



Designmanual

Version 1.1
Juni 2020

Introduktion

Denne designmanual introducerer Sikkerhedsmærkets visuelle identitet, giver retningslinjer for brug af grundelementerne og viser eksempler til inspiration. Grundelementerne i Sikkerhedsmærkets visuelle identitet er logo, farver og typografi. Der er fastlagt et koncept for, hvordan grundelementerne bruges, så de udgør en samlet visuel identitet, der tydeliggør Sikkerhedsmærket som afsender på tværs af medier.

Denne designmanual vil løbende blive opdateret, i tilfælde af ændringer til Sikkerhedsmærkets grundelementer eller retningslinjer.

Ikon

Det bærende element i Sikkerhedsmærkets visuelle identitet er et ikon, der er udformet som et øje med en lås i.

Låsen symboliserer sikkerhed og øjet symboliserer overvågning. Kombinationen af disse elementer, giver et stærkt budskab om sikkerhed gennem overvågning og beskyttelse, der på den måde signalerer tryghed.



Primære logo

For at sikre læsbarhed, skal der altid være noget luft omkring logoet. Det sikrer, at der ikke er forstyrrende elementer, der påvirker det visuelle udtryk af logoet.

Derudover skal man sørge for, at logoet ikke fremstår for småt til at læse navnetrækket eller tyde ikonet.

Retningslinjer for dette ses i eksemplerne til højre.

Primære logo

Sikkerhedsmærkets primære logo består af ikonet og et navnetræk under.



Sikkerhedsmærket

Plads omkring logo

H'et fra navnetrækket kan bruges som indikator på, hvad der som minimum skal være af plads.



Minimum størrelse

Den mindste størrelse logoet bør repræsenteres i (med luft omkring) er 20 mm.



Sekundære logo

For at sikre læsbarhed, skal der altid være noget luft omkring logoet. Det sikrer, at der ikke er forstyrrende elementer, der påvirker det visuelle udtryk af logoet.

Derudover skal man sørge for, at logoet ikke fremstår for småt til at læse navnetrækket eller tyde ikonet.

Retningslinjer for dette ses i eksemplerne til højre.

Sekundære logo

Sikkerhedsmærkets sekundære logo består af ikonet og et navnetræk til højre.



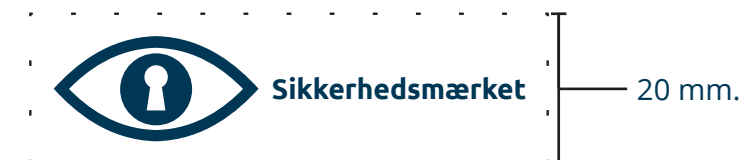
Plads omkring logo

H'et fra navnetrækket kan bruges som indikator på, hvad der som minimum skal være af plads.



Minimum størrelse

Den mindste størrelse logoet bør repræsenteres i (med luft omkring) er 20 mm.



Brandfarver og typografi

Farver er en integreret del af brand identiteten, da konsistent brug af brandfarver styrker sammenhængen i den visuelle identitet.

De blå brandfarver udstråler professionalisme, pålidelighed, loyalitet, tillid, samarbejde, integritet og troværdighed.

Den mørkeblå farve (#003755) er brandets rygrad og skal derfor så vidt som muligt bruges.

Skrifttyper

Ubuntu
Bruges til logo.

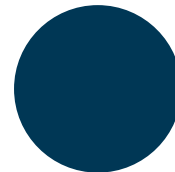
UBUNTU
BOLD
A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z Æ Ø Å

Open Sans
Bruges til overskrift og brødtekst på web.

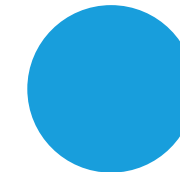
Open Sans
Regular
A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z Æ Ø Å

Brandfarver

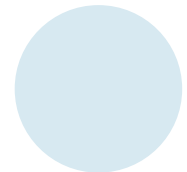
CMYK: 100, 73, 41, 36
RGB: 0, 55, 85
Hex: #003755



CMYK: 75, 22, 0, 0
RGB: 24, 158, 220
Hex: #189EDC



CMYK: 19, 3, 5, 0
RGB: 215, 233, 241
Hex: #D7E9F1



Brug af farver til logo

Logoet skal så vidt som muligt fremstå i den primære brandfarve; mørkeblå på hvid eller hvid på mørkeblå. Den lyseblå farve kan bruges, hvis den passer bedre ind i konteksten.

Ønskes en anden baggrundsfarve end brandfarverne til logoet, skal der sørges for fuld læsbarhed, gennem en acceptabel kontrast.

Primære logo eksempler



Sekundære logo eksempler



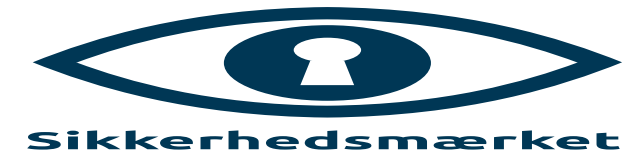
Eksempel på anden baggrund



Forkert brug

Her finder du eksempler på forkert brug af Sikkerhedsmærket.

Strukket i logo



For lille logo



Forstyrrende elementer



Forkert brug af baggrundsfarve

