

Landstingslogotyper 1970–2020 belyser varumärkesbyggandet

I SYMBOLERNA LÄGGS FOKUS PÅ GEOGRAFISK PLATS, ORGANISATION OCH FRAMÅTANDA I OLIKA FASER

Tomas Bro, med dr, specialistläkare, ögonmottagningen, Höglandssjukhuset Eksjö; Enheten för medicinens historia, Lunds universitet
 ● tomas.bro@med.lu.se

Frans Melin, ekon dr, universitetslektor i marknadsföring, Ekonomihögskolan, Lunds universitet

I en undersökning från 2019 uppgav sig över hälften av den svenska befolkningen ha stort eller ganska stort förtroende för sjukvården [1]. Samma år övervägde nästan var tredje yngre läkare att söka sig till en annan bransch [2]. Båda fallen kan ses som ett uttryck för regionernas varumärke.

Ordet varumärke har två betydelser: dels kännetecken som namn eller symboler möjliga att erhålla ensamrätt att använda [3], dels de associationer som kännetecknet framkallar. Då detta tar lång tid att bygga upp, men bryts ned snabbt, har varumärket länge setts som den mest värdefulla tillgången inom privat sektor [4]. Därmed finns ibland skäl till varumärkesförändringar, med syfte att förstärka identiteten. Dessa kan vara både evolutionära (mindre och moderniserande) eller revolutionära (fullständiga byten av namn eller logotyp) [5]. Utöver insatser mot konsumenter finns inom varumärkesteorin också begreppet arbetsgivarvarumärke, med syftet att locka de lämpligaste arbetstagarna [6].

De senaste decennierna har intresset för varumärkesfrågor också ökat inom offentlig sektor. En bidragande orsak till detta är »New public management«, en marknadsorienterad verksamhetslogik där en tänkt kunds önskemål står i centrum [7], vilket ökat intresset för skapande och förstärkande av ett varumärke [8]. Inom svensk sjukvård har utvecklingen skett parallellt med flera valfrihetsreformer [9]. Konkurrens om patienter, medarbetare och ekonomiska resurser har ökat behovet av att presentera en tydlig identitet [10].

Syftet med denna studie är att kartlägga hur svenska landsting förändrat sina logotyper de senaste fem decennierna för att skapa förståelse för deras varumärkesarbete, både för medborgare och arbetstagare.

METOD

Sammanställningen av samtliga förändringar av landstingslogotyper under tidsfönstret 1970–2020 baseras på arkivstudier och historiska översikter av enskilda landsting samt regionernas webbplatser. Materialet har sedan analyserats tematiskt för att identifiera mönster i landstingens varumärkesarbete [11].

Svenska landstingslogotyper 1970–2020

Region Blekinge

År 1989 byttes landskapsvapnet, en ek med tre kronor, till en eka med anknytning till sjöfartens betydelse för området. Samtidigt ändrades namnet till Lands-

tinget Blekinge [12]. Färgen var ursprungligen blå, men byttes 2005 till endast svart [13]. Vid regionbildningen 2019 breddades symbolens vita linjer [14].

Region Dalarna

Kopparbergs läns landsting använde Dalarnas länsvapen som symbol, två dalpilar med en hertiglig krona. Vid namnbytet till Landstinget Dalarna 1990 ändrades denna till bokstäverna LD i rött på vit bakgrund [15], som 26 år senare fick inverterade färger. Sedan regionbildningen 2019 används i stället en dalahäst, som anses vara en stark symbol för landskapet, både i Sverige och utomlands [16].

Region Gotland

Gotlands kommun bildades 1971, genom en sammanslagning av öns kommuner, Visby stad samt Gotlands läns landsting. Som gemensam symbol användes en vädur, med anor ända från 1200-talet. Denna förnyades 1989 och vändes till att gå i läsriktningen. Detta är också fallet i den senaste revisionen i samband med bildning av Region Gotland 2011 [17].

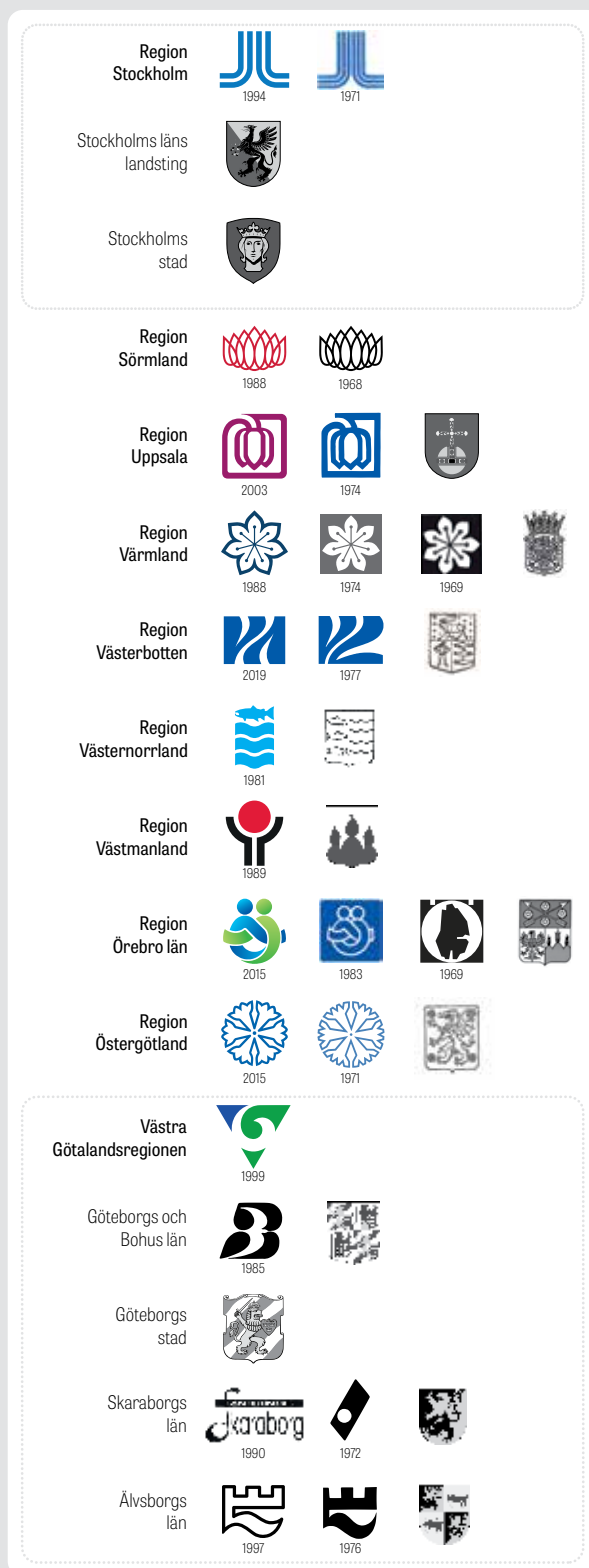
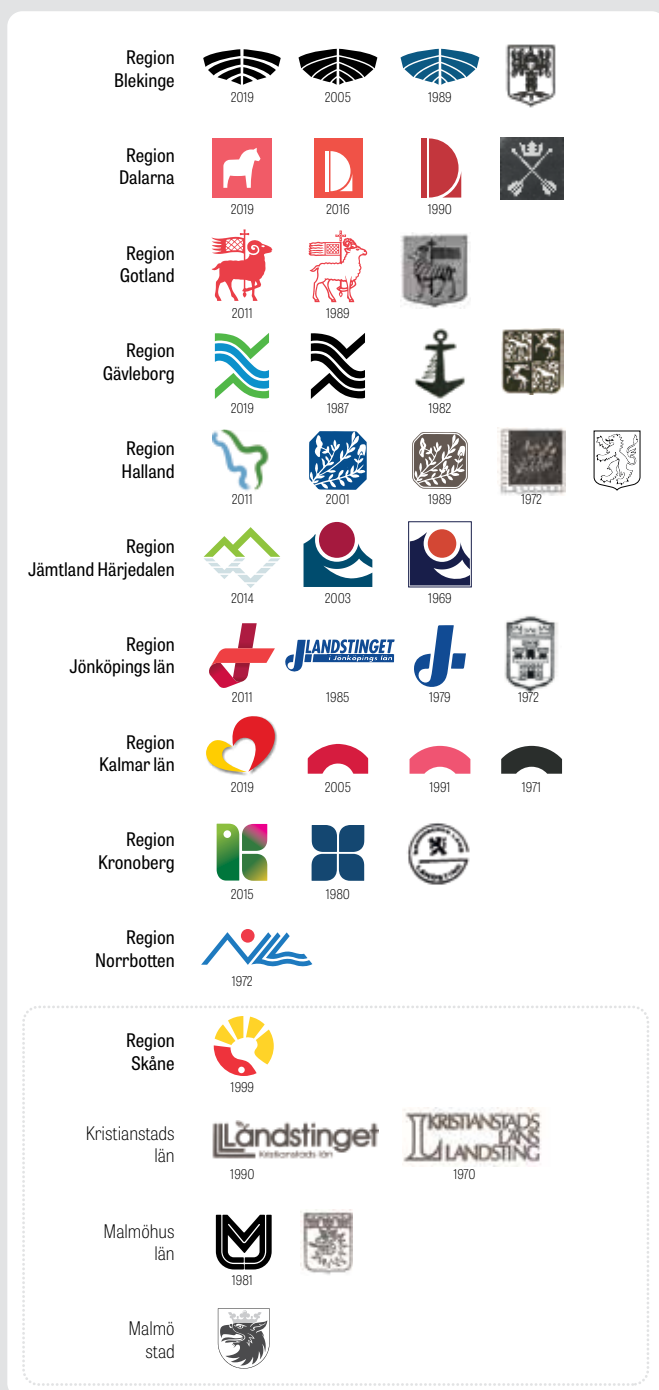
Region Gävleborg

Från att ha använt länsvapnet introducerade man 1982 en bild på ett ankare. Symbolen innehöll också en gran, ett fisköga och ett kugghjul, vilket var tänkt att anknytta till områdets olika industrinäringar. Efter några år ansågs den dock vara för komplicerad, var-

HUVUDBUDSKAP

- Svenska landstings historiska logotypförändringar kan skapa förståelse för utvecklingen av deras varumärkesarbete.
- I studien sammanställs svenska landstings logotypförändringar under perioden 1970–2020 baserat på bland annat regionarkiv och historiska översikter.
- Landstingens kommunikativa fokus under studieperioden kan delas in i tre faser. I den första fasen framhölls plats, i den andra organisation och i den tredje både plats och framåtanda.
- Under studieperioden ses en tydligt ökad professionisering av utformning och användning av logotyper.
- Resultatet av landstingens varumärkesarbete är svårbedömt, men sannolikt mer framgångsrikt för befolkningen än för arbetstagare som läkare.

FIGUR 1. Svenska landstingslogotyper 1970-2020



för en tävling om en ny symbol utlystes i landstingets personaltidning. Många bidrag inkom, men inget ansågs tillräckligt välgjort, varpå tävlingen upprepades bland grafiker. Vinnare blev ett svart stiliserat X,

efter länsbokstaven i det äldre bilregistret [18]. Samma symbol användes vid regionbildningen 2019, men färgsattes då i grönt och blått. I sin nuvarande form ska symbolen representera mötet mellan människor,

väderstreck, berg, dalar, skog samt vatten. Region Gävleborg är sedan 2019 den första regionen i Sverige som har en ljudlogotyp, en signatur som används vid kommunikation i auditiva medier [19].

Region Halland

År 1972 anordnades en tävling för landstingets anställda om att skapa en ny logotyp, för att ersätta länsvapnet med ett upprest lejon. Vinnare blev en stiliserad hårginst, Hallands landskapsblomma [20]. Symbolen kvarstod, men omarbetades, 1989 i samband med namnbytet till Landstinget Halland och förenklades något 12 år senare [21]. När Hallands kommunförbund under regionbildningen 2011 förändrades med landstinget övertogs också kommunförbundets symbol, en visualiserad bild av Halland, uppbyggd av två penseldrag [22]. Det gröna står för skogen och landskapet, det blå för havet och andra vattendrag. De öppna konturerna i toppen och botten ska visa en öppenhet mot omvärlden [22]. Landstingslogotypen är den enda i Sverige som innehåller en slogan: »Bästa livsplatsen«.

Region Jämtland Härjedalen

År 1969 infördes en symbol med fjälltoppar och midnattssol omgivna av en ram [23], som avlägsnades 2003 [24]. Vid bildning av Region Jämtland Härjedalen infördes i stället två gröna fjälltoppar med blå spegling, vilket symboliserar regionens vattendrag. Den öppna ytan däremellan är tänkt att stå för öppenhet och välkomnande och de uppåtgående topparna för framåtanda [25].

Region Jönköping

Från att ha använt länsvapnet, tre kronor och en borg med lika många torn, utlyste man år 1978 en tävling bland personalen om att konstruera en ny logotyp. Vann gjorde ett stiliserat LJ, som i Jönköpings läns landsting [26]. Fem år senare integrerades symbolen i logotypen vid namnbytet till Landstinget i Jönköpings län. Samma form återfinns i den reviderade symbolen som lanserades 2011 [27]. Färgen byttes då också till rött, vilket anses signalera värme och omtanke. Symbolen förblev oförändrad vid regionbildningen 2015.

Region Kalmar län

Kalmar läns landsting bildades 1971 genom en sammanslagning av Norra och Södra Kalmar läns landsting. Som en del av enandet introducerades en symbol i form av en bro. Ölandsbrons invigning var alltså inte den tänka kopplingen, trots tidsmässigt samband. Den ursprungliga färgen var blå, vilken byttes till röd när namnet ändrades till Landstinget i Kalmar län [28]. Vid regionbildningen 2019 ersattes bron av ett hjärta som bland annat symboliserar omvårdnad och tillväxt [29].

Region Kronoberg

År 1980 ändrade Kronobergs läns landsting namn till Landstinget Kronoberg. Samtidigt ersattes länsvapnet med en blomma med kronblad (en tänkt språklig koppling) [30]. Samma former återkommer i den nya symbolen från 2014, som dock har en mer komplex innebörd. Ett K och R i förening, men också en fågel med utfällda vingar som ska signalera attraktion och

livskraft. Det öppna ögat är tänkt att vittna om nyfikenhet och uppmärksamhet [31].

Region Norrbotten

Nuvarande logotyp infördes 1972 [32]. Symbolen innehåller både fjäll, skogar, älvar, kust och midnattssol och bokstäverna NLL, för Norrbottens läns landsting. På grund av symbolens flertydighet behölls den vid regionbildningen 2017, även om förkortningen då hade blivit inaktuell.

Region Skåne

År 1999 bildades den nuvarande regionen genom sammanfogningen av Malmöhus läns landsting, Landstinget Kristianstads län och sjukvården inom Malmö stad. Malmöhus läns landsting använde ursprungligen stadsvapnet, en kronbeklädd grip under tre kronor. År 1981 antogs i stället förkortningen MLL i stiliserade bokstäver [33]. Kristianstads län introducerade 1970 en symbol med namnet och ett L, syftande på länsbokstaven. Samma symbol användes också en kort tid under 1970-talet i 3D. År 1990 byttes namnet till Landstinget i Kristianstads län, och ett A gavs stjälk och blad med anknytning till platsens äppelodlingar [34]. Sjukvården inom Malmö stad använde kommunvapnet, en kronbeklädd grip. Vid regionbildningen blev den gemensamma symbolen ett pilträd som ska symbolisera både stark tillväxt och de många verksamhetsgrenarna. Cirkeln i det röda fältet symboliserar solen, färgerna rött och gult kan härledas till skånska flaggan [35].

Region Stockholm

Nuvarande regions gränser fastställdes 1971 när Stockholms stad och det tidigare Stockholms läns landsting fördes samman till »Storlandstinget«. De tidigare läns- och stadsvapnen ersattes då med två stiliserade L [36]. »Stubben« uppdaterades 1995 genom att två streck avlägsnades och resterande blev bredare [37]. Namnbytte till Landstinget Stockholms län diskuterades under 1990-talet, men drevs aldrig igenom. Även om organisationens namn ändrades vid regionbildningen 2019 kvarstod symbolen i oförändrade proportioner.

Region Sörmland

Dåvarande Södermanlands läns landsting införde en stiliserad näckros som logotyp 1968, vilken därmed är Sveriges äldsta nuvarande landstingslogotyp. Blomman är tänkt att utgöra helheten landstinget, medan bladen är de olika verksamheterna [38]. Symbolen var kvar i oförändrad form vid namnbytet till Landstinget Sörmland 1989 [39]. I den senaste grafiska manualen ingår också ett antal grafiska element för att ge kommunikationen ett unikt utseende [40].

Region Uppsala

Länsvapnet med ett riksäpple av guld byttes 1974 till en stilisering av landskapsblomman kungsängslilja. Samtidigt skedde namnbyte till Landstinget i Uppsala län [41]. Även om placering varierat förblev den oförändrad fram till revideringen 2003 då den också bytte färg [42]. Denna kvarstod vid regionbildningen 2017 [43].

Region Värmland

Fram till 1969 användes landskapsvapnet, en örn med hertiglig krona. Därefter introducerades en stiliserad

skogsstjärna, Värmlands landskapsblomma [44]. Symbolen förekom i flera utföranden, med olika rotation med eller utan ram, tills en enhetlig symbol fastställdes 1988. Samtidigt skedde namnbyte till Landstinget Värmland [45]. Symbolen förblev oförändrad vid regionbildningen 2019.

Region Västerbotten

Från att ha använt Västerbottens länsvapen (en kombination av Västerbottens, Lapplands och Ångermanlands landskapsvapen) introducerades 1977 en symbol med de stiliserade bokstäverna VL. Denna förblev oförändrad fram till regionbildningen 2019, då den omformades till två V:n, vilket sågs som ett förenande av de båda uppdragen sjukvård och regional utveckling. Förändringen ansågs signalera nystart och vara både trygg och modig [46].

Region Västernorrland

I källor från 1960-talet användes det gamla länsvapnet med laxar och strömmande vatten, vilket är en kombination av Medelpads och Ångermanlands landskapsvapen. År 1981 togs en ny symbol fram med samma element. Samtidigt bytte organisationen namn till Landstinget Västernorrland. Även om färgnyans och position förändrades kvarstod symbolen vid regionbildningen 2018 och har beskrivits som en positiv bild av natur och liv [47].

Region Västmanland

Ursprungligen användes länsvapnet med tre brinnande bergstoppar, vilket bland annat symboliserade gruvdrift. År 1989 utlystes en tävling med syfte att ta fram en symbol som skulle illustrera mänsklighet, kompetens och omsorg. Det vinnande bidraget kan tolkas som ett par händer som håller en mänsklig varelse. Samtidigt bytte också regionen namn från Landstinget i Västmanlands län till Landstinget Västmanland [48]. Symbolen förblev oförändrad vid regionbildningen 2017.

Region Örebro län

Före år 1969 användes länsvapnet på brevpapper och förkortningen ÖLL på textilier och annat material. År 1969 lanserades en siluett av länet i ett Ö, som fick en hel del kritik: den liknades både vid ett foster och en tandlös gubbe. Efter en tävling för att få fram en ny logotyp presenterades 1983 det så kallade kram-Ö:et, som ska uttrycka mänsklig värme, gemenskap och samverkan. Samma symbol används än i dag men omarbetades något 2015. De olika färgerna är tänkta att symbolisera trygghet och energi [49].

Region Östergötland

Från att ha använt Östergötlands länsvapen, en gyllene grip med drakvinge och draksvans i en sköld med fyra rosor, infördes år 1971 en stiliserad blåklint, Östergötlands landskapsblomma. Samtidigt bytte organisationen namn från Östergötlands läns landsting till Landstinget Östergötland [50]. I samband med regionbildningen 2015 gjordes symbolen något mjukare [51].

Västra Götalandsregionen

Eftersom inte mindre än fyra organisationer fördes samman 1999, har Västra Götalandsregionen en sär-

deles komplex logotyp historia. Göteborgs och Bohus läns landsting bytte namn till Bohuslandstinget 1986 och införde då en symbol i form av ett stiliserat B, innehållande en fågel [52]. Sjukvården inom Göteborg hanterades fram till 1999 av Göteborgs stad, som använde kommunvapnet. Skaraborgs läns landsting införde 1972 en pinnliknande symbol, vilken kan tolkas som platsen markerad på en Sverigekarta. Vid namnbytet till Landstinget Skaraborg 1990 antogs i stället en logotyp där S:et i Skaraborg fick formen av en not, med tänkt koppling till dansleken »Vi äro musikanter allt ifrån Skaraborg« [53]. Landstinget i Älvsborgs län antog 1972 en rebuslogotyp, en älv och en borg i kombination. Vid regionbildningen 1999 övergick alla de tidigare sjukvårdsorganisationerna till att använda en triangel, en tänkt stilisering av regionens geografiska form. Det går också utläsa VG som i Västra Götaland, och vågformen kan associeras till en grodd, en symbol för liv och tillväxt [54].

Analys

Kartläggningen av logotypförändringar bland svenska landsting de senaste 50 åren visar tre faser (Figur 1). I den första fasan använde nästan alla heraldiska länsvapen. Dessa har många gånger hundraåriga anor

»I den första fasan använde nästan alla heraldiska länsvapen.«

och brukar associeras till tradition och historia, vilket i sin tur ofta förknippas med kvalitet och förtroende [55].

I den andra fasan med början under 1970-talet infördes allt fler landsting nya symboler, ofta stiliserade bokstäver, blommor eller andra element från naturen, och samtliga med en mjukare framtoning än länsvap-

»I den andra fasan ... stiliserade bokstäver, blommor eller andra element från naturen, och samtliga med en mjukare framtoning än länsvapnen.«

nen. Argumenten för bytet var krav på tydlighet och reproducerbarhet i mindre skala. Under samma period flyttade de flesta ordet »Landstinget« från slutet till början av sitt namn. Argumenten var att ställa organisationen i centrum i stället för geografin och att undvika förväxling med den statliga länsstyrelsen, vilket också var ett skäl för symbolbytet. Fasen sammanfaller med slutet på den offentliga sektorns expansion, som i stället följdes av nedskärningar [56]. De nya logotyperna kanske därmed kan ses som ett sätt att förtydliga en organisation under förändring, ett vanligt drag i privat sektor [57].

Den tredje fasan av logotypförändringar samman-

faller med regionbildningarna som genomfördes 1999–2019. Flera landsting moderniserade då sina symboler. I andra fall introducerades helt nya med

»Den tredje fasen ... landsting moderniserade då sina symboler. I andra fall introducerades helt nya med starkare koppling till platsen eller till framåtanda ...«

starkare koppling till platsen eller till framåtanda, till exempel bergstoppar eller flygande fåglar, vilket kan förknippas med regionbildningarnas utökade ansvar för utveckling och tillväxt [58].

DISKUSSION

Landstingens kommunikativa fokus under studieperioden visar ett tydligt mönster. I den första fasen framhölls plats, i den andra organisation och i den tredje både plats och framåtanda.

Huruvida faserna skapat en tydlig identitet för landstingen är mer tveksamt. En logotyp är organisationens ansikte utåt och ska enkelt identifiera vad denna står för [59]. Det kan därför tyckas märkligt att symboler med tydlig koppling till sjukvård som blå kors eller eskulapstavar aldrig diskuterats. Frånvaron av gemensamma drag gör det dock möjligt att odla sin särart och därmed kanske positionera sig som en särskilt attraktiv arbetsgivare. Detta är angeläget då svensk sjukvård under de närmaste tio åren behöver rekrytera ca 100 000 nya medarbetare [60].

Ambitionen avseende enhetlig kommunikation har ökat påtagligt under studieperioden. På 1970-talet utannonserades tjänster både med och utan logotyp, som också kunde finnas i parallella versioner. Från att logotyper främst användes på brevpapper och skyltar återfinns de i dag på en mängd olika trycksaker, webbplatser och sociala medier. Vissa organisationer har tagit ytterligare steg. Gävleborgs auditiva identitet och Sörmlands grafiska element visar kanske en väg som kommer följas av allt fler.

Logotypförändringar väcker ofta stor uppmärksam-

het i medier, oftast till följd av deras kostnader. Den senaste revideringen av symbolen för Region Östergötland kostade exempelvis ca 100 000 kronor [61], och notan för den pågående omskyllningen i Västra Götalandsregionen beräknas landa på tio miljoner kronor [62]. Skeptiker har framfört att resurserna i stället borde lagts på sjukvård. Läkarkåren har också visat avståndstagande till varumärkesarbete, exempelvis i satiriska texter [63]. Motståndet har sannolikt accentuerats när offentlig verksamhet för att skydda sitt varumärke sekretesskyddat negativ information eller undersökt vilka anställda som haft kontakt med medier [64]. Dessutom har arbetsgivarorganisationen Sveriges Kommuner och regioner (SKR) slagit fast att starka varumärken kan rekrytera medarbetare med lägre löner [65]. Detta i kombination med att läkarkårens professionella identitet är betydligt starkare än den organisatoriska [66] har gjort att det visat sig svårt att inkludera läkarkåren i varumärkesarbetet.

Avslutande kommentar

Arbetet med landstingssymboler har förändrats under den studerade perioden. Under 1970-talet var det vanligt att logotyper togs fram genom tävlingar. Logotyputveckling som enbart grafisk formgivning skiljer sig från dagens förhållningssätt, där logotypen betraktas som den främsta identitetsbäraren. Samtidigt har landstingens kommunikationsavdelningar professionaliserats, och att stärka och skydda varumärket är i dag en av deras viktigaste uppgifter. Många regioner har utvecklat specifika varumärkesstrategier med ambitionen att innehållet ska styra formen, det vill säga att logotypens utformning ska ta sin utgångspunkt i vad regionen står för. En djupare analys av relationen mellan form och innehåll i denna logotyphistoria vore ett intressant ämne för fortsatt forskning, liksom logotyper knutna till enskilda sjukhus. Vidare vore det givande att studera hur ansvar och befogenheter för varumärkesrelaterade frågor förändrats över tid. Avslutningsvis hade det varit av stort intresse att analysera läkares inflytande över varumärkesarbetet, med tanke på denna grupps inflytande som formella och informella ledare. ○

● Potentiella bindningar eller jävsförhållanden: Inga uppgivna.

Citera som: *Läkartidningen*. 2020;117:20092

REFERENSER

1. Hälso- och sjukvårdsbarometern 2019. Stockholm: Sveriges Kommuner och regioner; 2020.
2. WSP Advisory/Sveriges yngre läkares förening (Sylf). I väntan på AT. En samhällsekonomisk studie. <https://slf.se/sylf/app/upplads/2019/07/i-vantana-at.pdf>
3. SFS 2010:1877. Varumärkeslag.
4. Kapferer JN. The new strategic brand management. Advanced insights and strategic thinking. London: Kogan Page Ltd; 2012.
5. Muzellec L, Lambkin M. Corporate rebranding: destroying, transferring or creating brand equity? Eur J Marketing. 2006;40:803-24.
6. Backhaus K, Tikoo S. Conceptualizing and researching employer branding. Career Development International. 2000;9:501-17.
7. Hood C. A public management for all seasons? Public Adm. 1991;69:3-19.
8. Brunsson N, Sahlin-Andersson K. Constructing organizations: the example of public sector reform. Organization Studies. 2000;21:721-46.
9. SFS 2008:962. Lag om valfrihetssystem.
10. Gromark J, Frans Melin F. From market orientation to brand orientation in the public sector. Journal of Marketing Management. 2013;29:1099-123.
11. Braun V, Clarke V. What can »thematic analysis« offer health and wellbeing researchers? Int J Qual Stud Health Wellbeing. 2014;9:26152.
12. Blekinge läns landstings arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 14 nov 1989. Dnr 1228/89.
13. Vår grafiska profil. Användarhandbok. Karlskrona: Landstinget Blekinge; 2005.
14. Varumärkesstrategi för Region Blekinge. Karlskrona: Landstinget Blekinge; 2019.
15. Region Dalarnas arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet 28 maj 1990. Dnr 90/1960.
16. Landstinget Dalarna. Beslutsunderlag landstingsfullmäktige. 23 apr 2018. Dnr LD17/00896. <https://www.region-dalarna.se/contentassets/468780d09bb-2423fad735bc823fca-de5/2018-04-23-bilaga-del-2-landstingsfullmaktige.pdf>
17. Region Gotland. Om logotypen. 5 feb 2020 [citerat 16 feb 2020]. <https://www.gotland.se/omlogotypen>
18. Gävleborgs läns landstings arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 20 nov 1985. Dnr M13:1992/85.
19. Visuell och auditiv identitet. Gävle: Region Gävleborg; 2020. <https://www.regiongavleborg.se/Lankkatalog/E/e-mag-in/E-mag-in---Visuell-och-auditiv-manual/>
20. Region Hallands arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet, Hallands läns landsting. 15 maj 1972.
21. Grafisk profilmanual för Landstinget Halland. Halmstad: Landstinget Halland; 2001.
22. Grafisk profil för nya Region Halland. Halmstad: Region Halland; 2011. Dnr Ls100244.
23. Jämtlands läns landstings arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 26 jun 1969. Dnr 2128.
24. Grafisk profil. Östersund: Jämtlands läns landsting; 2003.
25. Grafisk profil. Form- och bildspråk. Östersund: Region Jämtland Härjedalen; 2016.
26. Region Jönköpings arkiv. Landstingets kansli. Ny organisationssymbol (logotyp) för Jönköpings läns landsting. 18 dec 1978.
27. Region Jönköpings arkiv. Protokoll Landstingsstyrelsen. 23 aug 2011. Dnr LK10-0577.
28. Region Kalmars arkiv. Förvaltningsutskottet. Namnbyte och grafiskt profilprogram för Kalmar läns landsting. 27 mar 1991. Dnr 9100599.
29. Visuell identitet. Kalmar: Region Kalmar län; 2018.
30. Regelsamling över landstingets grafiska profil. Växjö: Landstinget Kronoberg; 1980.
31. Vår grafiska identitet. Växjö: Region Kronoberg; 2014.
32. Region Norrbottens arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 24 apr 1972. Dnr 8/72.
33. Malmöhus läns landsting. Protokoll Förvaltningsutskottet. 12 okt 1981. § 194.
34. Kristianstads läns landstings arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 5 maj 1990. Dnr 13 661/89.
35. Region Skånes arkiv. Protokoll Regionstyrelsen. 10 nov 1998. Dnr 011 23/97.
36. Några anvisningar om landstingets emblem. Stockholm: Stockholms läns landsting, Informationsavdelningen; 1985.
37. Profilregler för Stockholms läns landsting. Stockholm: Stockholms läns landsting; 1995.
38. Region Sörmlands arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 17 okt 1968. Dnr 1598/68.
39. Region Sörmlands arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 29 aug 1988. Dnr Cf 880600.
40. Grafisk profil. Nyköping: Region Sörmland; 2019.
41. Uppsala läns landsting. Protokoll Förvaltningsutskottet. 3 dec 1973. § 1219. Dnr 4936/73.
42. Grafisk manual 2010. Uppsala: Landstinget i Uppsala län; 2010.
43. Region Uppsala. Uppsnabbat landstingsstyrelsen. 22 jun 2016. <https://region uppsala.se/politik-och-paverkan/handlingar/upsnabbat/Uppsnabbat-2016/Uppsnabbat-landstingsstyrelsen-22-juni/>
44. Region Värmlands arkiv. Protokoll Förvaltningsutskottet. 16 jun 1969.
45. Region Värmlands arkiv. Personaltidningen S-tinget. 1988:(1).
46. Region Västerbotten. Protokoll Regionstyrelsen 8 jan 2019. Varumärke och namnbyte.
47. Eglund A. Användande av Region Västernorrlands logotyp från 1960-talet och framåt. 2020.
48. Grafisk handbok. Västerås: Landstinget Västmanland; 1989.
49. Region Örebro län. En glimt ur arkivet. Landstingens tiderna. 2014. <https://www.regionorebrolan.se/PageFiles/1223461/Landstingsloggan%20genom%20tiderna.pdf?epslanguage=sv>
50. Östergötlands läns landsting. Protokoll Förvaltningsutskottet. Fastställande av särskilt märke för landstinget. 25 aug 1970. Dnr 3715/70.
51. Riktlinjer visuell identitet. Linköping: Region Östergötland; 2014.
52. Göteborgs och Bohus läns landstings arkiv. Förvaltningsutskottet. Protokoll 3 maj 1983. Dnr 67/83.
53. Jonhäll B. Återblick på de sista åren - Landstinget Skaraborg 1988-1998. Mariestad: Västra Götalandsregionen; 1999.
54. Visuell profil. Göteborg: Västra Götalandsregionen; 2007.
55. Urde M, Greyser SA, Balmer JMT. Corporate brands with a heritage. Journal of Brand Management. 2007;15:4-19.
56. Nilsson L, Forsell H. 150 år av självstyrelse - kommuner och landsting i förändring. Stockholm: Sveriges Kommuner och landsting; 2013. p. 416.
57. Van Grinsven B, Das E. Processing different degrees of logo change. Eur J Marketing. 2015; 49:1710-27.
58. Nilsson L, Forsell H. 150 år av självstyrelse - kommuner och landsting i förändring. Stockholm: Sveriges Kommuner och landsting; 2013. p. 476.
59. Dahlqvist U, Melin F. Varumärken i offentlig tjänst. Malmö: Liber; 2010.
60. Sveriges viktigaste jobb finns i välfärden. Rekruteringsrapport 2018. Stockholm: Sveriges Kommuner och landsting; 2017.
61. Odelius M. Landstingets nya logga - en dyr affär. Östgöta Correspondenten. 31 okt 2014 [citerat 11 jan 2020].
62. Västra Götalandsregionen ska byta namn - 10 miljoner för nya skyltar. Göteborgs-Posten. 5 mar 2019 [citerat 11 feb 2020].
63. Vem vill arbeta på ett sjukhus med dåligt rykte? Sjukhusläkaren. 8 sep 2009 [citerat 14 apr 2020].
64. Leijerholt U. Public sector branding. An internal brand management perspective [avhandling]. Umeå: Umeå universitet; 2019.
65. Parment A. Vad är employer branding? Stockholm: Sveriges Kommuner och landsting; 2019.
66. Freidson E. Professionalism: the third logic. Cambridge: Polity Press; 2001.