

Velkommen til vores brand

En guide til hvordan vi designer
og udfolder vores brand.



Hvad bygger brandguiden på?

Udvikling

I 2019 fik 3F ny visuel identitet. Undervejs i arbejdet med at få den implementeret i alle materialer, kampagner med videre, er vi i 3F Kommunikation stødt på flere steder, hvor vi har ønsket mere albuerum og et mere markant visuelt udtryk.

Derfor har vi i en længere periode arbejdet med at få både tekst og grafik til at stå både moderne, skarpere og mere imødekommende. Det arbejde har blandt andet resulteret i denne udvidelse af 3F's designmanual.

I praksis

Det er vigtigt for 3F Kommunikation at understrege, at udvidelsen af designmanualen er et værktøj, som 3F's grafikere bruger nu og fremover, så vi giver vores visuelle identitet et moderne præg på materialer, digitalt, kampagnebannere med videre.

Det er de kommunikationsansvarliges overordnede opgave at sikre, at guiden følges, så brandets udtryk fremstår stringent og ensartet på tværs af platforme: fra små instagramposts til større kampagner.

3F Kommunikation assisterer gerne både dig som kollega eller ekstern samarbejdspartner, når du skal arbejde med 3F's brand. Kontakt 3F's grafiske team:

flemming.gaarn.nielsen@3f.dk

simon.nyholm@3f.dk

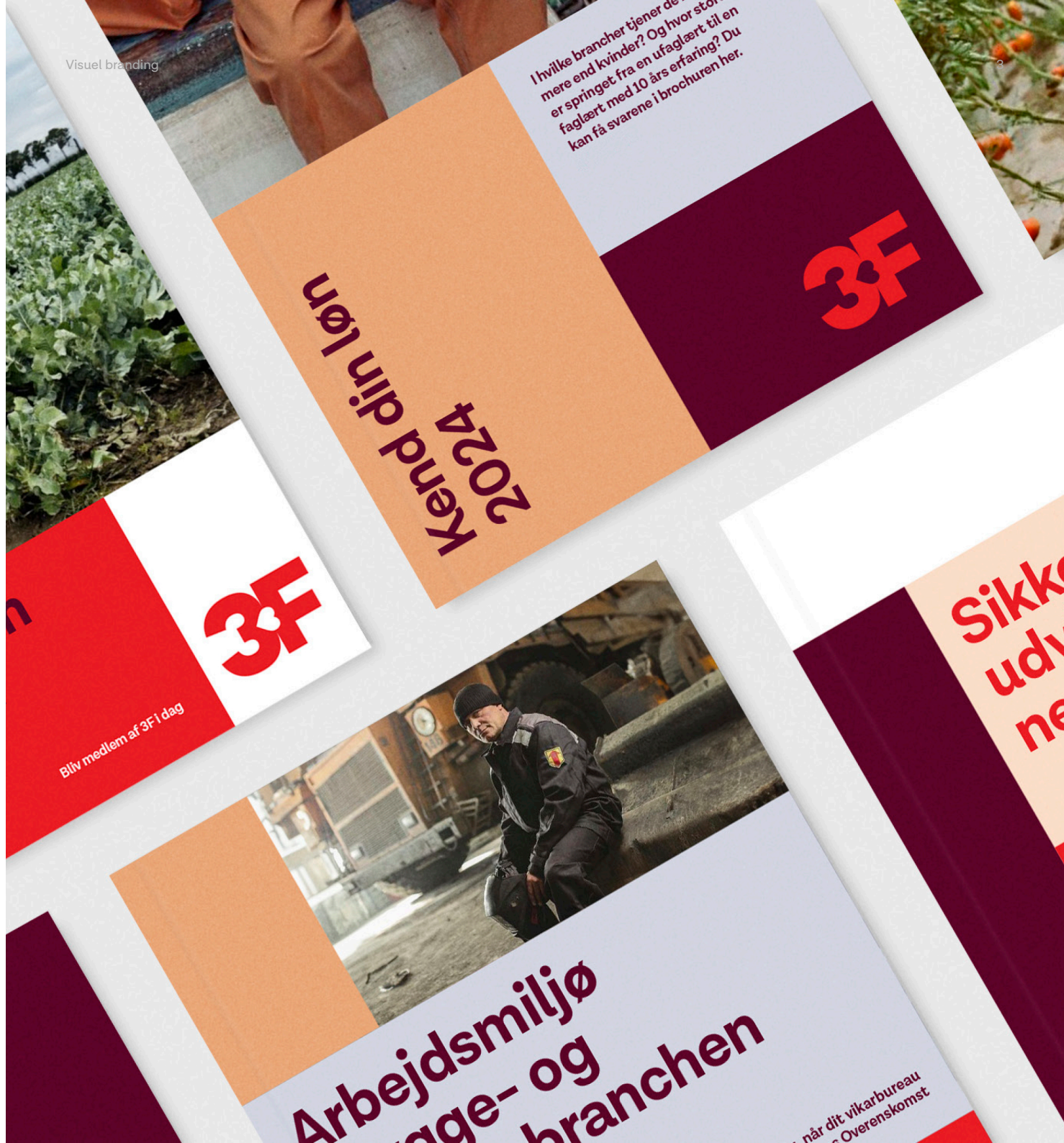
henrika.hansen@3f.dk



Visuel branding

En god visuel branding afspejler organisationens værdier, mission og løfte. Den er samlende for organisationens kommunikation og understøtter den på tværs af alle platforme og touchpoints – fra hjemmeside, brochurer og annoncer til PowerPoint-præsentationer og flag med videre.

Visuel branding definerer et brands udseende og udtryk i alt fra logo, billedstil og farvevalg til opsætning og brug af skrifttyper. Visuel branding forholder sig til alle de synlige elementer, der gør et brand øjeblikkeligt genkendeligt og skaber en bestemt oplevelse af brandet hos modtageren. Brandguiden her beskriver udelukkende 3F's visuelle branding.



Visuel branding

Logo


Logo

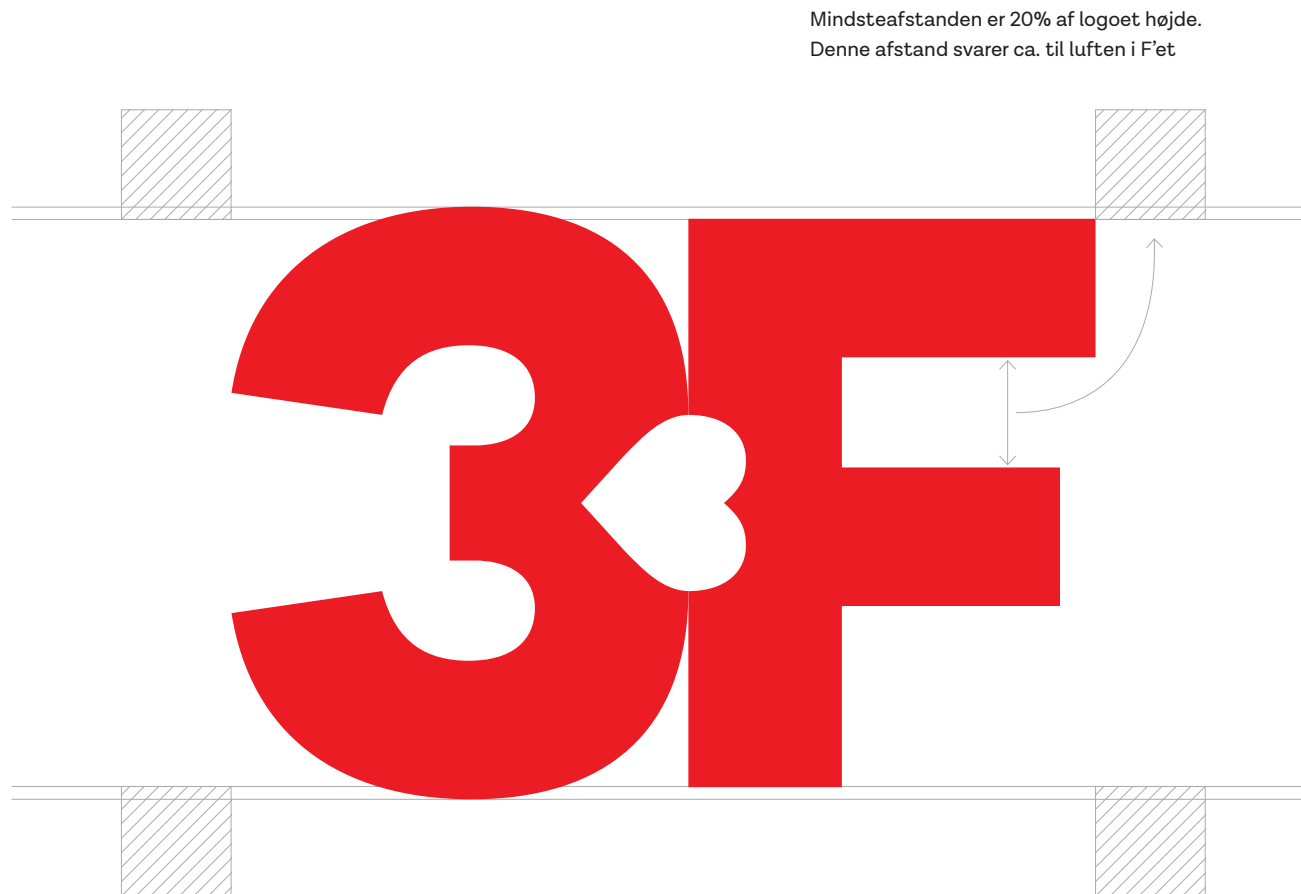
3F's logo er et centralt og genkendeligt virkemiddel i 3F's visuelle branding. I midten af 3F's logo er hjertet, der elegant og originalt er med til at tegne den højre side af 3-tallets form. For at skærpe og understrege denne detalje er 3F's logo i 2024 gået fra rødt/blåt til ren rød. Dette er også gjort for at gøre det lettere og mere iøjne-faldende at placere på farvede baggrunde.

Logoet og dets komponenter må aldrig strækkes eller ændres på nogen måde.

Minimumsstørrelser

 9 mm - tryk

 25 px - digital



3F's logo...

Tager plads – uden at blive visuelt overdøvede

3F's logo er et centralt og genkendeligt virkemiddel i 3F's visuelle branding. Derfor er det vigtigt, at logoet fremstår tydeligt.

Er rødt – så ofte vi kan

3F's logo bruges som udgangspunkt altid i rødt. Den rene røde logofarve underbygger 3F's historik, position og formsprog. Derudover muliggør det ensfarvede logo, at logoet kan bruges/ anvendes på farvede baggrunde, hvilket medfører et markant stærkere udtryk i 3F's visuelle brand.

Er hvidt – når det ikke kan være rødt

3F's logo kan også optræde i hvidt. Dette gøres kun på særlige tryksager eller for eksempel i kampagner. Når logoet er hvidt, bruges det som udgangspunkt på rød baggrund. I kampagner må det hvide logo dog også bruges på billeder, video eller andre farvede baggrunde.



Typografi

Typografi

Lota Grotesque er 3F's primære skrifttype. Den har fornuftig læsbarhed i brødtekst og understøtter 219 sprog.

OBS. Lota Grotesque bruges også i overskrifter, men kræver i denne funktion og brug et ekstra typografisk arbejde.

FF Good Pro er 3F's digitale display-skrift.

FF Good Pro bruges udelukkende til digitale bannerformater, hvor det ikke er muligt at skabe nok blikfang (størrelse) med Lota Grotesque.

Lota Grotesque

Light

Regular

Reg Italic

SemiBold

Bold

Black

FF Good Pro

Black

Farver

En konsistent brug af farver er med til at styrke 3F's visuelle brand. Både valg og fravalg af farver og ikke mindst måden, de bruges på, er med til at gøre brandet originalt og genkendeligt. Der er kulturelt betingede betydninger bag forskellige farver, ligesom de også har forskellige psykologiske og fysiske indvirkninger på mennesker. Farver vækker, med andre ord, følelser og formidler oplevelser. Derfor er farver mere end blot visuelt "pynt".

Tre principper for farvepaletten

Brandet skal opleves rødt ————— #1

#2 ————— ***Farverne er få, men velvalgte***

Farverne skal fungere sammen ————— #3

Brandfarver

3F Rød

Vi er den historiske røde fagforening. Og den røde fane blev født sammen med fagbevægelsen og er den dag i dag stadig symbolet på styrke, solidaritet og sammenhold. Fanen er i dag et nationalt klenodie og dét, den står for, har aldrig været mere relevant.

Sådan bruges farven

Vi bruger ikke den røde til det MESTE, vi bruger den til det VIGTIGSTE: Vores logo, vores overskrifter og vores vigtigste budskaber. Selvom vi vælger at bruge andre farver, så er den altid til stede.

3F Corporate Rød

Nogle bruger corporate blå, men vi bruger en corporate rød til at signalere vores seriøsitet, erfaring og viden, når vi går til forhandlingsbordet eller skal udtrykke et sagligt budskab.

Sådan bruges farven

Corporate Rød fungerer rigtig godt som baggrundsfarve og som tekstfarve på både hvid, Rød, Himmel, Gnist og Varm Sand.

3F Himmel

Den lyseblå farve bringer en kølig kontrast ind i farvepaletten og frembringer følelsen af at være under åben himmel, som mange af vores medlemmer hver dag er, men også når vi samles under fanerne på gaden for en fælles sag. Lyseblå har desuden en stærk visuel reference til værdier forbundet med fred, håb og omsorg.

Sådan bruges farven

Himmel fungerer rigtig godt som baggrundsfarve på både små og store flader. Både Rød og Corporate Rød tekst står stærkt på denne.

3F Gnist

I en blanding mellem rød og orange bringer denne mellemtone både energi og lune ind i farvepaletten, der understøtter vores brandværdier. Farven tilfører samtidig også det visuelle udtryk en fornemmelse af "høj kvalitet" – den er det modsatte af en discountfarve.

Sådan bruges farven

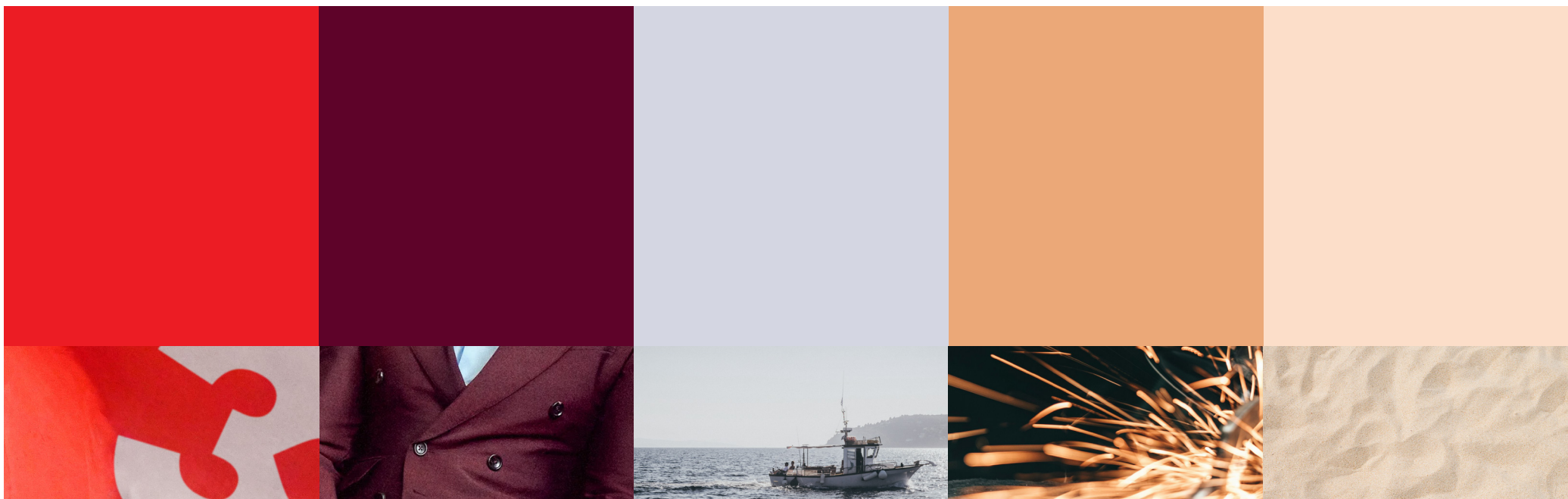
Gnist fungerer godt som baggrundsfarve på både små og store flader. Både hvid, Rød og Corporate Rød tekst står godt på denne.

3F Varm Sand

Varm sand bringer balance ind i farvepaletten og giver et strejf af tidløs elegance. Selvom farven er underspillet, så får den hele paletten til at hænge sammen med sin varme og næsten sensoriske fornemmelse.

Sådan bruges farven

Varm Sand fungerer godt som baggrundsfarve på både små og store flader. Både hvid, Rød og Corporate Rød tekst står stærkt på denne.



Farvekoder

3F Rød

RGB: 236 / 28 / 36
CMYK: 0 / 95 / 95 / 0
HEX: #EC1C24
Pantone Coated: 485 C
Pantone Uncoated: 2035 C

3F Corporate Rød

RGB: 94 / 3 / 41
CMYK: 30 / 100 / 48 / 64
HEX: #5E0329
Pantone Coated: 7421 C
Pantone Uncoated: 7421 U

3F Himmel

RGB: 212 / 214 / 226
CMYK: 20 / 14 / 8 / 0
HEX: #D4D6E2
Pantone Coated: 7450 C
Pantone Uncoated: 7450 U

3F Varm Sand

RGB: 252 / 222 / 201
CMYK: 0 / 18 / 22 / 0
HEX: #FCDEC9
Pantone Coated: 7604 C
Pantone Uncoated: 7604 U

3F Gnist

RGB: 235 / 168 / 120
CMYK: 7 / 40 / 56 / 0
HEX: #EBA878
Pantone Coated: 2430 C
Pantone Uncoated: 2431 C

Farve på farve

3F Rød

Aa
Aa

Primær
Overskrifter og
brødtekst

Aa
Aa

Evt.
Overskrifter og
brødtekst

Aa

Evt.
Kun brødtekst

3F Corporate Rød

Aa
Aa

Primær
Overskrifter og
brødtekst

Aa
Aa
Aa

Evt.
Overskrifter og
brødtekst

3F Himmel

Aa
Aa

Primær
Overskrifter og
brødtekst

Aa

Evt.
Kun brødtekst

3F Varm Sand

Aa
Aa

Primær
Overskrifter og
brødtekst

Aa

Evt.
Kun brødtekst

3F Gnist

Aa
Aa
Aa

Primær
Overskrifter og
brødtekst

Aa
Aa

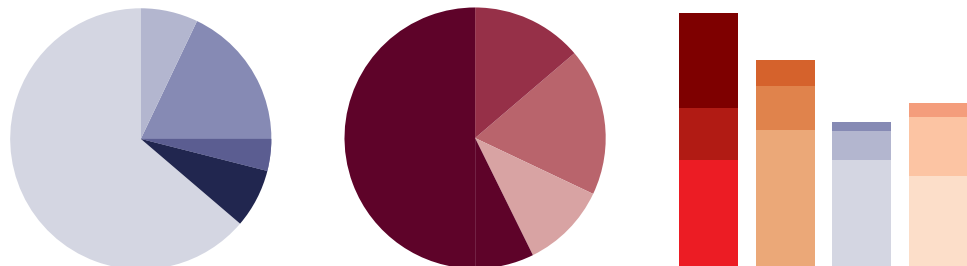
Evt.
Overskrifter og
brødtekst


























Aa

Evt.
Kun brødtekst

Farvetoner (kun) til grafer

Brand farvepalettens fem farver findes hver i tre ekstra toner/varianter. Disse toner/varianter kan bruges til grafiske modeller og diagrammer, hvis de fem brand farver ikke er tilstrækkelige.



				
	RGB: 252 / 196 / 163 CMYK: 0 / 30 / 37 / 0	RGB: 244 / 157 / 124 CMYK: 0 / 48 / 50 / 0	RGB: 241 / 126 / 89 CMYK: 0 / 62 / 64 / 0	RGB: 233 / 92 / 65 CMYK: 0 / 75 / 74 / 0
				
	RGB: 224 / 131 / 76 CMYK: 9 / 56 / 73 / 0	RGB: 213 / 98 / 44 CMYK: 13 / 71 / 89 / 2	RGB: 194 / 64 / 16 CMYK: 8 / 83 / 100 / 15	RGB: 140 / 43 / 7 CMYK: 28 / 90 / 100 / 32
				
	RGB: 179 / 182 / 207 CMYK: 34 / 26 / 10 / 0	RGB: 134 / 138 / 180 CMYK: 54 / 45 / 12 / 0	RGB: 91 / 93 / 145 CMYK: 74 / 65 / 18 / 3	RGB: 33 / 38 / 79 CMYK: 100 / 92 / 36 / 36
				
	RGB: 150 / 48 / 72 CMYK: 28 / 88 / 50 / 27	RGB: 185 / 100 / 108 CMYK: 22 / 67 / 44 / 11	RGB: 216 / 163 / 163 CMYK: 14 / 42 / 28 / 2	RGB: 235 / 208 / 208 CMYK: 8 / 22 / 14 / 0
				
	RGB: 205 / 30 / 25 CMYK: 12 / 97 / 98 / 3	RGB: 177 / 27 / 20 CMYK: 20 / 100 / 100 / 13	RGB: 156 / 21 / 13 CMYK: 25 / 100 / 100 / 24	RGB: 126 / 0 / 0 CMYK: 30 / 100 / 100 / 41

Ikoner

Ikoner kan skabe klarhed ved at understøtte en kommunikation visuelt.

3F's ikonsæt anvendes med fordel illustrativt i layout, enten ved kombination, forstørrelse eller gentagelse.

Farvelægning af ikoner følger samme regler som farvelægning af typografi i layout.



Layout / Fast gridsystem

Hvad er et grid?

3F's visuelle brand indeholder faste grids designet til udvalgte formater.

Vores grids er et designsystem med bokse i forskellige størrelser, som giver stor fleksibilitet i kombination med tekst og foto og samtidig er meget genkendelige som visuelt virkemiddel.

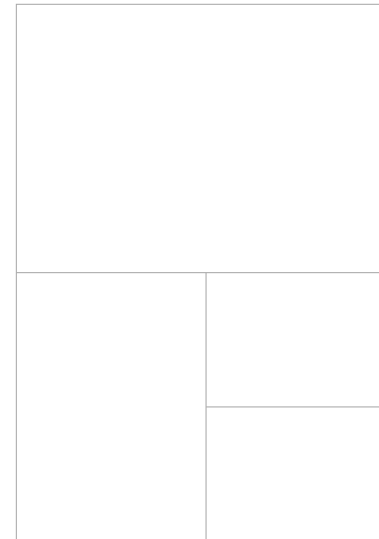
Ét grid = Et utal af varianter

Der er et utal af muligheder og varianter ved brugen af vores gridsystem, som bruges på udvalgte formater - til henholdsvis print og digital.

Aktivering- og design af grids

Kontakt 3F's grafiske team ved udarbejdelse af materiale til print- og digital brug, så vi sikrer, at brandets udtryk fremstår stringent og ensartet på tværs af platforme:

flemming.gaarn.nielsen@3f.dk
simon.nyholm@3f.dk
henrika.hansen@3f.dk





Digitale formater

På nogle digitale formater arbejder vi mere fleksibelt og agilt med vores layoutregler, så vi optimerer pladsen. MEN vi sikrer os, at det overordnede udtryk bevares.

FF Good Pro - vores digitale display-skrift

FF Good Pro bruges udelukkende til digitale bannerformater, hvor det ikke er muligt at skabe nok blikfang (størrelse) med Lota Grotesque.

Tekst billeder/video

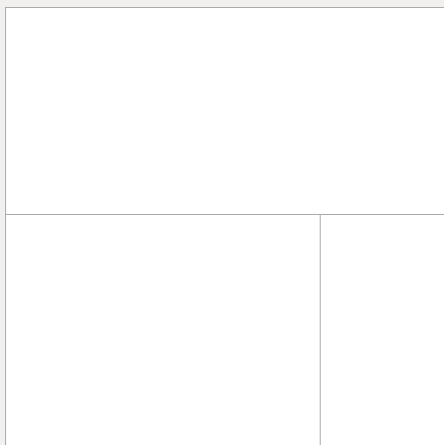
På digitale formater kan det virke at sætte tekst på billeder og video, så pladsen optimeres.

Det samme gælder for logo.

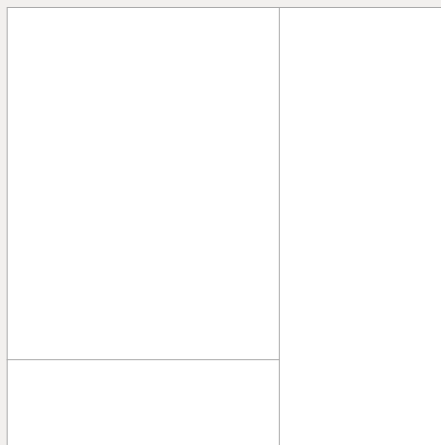


Digital annonce (kvadrat)

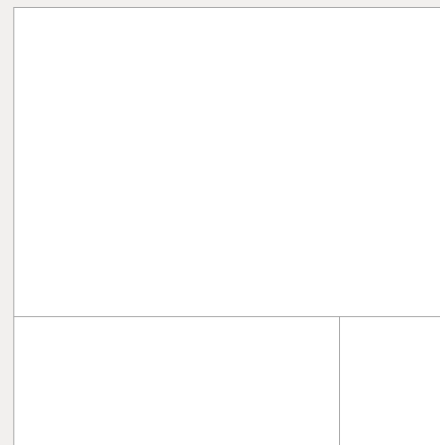
Digital annonce (kvadrat) 01



Digital annonce (kvadrat) 02



Digital annonce (kvadrat) 03



Tolkning af grid og udtryk

Vi kan bruge formater som en del af et større grid. Som her, hvor vi bruger outdoor-formaterne som et "samlet" grid. Det kan også bruges, når vi laver roll-ups: Her sætter vi for eksempel fire roll-ups sammen, så de tilsammen danner hele grid-udtrykket.





Kommunikationsafdelingen assisterer gerne både dig som kollega eller ekstern samarbejdspartner, når du skal arbejde med 3F's brand.