Innehållsförteckning

Märke	3-4	Märkeshantering.....	9-10
Typografi.....	5	Annonser och trycksaker.....	11-18
Identitet	6	Internet	19
Accidens	7-8	Tidningen på «På Höglandet».....	20

Märke: symbol och logotype

Höglandets kommunalförbunds märke är i sitt grundutförande i fyrfärg. Märket består av en symbol och logotype (texten *Höglandet* och *medlemskommunernas namn*). Symbolen beskriver Höglandets mångfald, närhet och samverkan. Färgerna symboliserar de olika medlemskommunerna och 'mångfald'. Den sammanbindande «öppna» linjen beskriver samverkan över kommungränserna och även öppenheten mot omvärlden. Symbolens form är en stilistisk tolkning av medlemskommunernas geografiska placering.

Färger*; grön: PMS 356 (95, 0, 100, 27), gul: PMS 116 (0, 16, 100, 0), blå: PMS 286 (100, 66, 0, 2), orange: PMS 144 (0, 48, 100, 0) och röd: PMS 485 (0, 95, 100, 0)

*Siffrorna inom parenteserna anger fyrfärgsblandningen i ordningen: cyan, magenta, gul och svart.

Märket finns på CD:n.



..... Symbol

Höglandet

..... Logotype (texten)

ANEBY • EK SJÖ • NÄSSJÖ • SÄVSJÖ • VETLANDA

I vissa sammanhang kan det vara olämpligt eller oekonomiskt att använda märket i fyrfärg varför en svartvit variant finns. När endast en tryckfärg används och den inte är svart får märket tryckas i den aktuella färgen. En «svagare» variant av symbolen kan, i anslutning till märket, användas i till exempel annonser och trycksaker (sid. 11). När symbolen används utfallande måste minst 2/3 av den vara synlig.

Märket ska ligga 'fritt' – annat; text, tabeller, bilder eller tonplattor – får inte placeras närmare märket än 1/4 av märkets bredd eller höjd (undantag: accidens [visitkort, kuvert och brevpapper] och kärntexten). Märket får aldrig vridas eller förvanskas på annat sätt.



Märke: symbol och logotype

Exempel på projekt och verksamheter under kommunalförbundet, med egen logotype i kombination med förbundets symbol, nivå 2.



Typografi

Höglandets huvudtypsnitt är Adobe Jenson. Till rubriker används Trade Gothic Bold och till eventuella tabeller Trade Gothic Regular.

Adobe Jenson

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Trade Gothic Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Trade Gothic Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Typsnitt vid 'internt' bruk

Alla datorer är inte utrustade med ovan nämnda typsnitt varför Jenson och Trade Gothic, vid internt bruk, kan bytas mot *Garamond* för brödtext respektive *Arial* eller *Helvetica* för rubriker och tabeller.

Typsnitt på hemsidan

Mediet kräver typsnitt framtagna enbart för att göra läsbarheten så bra som möjligt varför Verdana valts som huvudtypsnitt på kommunalförbundets hemsida.

Identitet

Framgångsrik marknadsföring är inte alltid lätt att bryta ned i begripliga termer. Två faktum går dock aldrig att räkna bort: ett klart och tydligt budskap och en ständig repetition av densamma.

Varje dag översköljs vi av allehanda lockrop: köp detta, gör si, gör så. Kampen om din och min uppmärksamhet är stenhård. Detta är en arena även Höglandets kommunalförbund befinner sig på. Vår signal är tydlig; *Höglandet är bra plats att leva och verka på. Vi erbjuder ett enklare liv.*

Huvudorganisationens (nivå 1) uppgift är att i klartext försöka nå fram med detta budskap till våra definierade målgrupper. För att ge mottagaren en samstämmig helhetsbild ska denna marknadsföring understödjas av de intressenter som verkar i samförstånd med huvudorganisationen. Med intressenter avses till exempel olika verksamheter och projekt inom förbundet (nivå 2). De fem medlemskommunerna (också nivå 2) är ett annat exempel på intressenter vars egna specifika marknadsföring också ska förstärka höglandsidentiteten. Marknadsföringen av Höglandet blir mer slagkraftig när medlemskommunerna i sin enskilda marknadsföring förstärker bilden av den regionala sammanhållningen.

Hur görs då detta? Jo, genom att alltid använda vissa grafiska komponenter. Om alla informations-, reklam- och marknadsföringsproducenter accepterar och konsekvent använder sig av höglandets grafiska signaler kommer vi att sakta men säkert att bygga upp en identitet som gör det enklare nå fram till våra målgrupper.

Organisationsschema



Nivå 1: Huvudorganisationen samt dess projekt och verksamheter utan egen logotype identifieras med kommunförbundets märke.

Nivå 2: Till nivå 2 hör alla projekt och verksamheter inom förbundets verksamhets-/ansvarsområde som har egen logotype i kombination med förbundets symbol, se sidan 4. När en kommun annonserar eller gör en trycksak är naturligtvis den enskilda kommunen avsändare. Höglandets kommunalförbunds identitetsskapande komponenter måste dock alltid framgå: märket och kärntexten ska alltid återfinnas på allt tryckt material (annonser, trycksaker osv.).

Se vidare märkeshantering sidorna 9-10.

Accidens

Brevpapper (visas här i 70,5 procent). Vitt obestruket papper ska användas till brevpapper, visitkort och kuvert. Pappret måste vara anpassat för utskrift med laser- och bläckstråleskrivare.

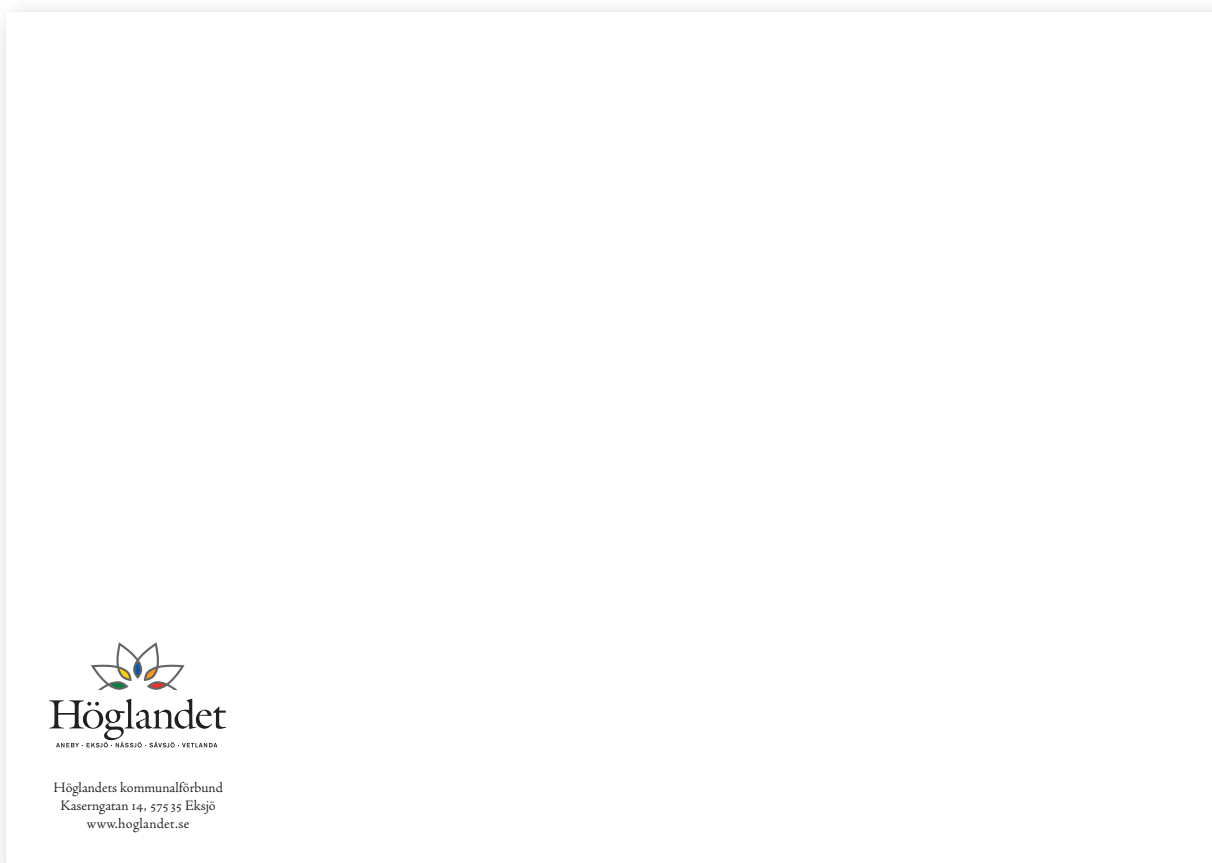


Accidens

Visitkort



Kuvert, finns storlekarna c4 och c5.



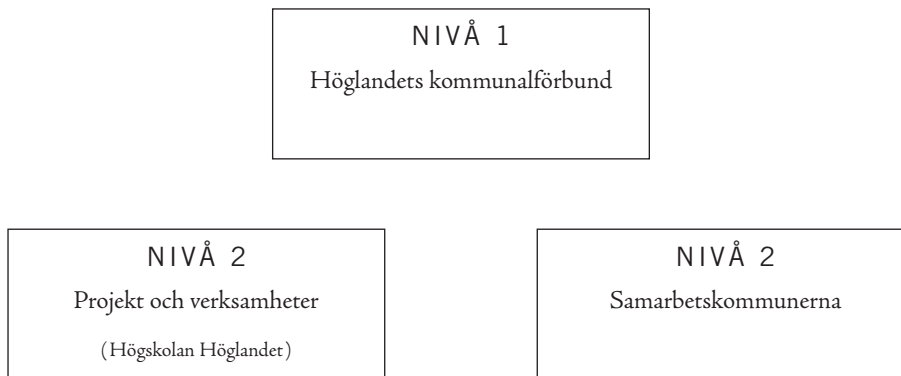
Märkeshantering, nivå 1

Denna grafiska manual har utgått från kommunalförbundet såsom huvudorganisation, *nivå 1*. Därutöver särskiljs projekt och verksamheter inom förbundets verksamhets-/ansvarsområde, liksom de fem medlemskommunerna, *nivå 2*. Se organisationsschema nedan.

Nivå 1

Märket används alltid vid förbundets all kommunikation. Dessutom används märket av projekt och verksamheter inom förbundet som saknar en logotype.

Organisationsschema



Tag line/slogan

Att användas av båda nivåerna.

«Tryggare kan ingen vara...» och «Ett enklare liv» är de taglines vi använder för att beskriva livet på Höglandet och vad vi står för. De ska alltid användas var för sig, ju oftare desto bättre, på trycksaker och i annonser, se exempel på sidorna 11 och 15. Kan användas i färg eller svart-vitt. Finns på CD:n.

Tryggare kan ingen vara ...
Ett enklare liv.

Färg: PMS 356 (cmyk: 100 cyan, 91 gul och 27 svart).

Märkeshantering, nivå 2

Nivå 2

Alla projekt och verksamheter inom förbundets verksamhets-/ansvarsområde som har egen logotype i kombination med förbundets symbol, se sidan 4. Projekt som efter projekttidens utgång övergår till förbundets ordinarie verksamhet använder förbundets märke.

För medlemskommunerna, som alla har ett eget märke, gäller att förbundets märke med kärntext alltid ska finnas med.

Kärntext:

«För dig som önskar livskvalité och enklare liv. Bo och jobba på Höglandet, höjden av södra Sverige.
www.hoglandet.se»

Texten skall alltid vara minst 6 punkter med 7,5 punkters radavstånd. Kan radavståndet inte regleras gäller enkelt radavstånd. Är märket kraftigt uppförstorat måste kärntextens storlek och radavstånd anpassas därefter. Textens typsnitt är alltid Adobe Jenson. Texten avslutas alltid med 'www.hoglandet.se' satt med Trade Gothic Bold, minst 7 punkter, se exempel på sidan 14.

Kärntexten och www-adressen ska skrivas på tre rader, alltid centrerad under märket. Sista raden får aldrig placeras närmare annonsens/papprets nederkant än 5 mm.

Förbundets märke skall placeras i trycksakens/annonsens/affischens etcetera nedre vänstra hörn, tillsammans med kärntexten, alltid minst 5 mm från papprets/annonsens vänsterkant. Höglandets utrymme ska vara 1/3 av ytans totala bredd. I platsannonser bestämmer respektive medlemskommun var förbundets märke ska placeras, se exempel sid. 11-15.

Tag line/slogan

Att användas av båda nivåerna.

«Tryggare kan ingen vara...» och «Ett enklare liv» är de taglines vi använder för att beskriva livet på Höglandet och vad vi står för. De ska alltid användas var för sig, ju oftare desto bättre, på trycksaker och i annonser. Kan användast i färg eller svart-vitt. Finns på CD:n.

Tryggare kan ingen vara ...
Ett enklare liv.

Färg: PMS 356 (cmyk: 100 cyan, 91 gul och 27 svart).

Annonser, nivå 1

När Högländets kommunalförbund är avsändare ska annonserna utformas enligt nedan.



Tryggare kan ingen vara ...



Den ene var kort (164 cm) och den andre lång (198 cm) på samma sätt som den ene var tjock och den andre smal, blond och mörk etcetera. Förutom det faktum att de var farbröder var namnet deras enda gemensamma nämnare. En dag, som för övrigt var regnig, tyckte den tjocke att det finns flera fina blåbär här som borde plockas. Då blev den smale genast sur och gick hem.

Det var en gång två farbröder som hette Pettersson. De var inte släkt utan hette helt enkelt Pettersson – båda två. Den ene var kort (164 cm) och den andre lång (198 cm) på samma sätt som den ene var tjock och den andre smal, blond och mörk etcetera. Förutom det faktum att de var farbröder var namnet



Högländets kommunalförbund
 Stadshuset, 123 45 Eklända. Tel. 0388-12 34 56, fax 0388-12 34 56. E-post: info@hoglandet.nu

www.hoglandet.nu

Annonser, nivå 2

Nässjö kommun

Nässjö kommun söker:

Informatör

VI SÖKER EN kreativ informatör som vill axla uppdrag som inbegriper allt från hammare och spik till analytiska diskussioner.

Vår hemsida och ett intranät i sin linda blir dina huvuduppgifter. Du driver och deltar också i olika typer av informationsprojekt. Här finns gott om utrymme för annorlunda idéer och okonventionella grepp.

Vi arbetar självständigt direkt underställd kommundirektören. Detta gör oss till en viktig del i det kommunstrategiska arbetet och en aktiv part i utvecklingsdiskussionerna.

Tempot är högt vilket innebär att du måste vara beredd att snabbt byta fot och ta dig an nya utmanande uppgifter som brådskar.

Du är en god kommunikatör med stilistisk förmåga och intresse för grafisk form. Du tycker om att skriva och har en gedigen känsla för det skrivna ordet. Du har utbildning på högskolenivå inom kommunikationsområdet, gärna i kombination med samhällsvetenskapliga ämnen.

Ett par års yrkeserfarenhet är en merit, i synnerhet om du arbetat med web-information.

Vill du veta mer om tjänsten är du välkommen att ringa informatör Cecilia Gerhardsson, tel. 0380-780 52 eller kommundirektör Ulf Fransson tel. 0380-780 41. Fackliga företrädare är Sven-Bertil Simonsson (SKTF), tel. 0380-789 45, Christina Wigelius (JUSEK), tel. 0380-780 70. Skicka din ansökan till Kommunledningskontoret, Nässjö kommun, 571 80 Nässjö. Du kan också skicka din ansökan per e-post till: kommunstyrelsen@kommun.nassjo.se.

Välkommen med din ansökan senast den 27 september 1999.



Högländets

För dig som önskar livskvalité och enklare liv.
Bo och jobba på Högländets, höjden av södra Sverige
www.hoglandet.se




NÄSSJÖ KOMMUN

571 80 Nässjö. Tel. 0380-78 000

www.nassjo.se

Annonser, nivå 2

Aneby kommun



**ANEBY
KOMMUN**

Aneby kommun med ca 7000 invånare, är en framsynt eko-kommun, beläget på Småländska Höglandet, som strävar mot ett långsiktigt ekologiskt och ekonomisk hållbart samhälle där kretsloppstänkandet är den gemensamma grundsynen.

Vill Du vara med och utveckla vår verksamhet?!

Vi söker 2 specialpedagoger att ingå i vårt elevvårdsteam. Du kommer att sitta centralt med en grupp bestående av psykolog samt andra specialpedagoger, som tillsammans kommer att serva alla skolor inom kommunen.

Vi är mitt inne i ett spännande skede där vi försöker utveckla organisationen runt elevvårdsresurserna och vi tror på en tydlig och ändamålsenlig modell och ett konsultativt arbetssätt som tillgodoser verksamhetens behov, efterfrågan av stöd och möjligheter att nå goda resultat.

I dina arbetsuppgifter ligger handledning/rådgivning till lärare/arbetslag men även direkta insatser med elever.

Krav:


- Specialpedagogisk utbildning
- Att ge handledning i pedagogiska frågor
- Intresse av utvecklingsarbete och kvalitetsförbättringar

Heltid. Tillsvidare. Tillträde enligt överenskommelse.

Upplysningar: Psykolog Enrique Gonzalez 0380-463 52.

Fackliga företrädare:
Läraryrket May-Lena Jarl-Eriksson,
tfn 0380-461 00 vx,
LR Ulla Gustavsson, tfn 0380-461 00 vx.

**Välkommen med din ansökan
senast 2002-06-04**
till Aneby kommun, Barn- och
utbildningssektionen,
Box 53, 578 22 Aneby.



För dig som önskar livskvalité och enklare liv.
Bo och jobba på Höglandet, höjden av södra Sverige
www.hoglandet.se

Annonser, nivå 2

Eksjö kommun



Socialförvaltningen, Vård och Omsorgcenter, Oxtorget

söker

Omvårdare hemtjänst

(Tuvehagen och Snickaren)

Vikariat och semestervikariat omgående eller fr.o.m 020615–020818. Varierande tjänstgöringsgrader mellan 100% och 50%. Vid ansökan uppge önskad sysselsättningsgrad

Uppllysning om tjänsterna lämnas av:

Enhetschef Marja-Lisa Huhtimo tfn 0381-367 81

eller Bibbi Håkansson tfn 0381-367 63.

Enhetschef Anette Eriksson tfn 0381-367 03

eller Margareta Gunnarsson tfn 0381-367 01

Facklig företrädare kommunal

exp: 0381-360 48 eller 360 51

Välkommen med Din ansökan

snarast till Socialförvaltningen,

Oxtorget, 575 80 EKSJÖ.



För dig som önskar livskvalité och enklare liv.
Bo och jobba på Höglandet, höjden av södra Sverige
www.hoglandet.se

Annonser, nivå 2

Sävsjö kommun



Vilka drömmar är Dina?

Den röda stugan på landet eller lägenheten i stan? Teater, härligt musikliv och dans emellanåt? Expansivt näringsliv där kreativiteter blommar? Svampsko-gen och jakten på vilt? Bra kommunikationer på jobbet? Skola och barnomsorg där ditt barn utvecklas och lär för livet? Bubblande glädje i Familjebadet? Ha tid för det som är viktigt för just de! Att leva det goda livet på dina egna villkor?

Valet är ditt – Sävsjö väntar!



Sävsjö kommun Socialförvaltningen söker

Arbetsledare till aktivitetscenter

Aktivitetscenter är en flexibel arbetsplats. Din uppgift blir att leda arbetet och vara en del av verksamheten tillsammans med deltagarna. Verksamheten består av olika delar så som trädgårdsarbete, snickeri/reparation samt i viss mån kontorsarbete.

Du ska vara flexibel, ansvarskännande och ha servicekänsla. Körkort är ett krav. Stor vikt kommer att läggas vid personlig lämplighet. Tillträde snarast eller enligt överenskommelse.

Upplysningar om tjänsten lämnas av arbetsledare:
Lisa Romanenko-Karlsson tel, 0382-136 47 eller
Bengt Andersson, tel 0382-136 47.
Socialchef Gunnel Lundgren tel 0382-154 50.
1:e socialsekr. Marianne Ericsson tel 0382-154 65.



För dig som önskar livskvalité och enklare liv.
Bo och jobba på Höglandet, höjden av södra Sverige
www.hoglandet.se

Fackliga företrädare:
SSR: Peder Legell, tel 0382-154 62
SKTF: Lena Svensson-Webb,
tel 0382-154 30
Välkommen med Din ansökan
senast 2002-06-15 till:
Sävsjö kommun
Socialförvaltningen, 576 80 Sävsjö

Annonser, nivå 2

Vetlanda kommun

Dagbarnvårdare

Holsby/Sjunnen

100%. Tillsvidareanställning fr.o.m. 5 augusti 2002.
Ref.nr 128/02.

Östra centralorten, Forngården eller Brunnsgårdsområdet, Vetlanda

100%. Tillsvidareanställning fr.o.m. 5 augusti 2002.
Ref.nr 123/02.

Upplysningar: Områdesföreståndare Marianne Oscarsson,
tfn 0383-133 62, e-post marianne.oscarsson@vetlanda.se

Tomaslund, Östanskog eller Lövhagen, Vetlanda

100%. Visstidsanställning 1 augusti 2002–30 juni 2003.
Ref.nr 110/02.

Upplysningar: Områdesföreståndare Eva Uhrbom,
tfn 0383-307 80, e-post eva.uhrbom@vetlanda.se

Myresjö

100%. Tillsvidareanställning fr.o.m. 1 augusti 2002 ev tidigare.
Ref.nr 140/02.

Upplysningar: Områdesföreståndare Pia Wallisson,
tfn 0383-199 72, e-post pia.wallisson@vetlanda.se

För tjänsterna gäller: I egna hemmet. Bostaden bör vara
lämplig för små barn samt rök- och pälsdjursfri.

Kvalifikationer: Dagbarnvårdar-, barnskötarutbildning
eller annan erfarenhet av arbete med barn.

Fackliga representanter nås via barn- och utbildnings-
kansliet, tfn 0383-972 85.

Välkommen med ansökan och övriga handlingar senast den 5 juni
2002 till barn- och utbildningsnämnden, 574 80 Vetlanda eller
e-post utbildning@vetlanda.se



För dig som önskar livskvalité och enklare liv.
Bo och jobba på Högländets, höjden av södra Sverige
www.hoglandet.se

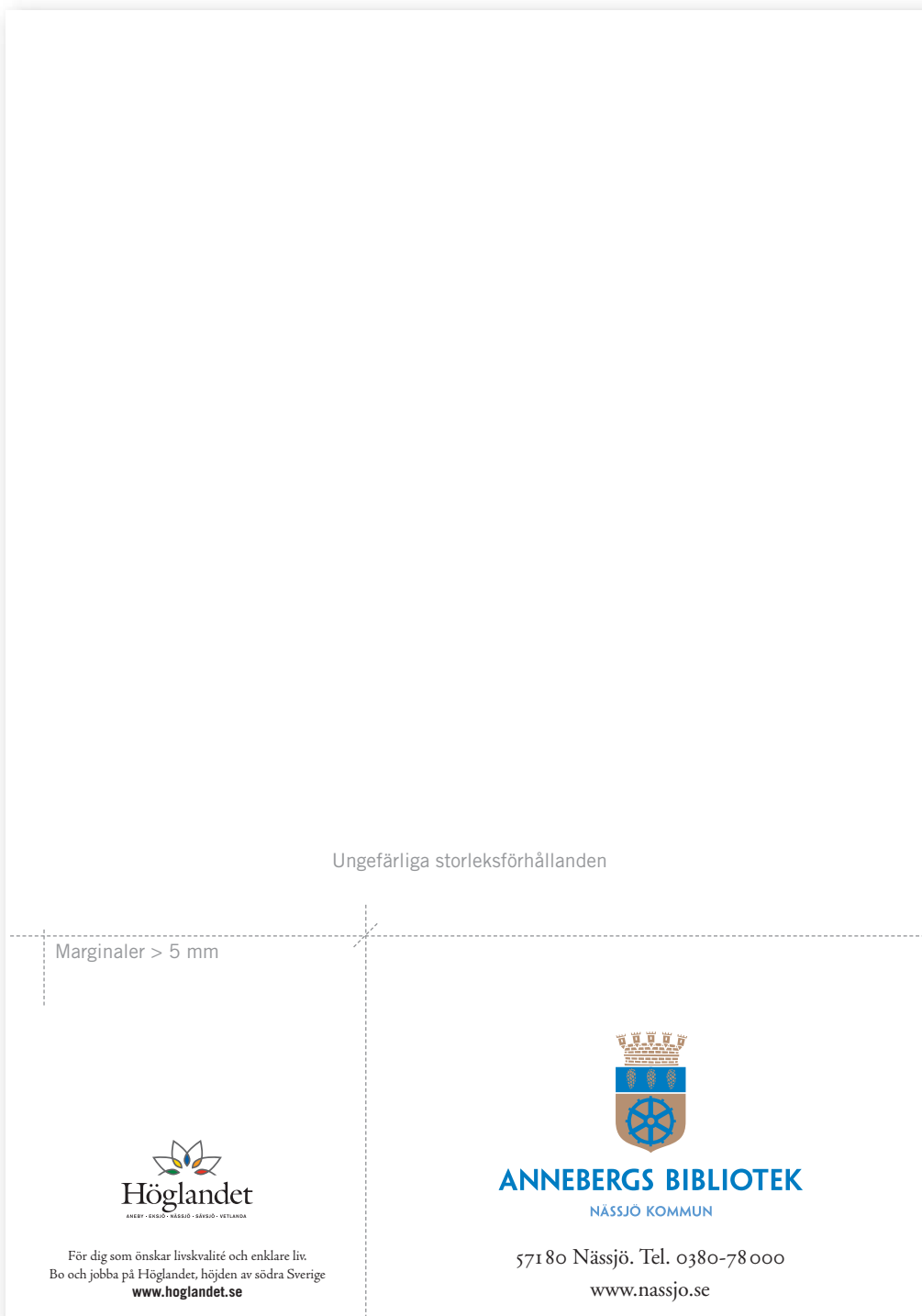


I Vetlanda kommun finns goda utbildningsmöjligheter, ett stort utbud av fritidsaktiviteter, ett företagsvänligt klimat och ett brett och rikt näringsliv.

Välkommen till Vetlanda - www.vetlanda.se

Trycksaker, nivå 2

Broschyrer, foldrar och blad som framställs/beställs av medlemskommunerna (nivå 2) skall förutom respektive kommuns 'fria' yta innehålla identitet för Högländets kommunalförbund, det vill säga respektive märke, www-adress och kärntext (förbundets identitetsskapande komponenter). För flersidiga produkter gäller att förbundets identitetsskapande komponenter 'placeras' på baksidan (se exemplet nedan).



Internet

JOBB | BOSTÄDER | UTBILDNING | SAMHÄLLSSERVICE | EVENEMANG | PH-TIDNINGEN | KONTAKT



Höglandet
ANEBY · EKSJÖ · NÄSSJÖ · SÄVSJÖ · VETLANDA

NYHETER

Informationssekreterare
sökes till Nässjö kommun, å de' nu!

Scooters fick stipendiet
Årets kulturstipendium tilldelades rockgruppen Scooters. - Vi vill inte ha det, sa deras talesman.

Scooters fick stipendiet
Årets kulturstipendium tilldelades rockgruppen Scooters. - Vi vill inte ha det, sa deras talesman.

Scooters fick stipendiet
Årets kulturstipendium tilldelades rockgruppen Scooters. - Vi vill inte ha det, sa deras talesman.

Scooters fick stipendiet
Årets kulturstipendium tilldelades rockgruppen Scooters. - Vi vill inte ha det, sa deras talesman.

Scooters fick stipendiet
Årets kulturstipendium tilldelades rockgruppen Scooters. - Vi vill inte ha det, sa deras talesman.

Ett enklare liv

Bo och jobba på höglandet gång två farbröder som hette Pettersson. De var inte släkt utan hette helt enkelt Pettersson - båda två. Den ene var kort (164 cm) och den andre lång (198 cm) på samma sätt som den ene var tjock och den andre smal, blond och mörk etcetera. Förutom det faktum att de var farbröder var namnet deras enda gemensamma nämnare. En dag, som för övrigt var regnig, tyckte den tjocke att det finns flera fina blåbär här som borde plockas. Då blev den smale genast sur och gick hem. Höglandets kommunalförbund (länk).

Tryggare kan ingen vara...



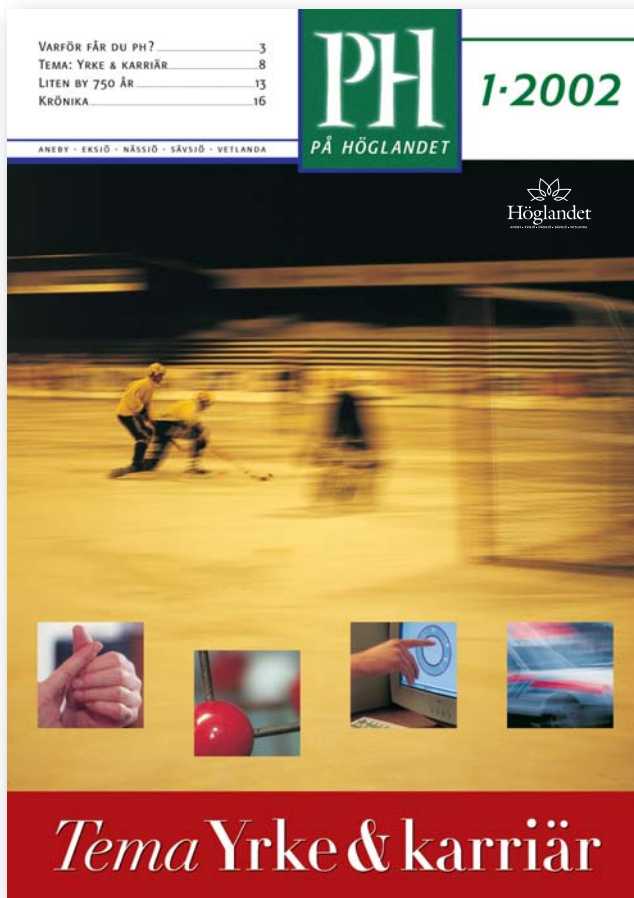


www.hoglandet.se

Kommunalförbundets hemsida vänder sig till både den som redan bor på Höglandet och den som är intresserad av att flytta hit. Sajten, som också fungerar som en portal, vilar på fyra hörnstenar: aktuell information om lediga jobb, aktuell information om lediga bostäder, information om utbildningsutbud. Sajten erbjuder också «pekhjälp» till samhällsinformation som finns på respektive höglandskommuns egen hemsida.

Sajtens syfte är att göra det enkelt, för den som överväger att flytta hit, att hitta den information som eftersöks i en sådan situation.

« PH-tidningen »



På Högländets

För att kontinuerligt informera och entusiasmera ger Högländets kommunalförbund ut en «kundtidning» tre gånger per år. Tidningen, På Högländets (PH), vänder sig i huvudsak till högländskommunernas befolkning, men distribueras även till andra grupper som bedömts vara intressanta till exempel utflyttade.

Tidningens syfte är att på ett lättillgängligt sätt visa på goda exempel från regionen inom såväl näringsliv, föreningsliv som det offentliga. I temanummer lyfts olika aspekter fram för att visa på Högländets många variationer och möjligheter. Tidningen trycks i 52.000 exemplar.