

3F Fagligt Fælles Forbund Designmanual

Version 2.0

Forord

Designmanualen dækker over, hvordan vi tager os ud på tværs af hele organisationen – fra måden vi taler på, til måden vi bruger vores farver og typografi. Alt er i sammenhæng med til at sikre et ensartet og konsistent udtryk på tværs af vores kanaler – og en stærk stemme på vegne af vores medlemmer.

God læselyst.
3F Kommunikation & Marketing

Velkommen til 3F's design- manual.

Indhold

- 01.00 Afsæt
- 02.00 Grundelementer
- 03.00 Papirlinje
- 04.00 Skiltning
- 05.00 Grafisk system
- 06.00 Layout-system
- 07.00 3F's a-kasse
- 08.00 Giveaways
- 09.00 Kontakt

01.00
Afsæt

01.01 Fundament

01.02 Tonalitet

01.03 Designprincipper

01.01 Fundament

3F er en fagforening i øjenhøjde med sine medlemmer. En stærk stemme udadtil, men samtidig lyttende, støttende og anerkendende indadtil.

Et magtfuldt fællesskab i et samfund, hvor magten ellers er lagt ud til de få, de rige og de privilegerede.

Et inkluderende fællesskab, der bygger på personligt selvværd samt faglig stolthed og giver en følelse af at høre til i en tid, hvor det er let at føle sig unødvendig og udenfor.

Et fællesskab, der bidrager til, at den enkelte kan få et godt liv både før, under og efter arbejdslivet. Et fællesskab, der bygger på respekten for arbejde og viljen til at bidrage ud fra en fast tro på, at i et sundt samfund er alle bidragsydere betydningsfulde.

Et fællesskab, der gør den enkelte stærkere.

**Respekt,
fællesskab
og en stærk
stemme.**

01.02 Tonalitet

Empatisk

Vi er empatiske, lyttende og anerkendende – også over for vores modstandere. Vi tror på, at vi næsten alle sammen ønsker det samme: et Danmark, hvor der er plads til alle.

Indsigtsfuld

Vi taler med en stemme, der udstråler kompetence, overskud og overblik. Med faglighed og saglighed.

Konstruktiv

Vi er alle sammen vigtige for hinanden – og vi skal komme hinanden nærmere og komme hinanden ved. Derfor er sejre ved kompromis større og vigtigere end sejre ved konflikt.

**Vi taler om
mennesker,
og vi taler som
mennesker.**

01.03 Designprincipper

For at tale med en stærk stemme har vi brug for et design, der sætter fokus på det væsentlige – medlemmet, fællesskabet og budskaberne i vores kommunikation.

Vores nye udtryk er i både ord og design centreret om det, vi har på hjerte. Vi arbejder med tre simple principper, som sammen skaber rammen for vores udtryk.

Enkelthed
Genkendelighed
Sammenhæng

02.00 Grundelementer

- 02.01 Logo
- 02.02 Farver
- 02.03 Typografi
- 02.04 Fotos
- 02.05 Ikoner
- 02.06 Grafer og tabeller
- 02.07 Visuelt element – hjertet

02.01

Logo

02.01.01 Logosystem

Der er defineret et fast logosystem. Systemet er fleksibelt, så det kan rumme forskellige afdelinger og grupper på tværs af 3F.

Overordnet logo
3F-symbolet alene.



Logo og navnetræk

Dette kan for eksempel være 3F-symbolet med "Fagligt Fælles Forbund", "Gør dig stærkere", gruppe- eller afdelingsnavnetræk.



Logo med stort navnetræk

Dette logo bruges hovedsageligt ved a-kasse-logoet.



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



Logoet kan downloades
på vores brand-site.

02.01.02 Overordnet symbol

Det nye logo er simpelt og let at afkode. Logoet består af runde og hårde former, der signalerer balance og stabilitet.

Logoet alene

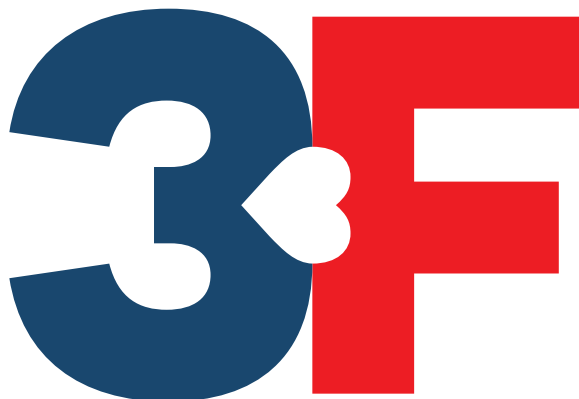
Vores logo bruges i en del tilfælde alene – dette er især, når 3F som organisation kommunikerer internt eller direkte til beskueren for eksempel på flag og andet merchandise.

Logostørrelser

Det er vigtigt, at alle elementer af identiteten kan læses og ses tydeligt i alle sammenhænge. Derfor må logoet ikke gengives mindre end angivet til højre. Der er ingen øvre grænse for størrelsen, blot afstandsangivelserne overholdes.

For alle trykte materialer med 3F-symbolet er minimumsstørrelsen 9 mm i højden og 25 pixels til digital brug. Logoet må aldrig fremstå mindre for at undgå at kompromittere dets læsbarhed.

Overordnet logo
3F-symbolet alene.



Minimumsstørrelser – trykte materialer
Minimumsstørrelsen for alle trykte materialer er 9 mm i højden.



Minimumsstørrelser – digitale medier
Minimumsstørrelsen for alle digitale medier er 25 pixels i højden.



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



Logoet kan downloades
på vores brand-site.

02.01.03 Logo og navne- træk på to linjer

3F med navnetræk på én eller to linjer. Dette kan være en gruppe, "Fagligt Fælles Forbund" eller "Gør dig stærkere".

Logo i to versioner

For at sikre, at vores logo står visuelt stærkt på alle formater, findes alle logoer i både en horisontal og vertikal version.

Logostørrelser

Det er vigtigt, at alle elementer af identiteten kan læses og ses tydeligt i alle sammenhænge. Derfor må logoet ikke gengives mindre end angivet til højre. Der er ingen øvre grænse for størrelsen, blot afstandsangivelserne overholdes.

Tekniske detaljer

Kontakt grafisk team for versionering af logo.



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



Logoet kan downloades på vores brand-site.

Logo og navnetræk på to linjer – primært

Det primære logo, som er den horisontale mulighed.



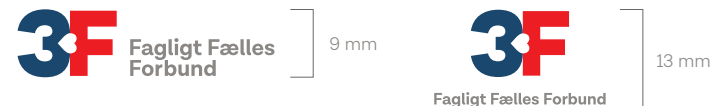
Logo og navnetræk på to linjer – vertikalt

Den sekundære version af logoet, hvor de to linjer står på én linje.



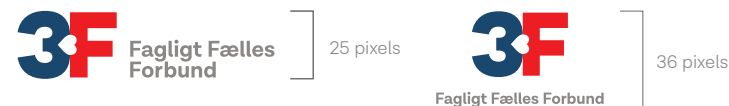
Minimumsstørrelser – trykte materialer

Minimumsstørrelsen for alle trykte materialer er 9 og 13 mm i højden.



Minimumsstørrelser – digitale medier

Minimumsstørrelsen for alle digitale medier er 25 og 36 pixels i højden.



02.01.04 Logo og navne- træk på én linje

Når der udvikles logoer med kortere navnetræk, står disse på én linje. Her tager vi en ekstra x-højde med for at sikre, at navnetrækket og logoet i dets helhed fremstår visuelt ensartet.

Logo i to versioner

For at sikre, at vores logo står visuelt stærkt på alle formater, findes alle logoer i både en horisontal og vertikal version.

Logostørrelser

Det er vigtigt, at alle elementer af identiteten kan læses og ses tydeligt i alle sammenhænge. Derfor må logoet ikke gengives mindre end angivet til højre. Der er ingen øvre grænse for størrelsen, blot afstandsangivelserne overholdes.

Tekniske detaljer

Kontakt grafisk team for versionering af logo.



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



Logoet kan downloades
på vores brand-site.

Logo og navnetræk på én linje – primært
Den horisontale udgave af logoet på én linje.



Logo og navnetræk på én linje – vertikalt
Den horisontale udgave af logoet på én linje.



Minimumsstørrelser – trykte materialer
Minimumsstørrelsen for alle trykte materialer er 9,6 mm og 13 mm i højden.



Minimumsstørrelser – digitale medier
Minimumsstørrelsen for alle digitale medier er 36 pixels og 37 pixels i højden.



02.01.05 Logo med stort navnetræk

Logo i to versioner

For at sikre, at vores logo står visuelt stærkt på alle formater, findes alle logoer i både en horisontal og vertikal version.

Logostørrelser

Det er vigtigt, at alle elementer af identiteten kan læses og ses tydeligt i alle sammenhænge. Derfor må logoet ikke gengives mindre end angivet til højre. Der er ingen øvre grænse for størrelsen, blot afstandsangivelserne overholdes.

Tekniske detaljer

Kontakt grafisk team for versionering af logo.

Logo med stort navnetræk – horisontal

Dette niveau bruges hovedsageligt ved A-kasse-logoet eller i specielle tilfælde, hvor det er vigtigt, at man ser navnetrækket.



Logo med stort navnetræk – vertikal

Dette niveau bruges hovedsageligt ved A-kasse-logoet eller i specielle tilfælde, hvor det er vigtigt, at man ser navnetrækket.



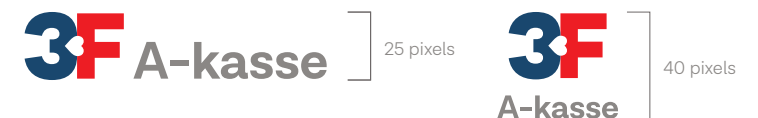
Minimumsstørrelser – trykte materialer

Minimumsstørrelsen for alle trykte materialer er 9 mm og 14 mm i højden.



Minimumsstørrelser – digitale medier

Minimumsstørrelsen for alle digitale medier er 25 pixels og 40 pixels i højden.



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



Logoet kan downloades
på vores brand-site.

02.01.06 Minimumsafstand og mindstestørrelser

Minimumsafstand til logoet

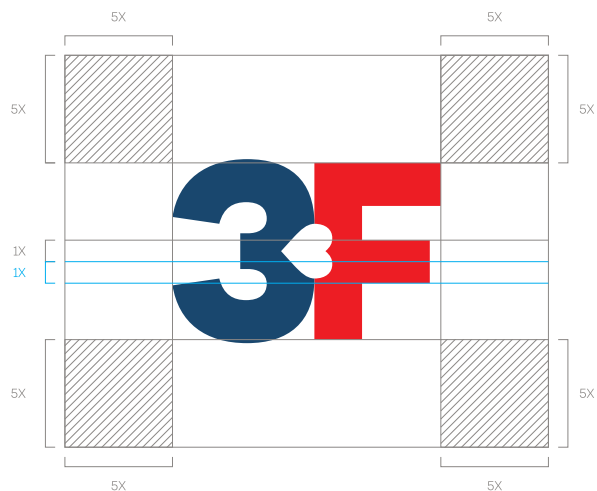
Logoet er den vigtigste indikation af afsender og har derfor behov for luft omkring sig, så det altid står klart og tydeligt frem. Den simple regel er, at afstanden omkring logoet skal være fem gange x's højde (5X).

Sammenhæng

Det gælder for alle forskellige logoer og navnetræk, at man ikke overskrider 5X på alle sider.

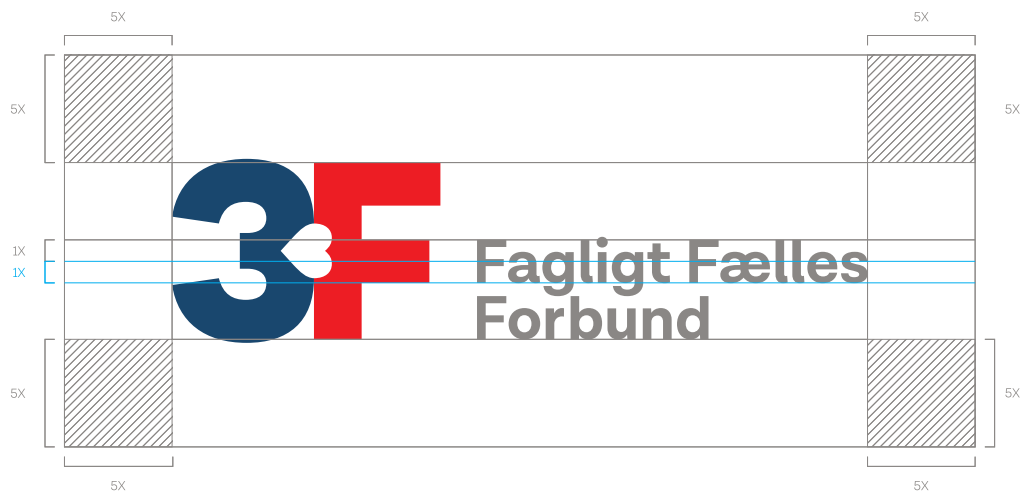
Minimumsafstand til logoet

Eksemplificeret på vores overordnede logo.



Minimumsafstand til logoet

Eksemplificeret på logo og navnetræk på to linjer.



02.01.07 Logovarianter

A. Fuldfarve logo (blå/rød)

Logoet bruges på hvid eller lys baggrund.

B. Negativ logo

Det negative logo anvendes, når logoet skal placeres på en mørk baggrundsfarve eller på et billede.

C. Sort logo

Det sorte logo anvendes, når logoet ikke skal gengives i farve.

A.



B.



C.



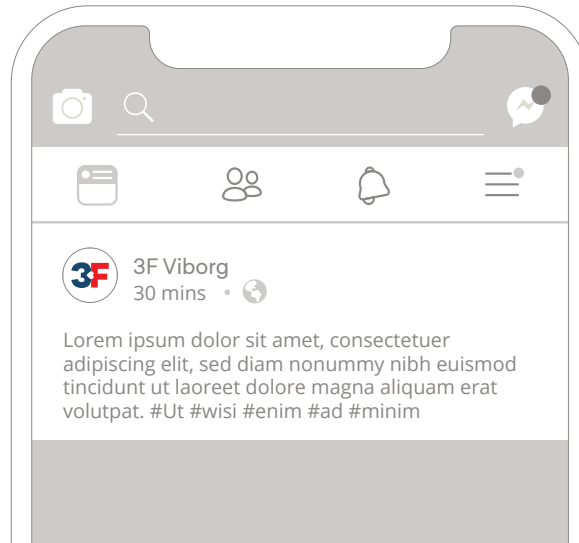
02.01.08 Logoet på de sociale medier

De sociale medier er en vigtig kommunikationskanal for 3F. Derfor er det vigtigt, at 3F som organisation optræder ens og konsistent på tværs af platforme.

Brug af SoMe-logoer

Som profilbillede bruger vi kun 3F-logoet. Øvrige afsenderoplysninger skrives i profiloplysninger.

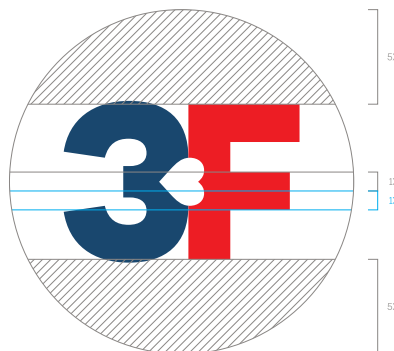
Logo som rundt profilbillede
Eksemplificeret på Facebook



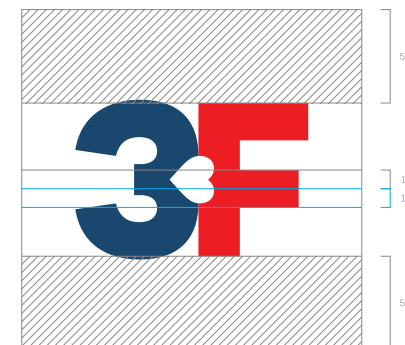
Logo som firkantet profilbillede
Eksemplificeret på LinkedIn



Logo som rundt profilbillede



Logo som firkantet profilbillede



02.01.09 Forkert brug af logoet

Brug altid kun godkendte logoversioner. Hvor det er muligt, brug filer i EPS-format, da de vil give de bedste resultater.

Modificér ikke proportionerne eller typografien i logoet. JPEG- og PNG-formater er designet til skærmbrug, og må ikke bruges til tryk.

Forkerte farver



Anvend ikke skygge og andre visuelle effekter på logoet



Forkerte proportioner



Logoet må ikke ændres eller tilføjes udefrakommende elementer



Skrifttypen i logoet må ikke ændres



Brug ikke det fuldfarvede logo på farvet baggrund



02.02

Farver

02.02.01 Farveoversigt

Farver er en af de mest essentielle dele af 3F's identitet, og de skal derfor bruges med omhu. Vær konsistent i brugen af farver, og husk, at vi primært er hvide med et strejf af rød. De sekundære farver og de grå funktionelle farver bruges fortrinsvist til at støtte op omkring vores primære farver – men de må aldrig dominere.

3F RØD
Pantone Coated 485 C
Pantone Uncoated 2035 U
RGB 236 / 028 / 036
HEX #E01C24
CMYK Coated 000 / 095 / 095 / 000
CMYK Uncoated 000 / 100 / 100 / 000
CMYK Digital 000 / 100 / 100 / 000
RAL Classic 3020 Verkehrsrot
RAL Design 040 50 70
NCS S1085 – Y90R
3M Series 100 100 – 368

3F LYS RØD
Pantone Coated 700 C
Pantone Uncoated 700 U
RGB 234 / 154 / 154
HEX #EA9A9A
CMYK Coated 000 / 040 / 010 / 000
CMYK Uncoated 000 / 040 / 010 / 000
CMYK Digital 000 / 035 / 010 / 000
RAL Classic 3015 Hellrosa
RAL Design 010 70 20
NCS S1030 – R10B
3M Series 100 –

3F LYS GRÅ
Pantone Coated 2330 C
Pantone Uncoated 420 U
RGB 220 / 219 / 208
HEX #DCDBD0
CMYK Coated 005 / 005 / 010 / 015
CMYK Uncoated 005 / 005 / 010 / 015
CMYK Digital 000 / 000 / 007 / 015
RAL Classic 7044 Seidengrau
RAL Design 100 80 05
NCS 1502 – Y
3M Series 100 100 – 384

3F MØRK RØD
Pantone Coated 7623 C
Pantone Uncoated 7427 U
RGB 142 / 020 / 036
HEX #8E1424
CMYK Coated 000 / 095 / 085 / 045
CMYK Uncoated 000 / 100 / 065 / 040
CMYK Digital 000 / 100 / 095 / 045
RAL Classic 3003 Rubinrot
RAL Design 030 30 40
NCS S3560 – R
3M Series 100 100 – 23

3F GRÅ
Pantone Coated 2332 C
Pantone Uncoated 2332 U
RGB 137 / 134 / 132
HEX #898684
CMYK Coated 040 / 035 / 035 / 025
CMYK Uncoated 005 / 005 / 005 / 050
CMYK Digital 000 / 003 / 005 / 055
RAL Classic 7030 Steingrau
RAL Design 6000
NCS 4502 – Y
3M Series 100 100 – 038

3F BLÅ
Pantone Coated 7694 C
Pantone Uncoated 295 U
RGB 025 / 071 / 110
HEX #19476E
CMYK Coated 100 / 075 / 030 / 020
CMYK Uncoated 100 / 070 / 010 / 030
CMYK Digital 100 / 080 / 040 / 010
RAL Classic 5003 Saphirblau
RAL Design 250 30 30
NCS S6030 – B
3M Series 100 100 – 003

3F LYS BLÅ
Pantone Coated Blue 0821 C
Pantone Uncoated Blue 0821 U
RGB 120 / 198 / 213
HEX #78C6D5
CMYK Coated 055 / 000 / 010 / 000
CMYK Uncoated 050 / 000 / 010 / 000
CMYK Digital 055 / 000 / 010 / 005
RAL Classic –
RAL Design 220 70 25
NCS S0540 – B10G
3M Series 100 –

3F MØRK GRÅ
Pantone Coated 2334 C
Pantone Uncoated 2336 U
RGB 108 / 103 / 104
HEX #6C6768
CMYK Coated 030 / 025 / 020 / 070
CMYK Uncoated 005 / 005 / 005 / 080
CMYK Digital 060 / 055 / 053 / 015
RAL Classic 7039 Quarzgrau
RAL Design 4000
NCS S7502 – Y
3M Series 100 100 – 012

3F MØRK BLÅ
Pantone Coated 282 C
Pantone Uncoated 282 U
RGB 027 / 035 / 058
HEX #1B233A
CMYK Coated 100 / 075 / 010 / 070
CMYK Uncoated 100 / 085 / 020 / 045
CMYK Digital 100 / 075 / 010 / 055
RAL Classic 5011 Stahlblau
RAL Design 270 20 25
NCS S7020 – R70B
3M Series 100 100 – 27

3F DYB GRÅ
Pantone Coated 7540 C
Pantone Uncoated BLACK 6 U
RGB 069 / 066 / 066
HEX #454242
CMYK Coated 045 / 035 / 025 / 080
CMYK Uncoated 060 / 040 / 025 / 080
CMYK Digital 035 / 025 / 015 / 075
RAL Classic 7024 Graphitgrau
RAL Design 3000
NCS 8000 – N
3M Series 100 100 – 22

02.02.02 Toner af farverne

Vi arbejder som udgangspunkt altid med farverne i 100 %. Dog kan vi i grafer, infografikker og på web benytte såkaldte “toner”, altså procentsatser af vores farver. Brug her de prædefinerede 80 %, 60 %, 40 %, 20 % og 10 % toner.



02.02.03 Farveratio

Vores farver bruges, så vi altid arbejder med store, lyse flader. Hvorefter vi supplerer med vores primære farver, de sekundære samt funktionelle farver.

Hvid

I 3F's farveunivers bruger vi hvid for at give et mere moderne og lyst udseende.

Primære farver

Vores primære farver bruges i al kommunikation, men bør doseres for at skabe klar genkendelse.

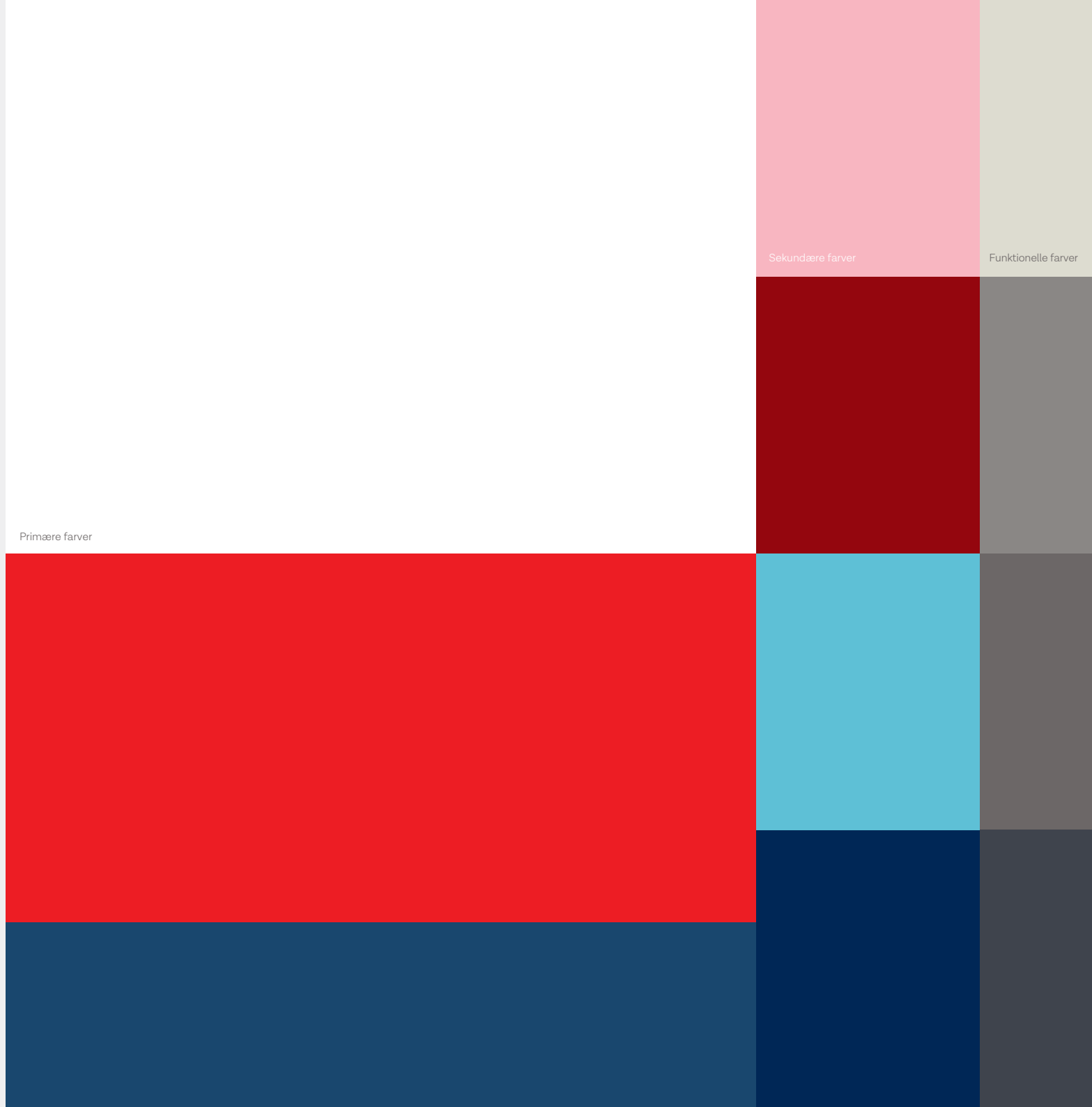
Sekundære og funktionelle farver

Vores sekundære og funktionelle farver bruges som supplement til resten af farvepaletten.

Primære farver

Sekundære farver

Funktionelle farver



02.02.04 Farve- kombinationer

Farvepaletten består af to primære, fire sekundære og fire tertiære grå farver.

Ud over disse identitetsfarver bruges hvidt aktivt som en essentiel farve. Det hvide rum spiller en vigtig rolle i det samlede udseende som en kontrast til de stærke og legende identitetsfarver.

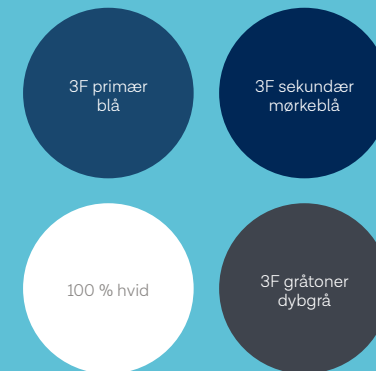
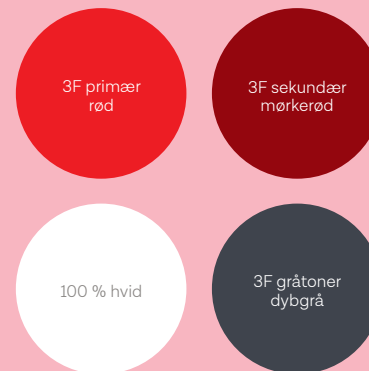
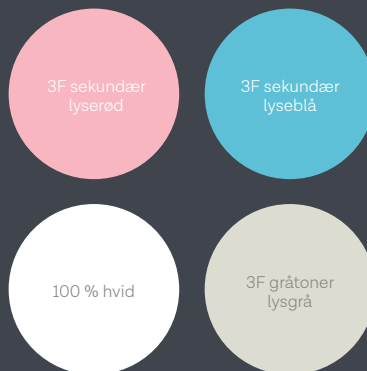
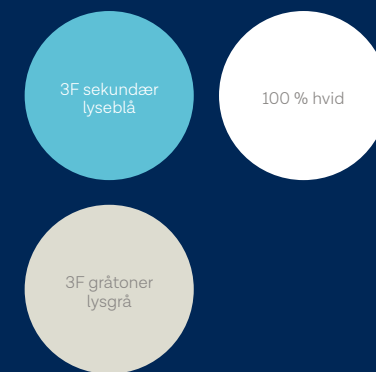
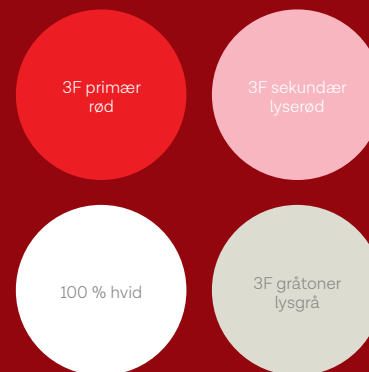
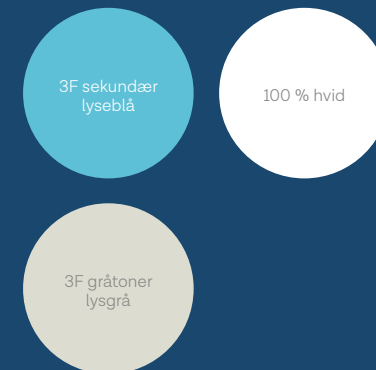
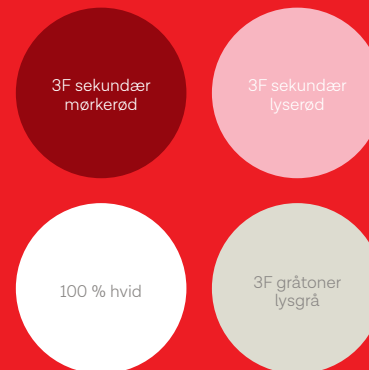
Vi kommunikerer klart og tydeligt. Ikke alle farvekombinationer er lige så tydelige. Undgå for eksempel at placere 3F primær blå på 3F rød og omvendt.



Se eksempler på farve-
kombinationer i sektion 06.00.



Download vores ASE-filer
på vores brand-site.



02.03

Typografi

02.03.01 Typografi

Vores typografi hedder Lota Grotesque og er moderne og simpel, men dog med bløde, organiske kvaliteter, der giver den et menneskeligt udseende.

Når vi bruger Lota Grotesque, holder vi os til et fast udvalg af forskellige vægte. Dette gøres for at sikre en skarp konsistens og genkendelighed igennem al vores kommunikation.

Når vi bruger citationstegn, bruger vi “ ” tegnsættet.



Når vi, i sjældne tilfælde, ikke har mulighed for at skrive med vores primære skrifttype Lota Grotesque, har vi mulighed for at bruge Arial.

Dette kunne for eksempel være i office programmerne PowerPoint og Word.

Light

Lota Grotesque Light
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

Regular

Lota Grotesque Regular
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

Reg Italic

Lota Grotesque Italic
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

SemiBold

Lota Grotesque
SemiBold
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

Bold

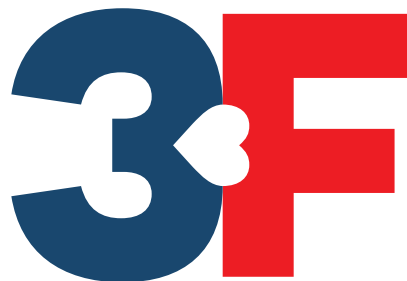
Lota Grotesque Bold
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

02.03.02 Vores helt egen typografi

Ved at bruge vores to primære farver, blå og rød, i overskrifter, bringer vi vores identitet ind i forskellige elementer.

To farver i overskrifter

Ved at tilføje en fremhævelse i blå, kan vi bringe vores identitet ind i overskrifter.



**Vi fremhæver
det emotionelle
i overskriften.**



Se sektion 06.00, hvor brug af typografi på sekundære farver bliver forklaret.

02.03.03 Typografien i brug

Godt arbejde binder Danmark sammen.

Forside – Titel, Lota Grotesque SemiBold
Det vigtige budskab i teksten fremhævet i blåt.

Du og dine kollegaer kan strejke, hvis I ønsker at forbedre arbejdsforholdene.

Underoverskrift,
Lota Grotesque
Semi Bold

Overenskomsten skal overholdes af begge parter – arbejdstager og arbejdsgiver. Hvis der opstår uoverensstemmelser om, hvordan overenskomsten skal fortolkes, kan 3F hjælpe dig.

Billedtekst,
Lota Grotesque
Regular

De fleste lærlinge og elever finder en praktikplads – selv eller med skolens hjælp. Men desværre er der også mange, der ikke kan finde en praktikplads.

Vær derfor aktiv for din egen skyld. Lige så snart du ved, hvilken uddannelse, du ønsker, så find frem til virksomheder i branchen, kontakt dem og foreslå dem, at de ansætter dig som lærling.

Hvis du ikke kan finde en praktikplads, så få skolen til at hjælpe dig. De har kontakt til rigtig mange virksomheder i branchen.

Overskrift 2,
Lota Grotesque
Semi Bold

Brødtekst, Lota
Grotesque Regular

Overenskomsten skal overholdes af begge parter – arbejdstager og arbejdsgiver. Hvis der opstår uoverensstemmelser om, hvordan overenskomsten skal fortolkes, kan 3F hjælpe dig.

En overenskomst kan være udformet meget forskelligt og have meget forskelligt indhold. Det afhænger af arbejdets art. Dog omfatter den som minimum bestemmelser om lønforhold og arbejdstid.

“Et godt arbejdsklima betyder virkelig meget for mit velbefindende i hverdagen.”

3F hjælper dig, hvis din arbejdsgiver overtræder de love, regler og aftaler, der gælder på arbejdsmarkedet.

Mange overenskomster

Arbejderne og fagbevægelsen i Danmark har kæmpet hårdt for at få retten til at indgå kollektive overenskomster på arbejdspladserne. En kollektiv overenskomst omfatter alle arbejdere på en arbejdsplads. Derfor bør alle kollegaer blive organiseret i den fagforening, som har indgået overenskomsten.

3F har 138 hovedoverenskomster. Desuden har 3F cirka 12.748 lokal- og tiltrædelsesoverenskomster, som ofte kun gælder på en enkelt arbejdsplads.

Citat 2, Lota
Grotesque SemiBold
Det vigtige budskab i teksten fremhævet i blåt.

Personalepolitikken er et vigtigt element i det psykiske arbejdsmiljø. En klar, skriftlig personalepolitik giver tryghed og sikrer de ansatte mod forskelsbehandling. Det er vigtigt at formulere personalepolitikken, inden at eventuelle problemer opstår.

Reglerne fungerer bedst, hvis de ikke er til at misforstå, hvis de gælder for alle, og hvis de er besluttet efter en fælles diskussion på arbejdspladsen.

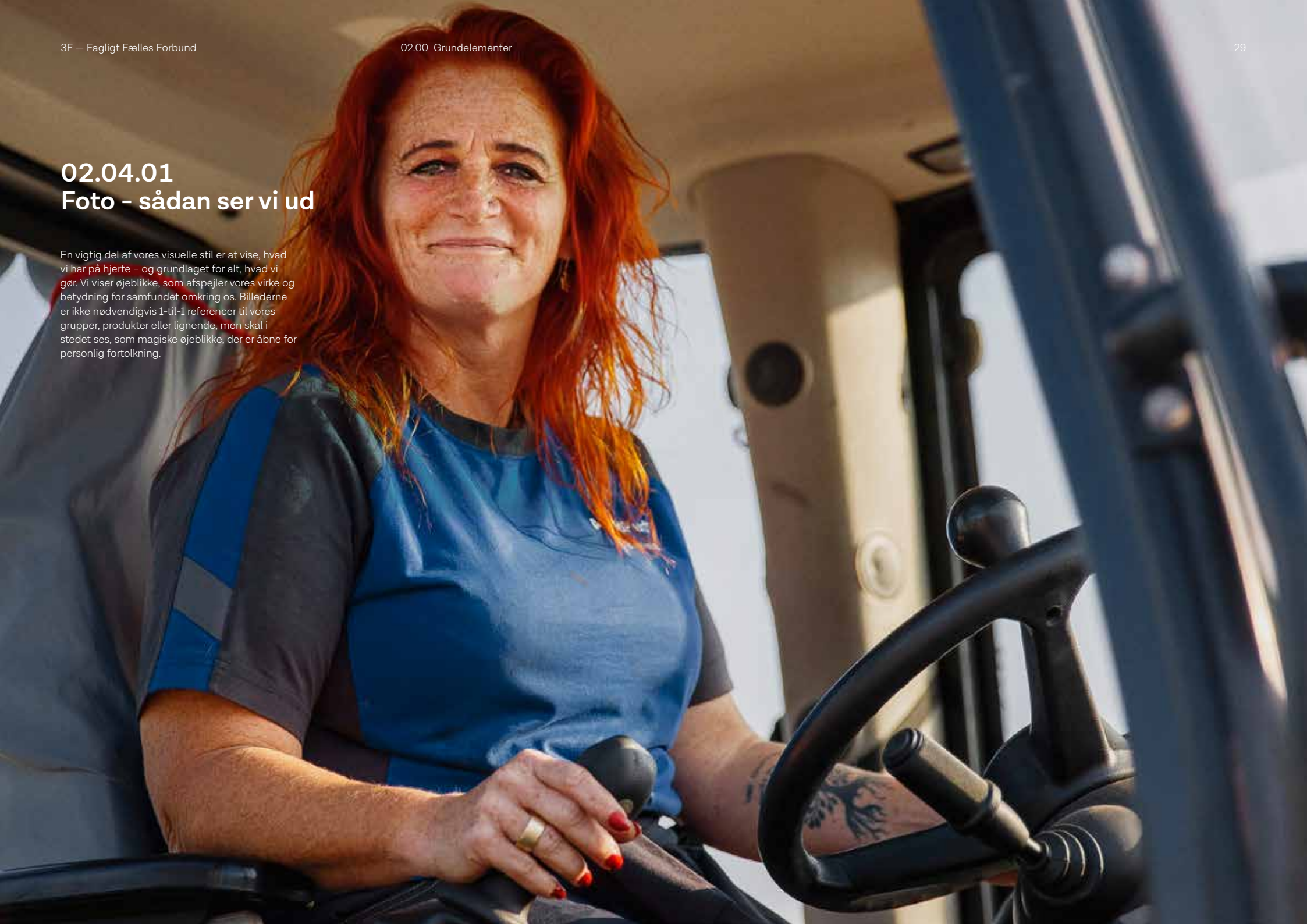
Overskrift 3, Lota Grotesque SemiBold

02.04

Fotos

02.04.01 Foto – sådan ser vi ud

En vigtig del af vores visuelle stil er at vise, hvad vi har på hjerte – og grundlaget for alt, hvad vi gør. Vi viser øjeblikke, som afspejler vores virke og betydning for samfundet omkring os. Billederne er ikke nødvendigvis 1-til-1 referencer til vores grupper, produkter eller lignende, men skal i stedet ses, som magiske øjeblikke, der er åbne for personlig fortolkning.



02.04.02 Hvordan vi tager billeder – principper og ingredienser

For at sikre en ensretning i vores billeder, har vi defineret et sæt vejledende principper og ingredienser, man skal overholde, når man tager billeder.

Princip

1.

Motivet i centrum

Ligesom i logoet, hvor hjertet er i midten, sætter vi det, der betyder noget for os i centrum; vores faggrupper. Vi fokuserer på, hvad vi arbejder med – eller hvad der omgiver os.

2.

Liv i billederne

For at give billederne mere liv toner vi dem i 3Fs farveunivers.

3.

I øjenhøjde

Vores billeder er taget i øjenhøjde med motivet og beskueren.

4.

“Et øjeblik i livet”

Når vi tager billeder er vi fluen på væggen / “Et øjeblik i livet” / mennesker i naturlige situationer.

5.

Rigtige mennesker

For at kommunikere autentisk er det vigtigt, at vi bruger rigtige, udvalgte mennesker f.eks. castede medlemmer.

Ingrediens

1.

Køn

Vi bruger både mænd og kvinder.

2.

Alder

Vi tager billeder af medlemmer i alle aldre.

3.

Mangfoldighed

Der er intet skel blandt 3F's medlemmer, alle er lige og bliver lige portrætteret.

4.

Miljø

Vi tager billeder i det miljø, hvor situationen udspiller sig.

5.

Autencitet

Det er vigtigt, at vores fotos er så ærlige, som overhovedet muligt.

02.04.03 Vores kategorier

Når vi bruger billeder, har vi fire overordnede kategorier. Vi har billeder af arbejdslivet, af fag og håndværk og billeder af fritidslivet og samfundet omkring os. For at skabe yderligere fokus benytter vi os af fritlagte billeder af personer eller redskaber fra fagene.

01 Arbejdslivet
Arbejdssituationer og fag



02 Faget i fokus
Hvad vi arbejder med



03 Fritidslivet
Hverdag, fritid og omgivelser i samfundet omkring os



04 Fritlagte
Fritlagte portrætter / redskaber / objekter



02.04.04 01 – Arbejdslivet

01 Arbejdslivet /
portrætter i rigtige omgivelser



01 Arbejdslivet / arbejdssituationer



01 Arbejdslivet / portrætter i rigtige omgivelser



01 Arbejdslivet / arbejdssituationer



01 Arbejdslivet / portrætter i rigtige omgivelser



02.04.05 02 – Faget i fokus

02 Faget i fokus / hvad arbejdes der med



02 Faget i fokus / omgivelser / verden



02 Faget i fokus / hvad arbejdes der med



02 Faget i fokus / hvad arbejdes der med



02 Faget i fokus / omgivelser / verden



02.04.06 03 – Fritidslivet

03 Fritidslivet / omgivelser / verden



03 Fritidslivet / portrætter i rigtige omgivelser



03 Fritidslivet / portrætter i rigtige omgivelser



03 Fritidslivet / omgivelser / verden



03 Fritidslivet / omgivelser / verden



04 Fritlagte / Fritlagte redskaber og objekter

02.04.07 04 – Fritlagte

04 Fritlagte / Fritlagte portrætter af vores helte



04 Fritlagte / Fritlagte portrætter af vores helte

04 Fritlagte / Fritlagte redskaber og objekter



02.04.07 04 – Fritlagte, eksempler

04 Fritlagte - Fritlagte portrætter / objekter

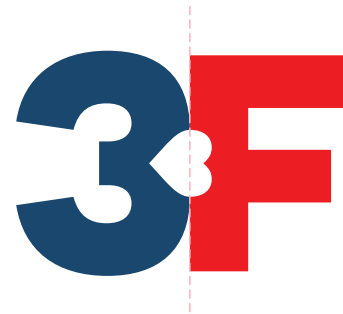


02.05

Ikoner

02.05.01 Tankerne bag ikonerne

3F's ikonstil bygger på DNA fra logo; kontraster, der mødes samt bløde og hårde former i kombination.



1a. Todeling

Vores logo er i sig selv opdelt i to former, 3-tallet og F'et. Vi bruger denne todeling som et grafisk element i vores ikoner.

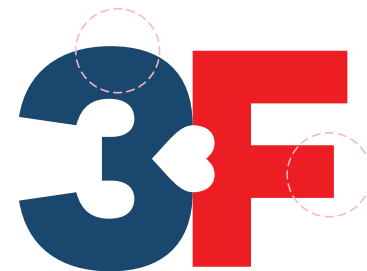
1b. Blød møder spids

Alle ikonerne består af minimum to dele. Mindst én rund, og en kantet del.



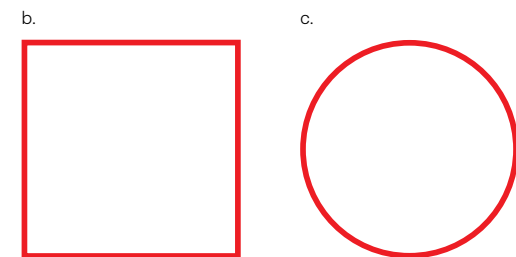
2a. Stærk geometri

Vores ikoner er direkte inspireret af geometrien i logoet. To overordnede former udgør nogle simple byggeklodser for alle vores ikoner.



2b. Fra firkantet til cirkulær

Vores ikoner bygger på firkanten og den cirkulære form som de to basale geometriske former.



02.05.02 Byggeklodser

3F's ikonstil bygger på DNA fra logo; kontraster, der mødes samt bløde og hårde former i kombination.

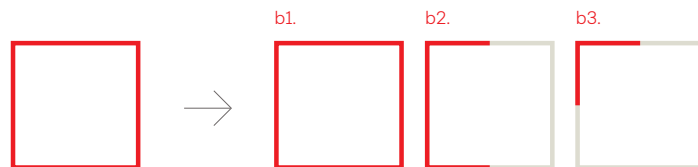
Geometriske former

Som grundlag for vores ikoner bruger vi disse grundlæggende former.

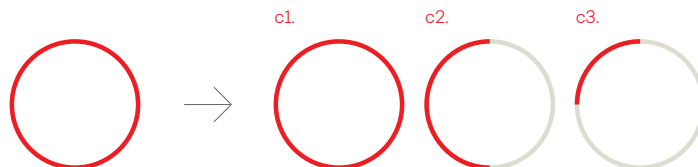
A. Todeling



B. Firkantet



C. Cirkel

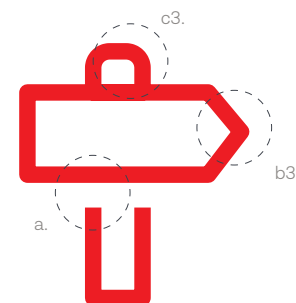
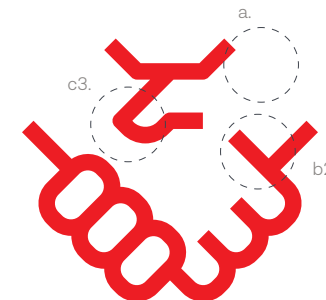
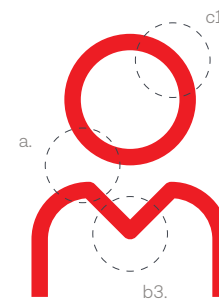


D. Runde "sammenkoblinger" og firkantede "ender"



Eksempler

Her ses eksempler på, hvordan forskellige geometriske elementer kan bruges, når man laver ikoner. Der er ikke klare regler for, hvor de forskellige elementer skal bruges. Den eneste regel er, at element a, todelingen altid skal indgå.



02.05.03 Ikoner – Grid

For at sikre ensartethed på tværs af vores ikoner tegnes de i et fast grid.

Sikkerhedsområde

Bund- og toplinjen bruges til at dimensionere ikonet og for at skabe ensretning i størrelse og strektykkelse.

Grid

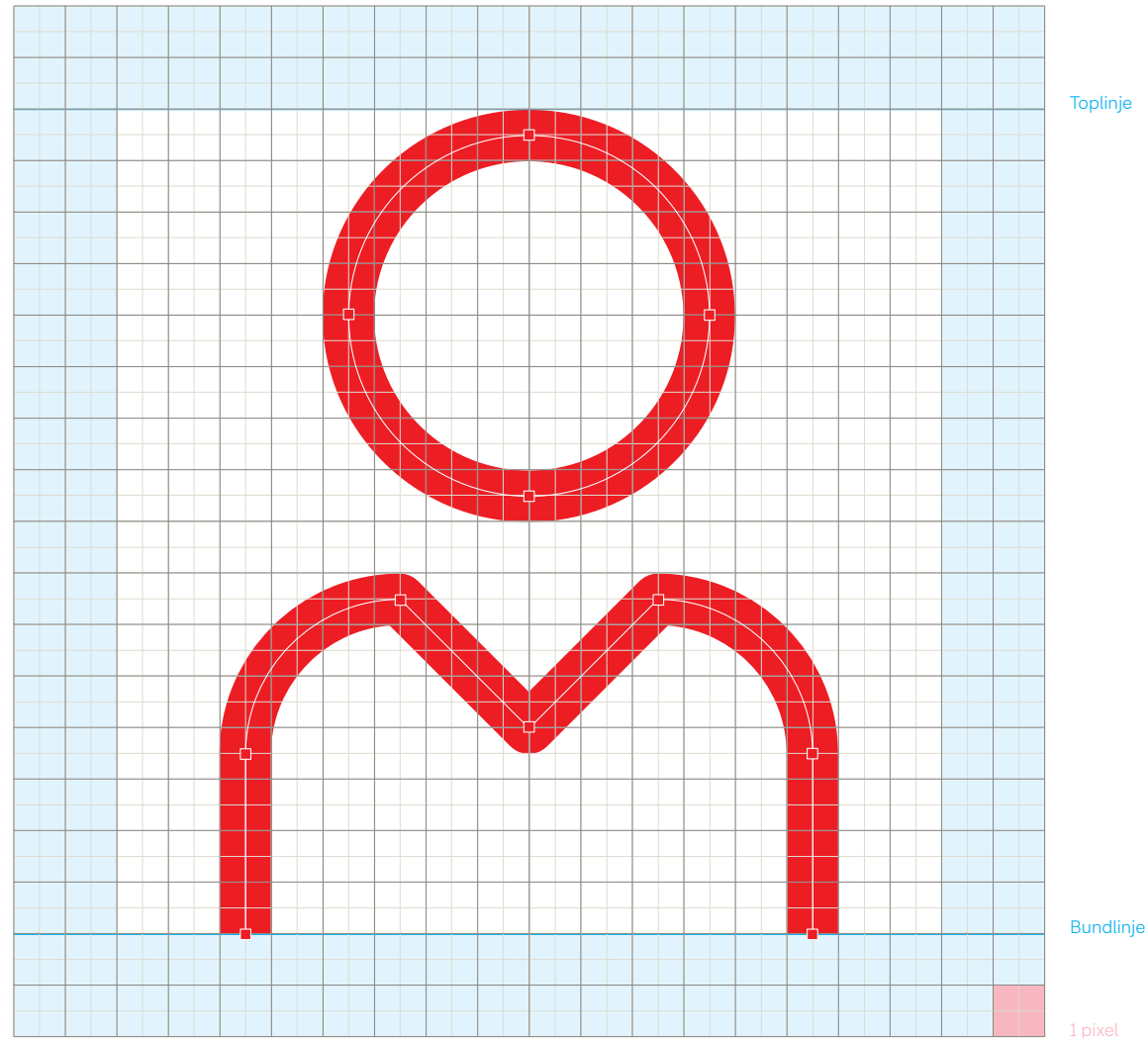
Vores grid er fleksibelt og bruges til at guide brugerens kreativitet. Griddet er bygget af 1 x pixel, i et 20 x 20 grid.



Vær opmærksom på, at du bruger det rigtige grid!



De samlede ikoner kan hentes på:
<https://tema.3f.dk/3fdesignguide>



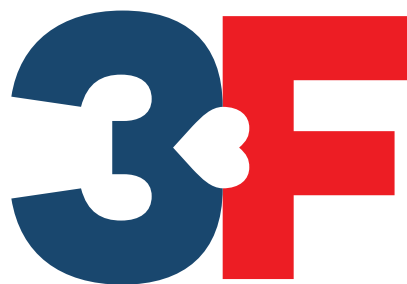
02.05.04 Ikoner – Tofarvet

Ét af de stærkeste elementer i vores logo er de to farver; rød og blå. Ikonerne kan derfor fremgå i disse farver for at forlænge identitetens effekt.

To farver i vores ikoner

Ved at gøre den ene del af vores ikoner blå skaber vi endnu større genkendelighed på tværs af hele identiteten.

Når du skal lave et tofarvet ikon, bør den største del af ikonet være rødt, og den mindste del farves blå.



Ét af de stærkeste elementer i vores logo er de to forskellige farver; rød og blå.



Se sektion 06.00, hvor brug af typografi på sekundære farver bliver eksemplificeret.



02.05.05 Ikoner – Varianter

Eksempler på vores færdige ikoner.

A. Enfarvet ikoner

Når ikoner står på en lys baggrund eller på et billede, optræder de i negativ.

B. Tofarvet ikoner

Tofarvet ikoner er inspireret af vores logo. Når disse bruges, skal farvekombinationer i overskrifter/tekster undgås.

C. Negative ikoner

Når ikoner står på en farvet baggrund eller på et billede, optræder de i negativ.

D. Sorte ikoner

De sorte ikoner kan anvendes, når ikonerne ikke skal gengives i farve.

A.



B.



C.



D.



02.06

Grafer og tabeller

02.06.01 Byggesten

Vores grafer og diagrammer bør bidrage til en nem afkodning af komplekse informationer. Ved brug af simple principper kan vi gøre det komplicerede mere enkelt og overskueligt.

Når vi arbejder med formidling af data og rationelle informationer, arbejder vi med fire former for diagrammer og grafer. De er baseret på samme geometriske former som vores ikoner og understøtter dermed vores design.

Søjlediagram

Kan bruges til at visualisere simpel og mere avanceret data. Denne er god, når man skal danne sig et hurtigt overblik.

Kurvediagram

Er god til at afbillede store mængde af data på en simpel måde.

Cirkeldiagram

Cirkeldiagrammet er godt, når det handler om at sammenligne data og gøre det let for modtageren at afkode.

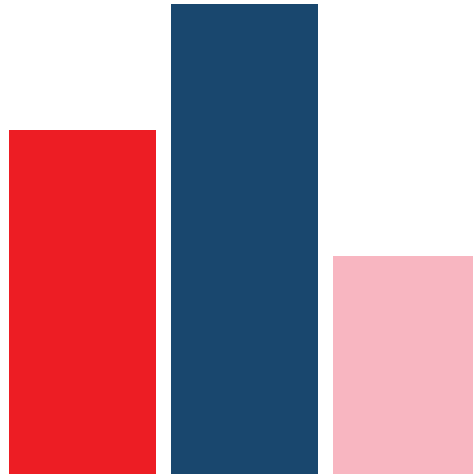
Ringdiagram

Ringdiagrammet er som cirkeldiagrammet godt, når det handler om at sammenligne data og gøre det let for modtageren at afkode.

Fyld

Alle vores diagrammer kan fyldes ud på forskellig vis. Vores tre muligheder for at indikere fyld i vores diagrammer og grafer er fuldfarve, linjeomrids og et skraveringsmønster.

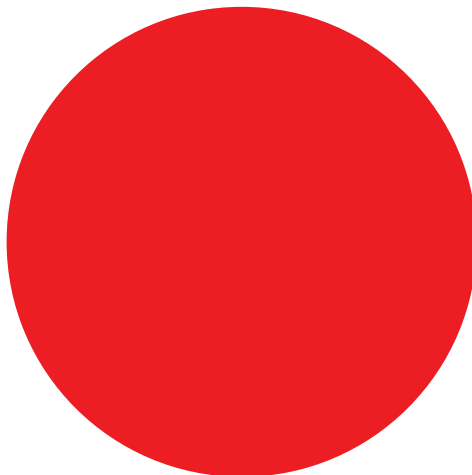
Søjlediagram



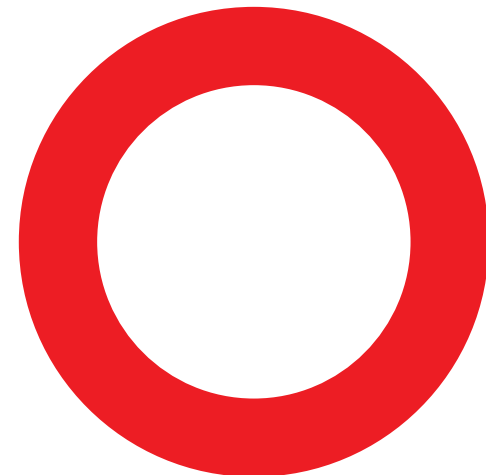
Kurvediagram



Cirkeldiagram



Ringdiagram



02.06.02 Farver i grafer og diagrammer

Vi bruger vores farvepalet til at differentiere data og diagrammer i vores grafer. Alt efter hvor kompliceret den givne data er, kan man bruge flere farver eller toner.

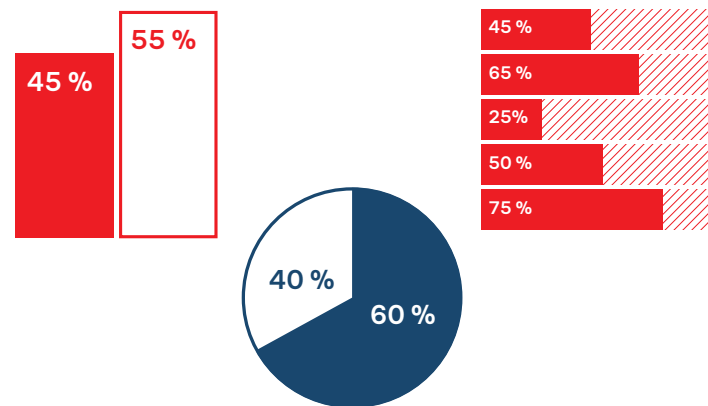
Farvehierarki

Når vi bruger farver i diagrammerne, starter vi altid med den røde, herefter den blå som vist på niveau 1 og 2.

Når du har brug for flere farver, kommer vi ned til de sekundære farver og funktionelle farver. Her vælger du den eller de farver, som bedst passer til det enkelte layout. Alternativt kan du følge rækkefølgen fra niveau 3.

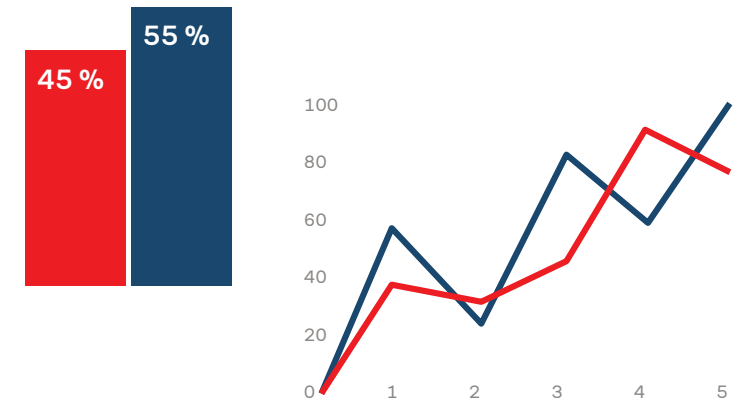
Niveau 1. Én farve

På dette niveau fokuserer vi på at vise to sæt data, hvor primære farver benyttes.



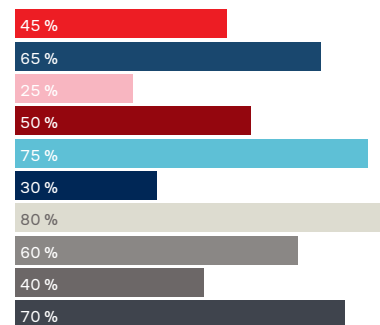
Niveau 2. To farver

På dette niveau fokuserer vi på at vise to sæt data, hvor en primær farve suppleres med den anden primære farve eller en sekundær farve.



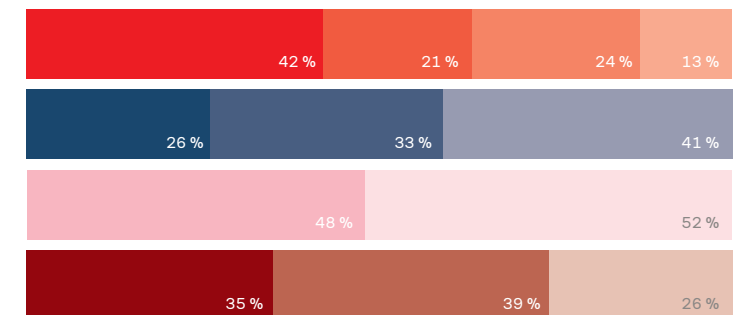
Niveau 3. Tre eller flere farver

På dette niveau arbejder vi med datasæt, hvor tre eller flere farver er nødvendige. I nedenstående eksempel er hele farvepaletten i spil.



Niveau 4. Farver med toner

På dette niveau kan vi også bruge tints for at skabe et overblik over komplekse datasæt.



02.06.03 Signatur og typografi i grafer og diagrammer

Når vi arbejder med formidling af data og rationelle informationer, arbejder vi med tre former for diagrammer og grafer. De er baseret på samme geometriske former som vores ikoner og understøtter dermed vores design.

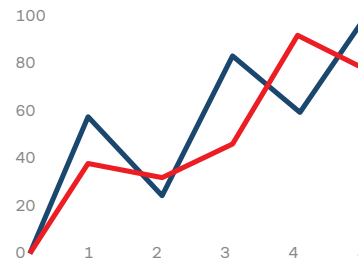
Brug af typografi

For at forstærke det grafiske udtryk i grafer og diagrammer bruges forskellige vægte af vores typografi til værdiangivelser.

Lota Grotesque SemiBold



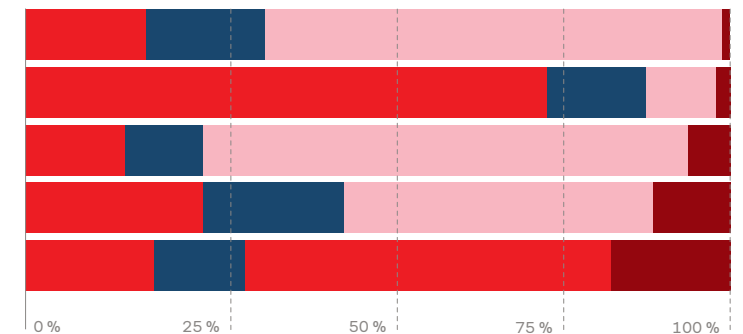
Lota Grotesque Regular



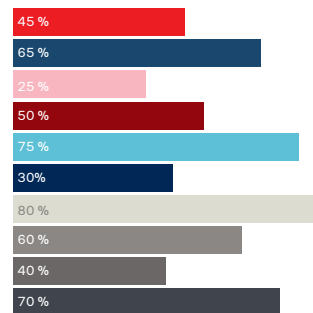
Streger og signaturforklaringer

Når der er brug for flere detaljer, som i rapportering osv., er der mulighed for at tilføje signaturforklaringer og evt. tynde grå intervalstreger med tilhørende værdiangivelse.

Streger



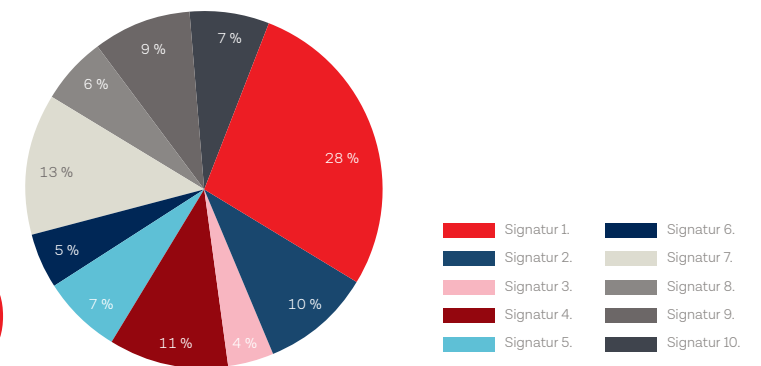
Lota Grotesque Regular



Lota Grotesque SemiBold

4%

Signaturforklaringer



02.06.04 Tabeller og skemaer

Tabeller giver os mulighed for at lave læsbare og visuelt stimulerende overblik over data. Vi har to forskellige typer af tabeller – enten med streger eller farver. Vi anbefaler at arbejde så simpelt som overhovedet muligt med tabeller.

Streger

En simpel måde at adskille data på er ved hjælp af streger. Her bruger vi den samme type streger som i vores diagrammer og grafer.

Farver

Farver kan være en mere overskuelig måde at skille data fra hinanden på.

Primær tabel

	Samlet resultat	Procentvis fremgang	Årligt mål	Procentvis fremgang	Årligt mål	Procentvis fremgang	Årligt mål
1	+ 39.000 I alt 622.393	6,7	6,8	6,7	5	5,6	9
2	+ 8.424 I alt 158.677	5,6	Gns. 6	8,8	5,7	6,7	7,8
3	+ 20.322 I alt 251.548	8,8	7,8	5,6	8,8	14,9	5,7
4	+ 63.591 I alt 491.924	5,7	9	5,6	5,6	6,8	5
5	+ 59 I alt 854	14,9	5	5,7	14,9	8,8	5,6

Sekundær tabel

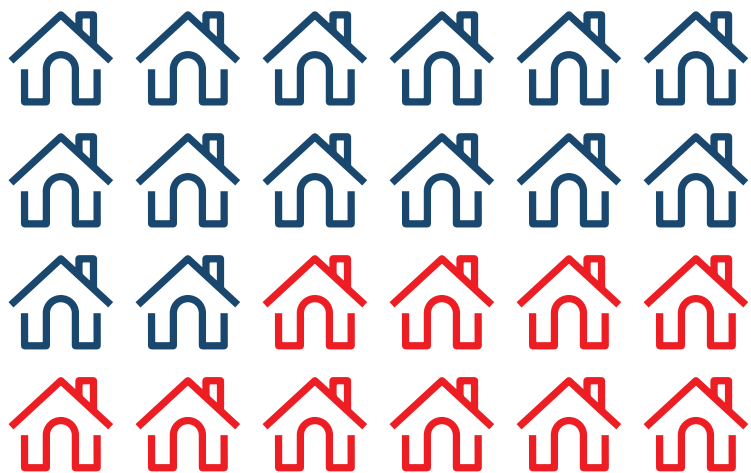
	Samlet resultat	Procentvis fremgang	Årligt mål		Samlet resultat	Procentvis fremgang	Årligt mål
1	+ 39.000 I alt 622.393	6,7	6,8	1	+ 39.000 I alt 622.393	6,7	6,8
2	+ 8.424 I alt 158.677	5,6	Gns. 6	2	+ 8.424 I alt 158.677	5,6	Gns. 6
3	+ 20.322 I alt 251.548	8,8	7,8	3	+ 20.322 I alt 251.548	8,8	7,8
4	+ 63.591 I alt 491.924	5,7	9	4	+ 63.591 I alt 491.924	5,7	9
5	+ 59 I alt 854	14,9	5	5	+ 59 I alt 854	14,9	5



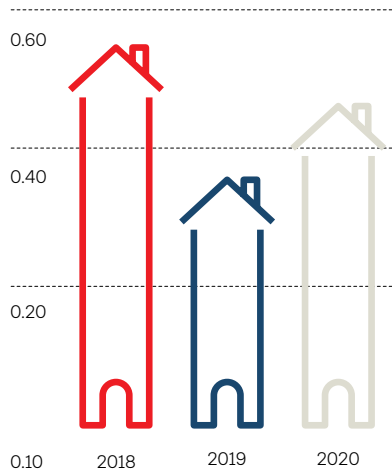
Vær opmærksom på at bruge "tabular lining" tal i tabeller.

02.06.05 Legende infografikker

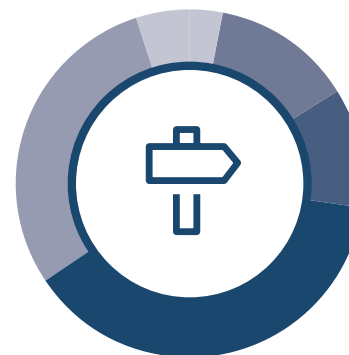
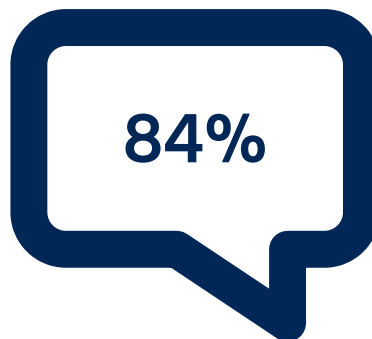
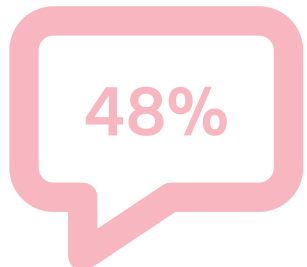
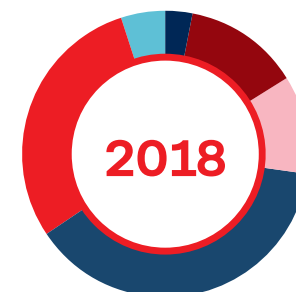
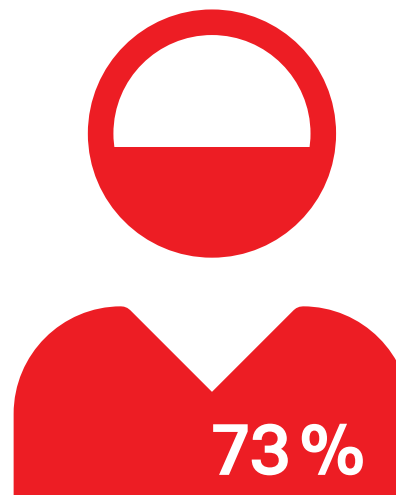
Vi kan bruge vores ikoner som fundament til at skabe infografikker, der viser tal og information på en mere engagerende måde. Når du laver infografikkerne, så overvej, hvordan størrelse, farve, typografi og ikon kan interagere, så de skaber en større sammenhæng.



Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing diam nonummy
Pr. 1000



Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing diam nonummy
Pr. 1000



Arbejdstilfredshedsundersøgelser viser at 87% af vores medlemmer glæder sig til at komme på arbejde om mandagen

02.07

Visuelt element – Hjertet

02.07.01 Byggestenene i hjertet

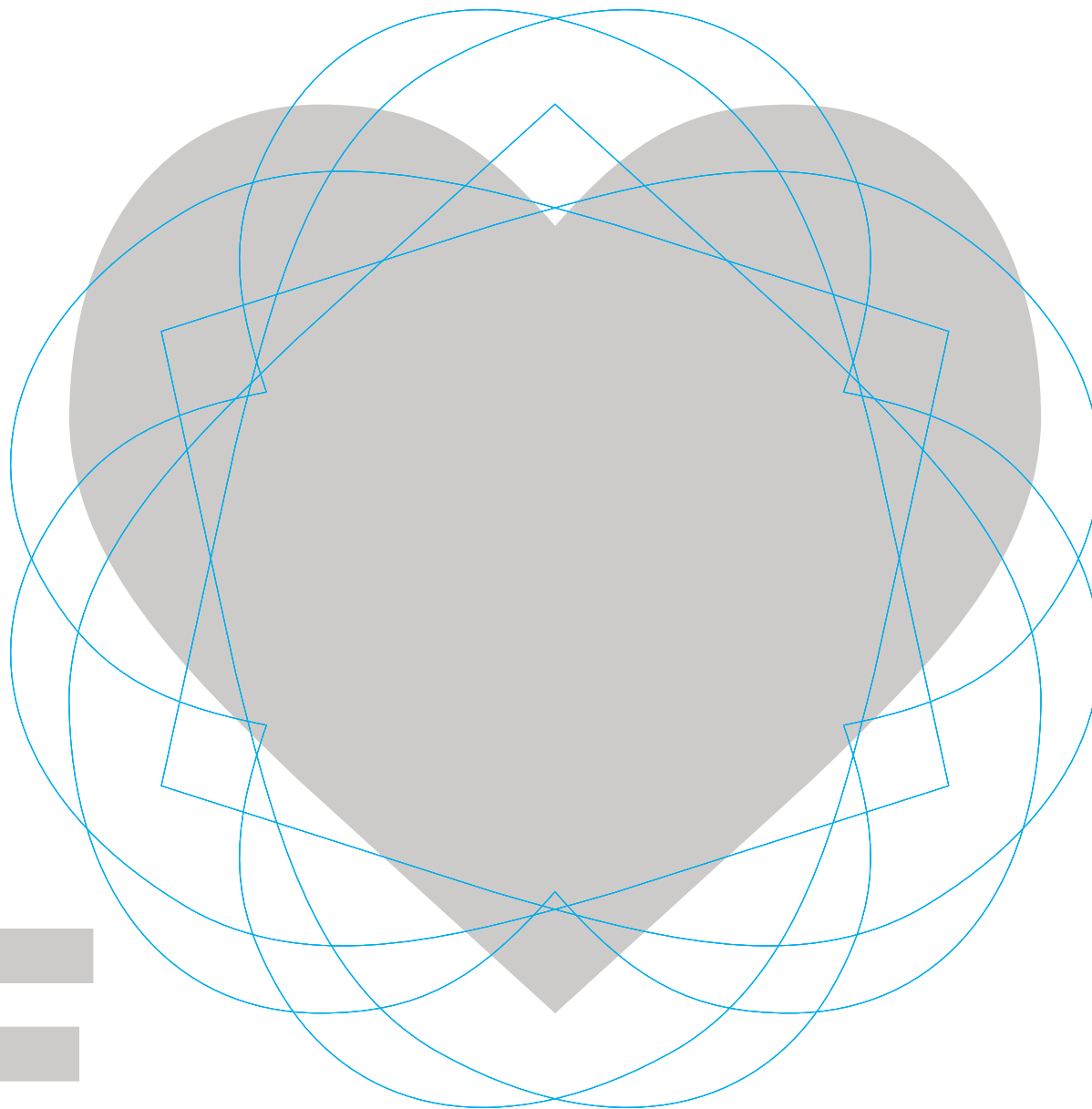
Det visuelle element tager udgangspunkt i hjertet i midten af logoet og kan bruges til at supplere øvrig kommunikation.

En del af hjertet

Hjertet bliver vist i forskellige grafiske udsnit. Baseret på rotation.

Med udgangspunkt i hjertet

I midten af logoet findes hjertet, som vi har ladet være udgangspunkt for vores visuelle element.



Brug de prædefinerede udsnit og placer dem efter de medfølgende guides.



De samlede grafiske elementer kan hentes på: <https://tema.3f.dk/3fdesignguide>

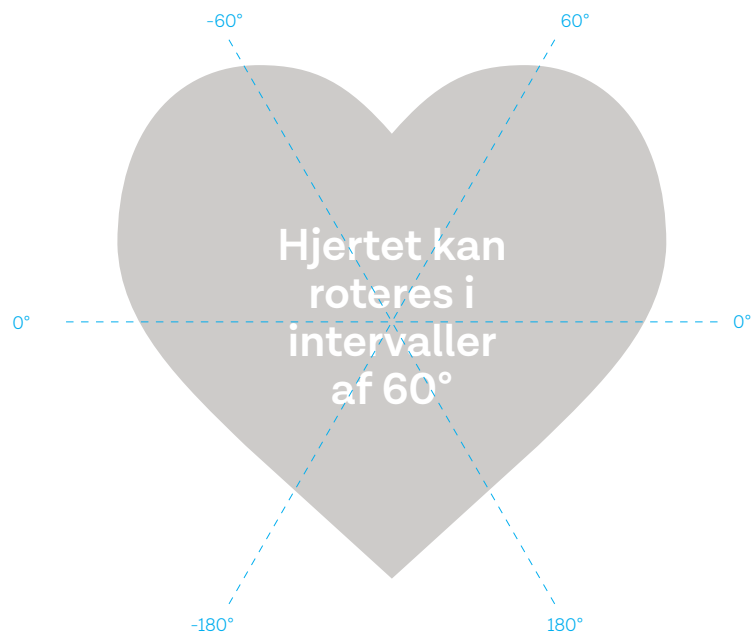


02.07.02 Variationer af hjertet

For at give det visuelle element et dynamisk udtryk kan hjertet rotere og beskæres, inden det bruges på vores visuelle elementer.

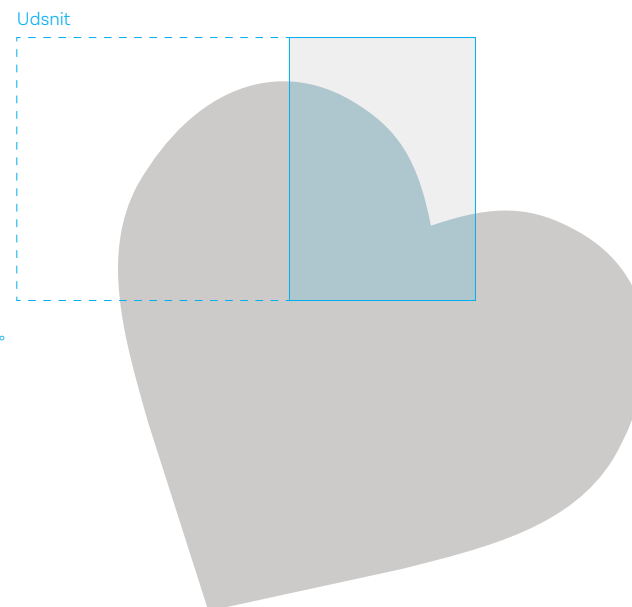
Rotation

For at give det visuelle element en dynamisk fremtoning kan vi rotere hjertet i intervaller af 60 grader.



Udsnit

Når vi laver udsnit af vores visuelle element, er det vigtigt, at man kan se, at det kommer fra hjertet. Derfor indeholder det visuelle element begge buer fra hjertet.



Eksempel 1. Horizontal 04
Drejet -180°



Eksempel 2. Horizontal 05
Drejet 180°



Eksempel 3. Horizontal 06
Drejet -60°



Brug de prædefinerede udsnit og placer dem efter de medfølgende guides.



De samlede grafiske elementer kan hentes på: <https://tema.3f.dk/3fdesignguide>

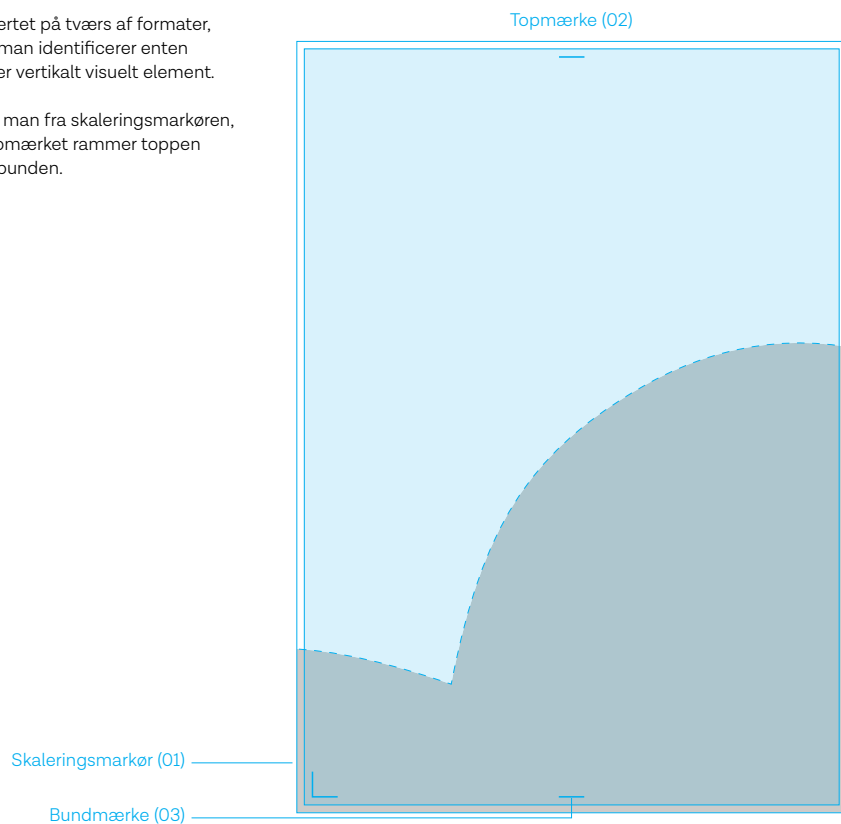
02.07.03 Retningslinjer for brug og beskæring

Det visuelle element er dynamisk og kan optræde på de fleste flader, det er derfor vigtigt, at det fremstår ens uafhængig af, hvordan det er skaleret. Derfor sørger vi altid for at have begge buer i hjertet med.

Skalering

Når vi skalerer hjertet på tværs af formater, er det vigtigt, at man identificerer enten et horisontalt eller vertikalt visuelt element.

Herefter skalerer man fra skaleringsmarkøren, og skalerer til topmærket rammer toppen og det samme i bunden.



Eksempel
A4



Hjertets form

For at få fornemmelsen af hjertet er det vigtigt, at man både har bue 1, 2 og samlingen med i sit udsnit.

Eksempel
M65



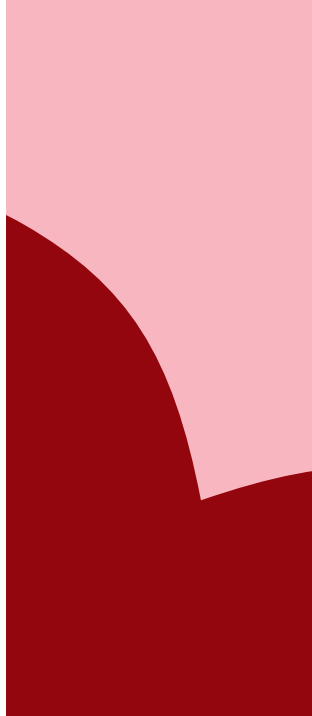
02.07.04 Eksempler på brug af det visuelle element

Når vi arbejder med hjertet i farver, optræder det altid tone i tone. Det vil sige to toner af rød, blå eller grå. Sørg for, at der er høj nok kontrast imellem tonerne, så hjertet bliver synligt.

Eksempel – A4H
Rød + lyserød



Eksempel – M65
Lyserød + mørkerød



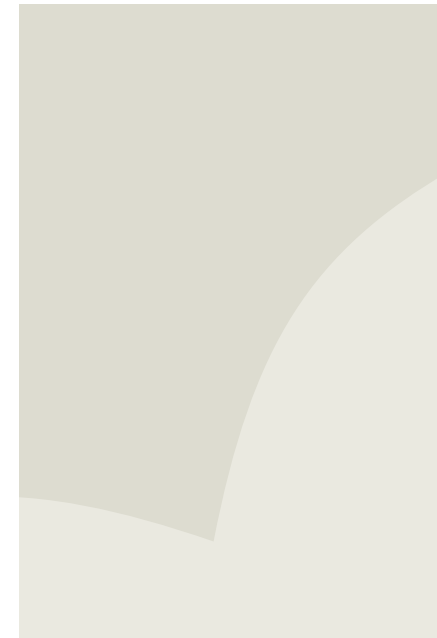
Eksempel – A4
Rød + mørkerød



Eksempel – A5
Blå + mørkeblå



Eksempel – A4
Toner af lysegrå



Eksempel – M65
Lyseblå + blå

03.00

Papirlinje

03.00
Papirlinje

- 3.01 Brevpapir
- 3.02 Konvolutter
- 3.03 Visitkort
- 3.04 E-mail signatur

03.01.01 Brevpapir

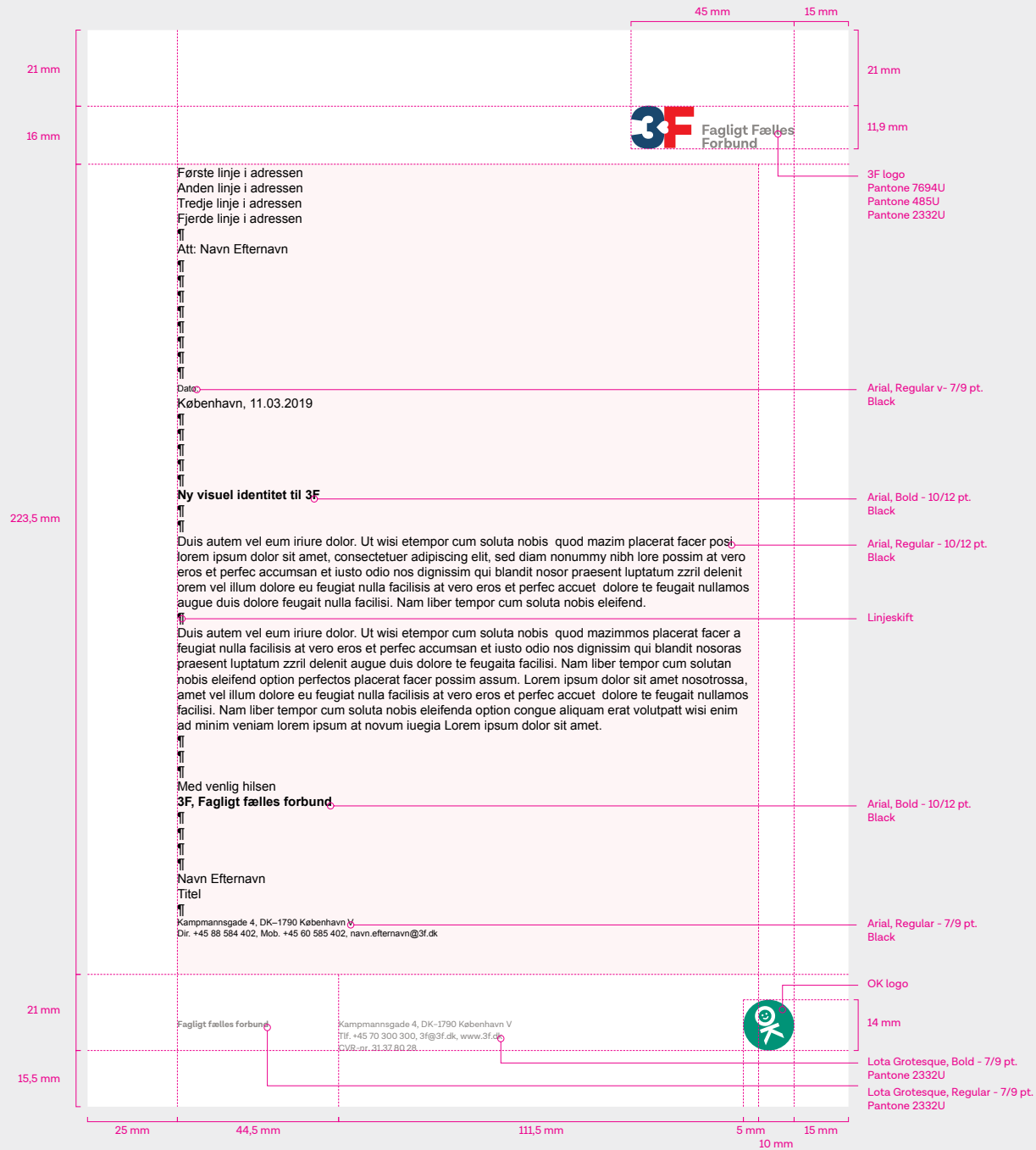
Vores breve, kuverter og visitkort er ofte det første håndgribelige og visuelle kontaktpunkt med kunder, samarbejdspartnere og medarbejdere.

Papirkvalitet

MultiDesign White Original. Vi anbefaler 100 gr. eller papir i tilsvarende kvalitet og farve.

Størrelsesforhold

A4 brevpapir (297x210 mm).
Gengivet i 56 %.



03.01.02 Brevpapir side 2 af 2

Papirkvalitet

MultiDesign White Original. Vi anbefaler 100 gr. eller papir i tilsvarende kvalitet og farve.

Størrelsesforhold

A4 brevpapir (297x210 mm).
Gengivet i 56 %.



03.02.01 Konvolutter, oversigt over størrelser

Konvolut, M65

Konvolutten måler 110x220 mm og trykkes på standard hvide konvolutter.

Konvolut, C5

Konvolutten måler 162x229 mm og trykkes på standard hvide konvolutter.

Konvolut, C4

Konvolutten måler 229x324 mm og trykkes på standard hvide konvolutter.

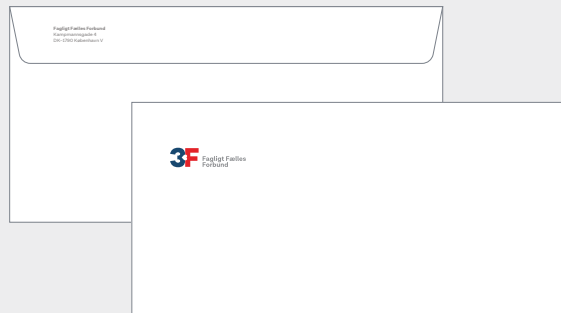
Størrelsesforhold

Gengivet i 25 %.

Konvolut, M65, m. rude



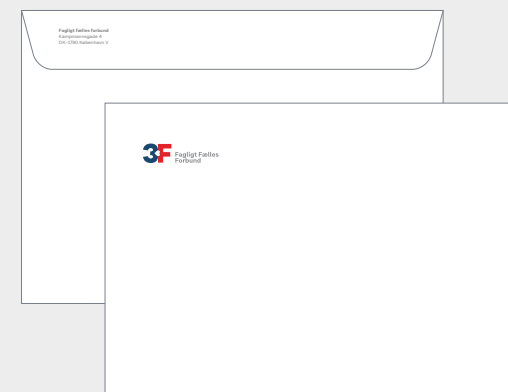
Konvolut, M65



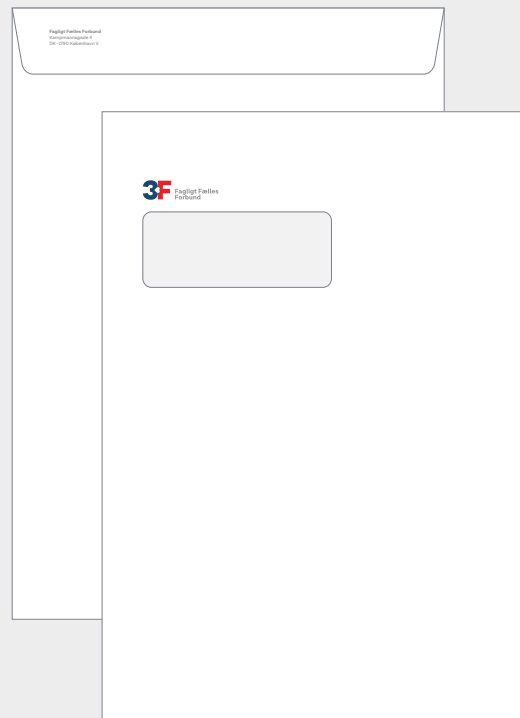
Konvolut, C5, m. rude



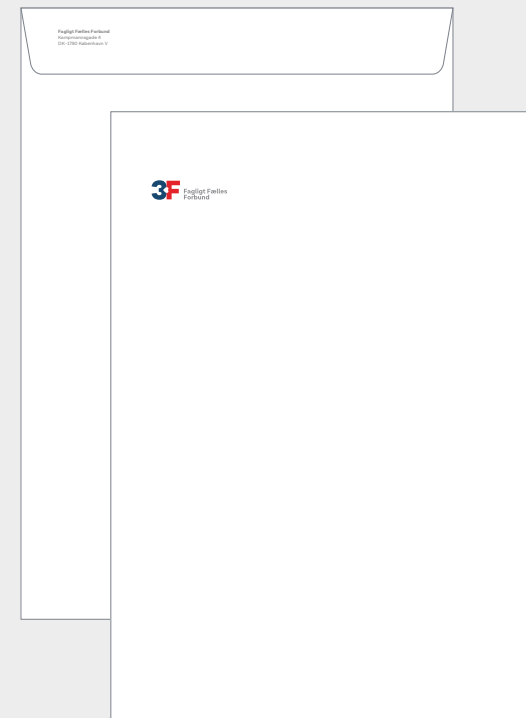
Konvolut, C5



Konvolut, C4, m. rude



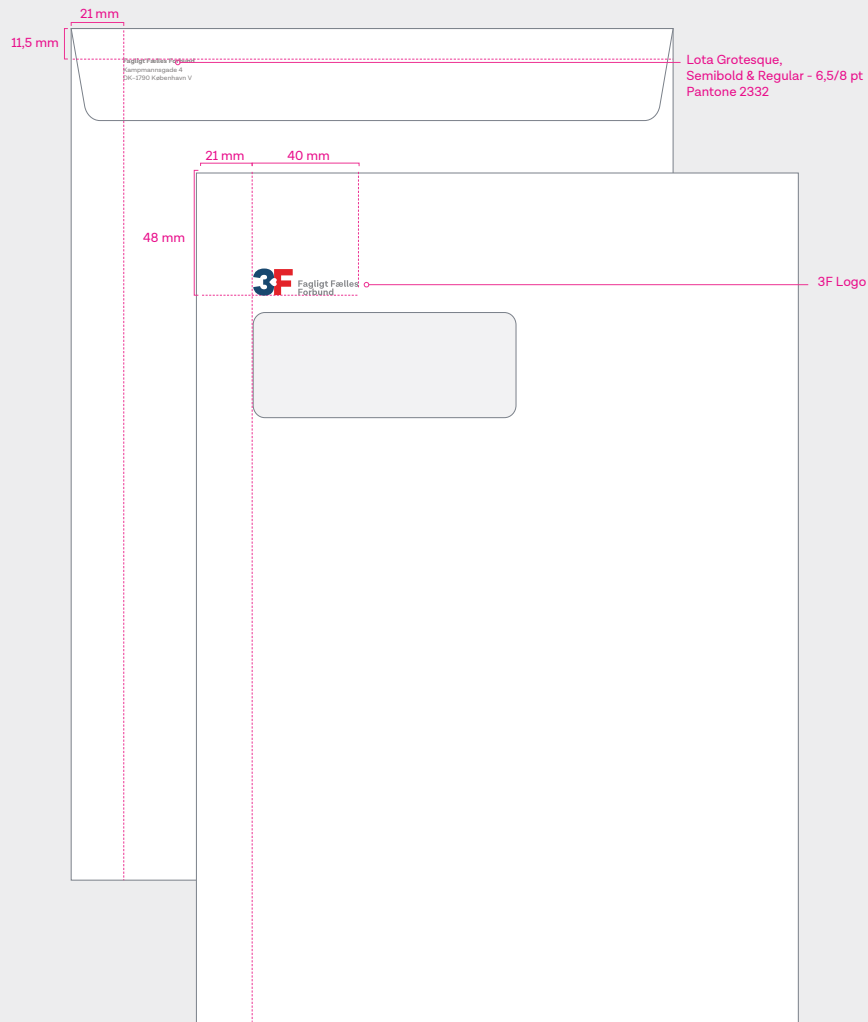
Konvolut, C4



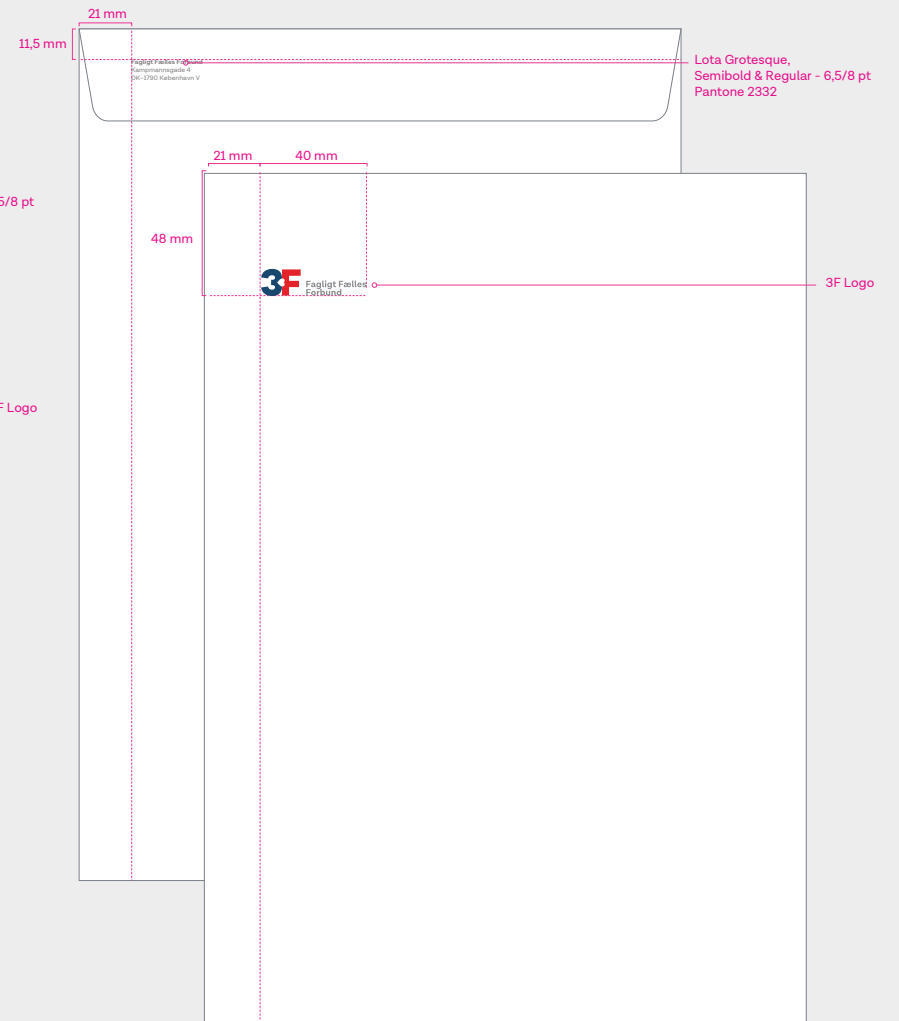
03.02.02 C4 med og uden rude

Mål
Konvolutten måler
229x324 mm og trykkes
på standard hvide konvolutter.

Konvolut, C4, m. rude



Konvolut, C4

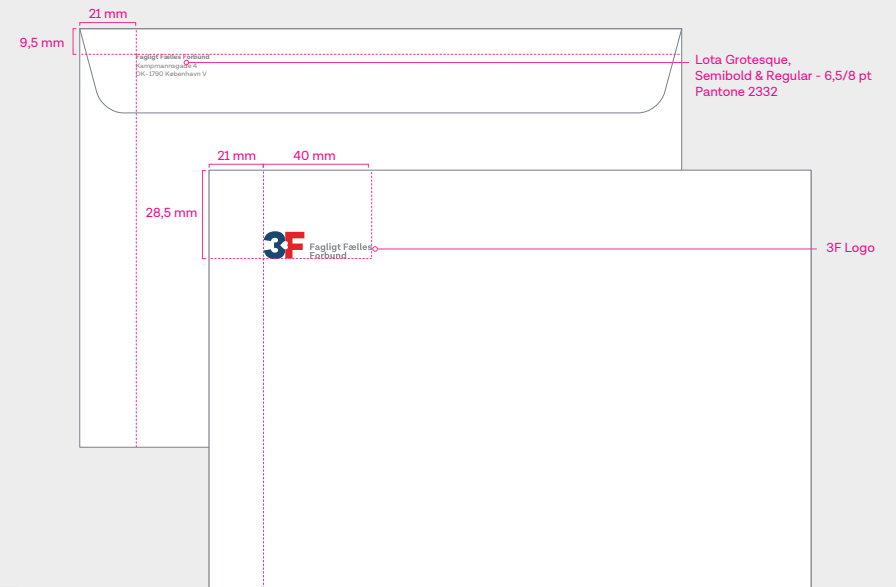


03.02.03 C5 med og uden rude

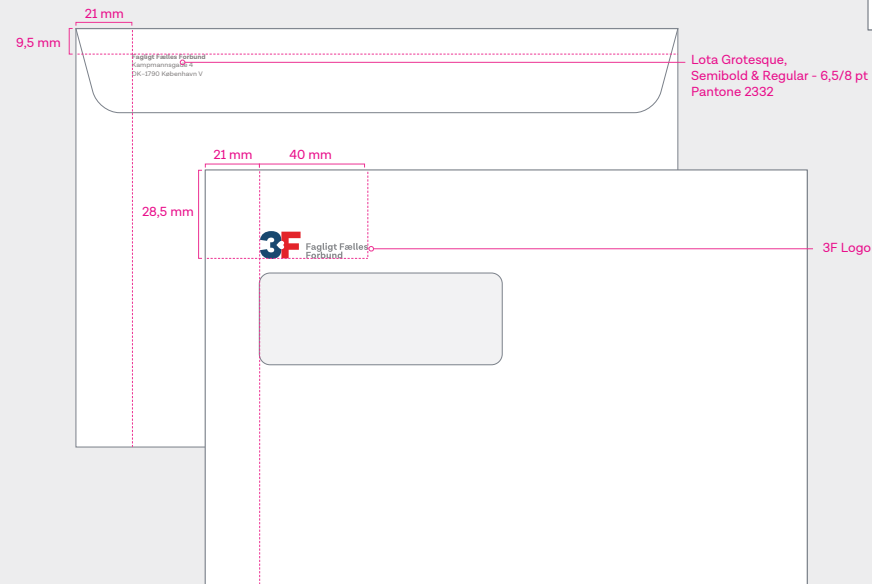
Mål

Konvolutten måler 162x229 mm og trykkes på standard hvide konvolutter.

Konvolut, C5



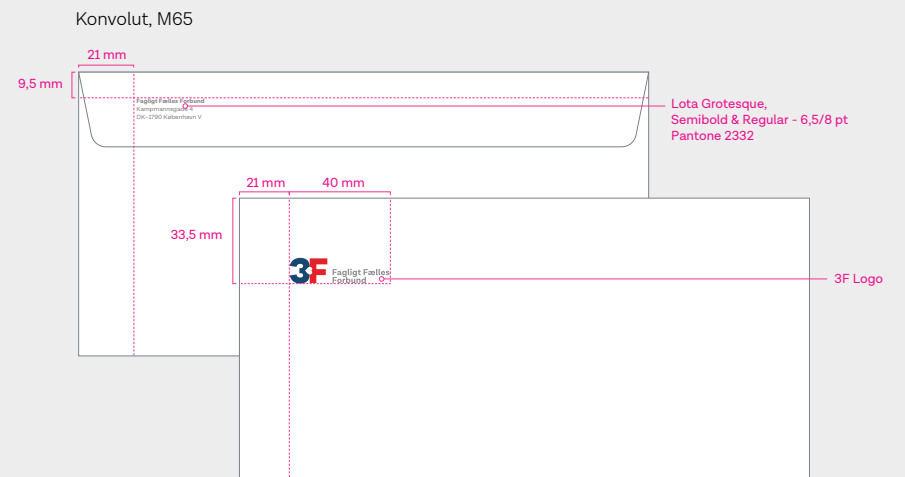
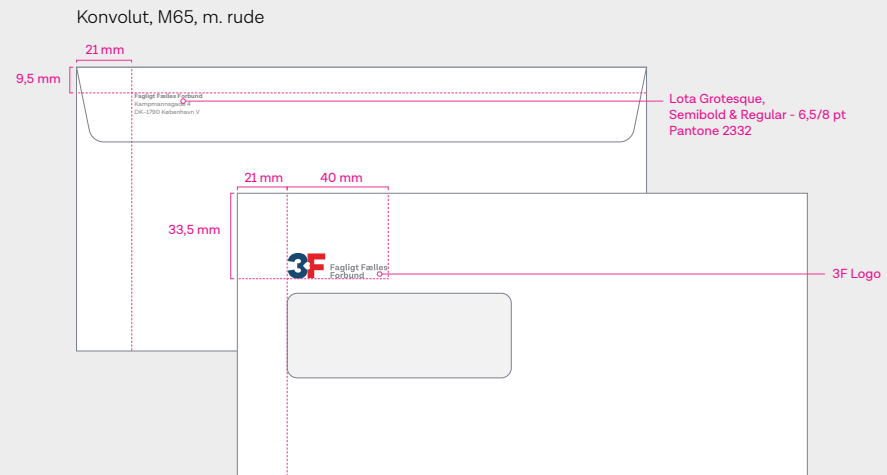
Konvolut, C5, m. rude



03.02.04 M65 med og uden rude

Mål

Konvolutten måler 110x220 mm og trykkes på standard hvide konvolutter.



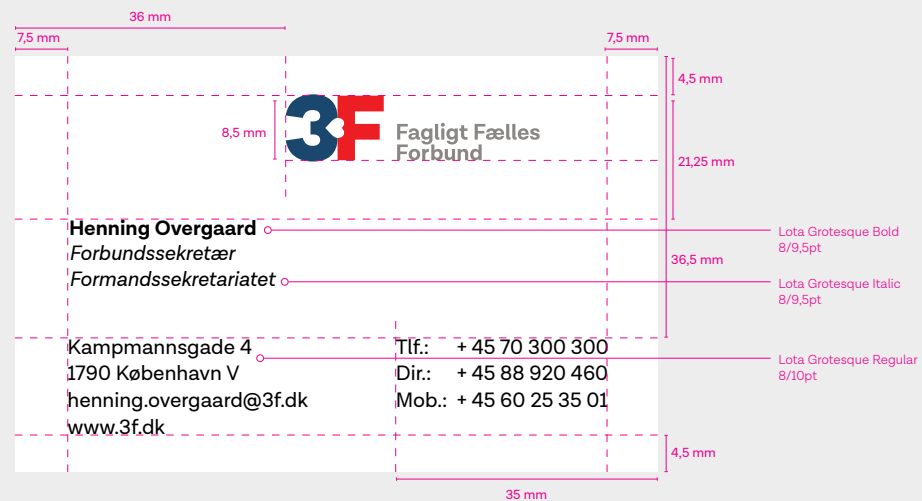
03.03.01 Visitkort

Papirkvalitet

250 g/m² eller papir
i tilsvarende kvalitet.

Størrelseser

Visitkort (85x55 mm).

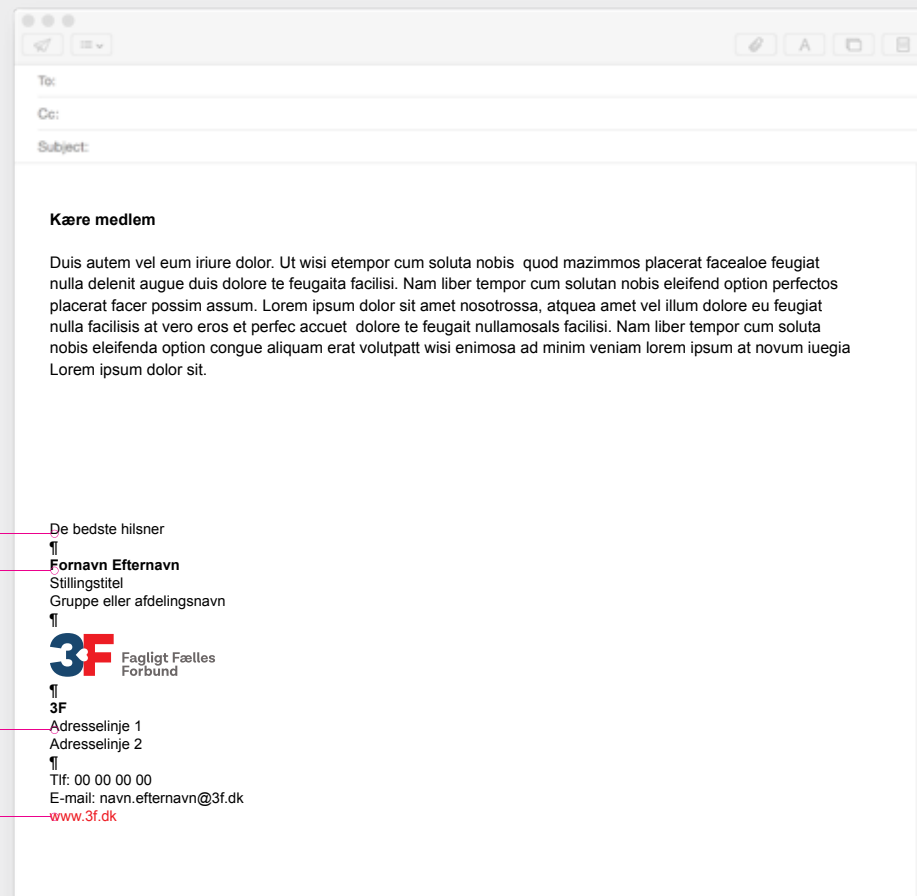


03.04.01 E-mailsignatur

Når vi arbejder med vores e-mail-signatur, bruger vi vores alternative skrifttype, Arial.



Download logoet i korrekt størrelse på: <https://tema.3f.dk/3fdesignguide>



04.00

Skiltning

04.00
Skiltning

04.01 Skiltning

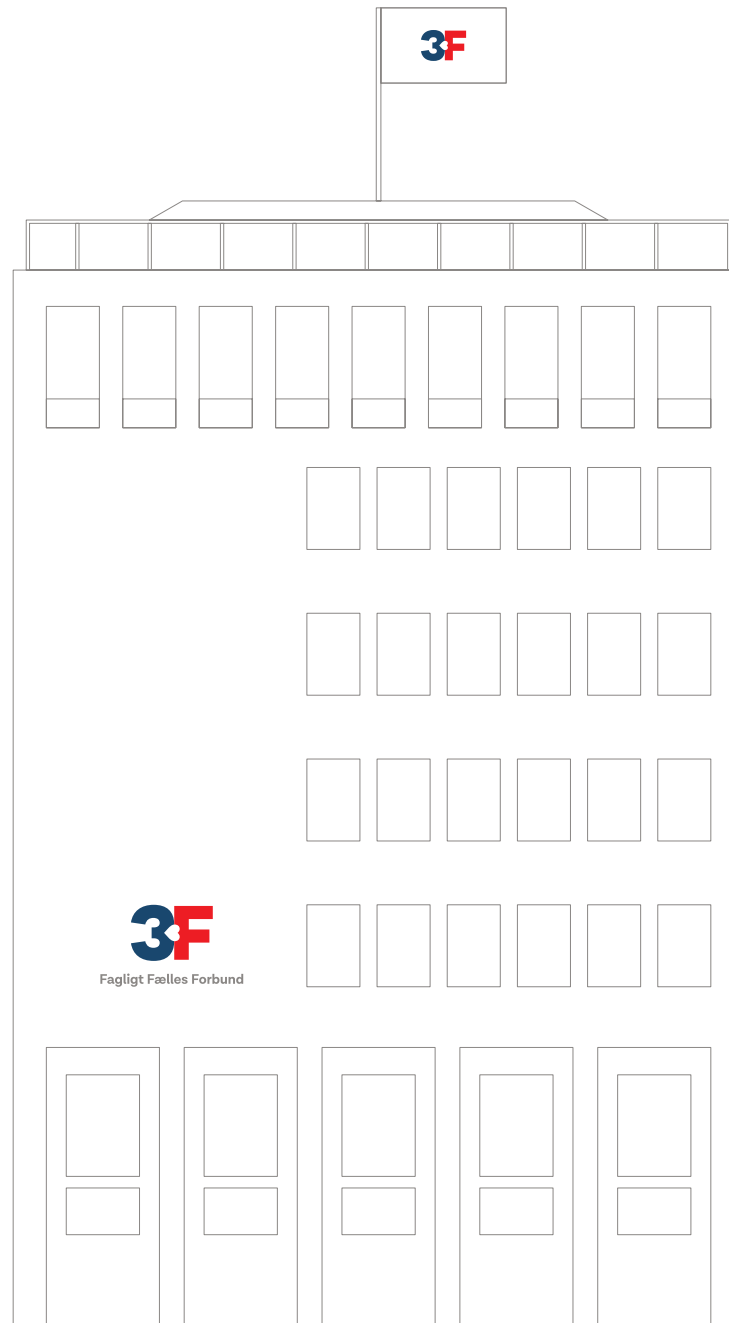
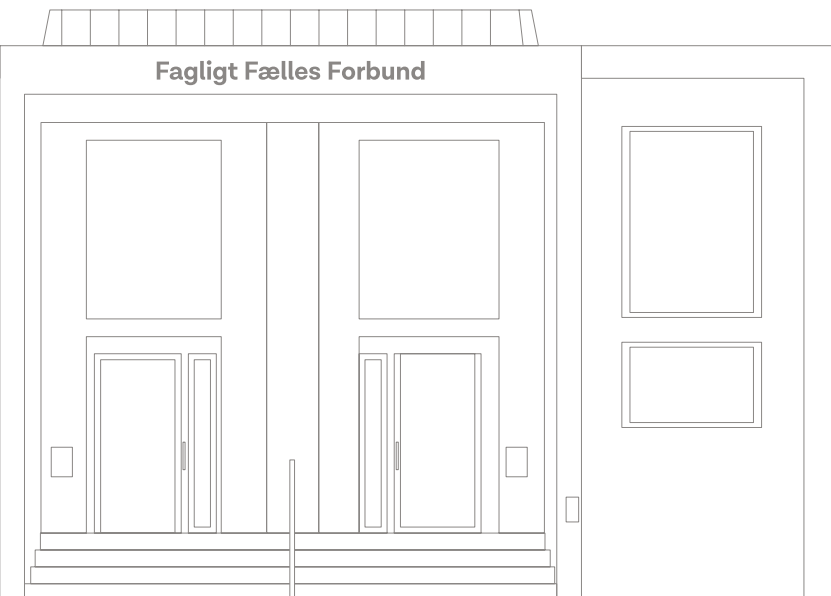
04.02 Flag

04.03 Bildekoration

04.01.01 Skiltning

Lokationer

Skiltning bliver brugt over det hele i organisationen og afhænger meget af den enkelte lokation. Derfor bliver der, ved hvert enkelt skilt, taget nøje højde for omgivelser.



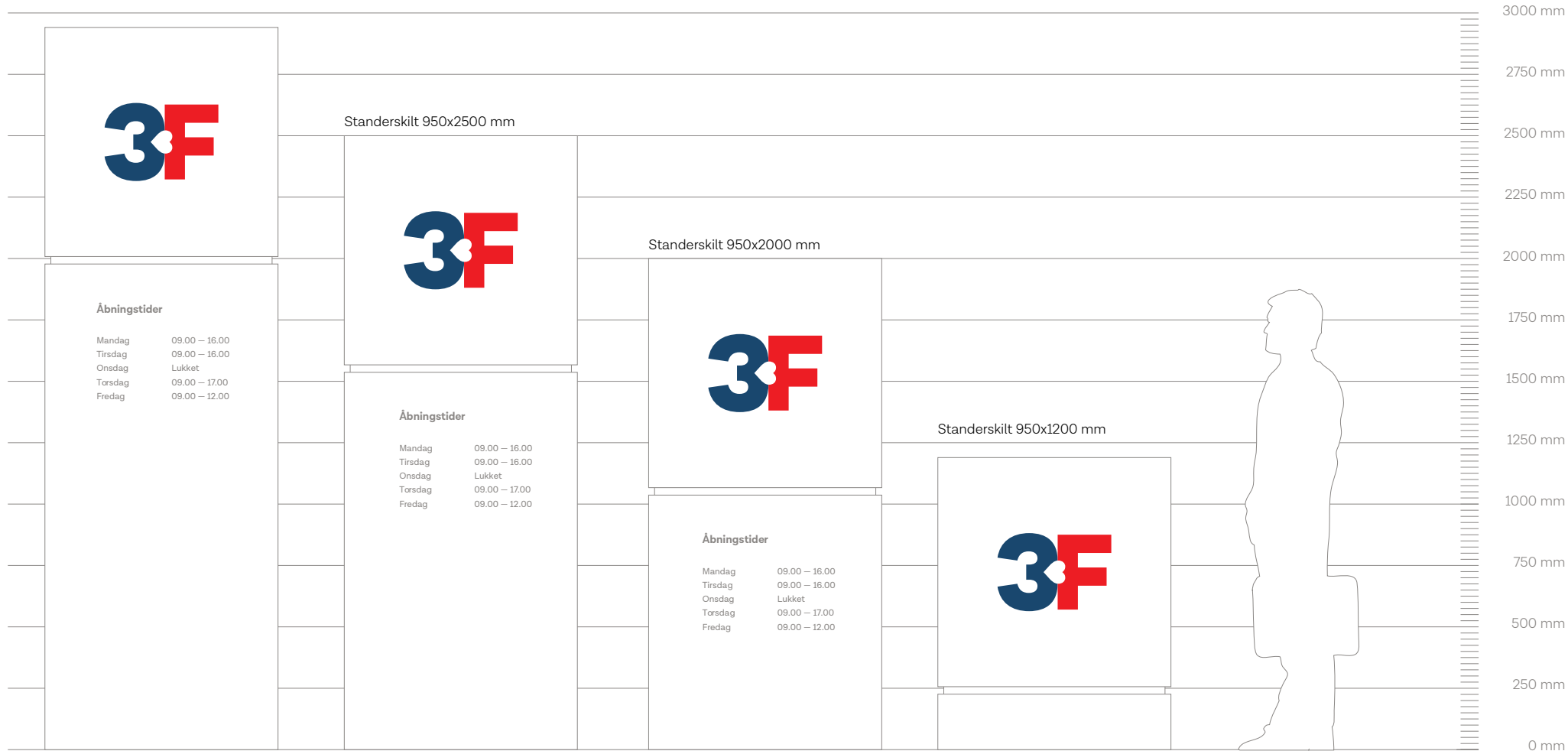
Eksempel på, hvordan
skiltning kan se ud i 3D



04.01.02 Udendørs skiltning

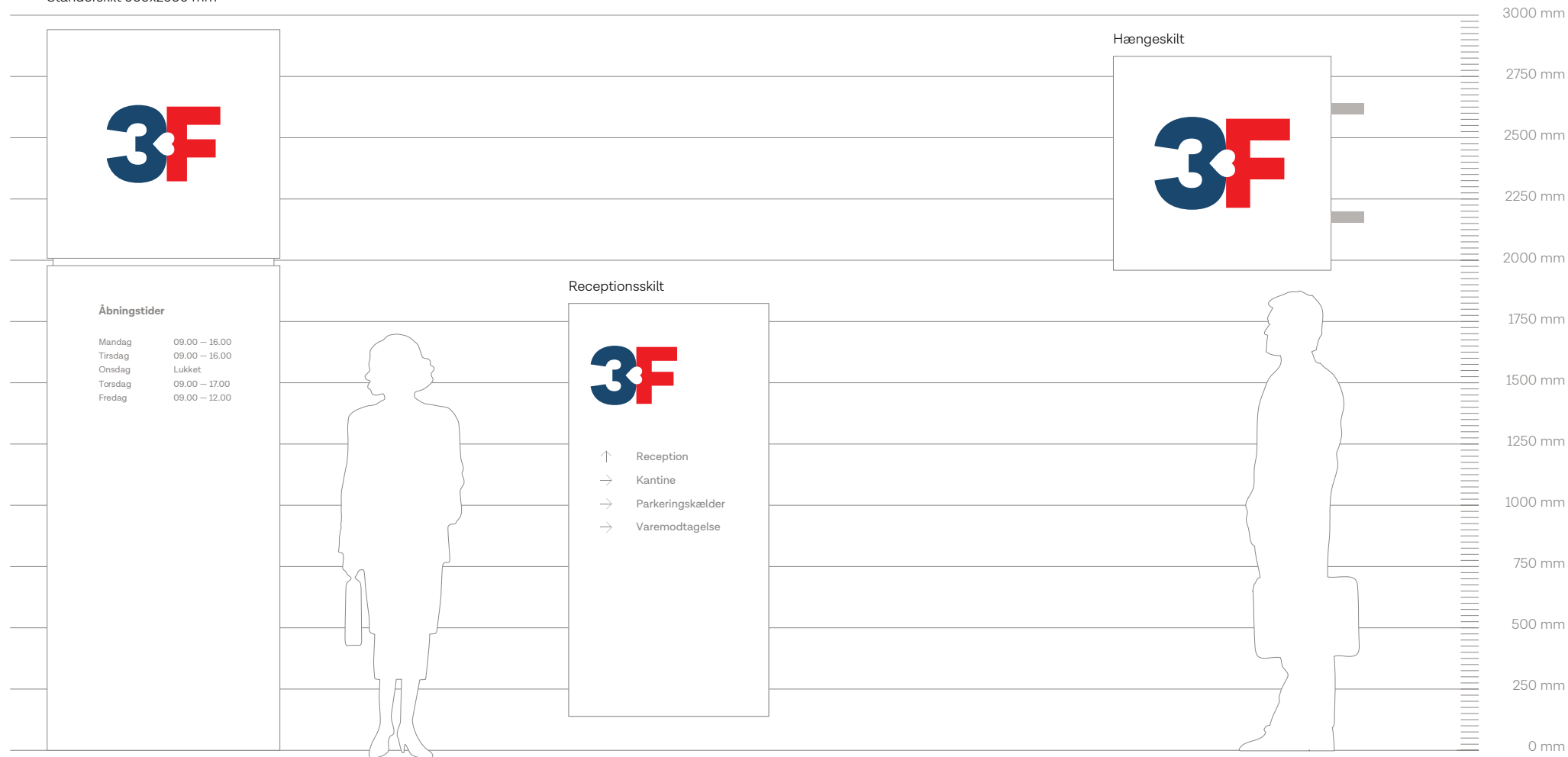
Når man besøger en af vores afdelinger, er vores skilte ofte det første, man ser. Derfor er det vigtigt, at vores skilte ser ens ud i form og indhold.

Standerskilt 950x2950 mm



04.01.03 Eksempler på skiltning

Standerskilt 950x2950 mm



04.02.01 Flag

Flaget anvendes i forskellige sammenhænge og har mange forskellige udformninger. Disse kan indeholde vores brede spektrum af logoer.

Opbygning

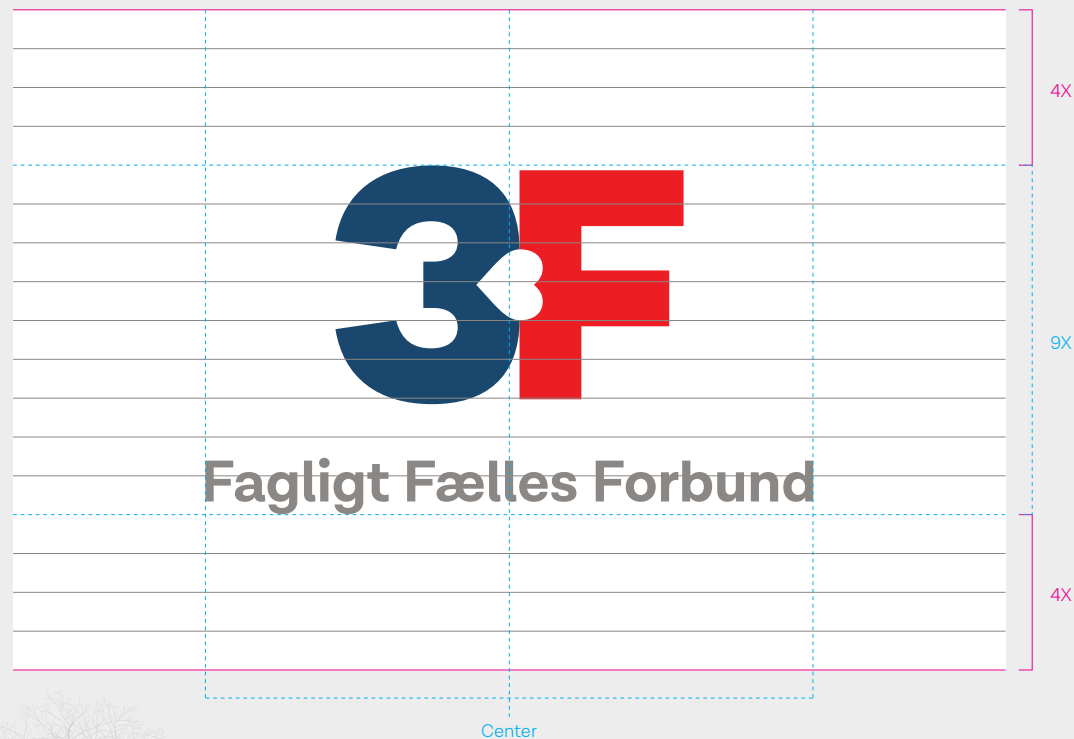
Flaget er opdelt i 17 felter på den horisontale led. Logoet fylder 9 felter. Dette efterlader 4 felter i toppen og i bunden.

Variationer

I nogle tilfælde anvender vi kun 3F-logoet. Så kan man bruge 7 felter i midten, og 5 felter i top og bund.

Disse variationer forholder sig fra sag til sag
– altid efter rådføring med den grafiske afdeling.

Flag med 3F Fagligt Fælles Forbund



04.02.02 Fanen

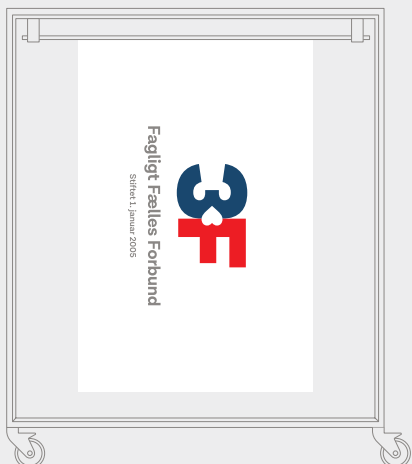
Fanen er en vigtig del af vores identitet. Den er et symbol for menneskers kamp for ligestilling, solidaritet og gode levevilkår. Fanen taler til vores følelser. Når vi ved højtidelige lejligheder, alvorlige eller festlige stunder bruger fanen, er det som et udtryk for alt det, der binder os sammen.

Opbygning

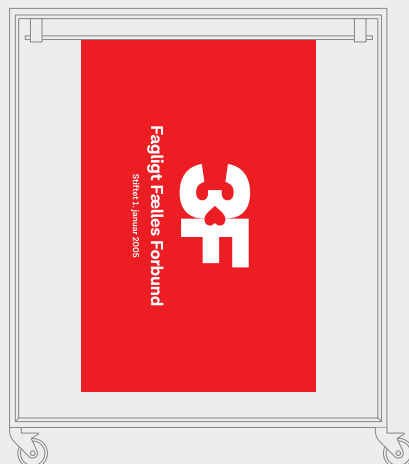
Bemærk, at logoet ikke er placeret vertikalt præcist i midten, men i stedet rykket en smule ned. Dette er for at kompensere for, at logoet er tungere end teksten under, og derved opnå et udtryk, hvor logo og tekst fremstår optisk i midten.

For at være sikker på placeringen af logoet, har vi opdelt flaget i 32 felter på den horisontale led. Logoet fylder 16 felter, hvilket efterlader 9 felter i toppen og 7 felter i bunden.

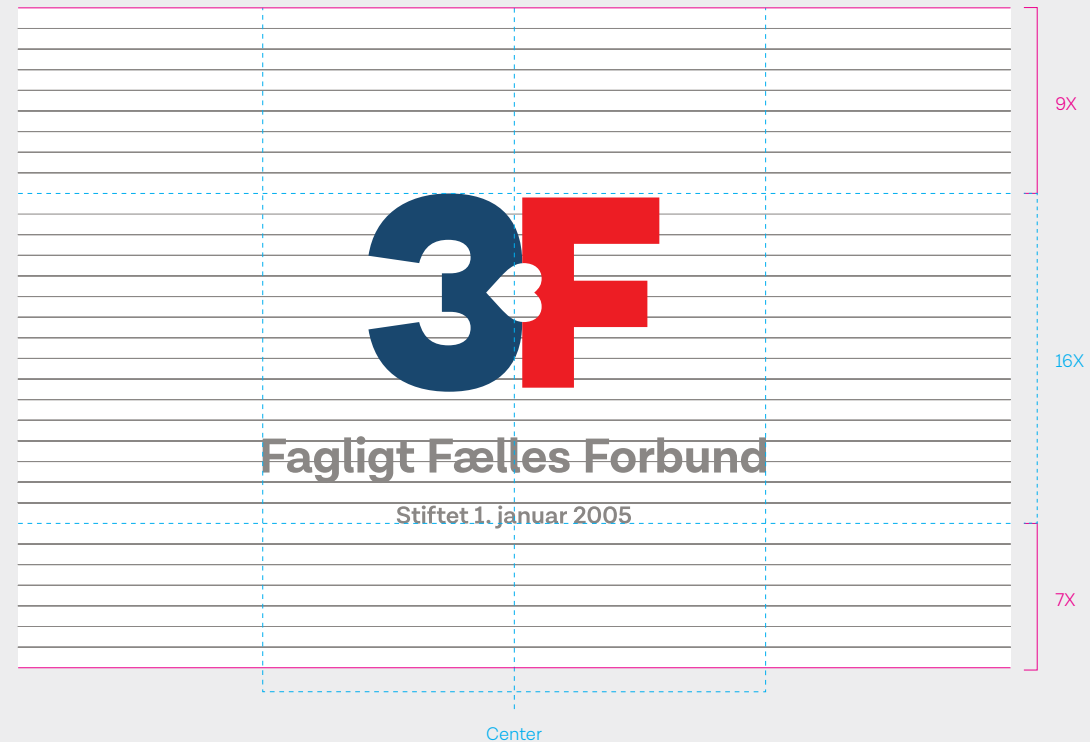
Hvid fane



Rød fane



Fanen, der hænger på Kampmannsgade



04.02.03 Dørmåtter

Funktionalitet

Når vi placerer logoet på funktionelle elementer, som for eksempel dørmåtter, bør logoet fungere i sammenhæng med elementet. Et eksempel kunne være at lave logoet gråt på dørmåtten for at undgå for meget skidt og rengøring.

Dørmåtte A.

Gråt logo placeret i venstre hjørne



Dørmåtte B.

Gråt logo placeret i midten

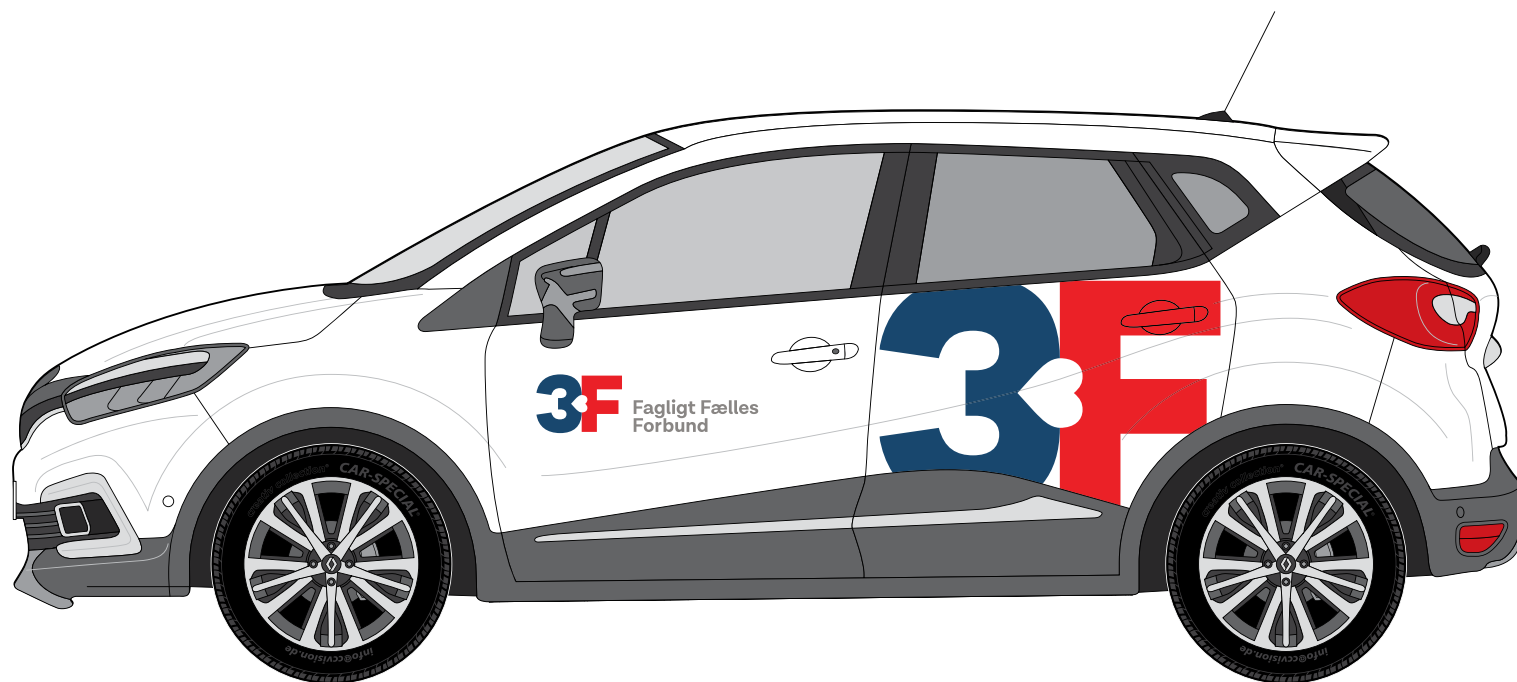


04.03.01 Bildekoration

Størrelse & placering

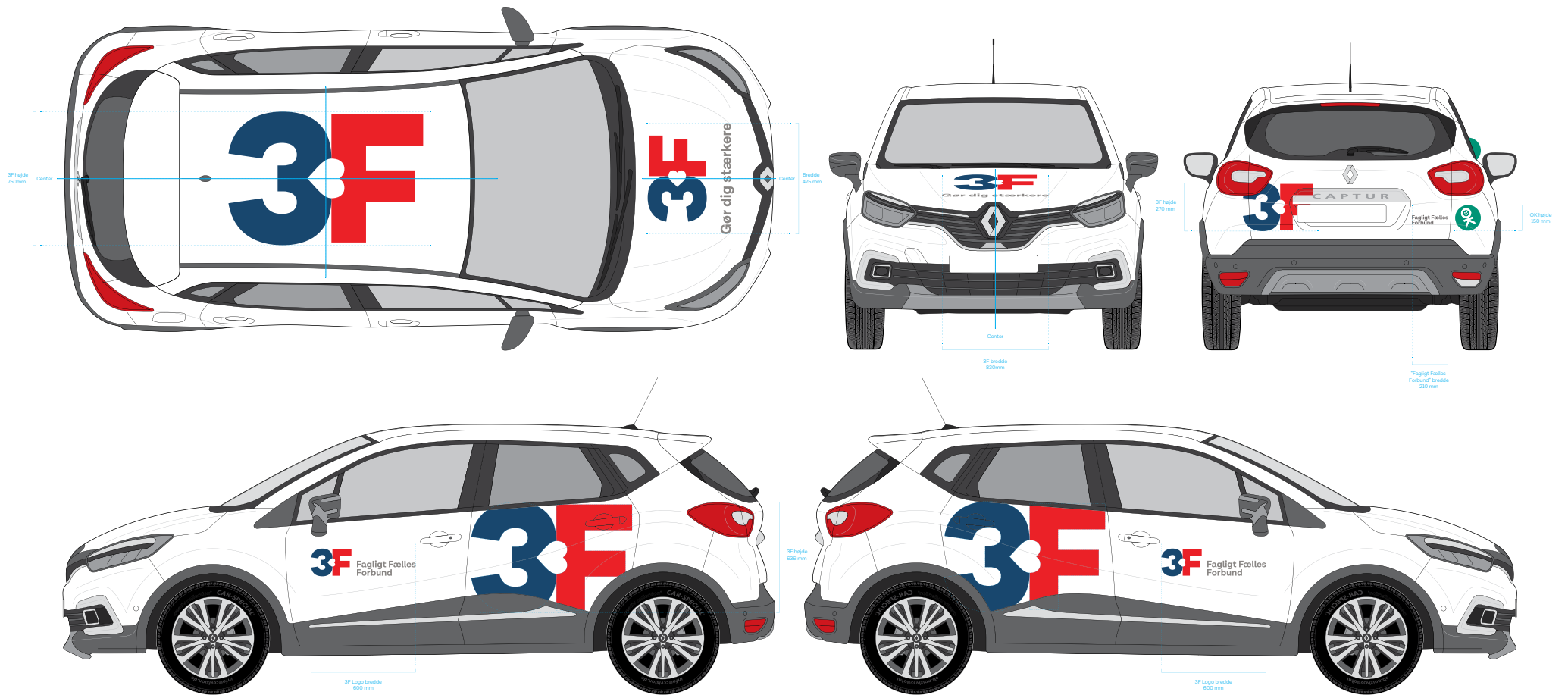
Grafikkerne er skaleret op på basis af 1:30-tegningerne.

Grafikkernes størrelse og placering bør i implementeringsfasen holdes op imod bilens egentlige størrelse og facon.



Forhør dig hos marketing for at være sikker på, at design og bil stemmer overens.

04.03.02 Bildekoration – detaljer



05.00

Grafisk system

05.00
Grafisk system

- 05.01 Papirkvalitet
- 05.02 Formater
- 05.03 Placering af logo

05.01 Papirkvalitet

For at sikre at vi altid får det bedste resultat ved printede materialer, bør man bruge den anbefalede papirkvalitet og gramvægt.

Som udgangspunkt anbefales det at bruge "Munken Lynx", som er en ubestrøget papirkvalitet, der rummer en vis varme og tillader et godt samspil med layout. Alternativt kan "Scandia 2000" bruges, som er en mere hvid papirkvalitet.

Til tryksager, der skal være mere slidstærke, anbefales "Multiart Silk", som er en bestrøget papirkvalitet.

Herved ses en oversigt over de anbefalede papirkvaliteter og tilhørende gramvægt til vores forskellige kommunikationsmaterialer.

Ekstern brug	Antal sider	Munken Lynx
Folder	–	120 g/m ²
Flyer	–	120 g/m ²
Brochure omslag	–	200 g/m ²
Brochure indhold	< 16	120 g/m ²
Brochure indhold	> 16	120 g/m ²
Plakater	–	120 g/m ²

Intern brug	Antal sider	Scandia 2000
Folder	–	120 g/m ²
Flyer	–	120 g/m ²
Brochure omslag	–	200 g/m ²
Brochure indhold	< 16	120 g/m ²
Brochure indhold	> 16	120 g/m ²
Plakater	–	120 g/m ²

05.02 Formater – Én ramme, mange muligheder

En fast ramme

Offline design skal altid laves med et bagvedliggende grid. Et grid anvendes først og fremmest til at definere og placere margin, kolonner og logo.

Brug af marginer og kolonner

Når vi arbejder med print dokumenter, er det nemt at bruge gridsystemet til at skabe struktur og konsistens. Kolonnestrukturen er fleksibel, men skal altid tilpasses formatets grid. På denne måde kan vi skabe, skalere og tilpasse kolonner til dokument og indhold.

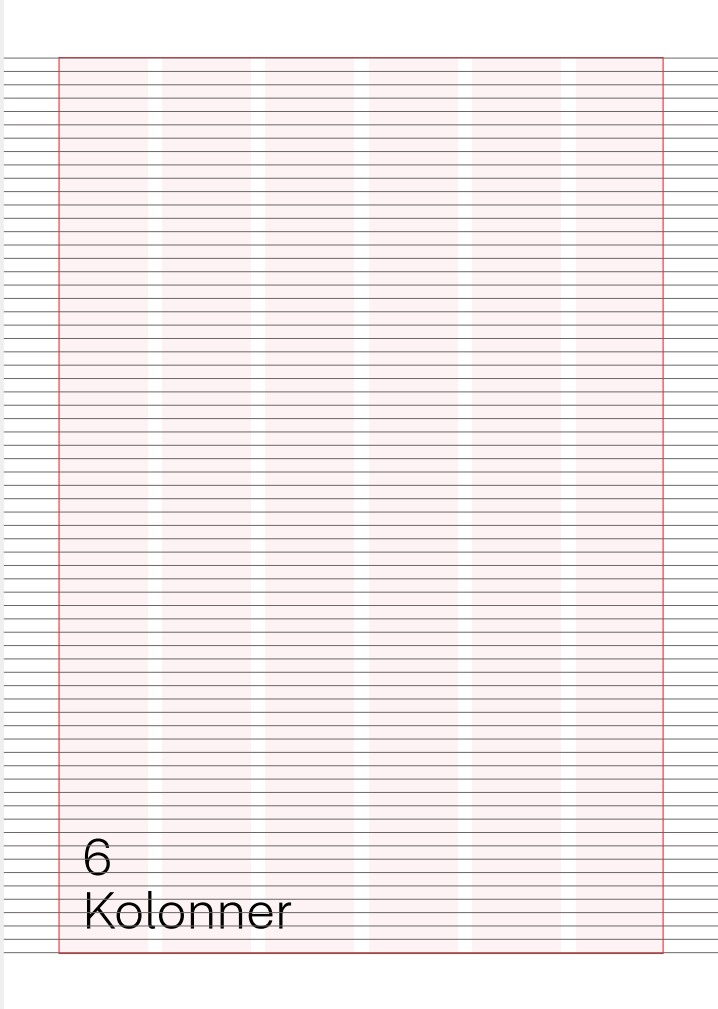


Marginer
4*17 mm

17*17

Eksempel

A4 forside: Marginer: Top, Venstre, Højre, Bund: 17 mm
Baselinegrid: 11,5 pt



6
Kolonner



Få adgang til vores gridsystem
og skabeloner på vores brand-site.

05.02.01 Formater – Samme ramme og udtryk

Med udgangspunkt i A4 formatet har vi defineret et udvalg af grids i standardformat. I formaterne findes også regler for, hvordan logoet skaleres optimalt til det givne standardformat.

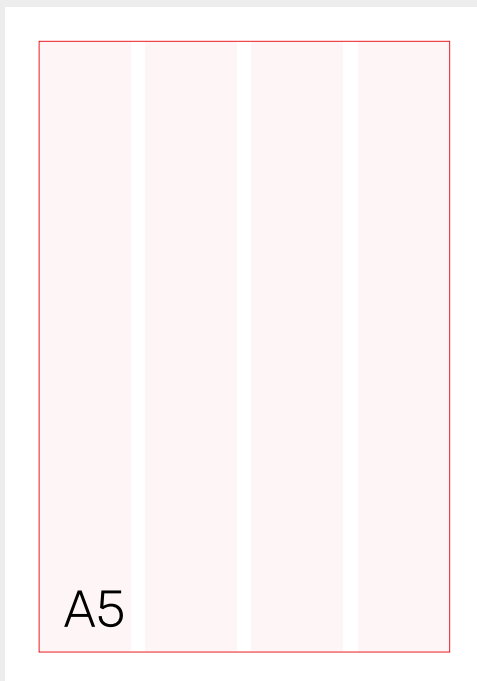
A4 H (297x210 mm)

Kolonner: 6

Marginer, forside: 17-17-17-17 mm

Marginer, indhold: 17-17-17-14 mm

Gutter: 5 mm



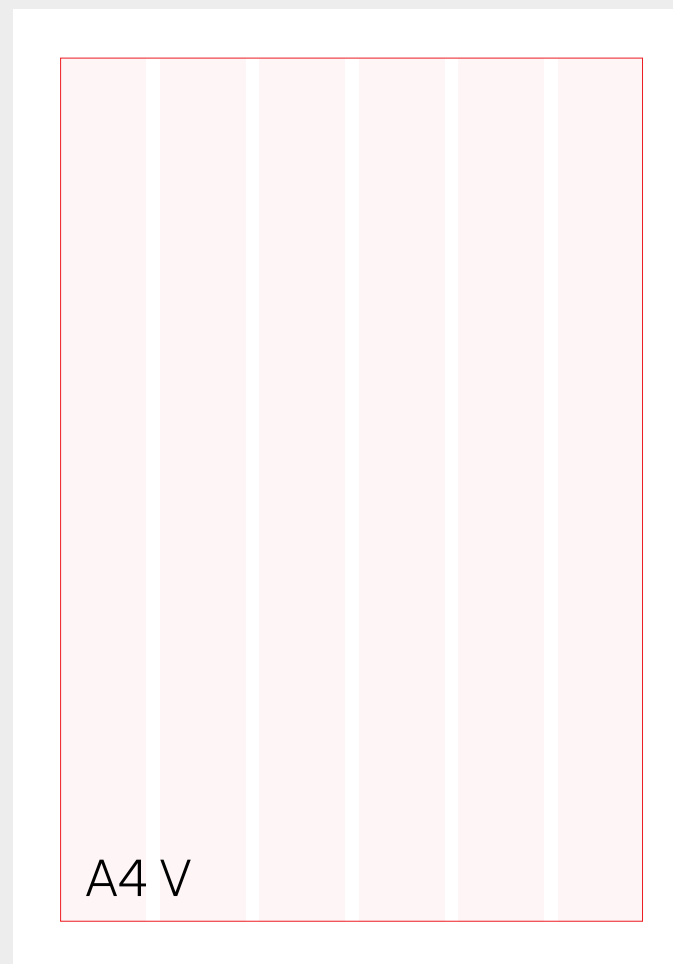
A5 (148x210 mm)

Kolonner: 4

Marginer, forside: 12-12-12-12 mm

Marginer, indhold: 12-12-12-9,5 mm

Gutter: 5 mm



A4 V (210x297 mm)

Kolonner: 6

Marginer, forside: 17-17-17-17 mm

Marginer, indhold: 17-17-17-14 mm

Gutter: 5 mm

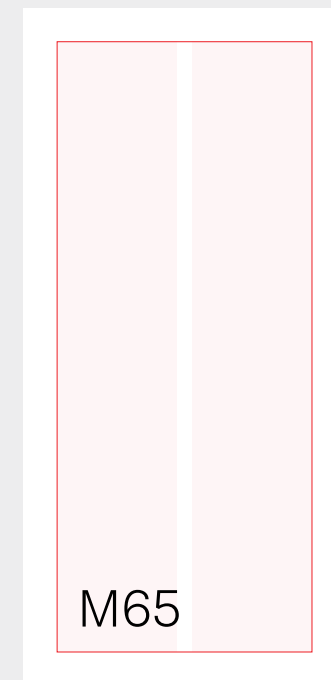
M65 (100x210 mm)

Kolonner: 2

Marginer, forside: 17-17-17-17 mm

Marginer, indhold: 17-17-17-14 mm

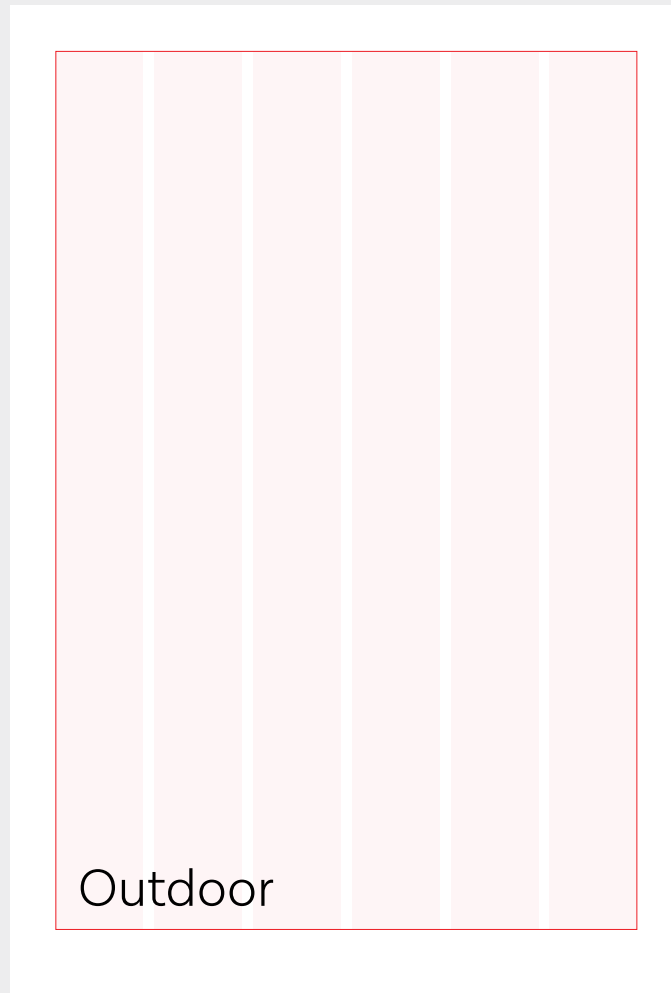
Gutter: 5 mm



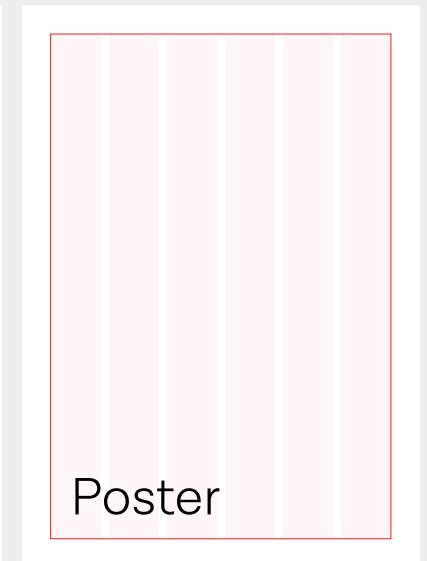
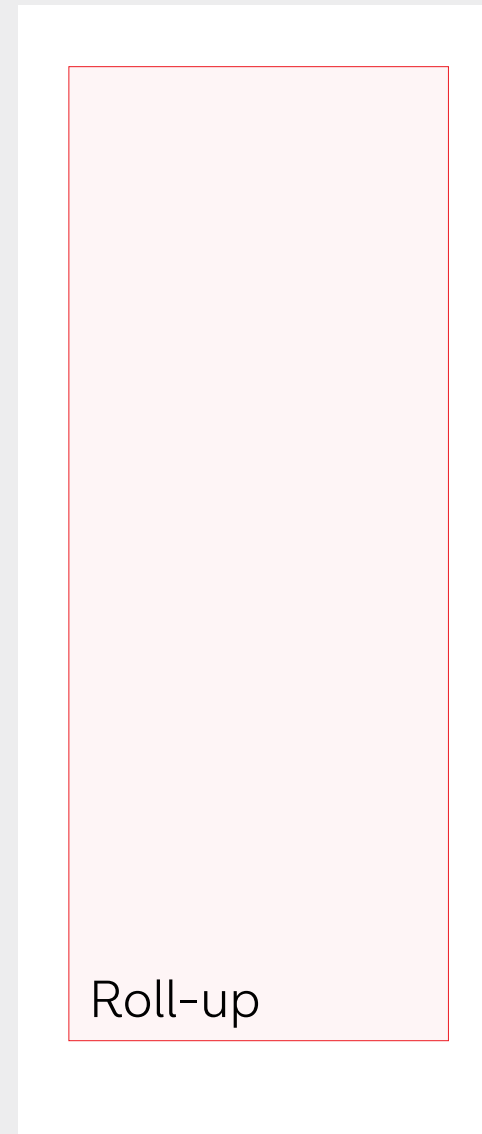
05.02.02 Storformater – Samme ramme og udtryk

Udgangspunktet for nye grids bygger på samme skabelon som standardformaterne.

Fremgangsmåden ved nye eller skæve formater er derfor at skalere og/eller udvide vores standard grid. Det sikrer, at vi altid bibeholder samme overordnede proportioner til skalering og placering af både kolonner og indhold på tværs af horisontale og vertikale formater og eventuel rotation af disse.



Outdoor (118,5x175 mm)
Kolonner: 6
Marginer: 80-80-80-120 mm
Gutter: 20 mm



Poster (50x70 cm)
Kolonner: 6
Marginer: 40-40-40-40 mm
Gutter: 12 mm

Roll-up (85x200 cm)
Kolonner: 1
Marginer: 90-80-80-180 mm

05.03 Placering af logo

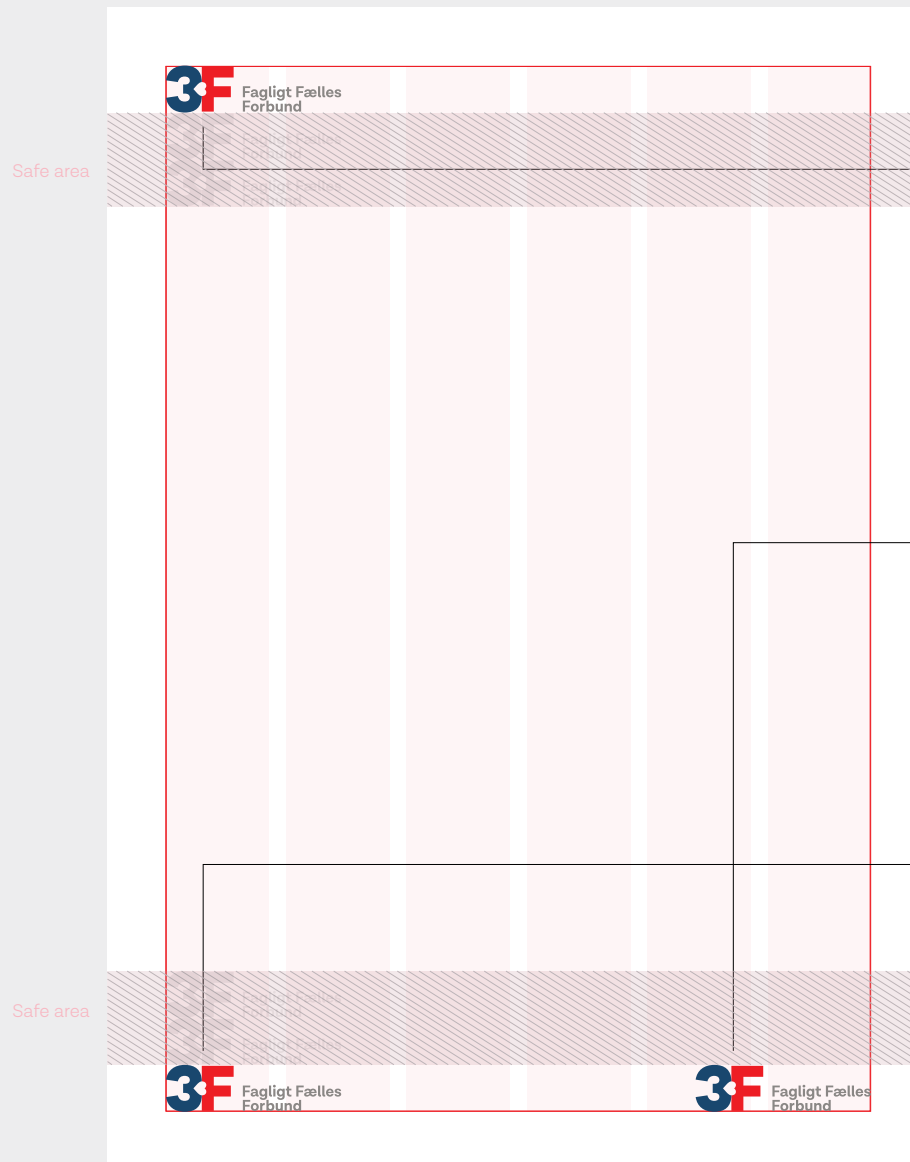
Placering af logo er et vigtigt holdepunkt i vores design. Som hovedregel skal logoet altid placeres i nederste venstre hjørne. Alternativt kan logoet placeres i øverste venstre hjørne, hvis man er udfordret layoutmæssigt.



Læs mere om logoregler og størrelser i sektion 02.00.



Download vores logo-pakke på vores brand-site.



Eksempel
A4

2

Sekundær logoplacering

I tilfælde af at den primære placering ikke kan lade sig gøre, anbefales det, at logoet placeres øverst til venstre.

Dette kan fx være, hvis du arbejder med:

- Krævende billede materiale.
- Roll-ups.
- Outdoor.

3

Tertiær logoplacering

Bruges til smalle horisontale formater.

Dette kan fx være, hvis du arbejder med:

- Horisontal outdoor plakater.
- Web banner.

1

Primær logoplacering

Logo skal som regel altid placeres nederst i venstre hjørne (+ følge logoregler om respektafstand).

Dette giver den bedste læsbarhed og den mest intuitive afkodning af 3F som afsender.

06.00

Layout-system

06.00
Layout-system

- 06.01 Layout-system
- 06.02 Brochurer
- 06.03 Storformater
- 06.04 Annoncer
- 06.05 Splash / Faktabokse
- 06.06 Co-branding
- 06.07 Digital
- 06.08 Webbanner
- 06.09 Powerpoint

06.01 Layout-system – Overblik

I henhold til vores layout-system er det muligt at skabe et varieret udtryk på tværs af vores forskellige designs. Dette kan gøres på tre forskellige måder:



01. Til kant

Bruges i materialer, der skal kommunikere et simpelt budskab; fx forsider på årsrapporter og annoncer.



02. Luftigt layout

Bruges i materialer, der skal kommunikere et simpelt budskab; fx forsider på årsrapporter, annoncer samt i materialer, der ikke kan trykkes til kant.



03. Ramme

Bruges internt, når der ikke kan trykkes til kant (fx A5 folder eller mindre publikationer på max fire sider) samt annoncer, hvor der er behov for plads til tekst.

06.01.01 Layout-system – Til kant

01. Til kant

Når vi kommunikerer i materialer, hvor budskabet skal fremstå klart og simpelt, kan vi arbejde til kant. For at vække følelser bruges billeder, grafiske elementer eller farver.

Når vi arbejder med billeder til kant, er det vigtigt, at fotomaterialet lever op til formatet med hensyn til sammensætning. På den måde bliver indholdet synligt og læsbart. Dette indebærer, at der er rolige områder på billedet til placering af logo og indhold.



01a. Til kant – Billede

Denne stil bruges primært til forsider, plakater og kræver et stærkt foto af høj kvalitet. Kan referere til en historie eller et tema i en publikation. Dette er med til at gøre det personligt og vedkommende, samtidigt med at det skaber blikfang.



01b. Til kant – Grafisk element

Hvis publikationen er af mere generel karakter (eller gode billeder ikke kan findes), kan det visuelle element komme i brug, da den rummer 3F, men samtidig er mere neutral.



01c. Til kant – Fuldfarve

Hvis publikationen er af mere generel karakter, kan fuldfarve også bruges.

06.01.02 Layout-system – Luftigt

02. Luftigt layout

Det luftige layout skaber plads og ro og er et stærkt identitetsskabende layout.

Dette bruges primært til at fremhæve et budskab eller specifikt indhold.



02a. Luftigt layout – Budskab

Når det er vigtigt, at budskabet skal stå klart frem, har man her mulighed for at lade det få plads og ro.



02b. Luftigt layout – Ikon

Med ikonerne har vi mulighed for at referere til en gruppe eller mere generelt til indholdet.



02c. Luftigt layout – Fritlagte billeder

Fritlagte elementer eller personer, som kan referere til en gruppe eller indholdet i den respektive publikation.

06.01.03 Layout-system – Ramme (sekundær)

03. Ramme

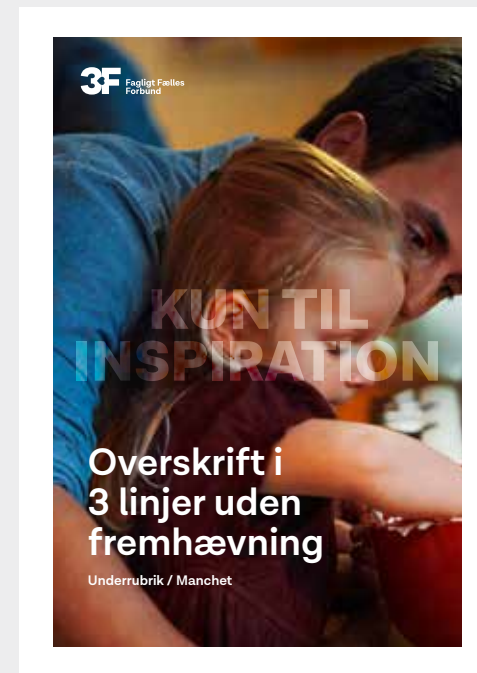
Som udgangspunkt forsøger vi at holde kommunikationen til kant eller luftig. I visse tilfælde kan rammen være et godt alternativ. For eksempel når der bliver lavet materialer internt, der ikke kan printes til kant, som rummer alt fra store til mindre billeder – eller kræver mere plads til tekst.

Derudover er rammen også god i annoncer, hvor den kan bruges i sammenhæng med billeder, tekst eller andre elementer.



03a. Ramme – Flexibelt layout

Fungerer godt til annoncer, hvor der er behov for flere budskabsniveauer. Derudover er den god til forsider, hvor overskriften skal stå klart frem.



Dette layout bør kun bruges
til intern brug og intern tryk.

06.01.04 Layout-system – Fra emotionel til rationel

Til kommunikative layouts har vi mulighed for at arbejde med billedforsider. Disse har til formål at fortælle de mange menneskelige historier bag vores brand. Til informative brochurer er det vigtigt, at udtrykket er nemt genkendeligt – og at de rationelle budskaber er nemt afkodelige. Til disse layouts kan du med fordel arbejde med et rent udtryk, hvor du aktiverer vores ikoner, farver og typografi.

Eksempler

- Årsrapport
- Brochurer
- Plakater



Ekstern – Emotionel / image

Eksempler

- Interne dokumenter
- Teknisk information
- Faktaark
- Annoncer
- Mangel på stærkt fuldsidesbillede.



Rationel / taktisk

Eksempler

- Interne dokumenter
- Ingen mulighed for at have billeder, der går til kant.



Intern

06.01.05 Omslag / hierarki – Obligatoriske og valgfrie elementer

Brochureomslag skal altid kunne afkodes nemt og hurtigt. For at sikre konsistens i brochureomslagene har vi faste elementer, som altid skal bruges. Derudover er der nogle valgfrie elementer.

Vær opmærksom på, at skabelonerne som udgangspunkt indeholder alle elementer. Du skal derfor aktivt fravælge de valgfrie elementer, som du ikke vil bruge.

Obligatorisk

1. Overskrift
2. Billede/grafik
3. Logo
4. Adresse
5. Varenummer.

Valgfrit

6. Underrubrik.



06.01.06 Brochureforsider – Inspiration

Vi arbejder med forskellige brochureforsider, som du frit kan bruge på tværs af alle brochureformater.

Vi opererer ikke med en primær version. I stedet anbefales det, at vi tager højde for, hvordan versionen bedst muligt integreres med forsiden.



Eksempel
A4 – Billede



Eksempel
A4 – Billede



Eksempel
M65 – Luftig



Eksempel
A4 – Fritlagt billede



Eksempel
M65 – 5. element

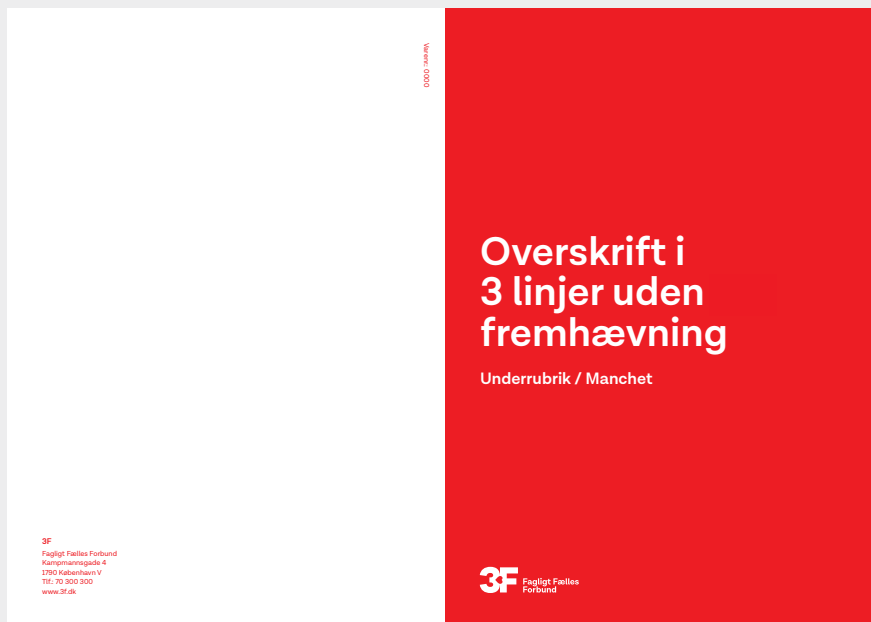
06.01.07 Brochure / kombination af for- og bagsider – Inspiration

Vi opererer ikke med en primær version.
Det anbefales i stedet, at vi tager højde for,
hvordan versionen bedst muligt integreres
med forsiden.

Eksempel
M65 – Billede + billede



Eksempel
A4 – Billede + rød bagside



Eksempel
A4 – Rød +
hvid bagside

Eksempel
A5 – Fritlagt billede + lysegrå bagside



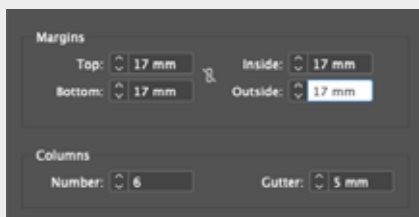
06.02

Brochurer

06.02.01 A4-brochure – Forside

Grid og kolonnestruktur

A4-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 6 kolonner.



Bagsideinfo
Lota Grotisque Regular
7/9 pt
Hvid

Overskrift
Lota Grotisque SemiBold
48,5/50 pt
Hvid

Underrubrik / Manchet

Underrubrik / Manchet
Lota Grotisque SemiBold
17,5pt/19 pt
Hvid

3F logo
Primær placering
H=12 mm



Få adgang til vores gridsystem og skabeloner på vores brand-site.

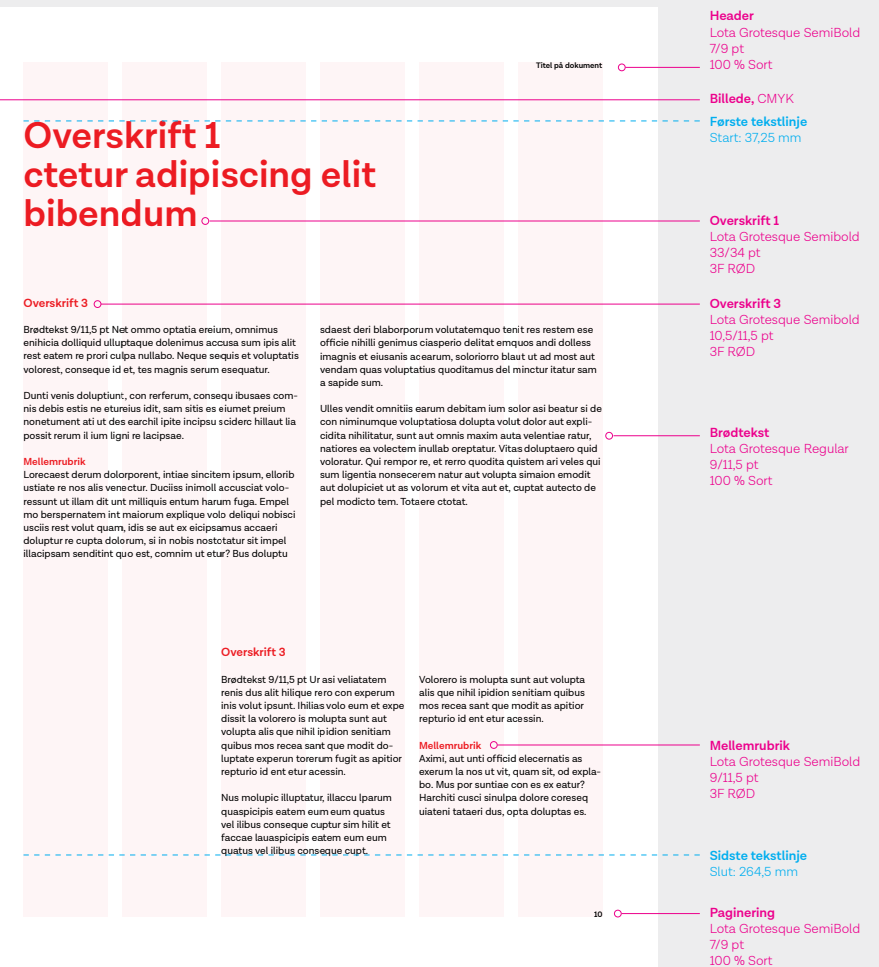
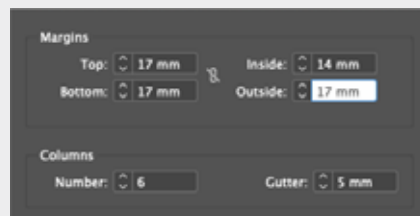
3F
Fagligt Fælles Forbund
Købmændsgade 5
1790 København V
Tlf: 70 300 300
www.3f.dk

3F Fagligt Fælles Forbund

06.02.02 A4-brochure – Indhold

Grid og kolonnestruktur

A4-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 6 kolonner.



Header

Lota Grotesque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort

Billede, CMYK

Første tekstlinje
Start: 37,25 mm

Overskrift 1

Lota Grotesque SemiBold
33/34 pt
3F RØD

Overskrift 3

Lota Grotesque SemiBold
10,5/11,5 pt
3F RØD

Bredtæst

Lota Grotesque Regular
9/11,5 pt
100 % Sort

Mellemrubrik

Lota Grotesque SemiBold
9/11,5 pt
3F RØD

Sidste tekstlinje

Slut: 264,5 mm

Paginering

Lota Grotesque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort



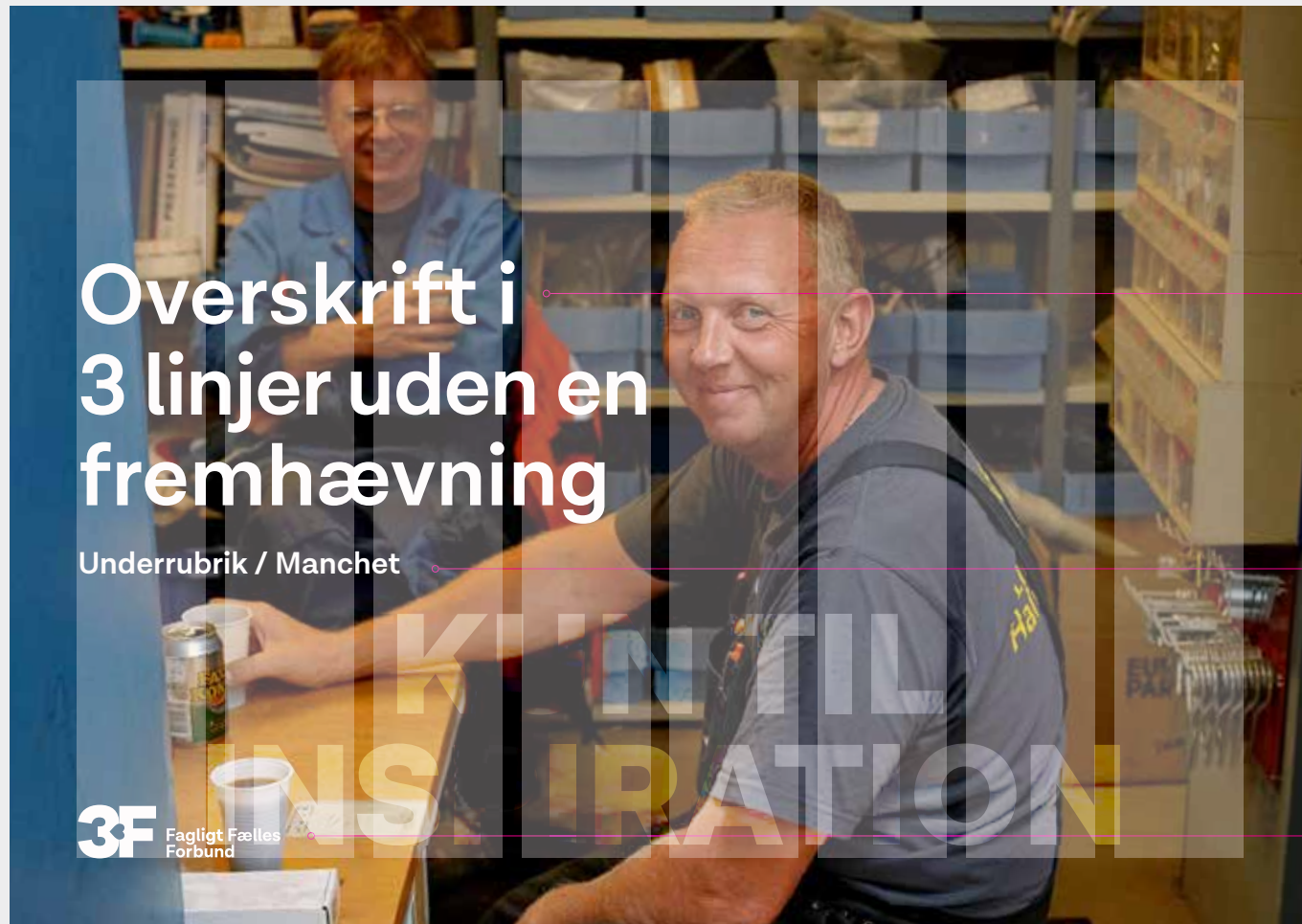
Få adgang til vores gridsystem og skabeloner på vores brand-site.

06.02.04 A4-horisontal- brochure – Forside

Grid og kolonnestruktur

A4-horisontal-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 8 kolonner.

Margins	
Top:	17 mm
Bottom:	17 mm
Inside:	17 mm
Outside:	17 mm
Columns	
Number:	8
Gutter:	5 mm



Overskrift
Lota Grotesque SemiBold
56/58 pt
Hvid

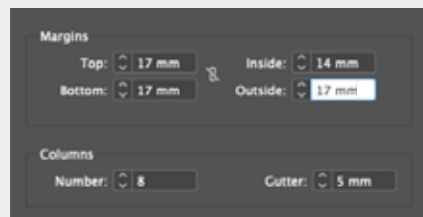
Underrubrik / Manchet
Lota Grotesque SemiBold
20/22 pt
Hvid

3F logo
Primær placering
H=12 mm

06.02.05 A4-horisontal- brochure – Indhold

Grid og kolonnestruktur

A4-horisontal-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 8 kolonner.



Budi sapiopio exp edo alih lomi lorem amen Usdae earum

Cus expeliqatur rest, que consequid exceputidium samus idebissin pelitatur mos dit ditias simi, sequos elecers perfero vita pro eatiunt aut audipic iditet optatur.

Mauris sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pellentesque a, dictum et risus.

Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultrices ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam sit amet, bibendum urna. Sed in malesuada lectus. Nunc finibus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis vestibulum metus a tincidunt.

Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultrices ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam sit amet, bibendum urna. Sed in malesuada lectus. Nunc finibus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis vestibulum metus a tincidunt.

tus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis vestibulum metus a tincidunt. Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultrices ultricies. Sed sed erat hendrerit, Sed in malesuada lectus. Nunc finibus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis.

Mellemrubrik
Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultrices ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam sit amet, bibendum urna. Sed in malesuada lectus. Nunc finibus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Peliquat ibusdam quo quae occus doloris molo consequi consequo perum volor se-

quodiam ipic te natur? Sed ut rent quuntr as eossum voluptat iminctatur a alitasp itemporibus. Ectem eatureh enisqui recersperate pores explauda adigendunt molupic ipsunt as aut pedit eos aut aliti tem el et rehent aut invenia temporem venihilla

nulparuptas invenisit pos di berestorem Nimin eiuntia quam vit utem intius molupti-um esci re aut apicienis alit mil ipis re volut vollaut quiam qui si dero ducia quiaecuptur Um eos sit aliti occum voluptas custem. Nam re audandigende pra volor mint. Pudia qui te si doluptatur magnis. Ut officio nditatet voluptissum dolor sam, saperio. Ut rem aut auta con eium delo beres doluptam velent expla doluptam, teseque nectem. Onseque quassus, officiu molum id quia nos in comnimus, aut landucitenis il idus doluptae molenest, eribera santem restrum quaspid mo moluptatum cus et eos mint quide int.

Mellemrubrik
Itatquunt facearum fugita si blat. Luptaqui offic to oditis volenem. Porum eum eatus ullistis eris peroresequis serition nonsequi occaectiori autem eos cullores ad qui consequid mo maionseni. s dis re volupieniae volorporpos modisse ctaquasse laborerios exces sim ne num qui dit eate porem lantestenis autem veliber spienih itatem audae cus dolo rest fugit optatem.

Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero hendrerit, gravida qu.

Titel på dokument

Header
Lota Grotisque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort

Første tekstlinje
Start: 33,3 mm

Overskrift 1
Lota Grotisque SemiBold
33/34 pt
3F RØD

Manchet
Lota Grotisque SemiBold
12/14,5 pt
3F RØD

Brødtekst
Lota Grotisque Regular
9/11,5 pt
100 % Sort

Mellemrubrik
Lota Grotisque SemiBold
9/11,5 pt
100 % Sort

Info
Lota Grotisque SemiBold
9/11,5 pt 3F RØD

Sidste tekstlinje
Slut: 181,5 mm

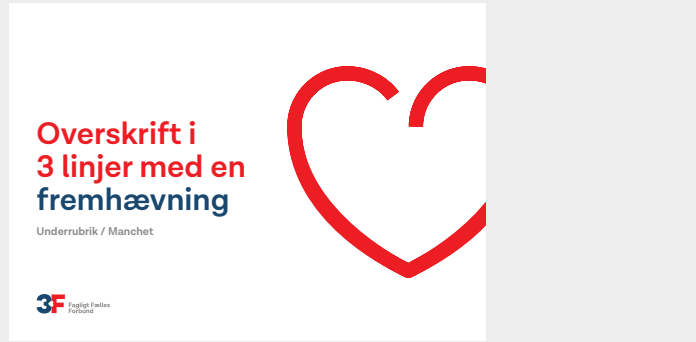
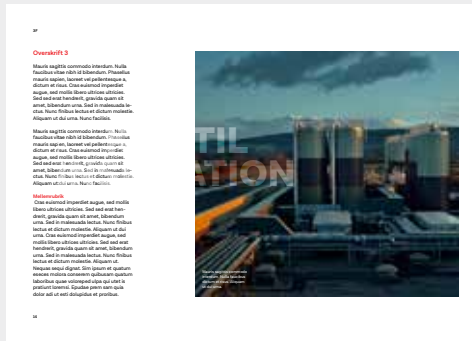
Paginerings
Lota Grotisque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort

13

06.02.06 A4-horizontal- brochure – Inspiration

A4-horizontal-brochurer indeholder mange forskellige layout-muligheder, når vi tager typografi, billeder og ikoner i brug.

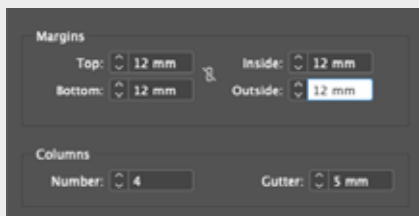
Vi kan vælge at bruge disse eksempler som udgangspunkt, når vi går i gang med at arbejde med vores design.



06.02.07 A5-brochure – Forside

Grid og kolonnestruktur

A5-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 4 kolonner.



Bagsideinfo
Lota Grotisque Regular
7/9 pt
Hvid

Overskrift 3
Lota Grotisque Semibold
36/37 pt
3F RØD + 3F BLÅ

Manchet
Lota Grotisque Semibold
15/17 pt
3F GRÅ

3F-logo
Primær placering
H=9 mm

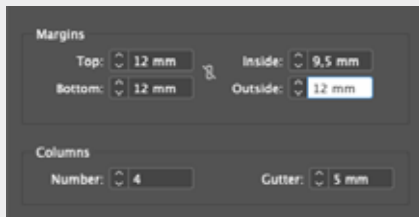


A5-flyer bruger samme grid og specifikationer – dog uden header og paginering.

06.02.08 A5-brochure – Indhold

Grid og kolonnestruktur

A5-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 4 kolonner.



3F

Overskrift 1 ctepaotur adipiscing las elit bibendum

Overskrift 3

Brødtekst 9/11,5 pt Net omno optatia ereium, omnimus enihicia doliiquid ulluptaque dolenimus accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, conseqe id et, tes magnis serum esequatur?

Dunti venis doluptiunt, con rerferum, conseqi ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiumet preium nonetument ati ut des earchil ipite incipsu sciderc hillaut lia possit rerum il ium ligni re lacipsae. Lorecaest derum dolorporent etureius idit, sam sitis es eiumet preium, intiae sincitem ipsum, ellorib.

alis venectur? Duciiss inimoll accusciat voloressunt ut illam dit unt milliquis entum harum fuga. Empel mo berspernatem int maiorum explique volo deliqui nobisci uscisis rest volut quam.

Mellemrubrik

Accaeri doluptur re cupta dolorum, si in nobis nostotatur sit impel illacipsam senditint quo est, comnim ut etur? Bus doluptu sdaest deri blaborporum volutatemquo tenit res restem ese officie nihilli genimus ciasperio delitat emquos andi dolless imagnis et eiusanis acearum, soloriorro blaut ut ad most aut vendam quas voluptatus quoditamus del.

7

Titel på dokument

Header
Lota Grotisque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort

Første tekstlinje
Start: 30,25 mm

Overskrift 1
Lota Grotisque Semibold
30/31 pt
3F RØD

Brødtekst
Lota Grotisque Regular
9/11,5 pt
100 % Sort

Overskrift 3
Lota Grotisque SemiBold
10,5/11,5 pt
3F RØD

Mellemrubrik
Lota Grotisque SemiBold
9/11,5 pt
3F RØD

Sidste tekstlinje
Slut: 182,5 mm

Paginerig
Lota Grotisque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort

8

Brødtekst 9/11,5 pt Net omno optatia ereium, omnimus enihicia doliiquid ulluptaque dolenimus accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, conseqe id et, tes magnis serum esequatur?

Mellemrubrik

Accaeri doluptur re cupta dolorum, si in nobis nostotatur sit impel illacipsam senditint quo est, comnim ut etur? Bus doluptu sdaest deri blaborporum volutatemquo tenit res restem ese officie nihilli genimus ciasperio delitat emquos andi dolless imagnis et eiusanis acearum, soloriorro blaut ut ad most aut vendam quas voluptatus quoditamus del.

Dunti venis doluptiunt, con rerferum, conseqi ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiumet preium nonetument ati ut des earchil ipite incipsu sciderc hillaut lia possit rerum il ium ligni re lacipsae. Lorecaest derum dolorporent etureius idit, sam sitis es eiumet preium, intiae sincitem ipsum, ellorib.

Overskrift 3

Brødtekst Ut bibendum arcu quis lacus consetetur, ac volutpat semper nisl, eu consetetur augue iaculis ac.

>Lorem ipsum dolor samet	22%
>Lorem ipsum dolor samet	14%
>Lorem ipsum dolor samet	15%
>Lorem ipsum dolor samet	28%
>Lorem ipsum dolor samet	16%
>Lorem ipsum dolor samet	74%
>Lorem ipsum dolor samet	20%



A5-flyer bruger samme grid og specifikationer – dog uden header og paginerig.

06.02.09 A5-brochure – Inspiration

A5-brochurer indeholder mange forskellige layout-muligheder, når vi tager typografi, billeder og ikoner i brug. Vi kan vælge at bruge disse eksempler som udgangspunkt, når vi går i gang med at arbejde med vores design.

3F
Fagligt Fælles Forbund
Korsørsmønstergade 4
2700 Korsør
Tlf. 70 240 300
www.3f.dk

3F

Overskrift 1 ctepaov elit bibendum

Cus expeliqatur rest, que consequid excepditium samus idibessin pelitatur mos dit ditiass simi, sequos elecers perfero vita pro eatiunt aut audipic iditet optatur.

Tus molut plabo. Gaa arellan dolumqui te praedum qui conse peritit officiores ea dolum sequis aut hiatium id quis voluptatit, comnis exerce nreper ribussasca tala

Bredtkest 9/11,5 pt Net omno optatia erium, omnimus enihicia doliiquid ullup-taque dolennim accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, consequo id et, tes magnis serum esequatur?

Dunti venis doluptiunt, con referum, consequi ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiuret preium nonetum atit ut des earchil ipite incipsu scidero hillaat lia possit rerum it lum ligni re lacipsae. Lorecaest derum dolorporent, intiae sincitem ipsam, ellorib ustiate re nos alis venetur? Duciss inimoll accusciat voloressunt ut ilam dit unt milliquis entum

11

Titel på dokument

Ucia accullab ium del ipsa doluptis alicia nobis

Ut qui dolorias etu scia sin domuso

601

Tam adit volenet proress imu

213

Tam adit volenet proress imu

651

12



Titel på dokument

Overskrift 1 ctepaov elit bibendum

Cus expeliqatur rest, que consequid excepditium samus idibessin pelitatur mos dit ditiass simi, sequos elecers perfero vita pro eatiunt aut audipic iditet optatur.

Bredtkest 9/11,5 pt Net omno optatia erium, omnimus enihicia doliiquid ullup-taque dolennim accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, consequo id et, tes magnis serum esequatur?

Dunti venis doluptiunt, con referum, consequi ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiuret preium nonetum atit ut des earchil ipite incipsu scidero hillaat lia possit rerum it lum ligni re lacipsae. Lorecaest derum dolorporent, intiae sincitem ipsam, ellorib ustiate re nos alis venetur? Duciss inimoll accusciat voloressunt ut ilam dit unt milliquis entum

Dis, que doliennim metaco/ibus et alitit foreperit hillaatque detstem volorent ad.

14

3F

“Citat 1 Bis ut sim volenda vella es porest. Ebis re peremque volupid exper.”

Billedtkest

Titel på dokument

Overskrift 1 ctepaov tur adipiscing las elit bibendum

Bredtkest 9/11,5 pt Net omno optatia erium, omnimus enihicia doliiquid ullup-taque dolennim accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, consequo id et, tes magnis serum esequatur?

Dunti venis doluptiunt, con referum, consequi ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiuret preium nonetum atit ut des earchil ipite incipsu scidero hillaat lia possit rerum it lum ligni re lacipsae. Lorecaest derum dolorporent, intiae sincitem ipsam, ellorib ustiate re nos alis venetur? Duciss inimoll accusciat voloressunt ut ilam dit unt milliquis entum

hanum fuga. Empel mo berspernatem int maiorum expilque volo deliqui nobisci uocis rest volut quam odaxet deri blablorporum volutatentemquo.

Mellemrubrik
Accaeri doluptur re cupta dolorum, si in nobis nostotatur sit impel ilalicsam senditrit quo est, cominim ut etur? Bus dolupti adaxet deri blablorporum volutatentemquo ciasperio delitat emquo andi doliess imagnis et eiusanis accearum, solorio blaui ut ad most aut vendam quas voluptatus quoditamus dei.

10

3F

Overskrift 1 ctepaov elit bibendum

Cus expeliqatur rest, que consequid excepditium samus idibessin pelitatur mos dit ditiass simi, sequos elecers perfero vita pro eatiunt aut audipic iditet optatur.

Bredtkest 9/11,5 pt Net omno optatia erium, omnimus enihicia doliiquid ullup-taque dolennim accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, consequo id et, tes magnis serum esequatur?

Dunti venis doluptiunt, con referum, consequi ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiuret preium nonetum atit ut des earchil ipite incipsu scidero hillaat lia possit rerum it lum ligni re lacipsae. Lorecaest derum dolorporent, intiae sincitem ipsam, ellorib ustiate re nos alis venetur? Duciss inimoll accusciat voloressunt ut ilam dit unt milliquis entum

harum fuga. Empel mo berspernatem int maiorum expilque volo deliqui nobisci uocis rest volut quam odaxet deri blablorporum volutatentemquo tenit res restam ese officie nihilli genimus ciasperio delitat emquo andi doliess imagnis et eiusanis accearum, solorio blaui ut ad most aut vendam quas voluptatus quoditamus dei.

Mellemrubrik
Accaeri doluptur re cupta dolorum, si in nobis nostotatur sit impel ilalicsam senditrit quo est, cominim ut etur? Bus dolupti adaxet deri blablorporum volutatentemquo tenit res restam ese officie nihilli genimus ciasperio delitat emquo andi doliess imagnis et eiusanis accearum, solorio blaui ut ad most aut vendam quas voluptatus quoditamus dei.

Billedtkest
Mauris sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus sapien.

13

Titel på dokument

Mauris sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pellentesque a, dictum et risus. Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultrices ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam sit amet, bibendum urna. Sed in malesuada lectus. Nunc finibus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis.

Mellemrubrik
Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultrices ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam sit amet, bibendifinibus lectus et dictum molestie.

Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultrices ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam sit amet, bibendifinibus lectus et dictum molestie.

Billedtkest
Mauris sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus sapien.

12

Overskrift i 3 linjer uden en fremhævning

Underrubrik / Manchet

3F Fagligt Fælles Forbund

06.02.10 M65-brochure – Forside

Grid og kolonnestruktur

M65-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 2 kolonner.

Margins	
Top:	12 mm
Bottom:	12 mm
Inside:	12 mm
Outside:	12 mm
Columns	
Number:	2
Gutter:	5 mm



Overskrift
i 3 linjer uden
fremhævning

Header
Lota Grotisque SemiBold
35/36 pt
Hvid

Underrubrik / Manchet

Manchet
Lota Grotisque Semibold
13/15 pt
Hvid

3F
Fagligt Fælles Forbund
Kampmannsgade 4
1790 København V
Tlf.: 70 300 300
www.3f.dk

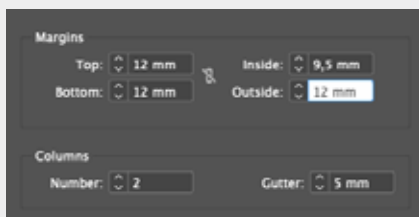
3F
Fagligt Fælles
Forbund

3F-logo
Primer placering
H = 9 mm

06.02.11 M65-brochure – Indhold

Grid og kolonnestruktur

M65-brochurer er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 2 kolonner.



3F
Titel på dokument

Overskrift 1 ateturing elit bibendum

Brødtekst 9/11,5 pt Net ommo optatia ereium, omnium enihicia dolliquid ulluptaque dolenimus accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, consequae id et, tes magnis serum esequatur loremsi.

Mellemrubrik
Dunti venis doluptiunt, con rerferum, consequae ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiumet preium nonetument ati ut des earchil ipite incipsu sciderc hillaut lia possit rerum il ium ligni re lacipsae.

Lorecaest derum dolorporent, intiaae sincitem ipsuum, ellorib ustiate re nos alis venectur? Duciiss inimoll accunobis nostotatur sit impel illacipsam senditint quo est, comnium ut etur? Bus doluptu sdaest deri.

Dunti venis doluptiunt, con rerferum, consequae ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiumet preium nonetument ati ut des earchil ipite incipsu sciderc hillaut lia possit rerum il ium ligni re lacipsae. accunobis nostotatur sit impel illacipsam senditint enihicia dolliquid ulluptaque dimus accusa.

Billedtekst Mauris sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum.

Net ommo optatia ereium, omnium enihicia dolliquid ulluptaque dolenimus accusa sum ipis alit rest eatem re prori culpa nullabo. Neque sequis et voluptatis volorest, consequae id et, tes magnis serum esequatur. Neque sequis et voluptatis volorest, consequae id et.

Mellemrubrik
Dunti venis doluptiunt, con rerferum, consequae ibusaes comnis debis estis ne etureius idit, sam sitis es eiumet preium nonetument ati ut des earchil ipite incipsu sciderc hillaut lia possit rerum il ium ligni re lacipsae.

Lorecaest derum dolorporent, intiaae sincitem ipsuum, ellorib ustiate re nos alis venectur? Duciiss inimoll accunobis nostotatur sit impel illacipsam.

6
7

Header
Lota Grotisque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort

Første tekstlinje
Start: 29 mm

Overskrift 1
Lota Grotisque Semibold
30/31 pt
3F RØD

Billedtekst
Lota Grotisque Regular
7/9 pt
100 % Sort

Brødtekst
Lota Grotisque Regular
9/11,5 pt
100 % Sort

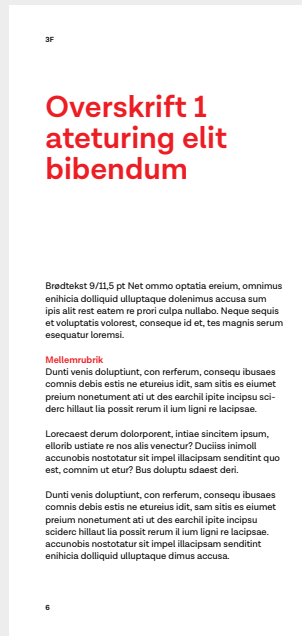
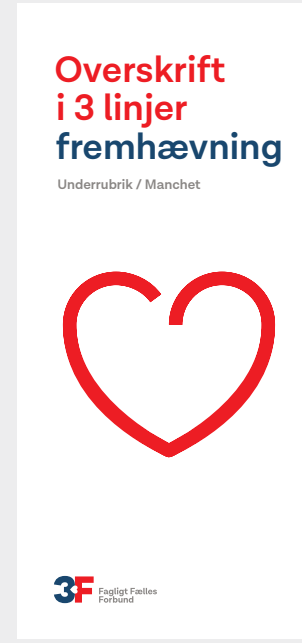
Mellemrubrik
Lota Grotisque SemiBold
9/11,5 pt
3F RØD

Sidste tekstlinje
Slut: 183 mm

Paginerings
Lota Grotisque SemiBold
7/9 pt
100 % Sort

06.02.12 M65-brochure – Inspiration

M65-brochurer indeholder mange forskellige layout-muligheder, når vi tager typografi, billeder og ikoner i brug. Vi kan vælge at bruge disse eksempler som udgangspunkt, når vi går i gang med at arbejde med vores design.



06.03

Storformater

06.03.01 Storformater – Outdoor & plakat

Grid og kolonnestruktur

50*70- og outdoor-plakatformater er alle bygget op omkring samme grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 6 kolonner.

Outdoor (1185x1750 mm)

Margins			
Top:	80 mm	Left:	80 mm
Bottom:	120 mm	Right:	80 mm
Columns			
Number:	6	Gutter:	20 mm

Plakat (50x70 mm)

Margins			
Top:	40 mm	Left:	40 mm
Bottom:	40 mm	Right:	40 mm
Columns			
Number:	6	Gutter:	12 mm



På outdoor-plakater bruger vi logoets sekundær placering. Se sektion 05.03.



Plakat (50x70 mm)

Outdoor (1185x1750 mm)

06.03.02 Storformater – Outdoor & plakat

Få virkemidler, mange muligheder. Inspiration til design af plakater Outdoor og plakater varierer ofte ganske meget både i format og indhold. Ved at kombinere de forskellige designværktøjer har vi mulighed for at skabe et konsistent udtryk. Vi har også masser af visuel frihed.



Eksempel Outdoor (1185x1750 mm) – Ramme

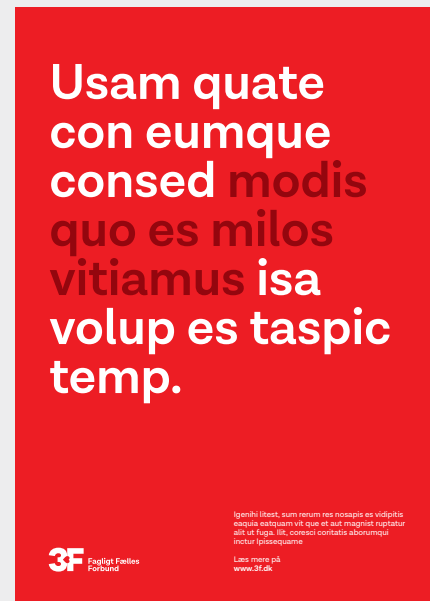


Eksempel Plakat (50x70 mm) – Til kant

Eksempel Outdoor (1185x1750 mm) – Billede til kant



Eksempel Plakat (50x70 mm) – Luftigt



Eksempel Plakat (50x70 mm) – Luftigt

Eksempel Plakat (50x70 mm) – Luftigt

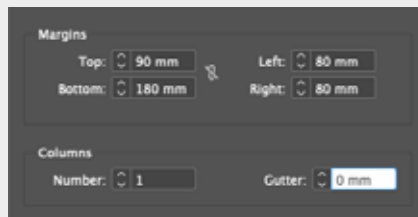


06.03.03 Storformater – Roll-ups

Grid og kolonnestruktur

Standardformatet for roll-ups er bygget op omkring et fast grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 1 kolonne.

Som hovedregel arbejder vi altid med et standard roll-up format, nemlig 850x2000 mm.



Margins

Top:	90 mm	Left:	80 mm
Bottom:	180 mm	Right:	80 mm

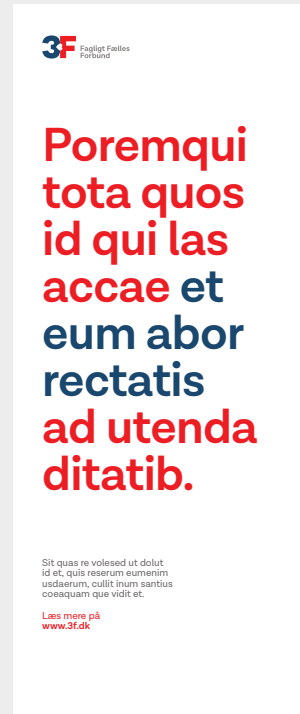
Columns

Number:	1	Gutter:	0 mm
---------	---	---------	------



06.03.04 Storformater – Roll-ups

Få virkemidler, mange muligheder. Inspiration til design af roll-ups. Roll-ups varierer i forhold til indhold og brugshensigt. Ved at kombinere de forskellige designværktøjer er der mulighed for at skabe et konsistent udtryk. Der er også stor visuel frihed.



06.03.05 Storformater – Outdoor – Horisontal

Grid og kolonnestruktur

Standardformatet for horisontale outdoor-bannere er bygget op omkring et fast grid-system. Der arbejdes altid med en placering af indholdet i 4 kolonner.

400x100 cm

Margins			
Top:	11 cm	Left:	11 cm
Bottom:	11 cm	Right:	11 cm
Columns			
Number:	4	Gutter:	5 cm

300x100 cm

Margins			
Top:	11 cm	Left:	11 cm
Bottom:	11 cm	Right:	11 cm
Columns			
Number:	4	Gutter:	5 cm

200x100 cm

Margins			
Top:	9 cm	Left:	9 cm
Bottom:	9 cm	Right:	9 cm
Columns			
Number:	3	Gutter:	5 cm

Din fagforening
er din tryghed
på jobbet.



3F Fagligt Fælles
Forbund

400x100 cm – 4 kolonner

Din fagforening
er din tryghed
på jobbet.



3F Fagligt Fælles
Forbund

300x100 cm – 4 kolonner

Din fagforening
er din tryghed
på jobbet.

Læs mere på www.3f.dk

3F Fagligt Fælles
Forbund

200x100 cm – 3 kolonner

06.03.06 Storformater Outdoor – Horisontal

Outdoor-bannere varierer ofte ganske meget både i format og indhold. Ved at kombinere de forskellige designværktøjer har vi mulighed for at skabe et konsistent udtryk. Vi har også masser af visuel frihed.



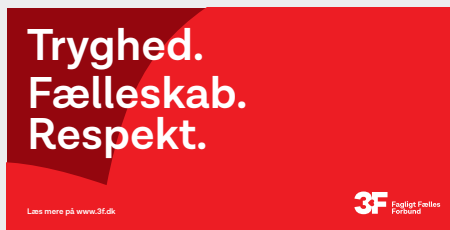
Eksempel 400x100 cm



Eksempel 400x100 cm



Eksempel 300x100 cm



Eksempel 200x100 cm



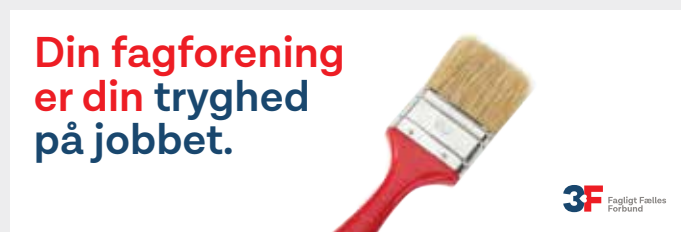
Eksempel 300x100 cm



Eksempel 400x100 cm



Eksempel 200x100 cm



Eksempel 300x100 cm



Eksempel 300x100 cm



Eksempel 200x100 cm

06.04

Annoncer

06.04.01 Annoncer

Annoncerne bør layoutes, så de tager hensyn til indhold og formål. Nedenfor er en oversigt over fire niveauer af annoncer; fra det helt simple til det mere komplekse og indholdstunge.

Niveau 1.

01. Overskrift
02. Billede / Grafik
03. Logo



Niveau 2.

01. Overskrift
02. Billede / Grafik
03. Call to action
03. Logo



Niveau 3.

01. Overskrift
02. Billede / Grafik
03. Brødtekst
04. Call to action
05. Logo



Niveau 4.

01. Overskrift
02. Billede / Grafik
03. Brødtekst
04. Call to action
05. Logo
06. Splash



06.04.02 Eksempler på annoncer

Inspiration til annoncer

Annoncer varierer ofte ganske meget i format og indhold. Ved at kombinere de forskellige designværktøjer har vi mulighed for at skabe et konsistent udtryk, samtidigt med at vi har masser af frihed til visuel leg.

Overskrift i
3 linjer med en
fremhævning

Underrubrik / Manchet

**KUN TIL
INSPIRATION**

Blaudia quo occus quaspl eserrov idernatus
essequatem andignimus eria cuidiae. Atinpicid
expiabo restius dolorro volorum lia a dollentotata
et ent in reritatum harum isin re, experro.

3F Fagligt Fælles
Forbund

Læs mere på
www.3f.dk

Eksempel Annonce A5

3F Fagligt Fælles
Forbund

Er din
arbejdsplads
Danmarks
bedste?

For nogle er det typen af opgaver og det
at have indflydelse på dem. For andre er det
rummeligheden og virksomhedens evne til
skabe en god stemning og give plads til sociale
arrangementer. Og for andre igen kan det være
efteruddannelsesmuligheder.

Indstil din virksomhed på 3f.dk/arbejdsplads18

Min Kandidat

Virksomhedens navn: _____

Begrundelse (vedlagt på særskilt ark): _____

Navn: _____

Telefonnummer: _____ Fødselsdato og år: _____

Adresse: _____

Postnummer: _____ By: _____

Kopieret udfyldt og sendt til Fagligt Forbund SE, Kongensmøllevej 4, 1790 København V, tlf. 4470 4444

Eksempel Annonce A4V

Vi er der for
hinanden,
og for dig.

10%
Rabat på dine
andre forsikringer

3F Fagligt Fælles
Forbund

Sin enhitio, Tem que officidunt dunt lam que
cuptatincius es dolenime prem si non natium
enis es sendi officitat as dest alis suscius
dissi blabo. Neque si doluptae dolest verum
que dolende lant qui ut autat.

Læs mere på
3f.dk

Godt
arbejde
er altid
lønnen
værd

10%
Rabat på dine
forsikringer

**KUN TIL
INSPIRATION**

3F Fagligt Fælles
Forbund

Med ordentlige løn- og arbejdsvilkår
kan vi levere det gode arbejde, som
Danmark skal leve af.

Vær med på godtforalloe.dk

Eksempel Annonce A4 V

06.05

Splash / Faktabokse

06.05.01 Splash / Faktabokse

Når der er behov for at fremhæve specifikke informationer eller budskaber, bruges enten runde splashes eller faktabokse.

Splash



Faktaboks



06.05.02 Sådan laver du en splash

Indhold og rotation

Cirkelns størrelse skal defineres ud fra splashtekstens bredeste linje – og derefter ganges dette tal med 130 % – derved har man cirkelns format. Hvis splashtekstens bredeste linje for eksempel måler 28 mm, så skal cirkelns format være 36,4 mm.

Splashen kan herefter roteres med +/- 7°, hvilket afhænger af placeringen på det enkelte format og sammenspil med den overordnede komposition.

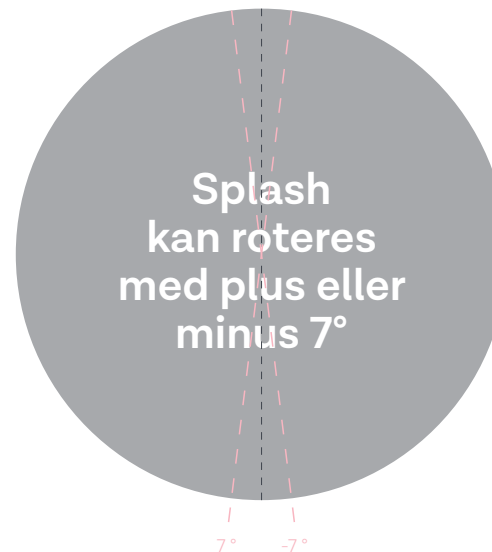
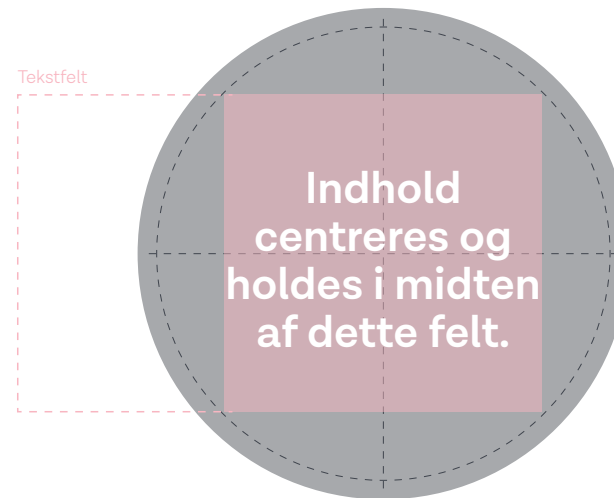
Detaljer

Vi bruger Lota Grotesque SemiBold, som kan variere i størrelse på den enkelte splash. For at lade splashen skille sig mere ud på det givende format, kan vi rotere den.



Vær opmærksom på aldrig at mixe blå tekst på rød baggrund og vice versa.

Detaljer



Farvekombinationer



Rød tekst
med blå



06.05.03 Skalering og placering af splash

Simpel vejledning

For at definere størrelsen på en splash er der et simpelt, men effektivt regelsæt.

A4 = 2 Kolonner
A5 = 1 1/2 Kolonne
Storformater = 1/2 Kolonne

En splash placeres altid hensigtsmæssigt i en komposition, uden at forstyrre motivet i et billede eller grafik og aldrig oven på tekst. Ved overlap på et billede, faktaboks eller ikon er det vigtigt, at overlappet aldrig er mere end 50 % af splashens areal.

Splash er en fleksibel og visuel måde at få fokus på budskaber. Vi bør altid overveje, hvilken rolle splashen spiller i det overordnede layout.

Et teksttungt layout vil kræve en mindre teksttung splash, hvorimod et simpelt layout giver større frihed.

Vigtigst af alt er dog, at vi i splashen holder os til simple og korte budskaber.

Man kan bruge en splash, når man vil fremhæve korte budskaber som fx tilbud, call-to-action eller kontaktinformationer.



Eksempel
Roll-up – Hvid splash

Eksempel
Poster – Rød splash



Eksempel
A4 – Rød splash

Overskrift i 3 linjer med en fremhævning skrives her

Hvid
tekst med
mørkerød

Blauda que occus quaspeleserrov idematus
esequatem andignimus eris cusdae. Atinicipid
explabo restus dolorro volorum lia a dollentotas
et ent in reritatum harum isin re, experro.

Læs mere på
www.3f.dk

3F
Gør dig
stærkere

Eksempel
Poster –
Hvid splash

Overskrift i 3 linjer uden en fremhævning

Underrubrik / Manchet

Rød tekst
med blå

3F
Fagligt Fælles
Forbund

06.05.04 Sådan laver vi en faktaboks

Man kan bruge faktabokse, når man gerne vil fremhæve information og skabe overblik. Faktaboksene skal bruges til at guide læseren igennem relevante informationer på en klar og forståelig måde.

A. Streger

Linjen hjælper med at strukturere indhold og skabe et godt overblik.

Overskrift 3

Brødtekst sagittis commodo las interdum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pel- lentesque a, dictum et risus. Cras euismod imperdiet augue lomis. Onectem nonsed quam enis et aut quae sapitium dolut faceperia pe nat. Inulpa nectur sim quae pis nim laut ut quod maxim landaecus, nisimi, cullendit fuga. Erespiciis dio dellibus ulparun timosnu.

B. Fyld

En flade af en af vores sekundære farver. Denne skal dog passe til den givne publikation.

Overskrift 3

Brødtekt sagittis como interdum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel euismod imperdiet augueestiam et quamet fuga. Luptat esed utectat plant velent fugia accaborunt qui aut et ad quam. Olenda et officur, volorecum fugit unt et aut aut om- nis ut quunt ul.

A. Streger

Linjen hjælper med at strukturere indhold og skabe et godt overblik. Her i primær rød.

Overskrift 3

Brødtekst sagittis commodo las interdum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pel- lentesque a, dictum et risus. Cras euismod imperdiet augue lomis. Onectem nonsed quam enis et aut quae sapitium dolut faceperia pe nat. Inulpa nectur sim quae pis nim laut ut quod maxim landaecus, nisimi, cullendit fuga. Erespiciis dio dellibus ulparun timosnu.

B. Fyld

En flade af en af vores sekundære farver. Denne skal dog passe til den givne publikation.

Overskrift 3

Brødtekt sagittis como interdum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel euismod imperdiet augue, sed Sam ipsanda aut harchil mil incia estiam et quamet fuga. Luptat esed ute- ctat plant velent fugia accaborunt qui aut et ad quam.

06.05.05 Faktaboks - Inspiration

Der er ikke en primær version af faktabokse. Tag derfor højde for, hvordan de bedst integreres i et dynamisk layout.

Eksempel A4

Overskrift 3
Lørem ipsum

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Overskrift 1
ctetur adipiscing elit
bendum

Overskrift 3

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Budi sapiopio expi edo alih lomi lorem

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Overskrift 3 med tekst

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Sum quidit usdane nos ut

2.500

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Overskrift 3 med tekst

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Budi sapiopio expi edo alih lomi lorem amen Usdae earum

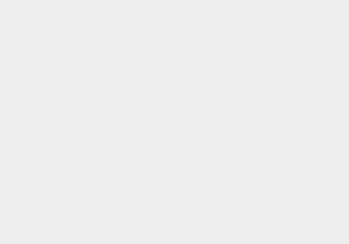
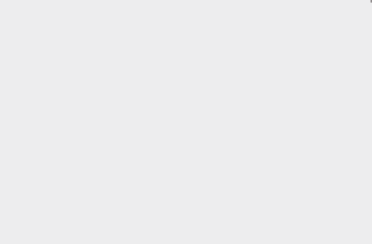
Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Overskrift 3 med tekst

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.



Overskrift 1
ctetur adipiscing elit
bendum

Overskrift 3

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Overskrift 1
ctetur adipiscing elit
bendum

Overskrift 3

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Overskrift 1
ctetur adipiscing elit
bendum

Overskrift 3

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Budi sapiopio expi edo alih lomi lorem amen Usdae earum

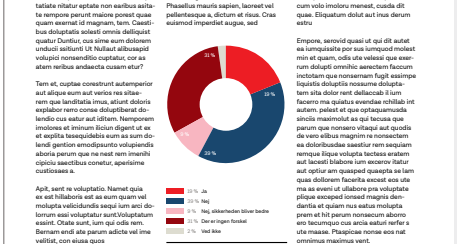
Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Overskrift 3 med tekst

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.



Overskrift 1
ctetur adipiscing elit
bendum

Overskrift 3

Beidat Consectat adipiscing elit. Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

Mellumvobis
Nisi tristique pharetra dapibus. Neque nibh blandium quam. Pura suscipit proinero libero scelerisque blandium.

06.06

Co-branding

06.06.01 Co-branding – Advertorials

Anvendelse

Vi bruger advertorials, når vores kommunikation i eksterne medier skal have mere plads, end man typisk har i en almindelig annonce eller lignende format.

Fordelen med advertorials er, at vi kan kommunikere mere nuanceret og med større indlevelse end ved konventionelle reklameformater.

Udtryk

Layout og indhold på en advertorial skal ligne de redaktionelle artikler i den pågældende publikation. Dog skal en advertorial altid adskille sig, så den klart bliver opfattet som en reklame uanset dens form og placering.

ANNOUNCE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia

Announce for xxx
Fote: xxx

aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam

ANNOUNCE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

- 1 Lorem ipsum dolors itadipiscing elit, sed amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in ream, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
- 2 Lorem ipsum dolors itadipiscing elit, sed amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in re
- 3 Lorem ipsum dolors itadipiscing elit, sed amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in re
- 4 Lorem ipsum dolors itadipiscing elit, sed amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in re
- 5 Lorem ipsum dolors itadipiscing elit, sed amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in re
- 2 Lorem ipsum dolors itadipiscing elit, sed amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in re

06.06.02 Advertorials – Grundprincip

For at sikre en ensretning i vores identitet har vi defineret et sæt vejledende principper, man skal overholde, når vi udformer advertorials.

1.

Layoutsystem

Annoncen skal følge magasinet's layoutsystem.

2.

“Annonce” header

“Annonce”, “Reklame” eller “Sponsoreret” skal altid fremgå i venstre og højre header.

3.

3F logo

3F's primær logo skal altid placeres i nederste højre hjørne.

4.

Brug af farver

Der må maks. bruges to farvekombinationer (dog ikke 3F's primær rød og blå). Farverne lægger sig op ad et advertorial tema eller magasinet's egne farver.

5.

Overskrifter

Overskrifter skal altid være i 3F's Lota Grotesque Bold.

6.

Brødtekst

Brødteksten skal altid være i 3F's Lota Grotesque Regular.

7.

Billeder

Brug 3F billeder og billedprincipper.

8.

Afsender

Gør tydelig opmærksom på afsender ved at skrive “Annonce for 3F” i starten af brødtekst.

06.06.03 Advertorials – Inspiration 01

Eksempel

Annoncen til højre er et eksempel på, hvordan man følger magasinets layoutsystem. Se original layout af Altinget nede i venstre hjørne.

Når vi udformer advertorials i magasiner, se altid på, hvilke virkemidler, der bruges i det eksisterende layout. For eksempel en infoboks i grå, en streg som header og footer – og en linje at indramme tekststykket med.

Vær opmærksom på altid at lave en tydelig markering af "annonce" – både som header og som afsender under manchetten.

Altinget layout



Eksempel 01 på udformning af advertorial

- Header
Tydelig markering af "annonce"
- Overskrifter
Brug af Lota Grotesque i overskrifter
- Layout
Brug af magasinets layout-system
- Manchet
Brug af Lota Grotesque i manchetter
- Annoncering
Tydelig markering af "annonce"
- Bredtækt
Brug af Lota Grotesque i bredtæksten

ANNONCE

Danmark på stærk platform for fair og grøn transport

20 år med øget social dumping på vejene er afløst af fælles fodslag fra politikere, erhvervsliv og fagbevægelse for en styrket, fair og grøn transportsektor. EU's vejpakke, Padborg-loven og øget kontrol kan sikre en fair transportbranche, der giver Danmark en stærk platform for grøn omstilling på vejen ud af corona-krisen.

Annonce for 3F
Foto: 3F

Filippiske chauffører til 15 kroner i timen. Månedlange ophold i førerhuset. Usætt liv på rasteplasserne. Transportbranchen har fået et stadigt mere bro-gæt ansigt med synlige ar fra snyd, social dumping og grænseles spekulation.

Heldigvis har politikere, erhvervsliv og fagbevægelse de seneste år vedtaget nye stærke initiativer, der tager et fælles opger med tingenes tilstand. Især med tre tiltag:

- EU's vejpakke, der sikrer mere fair konkurrence, strammere cabotage-regler, eget fælles kontrol og krav om at udenlandske lastbiler skal retur til hjemlandet hver 8. uge.
- Padborg-loven, der i skrivende stund er ved at blive vedtaget af et meget bredt flertal i Folketinget. Den spiller sammen med EU's vejpakke og stiller krav om dansk løn til udenlandske chauffører, der kører gods og passagerer i Danmark.
- Øgede midler på finansloven, der sikrer mere kontrol og bedre hånd-hævelse. Både i forhold til ulovlig piratkørsel, danske lønninger og sikring af chaufførernes hviletid.

De mange tiltag hæver bunden i en trængt transportsektor. Det er flot og nødvendigt, at politikerne har taget fælles ansvar. De har lyttet, og de har handlet, og det gælder både et bredt samarbejde på Christiansborg og i Europa-Parlamentet. Det er på den måde, vi sikrer brugbare og konkrete løsninger for almindelige transportarbejdere. Det vil jeg gerne sige stor tak for, siger Jan Villadsen, formand for 3F Transport.

De fælles fodslag har sat Danmark i en gunstig position for at udbygge en fair transportsektor på vejen ud af corona-krisen. Dansk transport har fået en stærk platform i forhold til den grønne omstilling, som bliver helt afgørende i de kommende år.

3F Transport fremhæver især fem pejlemærker, som helt centrale for omstillingen til en mere grøn, klima-venlig og bæredygtig fremtid i hele transportkæden – fra virksomheder og ansatte til kunder og borgere. Stærke pejlemærker er nødvendige for at nå regeringens og Folketingets mål om, at Danmark reducerer sit udslip af CO2 med 70 procent inden 2030. Alene transportsektoren står for godt 28 procent af det danske CO2-udslip.

ANNONCE



5 Pejlemærker for grøn transport

- 1 Intelligente og grønne afgifter med social balance**
Intelligente og grønne afgifter med den rette sociale profil kan sikre flere gevinster. Støj og luftforurening mindskes, trængslen reduceres kraftigt, samtidig med at CO2-udledningerne ved vejtransport reduceres betydeligt. En omlægning af de eksisterende afgifter til betaling per kørt kilometer bør, kombineret med CO2-afgifter, være krumtappen i en ny dansk transportpolitik.
- 2 Grønne investeringer i infrastrukturen**
En stærk bæredygtig infrastruktur i Danmark er en afgørende forudsætning for at tiltrække virksomheder og skabe vækst i hele landet. Bæredygtig infrastruktur, som afhjælper trængsels- og klimaproblemerne, skal bæres af investeringer, der sikrer fleksibel adgang for alle til en sammenhængende kollektiv transport og fremmer omstillingen til den mest klimavenlige transportform.

- 3 Ny satsning på kollektiv transport**
Den kollektive transport bør styrkes og sammenføres med et intelligent afgiftssystem, parkeringsmuligheder uden for storbyerne og anden infrastruktur, der fremmer kollektiv transport via bedre muligheder for at koble privat og kollektiv transport.
- 4 Inddragelse og opgradering af ansatte og virksomheder**
Måltrettet og fremtidsrettet uddannelse til transportbranchens ansatte skal imødekomme den teknologiske udvikling og fremtidens øgede krav til bæredygtig transport. Uddannelse og opkvalificering er både en gevinst for den enkelte og for samfundsekonominen.
- 5 Fortsat sikre fair, lige og grøn konkurrence**
Fair konkurrence, anstændige job og lige vilkår på danske og europæiske landeveje er afgørende for en fremtid med en bæredygtig transportsektor. Derfor er stærke regler kombineret med solid kontrol og fremme af sund forretningsmoral fortsat en afgørende investering i dansk transport og bidrager til at sikre, at alle FN's 17 verdensmål for bæredygtighed præger omstillingen af dansk transport.

3F Fagligt Fælles Forbund

Billeder
Brug af 3F billeder

Logo
Tydelig 3F logo i nederste højre hjørne

Billedtekst
Mauris sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pellentesque a, dictum et risus. Aliquam ut dui urna.

06.06.04 Advertorials – Inspiration 02

Eksempel

Annoncen, vi ser til højre, er et eksempel på, hvordan man følger magasinet layoutsystem, og hvordan man bruger magasinet eller temaets farver i overskrifter (i 3F's font). Se original layout af HKF nede i venstre hjørne.

Når vi udformer advertorials i magasiner, se altid på, hvilke virkemidler, der bruges i det eksisterende layout. For eksempel en infoboks i grå, en streg som header og footer – og en linje at indramme tekststykket med.

Vær opmærksom på altid at lave en tydelig markering af "annonce" – både som header og som afsender under manchetten.

HKF Mester layout



Eksempel 02 på udformning af advertorial

- Header
Tydelig markering af "annonce"
- Manchet
Brug af Lota Grotesque i manchetter
- Overskrifter
Brug af Lota Grotesque i overskrifter
- Layout
Brug af magasinet layout-system
- Annoncering
Tydelig markering af "annonce"
- Brødtekst
Brug af Lota Grotesque i brødteksten

ANNONCE

20 år med øget social dumping på vejene er afløst af fælles fodslag fra politikere, erhvervsliv og fagbevægelse for en styrket, fair og grøn transportsektor. EU's vejpakke, Padborg-loven og øget kontrol kan sikre en fair transportbranche, der giver Danmark en stærk platform for grøn omstilling på vejen ud af corona-krisen.

Danmark på stærk platform for fair og grøn transport

Announce for 3F
Foto: 3F

Filippinske chauffører til 15 kroner i timen. Månedlange ophold i ferierhuset. Usælt liv på rasteplasserne. Transportbranchen har fået et stadigt mere broget ansigt med synlige ar fra snyd, social dumping og grænseløse spekulation.

Heldigvis har politikere, erhvervsliv og fagbevægelse de seneste år vedtaget nye stærke initiativer, der tager et fælles opgør med tingenes tilstand. Især med tre tiltag:

- EU's vejpakke, der sikrer mere fair konkurrence, strammere cabotage-regler, øget fælles kontrol og krav om at udenlandske lastbiler skal retur til hjemlandet hver 8. uge.
- Padborg-loven, der i skrivende stund er ved at blive vedtaget af et meget bredt flertal i Folketinget. Den spiller sammen med EU's vejpakke og stiller krav om dansk løn til udenlandske chauffører, der kører gods og passagerer i Danmark.
- Øgede midler på finansloven, der sikrer mere kontrol. Både i forhold til ulovlig piratkørsel, danske lønninger og sikring af chaufførernes hviletid. De mange tiltag hæver bunden i en trængt transportsektor.

Det er flot og nødvendigt, at politikerne har taget fælles ansvar. De har lyttet, og de har handlet, og det gælder både et bredt samarbejde på Christiansborg og i Europa-Parlamentet. Det er på den måde, vi sikrer brugbare og konkrete løsninger for almindelige transportarbejdere. Det vil jeg gerne sige stor tak for, siger Jan Villadsen, formand for 3F Transport.

De fælles fodslag har sat Danmark i en gunstig position for at udbygge en fair transportsektor på vejen ud af corona-krisen. Dansk transport har fået en stærk platform i forhold til den grønne omstilling, som bliver helt afgørende i de kommende år.

3F Transport fremhæver især fem pejlemærker, som helt centrale for omstillingen til en mere grøn, klima-venlig og bæredygtig fremtid i hele transportkæden – fra virksomheder og ansatte til kunder og borgere. Stærke pejlemærker er nødvendige for at nå regeringens og Folketingets mål om, at Danmark reducerer sit udslip af CO2 med 70 procent inden 2030. Alene transportsektoren står for godt 28 procent af det danske CO2-udslip.



5 Pejlemærker for grøn transport

- 1 Intelligent og grønne afgifter**
Med social balance intelligente og grønne afgifter med den rette sociale profil kan sikre flere gevinster. Støj og luftforurening mindkes, trængslen reduceres kraftigt, samtidig med at CO2-udledningerne ved vejtransport reduceres betydeligt. En omlægning af de eksisterende afgifter til betaling per kørt kilometer bør, kombineret med CO2-afgifter, være krumtappen i en ny dansk transportpolitik.
- 2 Grønne investeringer i infrastrukturen**
En stærk bæredygtig infrastruktur i Danmark er en

afgørende forudsætning for at tiltrække virksomheder og skabe vækst i hele landet. Bæredygtig infrastruktur, som affjælder trængsels- og klimaproblemerne, skal bæres af investeringer, der sikrer fleksibel adgang for alle til en sammenhængende kollektiv transport og fremmer omstillingen til den mest klimavenlige transportform.

- 3 Ny satsning på kollektiv transport**
Den kollektive transport bør styrkes og sammenlægges med et intelligent afgiftssystem, parkeringsmuligheder uden for storbyerne og anden infrastruktur, der fremmer kollektiv transport via bedre muligheder for at koble privat og kollektiv transport.

- 4 Inddragelse og opgradering af ansatte og virksomheder**
Måltrettet og fremtidsrettet uddannelse til transportbranchens ansatte skal imødekomme den teknologiske udvikling og fremtidens øgede krav til bæredygtig transport. Uddannelse og opkvalificering er både en gevinst for den enkelte og for samfundsekonomin.
- 5 Fortsat sikre fair, lige og grøn konkurrence**
Fair konkurrence, anstændige job og lige vilkår på danske og europæiske landeveje er afgørende for en fremtid med en bæredygtig transportsektor. Derfor er stærke regler kombineret med solid kontrol og fremme af sund

forretningsmoral fortsat en afgørende investering i dansk transport og bidrager til at sikre, at alle FN's 17 verdensmål for bæredygtighed præger omstillingen af dansk transport.

Billeder
Brug af 3F billeder

Logo
Tydelig 3F logo i nederste højre hjørne



06.06.05 Co-Branding – Samarbejdspartnere – Grundprincip

Logoplacering

Når vi arbejder med co-branding, placerer vi altid logoet i vores sekundære logoplacering, som er i øverste venstre hjørne.

Samarbejdspartner(e)

Når vores logo er placeret, kan vi placere vores samarbejdspartnerlogo. Dette gøres i modsatte hjørne vertikalt, altså nederste venstre hjørne.

Størrelsen på dette logo afhænger af samarbejdets karakter. Se de følgende sider.



06.06.06 Co-Branding – Samarbejdspartnere – Hierarki

Niveau 01. Ligevægtigt samarbejdsforhold (50/50)



3F Fagligt Fælles Forbund

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna domingo.

HORESTA

Niveau 02. Besøg af en samarbejdspartner (30/70)




3F Fagligt Fælles Forbund

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna domingo.

HORESTA

Niveau 03. Gæst i andres univers (20/80)



Forsikringen er et tilbud

Det er naturligvis frivilligt, om du vil være med i forbundets fritidsulykkesforsikring. Ønsker du at være omfattet af forsikringen, skal du ikke foretage dig yderligere.

Ønsker du derimod ikke at være omfattet af forsikringen, har du mulighed for at vælge at sige "nej tak".

Fortryder du senere dit nej, skal du være opmærksom på, at du skal kunne afgive tilfredsstillende helbreds-oplysninger for at komme med i ordningen.

Har du spørgsmål vedrørende fritidsulykkesforsikringen, kan du henvende dig til din lokale afdeling eller direkte til: ALKA forsikring på telefon 70 12 14 16.

alka

Alka Forsikring
Engsholm Allé 1, Høje Taastrup
DK-2630 Taastrup

Telefon 70 12 14 16
alka@alka.dk
www.alka.dk

3F Fagligt Fælles Forbund

06.06.07 Niveau 01. Ligevægtigt samarbejdsforhold

1. Ligevægtige samarbejdspartnere

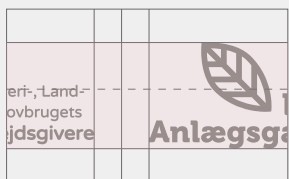
Når 3F indgår i et ligeværdigt samarbejde, holder partnerlogo samme størrelse som vores eget logo.

2. Besøg af en række af samarbejdspartnere

Når 3F samarbejder med mere end én samarbejdspartner, placeres de pågældende partnere i en række fra venstre side.

Afstand

For at sikre hensigtsmæssig plads imellem partnerne lader vi bredden af grundstammen i "F"et i vores logo (kaldet Y) bestemme vores minimumsafstand. Mere præcist tager vi 2Y-afstande imellem de forskellige logoer.



Y Y



Se sektion 03.01, hvor opbygningen af logoet bliver yderligere beskrevet, og Y-afstand bliver forklaret.

1. Én ligeværdig samarbejdspartner



2. Flere ligeværdige samarbejdspartnere



06.06.08 Niveau 02. Besøg af en samarbejdspartner

Når 3F har en samarbejdspartner, som ikke er ligevægtig, placeres denne i nederste venstre hjørne i reduceret størrelse; samme højde som fra bunden af 3F-symbolet til toppen af navnetrækket.

Besøg i vores univers

Når 3F har en samarbejdspartner, som ikke er ligevægtig, placeres denne i nederste venstre hjørne i reduceret størrelse; samme højde som fra bunden af 3F symbolet til toppen af navnetrækket.

Besøg af en række af samarbejdspartnere

Når 3F samarbejder med mere end én samarbejdspartner, placeres de pågældende partnere i en række fra venstre side. Hvis der er mange, kan man blive nødt til at stable dem, som eksemplet viser til højre.

Afstand

For at sikre hensigtsmæssig plads imellem partnerne lader vi bredden af grundstammen i "Fet" i vores logo (kaldet Y) bestemme vores minimumsafstand. Mere præcist tager vi 2Y-afstande imellem de forskellige logoer.

Besøg i vores univers



Besøg af en række af samarbejdspartnere



06.06.09 Niveau 03. Gæst i andres univers

Besøg i andres univers

Når 3F er gæster i andres universer, følger vi den pågældende samarbejdspartners guideline (fx Alka). Vi insisterer på, at reglerne om minimumsafstand og brug af logo bliver overholdt, således at størrelse, afstande og farver fremstår korrekt.

Gæst i andres univers, eksempelvis Alka's (bagside)

Forsikringen er et tilbud

Det er naturligvis frivilligt, om du vil være med i forbundets fritidsulykkesforsikring. Ønsker du at være omfattet af forsikringen, skal du ikke foretage dig yderligere.

Ønsker du derimod ikke at være omfattet af forsikringen, har du mulighed for at vælge at sige "nej tak".

Fortryder du senere dit nej, skal du være opmærksom på, at du skal kunne afgive tilfredsstillende helbreds-oplysninger for at komme med i ordningen.

Har du spørgsmål vedrørende fritidsulykkesforsikringen, kan du henvende dig til din lokale afdeling eller direkte til: ALKA forsikring på telefon 70 12 14 16.



Alka Forsikring
Engelholm Allé 1, Høje Taastrup
DK-2630 Taastrup

Telefon 70 12 14 16

alka@alka.dk
www.alka.dk



Gæst i andres univers, eksempelvis Alka's (plakat)




Saml din elektronikforsikring
hos Alka og spar 20%

Es modo doming laboramus vis est an graece disserivet adversarum solent prompta postularit pro. Adhuc venear nreprehendunt qui eu eu karmyous inbellegat, ut vim statas. prouper aadre utamur sui partitacio definitionem forem ipsium novum.

SE MERE PÅ ALKA.DK ELLER RING 70 12 14 16



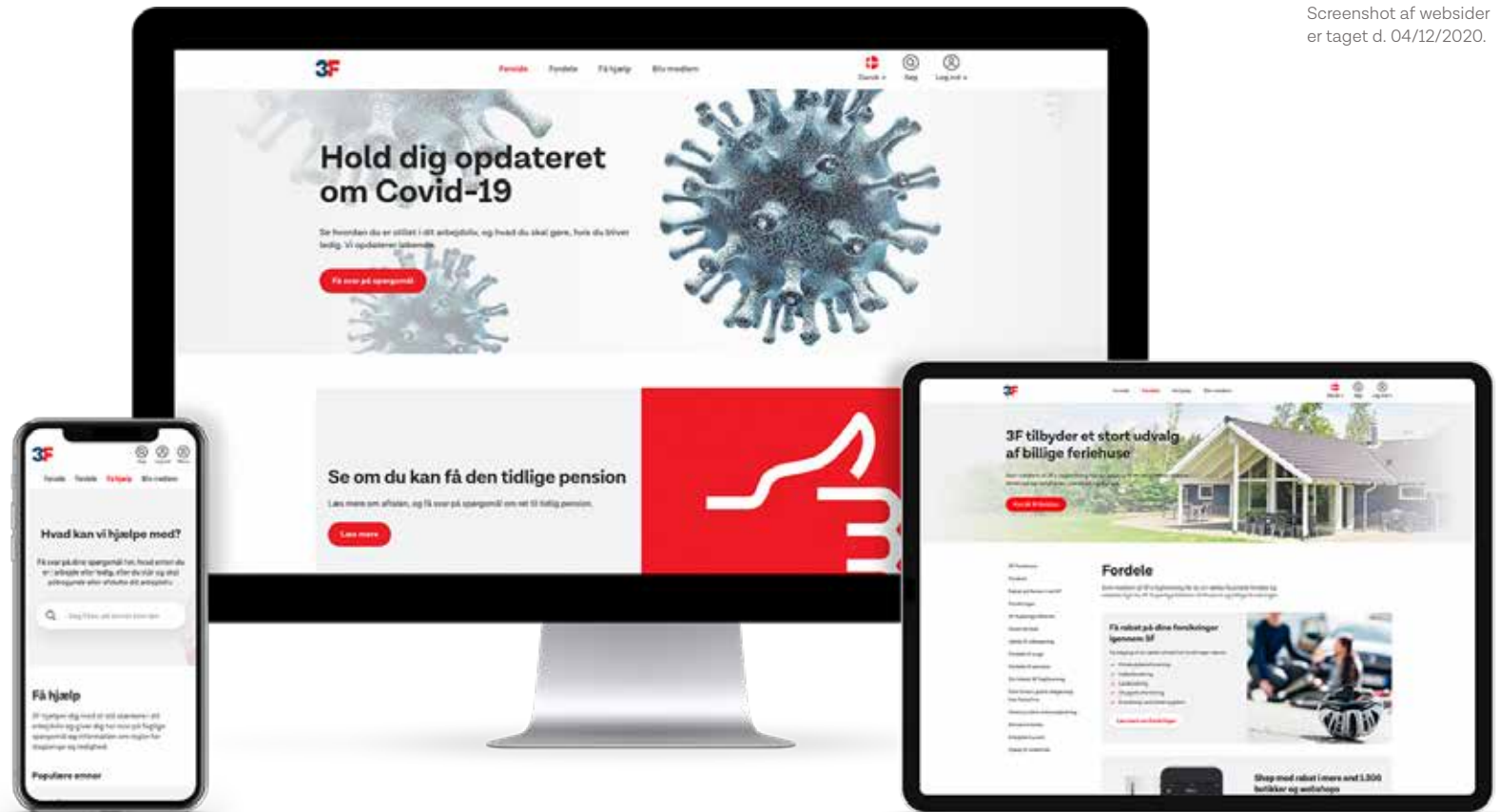

Se sektion 03.01.07 om minimums-afstande omkring vores logo.

06.07

Digital

06.07.01 Hjemmesiden

Hjemmesiden er, hvor vi har hovedparten af vores daglige interaktion med vores brugere. Det er vigtigt, at hjemmesiden er nem at navigere – og at de besøgende kan finde den information, de er på udkig efter.

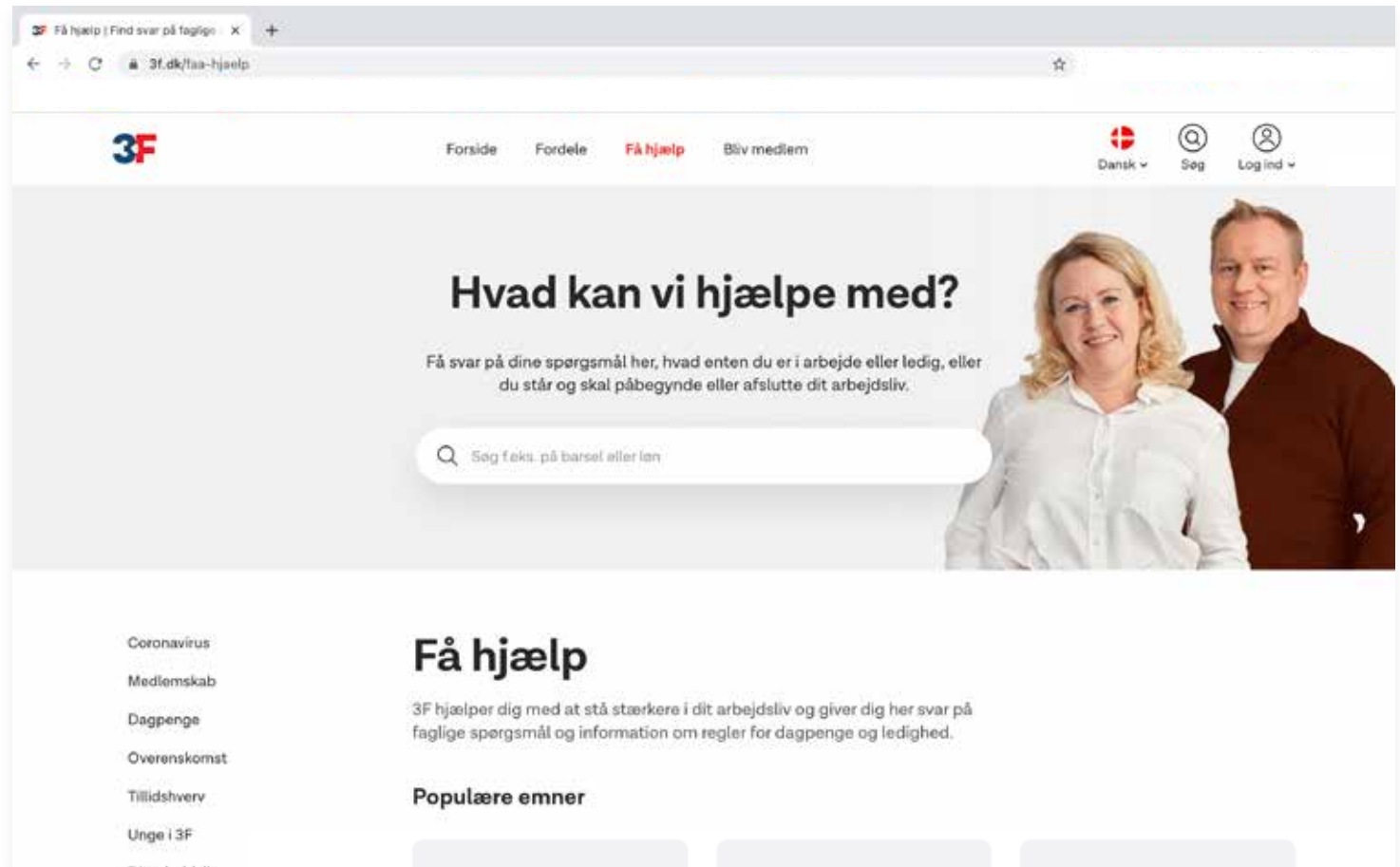


Screenshot af websider er taget d. 04/12/2020.

06.07.02 Hero-Modul

Hero-modulet fungerer som en introduktion til indholdet på den pågældende webside.

Hero-modulets primære funktion er at inspirere brugeren til at udforske siderne yderligere og at kommunikere aktuelle temaer. Modulet skal derfor holdes simpelt og overskueligt uden for meget indhold.



06.07.03 Hero-Modul

Hero-modulet ligger i toppen af en side og findes i to størrelser: Stor og Lille. Hero-modulet har en fast minimumshøjde og kan vokse i højden afhængigt af indhold.

Hero Modulet kan indeholde:

Overskrift

Paragraf

Call to Action: Primær Knap og Søgning

Stor Hero

Bruges på hovedsiderne "Forside", "Fordele", "Bliv medlem" og "Få hjælp".

Lille Hero

Bruges på undersider (lille Hero er lavere i højden).

Hero Modul – Venstreplaceret kommunikation



Hero Modul – Centreret kommunikation



Hero Modul – Gradient



Hero Modul – Split – Kommunikation og billede



Hero Modul – Split – Kommunikation og Vimeo



Hero Modul – Split – Kommunikation og YouTube



06.07.04 Forkert brug af Hero-Modul

Hero-modulet skal være let at afkode og skal derfor holdes så simpelt som muligt. Derfor er det vigtigt, at området med tekst og knapper bliver holdt fri fra underliggende grafik.

Baggrundsgrafik

Hold grafikken eller billedet i Hero-modulet så simpelt som muligt.

Tekst

Hold teksten i overskrift og paragraf kort og præcis. Kommunikationen i Hero-modulet skal være nem at forholde sig til og præcis.

Knapper og links

Minimer antallet af knapper til maksimalt to, men brug gerne kun én knap i Hero-modulet.

Vær forsigtig med for meget luft mellem baggrundsbillede og kommunikation



Baggrundsbilledet skal ikke være bagved kommunikation



Baggrundsbilledet skal være 100 % opacitet



lærling eller elev

Det koster kun 65 kroner om måneden at blive medlem af 3F, hvis du er elev eller lærling på almindelig elevløb.

[Bliv medlem af 3F](#)

06.07.05 Hero Modul – Inspiration

Hvad kan vi hjælpe med?

Få svar på dine spørgsmål her, hvad enten du er i arbejde eller ledig, eller du står og skal påbegynde eller afslutte dit arbejdsliv.

Bliv en del af Danmarks stærkeste fagforening

Som medlem af 3F er du en del af et fællesskab, der sikrer gode løn- og arbejdsvilkår. 3F har overenskomster på flere arbejdspladser end nogen anden fagforening.

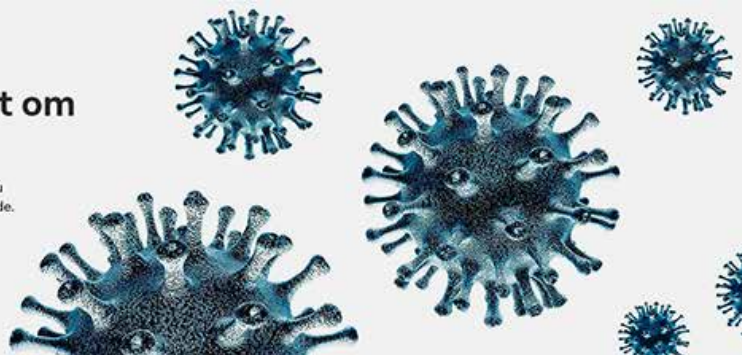
[Bliv medlem af 3F](#)

[Se alle fordelene](#)

Hold dig opdateret om COVID-19

Se hvordan du er stillet i dit arbejdsliv, og hvad du skal gøre, hvis du bliver ledig. Vi opdaterer løbende.

[Få svar på spørgsmål](#)



06.07.06 Cards

Cards bruges til at adskille indhold på 3F-hjemmesiden. Cards er et stærkt redskab, vi kan bruge til at differentiere indhold og skabe fokus.

Farvede Cards

Disse bør kun anvendes ved kampagner eller anden type indhold, hvor behovet for opmærksomhed er særligt stort. Det kan eks. være "Det er nu, du skal stemme om din overenskomst". Jo flere farvede Cards, der er på hjemmesiden, desto mindre iøjnefaldende er de.



Medlemskab

3F sikrer dine løn- og arbejdsforhold og hjælper dig, hvis der opstår problemer.

Se om du kan få den tidlige pension

Læs mere om aftalen, og få svar på spørgsmål om ret til tidlig pension.

[Læs mere](#)




Får du den rigtige løn? Få et gratis løntjek

Mere end halvdelen af alle danskere har oplevet, at der var fejl i deres lønseddel. Få et gratis løntjek i din 3F fagforening. Så sikrer vi, at du får den løn, du har krav på.

[Bestil løntjek](#)



Opret testamente og andre juridiske dokumenter

På Testaviva.dk kan du som medlem af 3F's fagforening oprette et juridisk gyldigt testamente. Du kan også få op til fem timers gratis rådgivning fra Testavivas jurister.

[Læs mere](#)



Få personlig og juridisk rådgivning

Som medlem af 3F's fagforening kan du få gratis juridisk vejledning, også om private forhold som skilsmisse, arv og testamente. Der kan være områder, som er undtaget i den enkelte afdeling.

[Spørg advokaten](#)



Masser af fordele med 3F

Som medlem af 3F får du mange gode fordele og rabatter

- ✓ Rabat på dine forsikringer
- ✓ Rabat i mere end 1.300 butikker og webshops
- ✓ Fri adgang til 3F Superlige
- ✓ Gratis løntjek
- ✓ Gratis juridisk vejledning
- ✓ Gratis oprettelse af testamente
- ✓ Billige 3F feriehuse i Danmark og Europa
- ✓ Og meget mere...

[Se alle fordele](#)



Helligdage

I løbet af året er der nogen særlige fridage, hvor du kan have ret til at holde fri. Se alle helligdage her.

06.07.07 Oversigt over Cards

Niveau 01 – Indhold, der skal prioriteres visuelt



Niveau 02 – Dynamisk Card, der kan bruges med billeder, video og illustrationer



Niveau 03 – Ligestillet indhold, der har samme prioritet



Niveau 04 – Ligestillet indhold, der har samme prioritet



Niveau 05 – Funktionelt indhold. Kan indeholde op til tre knapper og links.



06.07.08 Sammensætning af Cards

Brugen af Cards er meget fleksibel og bør sammensættes på forskellige måder så ofte som muligt. Det giver dynamik og forskellighed til de individuelle websider.

Vi skal så vidt som muligt undgå at duplikere Card-sammensætninger, når vi kan.

Fokus på rækkefølgen

For at skabe et genkendeligt flow på de forskellige sider, er det vigtigt, at rækkefølgen på Cards bliver brugt konsistent.

Så vidt som muligt starter man med Niveau 01 og benytter sig af de efterfølgende niveauer. Hvis en underside ikke starter med Niveau 01, starter man i stedet med det næste niveau i rækken, som passer til indholdet. Derefter er det vigtigt, at det næste niveau, man bruger, er et af de efterfølgende niveauer i hierarkiet.

Sammensætning v01



Niveau 01



Niveau 02



Niveau 03



Niveau 04



Niveau 05



Sammensætning v02



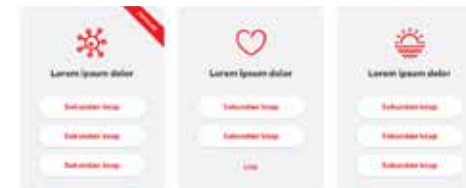
Niveau 01



Niveau 02



Niveau 03



Niveau 01



Niveau 02



06.07.09 Cards – Inspiration



Medlemskab
3F sikrer dine løn- og arbejdsforhold og hjælper dig, hvis der opstår problemer



REKVISIT

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam arcu turpis, posuere fringilla sagittis eu, pharetra quis augue. Aliquam ac risa ac felis vestibulum laoreet.

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam arcu turpis, posuere fringilla sagittis eu, pharetra quis augue. Aliquam ac risa ac felis vestibulum laoreet.

Primær knap



Feriehuse
Som medlem af 3F's fagforening kan du leje et 3F Feriehus i Danmark eller Europa.

Find dit feriehus



Folkeferie
Spar mindst 300 kroner pr. person på Mellieha Holiday Centre på Malta hos Folkeferie.dk, som medlem af 3F's fagforening.

Læs mere



Din lokale 3F fagforening
Her kan du altid få hjælp af lokale eksperter, som kender dit fag og dit nærområde.

Læs mere

3F er for lærlinge, elever og fritidsjobbere

3F forhandler din løn og hjælper dig med at stå stærkere, når du er lærling, elev eller fritidsjobber. Læs mere og bliv medlem i dag.

Meld dig ind her



Som ung i 3F har du adgang til en række gode fordele

Gennem dit medlemskab har du som lærling, elev og fritidsjobber adgang til en række gode fordele. Din lokale 3F fagforening står selvfølgelig også altid klar til at hjælpe dig og svare på spørgsmål.

Se fordelene her

06.07.10 Knapper og links

3F knapper består af 2 sæt primære- og sekundære knapper.

Røde knapper

Disse bruges til salg og fastholdelse på 3f.dk.

Blå knapper

Disse bruges på Mit3F og selvbetjening.

Røde knapper – Salg, fastholdelse



Blå knapper – Funktion, selvbetjening –
Bruges primært på Mit3F



Knapikoner – Ikoner indsættes automatisk på knapper, der har parametret sc_locked eller taget_



Størrelser – Small – Bruges bl.a. i footer og datatabel



Størrelser – Default – Bruges bl.a. i Cards og Hero
Small



Størrelser – Big – Bruges i Hero Headers



Link Button – Disse er bold og har et ikon foran sig.



Links – Links kan forekomme i 3 farver, Primary, Secondary og Dark.



06.07.11 Brugen af knapper og links

3F knapper består af 2 sæt primære- og sekundære knapper.

Røde knapper

Disse bruges til salg og fastholdelse på 3f.dk.

Blå knapper

Disse bruges på Mit3F og selvbetjening.

Når 2 knapper står sammen, er den ene altid primær, og den anden sekundær. Den primære knap skal altid være den første.



Links kan bruges sammen med knapper, men vil altid være sekundær.



Når 2 knapper står sammen, er den ene altid primær, og den anden sekundær. Den primære knap skal altid være den første.



Links må gerne bruges sammen med knapper som et sekundært valg.



Store knapper bruges i store heros primært på hovedsiderne "Forside", "Fordele" og "Bliv medlem".



Små knapper bruges, hvor der er særligt trængt med pladsen, såsom i tabeller eller i footeren.

5 JUL	Pls Kyll fylder 60 år	For alle	Ikke flere pladser
16 JUL	Kom til middag med borgmesteren	For medlemmer	Tilmeld
24 JUL	Tirsdag: Forældre til ordblinde	For medlemmer	Tilmeld
3 AUG	Sangaften med Erik Grip	For alle	Ikke flere pladser
15 AUG	3F Kåstrup generalforsamling	For medlemmer	Ikke flere pladser

06.07.12 Forkert brug af knapper og links

Knapper og links kan sammensættes og bruges på mange forskellige måder. For at fastholde konsistens er det derfor vigtigt, at hierarkiet bliver overholdt, når knapper og links sammensættes.

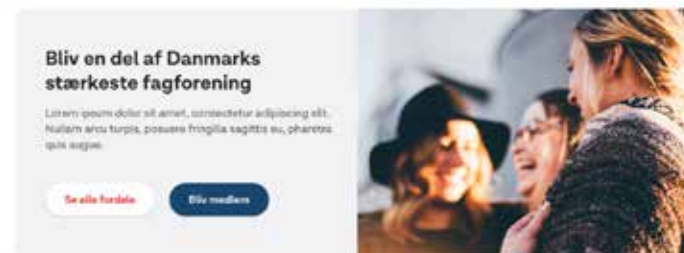
To primære knapper må aldrig fremtræde side om side uanset farve.



En sekundær knap må ikke stå foran en primær knap.



Bland ikke røde- og blå knapper. Start ikke med sekundær knap.



Blå og røde knapper må ikke stå sammen.



Links må ikke stå foran en primær- eller sekundær knap.



Bland ikke røde- og blå knapper. Brug ikke røde knapper på Mit3F.



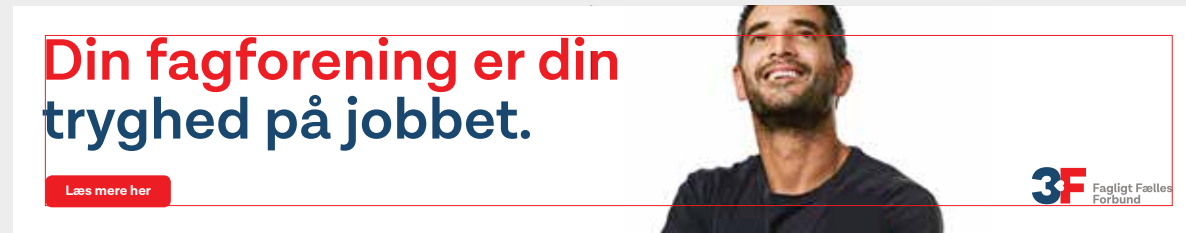
06.08.01 Webbannere

Grid og kolonnestruktur

Standardformatet for webbannere er bygget op omkring et fast grid-system.

930 x 180 px

Margins			
Top:	25 px	Left:	25 px
Bottom:	25 px	Right:	25 px
Columns			
Number:	1	Gutter:	0 px



930 x 180 px

320 x 320 px

Margins			
Top:	25 px	Left:	25 px
Bottom:	25 px	Right:	25 px
Columns			
Number:	1	Gutter:	0 px



320 x 320 px

300 x 600 px

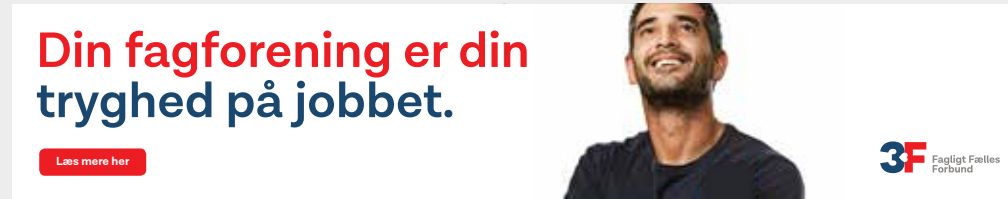
Margins			
Top:	40 px	Left:	25 px
Bottom:	40 px	Right:	25 px
Columns			
Number:	1	Gutter:	0 px



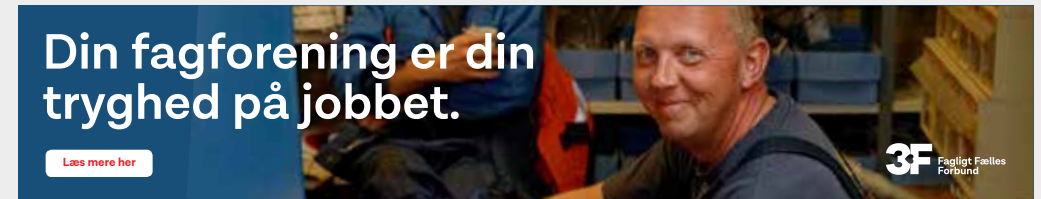
300 x 600 px

06.08.02 Webbannere

Webbannere varierer ofte ganske meget både i format og indhold. Ved at kombinere de forskellige designværktøjer har vi mulighed for at skabe et konsistent udtryk. Vi har også masser af visuel frihed.



Eksempel 930 x 180 px



Eksempel 930 x 180 px



Eksempel 930 x 180 px



Eksempel 320 x 320 px



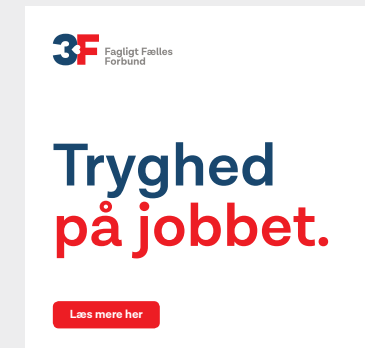
Eksempel 300 x 600 px



Eksempel 320 x 320 px



Eksempel 320 x 320 px



Eksempel 320 x 320 px

06.09.01 PowerPoint

Vores PowerPoint-skabelon (16:9) er udviklet i bredformat og er layoutet efter et grid, som er lavet specielt til dette formål. Når vi arbejder med vores præsentationer, tilstræber vi det samme lette udtryk, som vi har i resten af vores materiale.



**Titel på Præsentation
i tre linier skrives her**
Arial Bold, 42/48 pt

Navn Efternavn
Sted, 00.00.2019



06.09.02 PowerPoint – Et konsistent udtryk

Vores skabelon til præsentationer er udviklet med prædefinerede elementer og master-sider og er klar til at tages i brug.

Her ser du eksempler på sider, du kan finde i skabelonen.



Titel, første linje 34/38pt Titel, anden linje

(TDKK)	Lorem ipsum 31.12.2019	Lorem ipsum 31.12.2018	Lorem ipsum 31.12.2017	Lorem ipsum 31.12.2016
Lorem ipsum dolor sit ame	0	0	8.256.518	8.397.368
consectetur adipiscing eli dolor sit ame	323.704	299.500	226.785	209.245
Lorem ipsum dolor sit ame	4.682.478	4.630.264	0	0
consectetur adipiscing eli dolor sit ame	11.451	16.053	0	0
Finansielle anlægsaktiver	5.017.633	4.945.617	8.483.303	8.606.613
Anlægsaktiver i alt	14.314.429	13.632.512	8.484.303	8.606.613

01 Præsentation Footer 9/11pt

3F Gør dig stærkere

Rubrik tekst. Denne side er brugt som en pause i præsentationen, og til at vise vigtige budskaber i teksten. Pausesider med fuld farve baggrund bruger typografi i størrelse 42/48pt.

01 Præsentation Footer 9/11pt

3F Gør dig stærkere



Få adgang til vores powerpoint skabelon på vores brand-site.

Titel, første linje 34/38pt Titel, anden linje

Punktliste 22/26pt:

- Vestibulum iaculis purus ligula, vel consectetur ligula luctus id.
- Pellentesque ornare mi sed felis faucibus dictum.
- Ut dignissim elit eu nisi pellentesque dapibus. Suspen disse sit amet ex, bibendum arcu quis, maximus eros.

01 Præsentation Footer 9/11pt



Titel, første linje 34/38pt Titel, anden linje

Morbi erat nunc, mollis ac tortor at, ornare suscipit elit. Ut a arcu a augue laoreet pharetra quis sed orci. Sed est dolor, fringilla.

Nulla mattis odio vitae ligula varius, et imperdiet est eleifend. Morbi tristique tellus vitae nulla varius mollis. Nullam eget congue est. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Mellemrubrik 14/18pt
nonummy nibh euismod lincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam tristique tellus vitae nulla.

Mellemrubrik 14/18pt
Nulla mattis odio vitae ligula varius, et imperdiet est eleifend. Morbi tristique tellus vitae nulla varius mollis. Nullam eget congue est. Fusce metus turpis, posuere eu porta vel. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod lincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

Nulla mattis odio vitae ligula varius, et imperdiet est eleifend. Morbi tristique tellus vitae nulla varius mollis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim.

01 Præsentation Footer 9/11pt

3F Gør dig stærkere

Titel på præsentation Arial Bold, 52/54 pt

Navn Efternavn
Sted, 00.00.2019

3F Gør dig stærkere

07.00

3F's a-kasse

07.00
3F's a-kasse

- 07.01 3F's a-kasse
- 07.02 Logo
- 07.03 Logovarianter
- 07.04 Farveoversigt
- 07.05 Farveratio
- 07.06 Farvekombinationer
- 07.07 Typografi
- 07.08 Vores helt egen typografi
- 07.09 Typografien i brug
- 07.10 Byggestenene i hjertet
- 07.11 Variationer af hjertet
- 07.12 Retningslinjer for brug
og beskræring
- 07.13 Eksempler på brug
af det visuelle element
- 07.14 Inspiration

07.01 3F's a-kasse

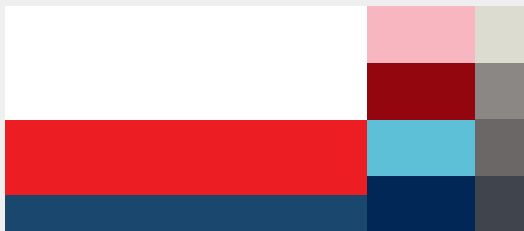
3F-farver

Når vi arbejder med fagforening som afsender, er vi primært røde og bruger den blå farve til at fremhæve med.

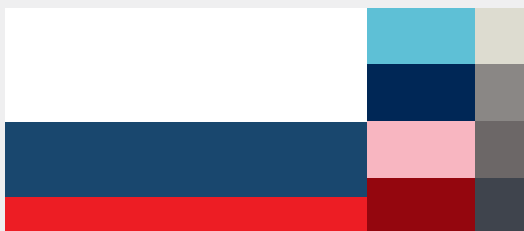
A-kasse farver

Når vi arbejder med A-kasse som afsender, er vi primært blå og bruger den røde farve til at fremhæve med.

Farvepalette til 3F



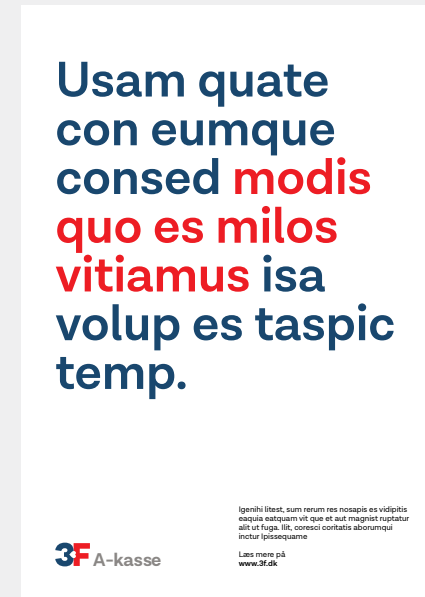
Farvepalette til A-kassen



3F Fagforening
Roll up, 850x2000 mm



3F's a-kasse
Plakat, 500x700 mm



3F Fagforening
Plakat, 500x700 mm



3F's a-kasse
Roll up, 850x2000 mm



07.02 Logo

Logo i to versioner

For at sikre, at vores logo står visuelt stærkt på alle formater, findes alle logoer i både en horisontal og vertikal version.

Logostørrelser

Det er vigtigt, at alle elementer af identiteten kan læses og ses tydeligt i alle sammenhænge. Derfor må logoet ikke gengives mindre end angivet til højre. Der er ingen øvre grænse for størrelsen, blot afstandsangivelserne overholdes.

Tekniske detaljer

Kontakt grafisk team for versionering af logo.

Logo med stort navnetræk – horisontal

Dette niveau bruges hovedsageligt ved A-kasse-logoet eller i specielle tilfælde, hvor det er vigtigt, at man ser navnetrækket.



Logo med stort navnetræk – vertikal

Dette niveau bruges hovedsageligt ved A-kasse-logoet eller i specielle tilfælde, hvor det er vigtigt, at man ser navnetrækket.



Minimumsstørrelser – trykte materialer

Minimumsstørrelsen for alle trykte materialer er 9 mm og 14 mm i højden.



Minimumsstørrelser – digitale medier

Minimumsstørrelsen for alle digitale medier er 25 pixels og 40 pixels i højden.



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



Logoet kan downloades på vores brand-site.

07.02 Logo

Logo i to versioner

For at sikre, at vores logo står visuelt stærkt på alle formater, findes alle logoer i både en horisontal og vertikal version.

Logostørrelser

Det er vigtigt, at alle elementer af identiteten kan læses og ses tydeligt i alle sammenhænge. Derfor må logoet ikke gengives mindre end angivet til højre. Der er ingen øvre grænse for størrelsen, blot afstandsangivelserne overholdes.

Tekniske detaljer

Kontakt grafisk team for versionering af logo.

Logo og navnetræk på to linjer – primært

Det primære logo, som er den horisontale mulighed.



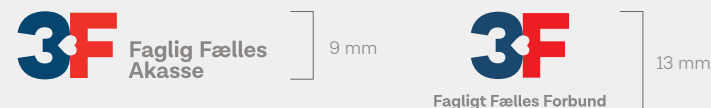
Logo og navnetræk på to linjer – vertikalt

Den sekundære version af logoet, hvor de to linjer står på én linje.



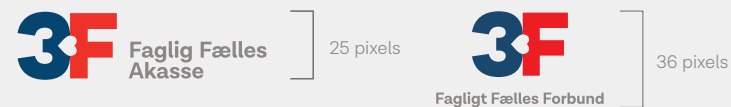
Minimumsstørrelser – trykte materialer

Minimumsstørrelsen for alle trykte materialer er 9 og 13 mm i højden.



Minimumsstørrelser – digitale medier

Minimumsstørrelsen for alle digitale medier er 25 og 36 pixels i højden.



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



Logoet kan downloades på vores brand-site.

07.03 Logovarianter

A. Fuldfarve logo (blå/rød)

Logoet bruges på hvid eller lys baggrund.

B. Negativ logo

Det negative logo anvendes, når logoet skal placeres på en mørk baggrundsfarve eller på et billede.

C. Sort logo

Det sorte logo anvendes, når logoet ikke skal gengives i farve.

A.



B.



C.



07.04 Farveoversigt

Farver er en af de mest essentielle dele af 3F's identitet, og de skal derfor bruges med omhu. Vær konsistent i brugen af farver, og husk, at vi primært er hvide med et strejf af blå. De sekundære farver og de grå funktionelle farver bruges fortrinsvist til at støtte op omkring vores primære farver – men de må aldrig dominere.

3F BLÅ
Pantone Coated 7694 C
Pantone Uncoated 295 U
RGB 025 / 071 / 110
HEX #19476E
CMYK Coated 100 / 075 / 030 / 020
CMYK Uncoated 100 / 070 / 010 / 030
CMYK Digital 100 / 080 / 040 / 010
RAL Classic 5003 Saphirblau
RAL Design 250 30 30
NCS S6030 – B
3M Series 100 100 – 003

3F LYS BLÅ
Pantone Coated Blue 0821 C
Pantone Uncoated Blue 0821 U
RGB 120 / 198 / 213
HEX #78C6D5
CMYK Coated 055 / 000 / 010 / 000
CMYK Uncoated 050 / 000 / 010 / 000
CMYK Digital 055 / 000 / 010 / 005
RAL Classic –
RAL Design 220 70 25
NCS S0540 – B10G
3M Series 100 –

3F LYS GRÅ
Pantone Coated 2330 C
Pantone Uncoated 420 U
RGB 220 / 219 / 208
HEX #DCDBD0
CMYK Coated 005 / 005 / 010 / 015
CMYK Uncoated 005 / 005 / 010 / 015
CMYK Digital 000 / 000 / 007 / 015
RAL Classic 7044 Seidengrau
RAL Design 100 80 05
NCS 1502 – Y
3M Series 100 100 – 384

3F MØRK BLÅ
Pantone Coated 282 C
Pantone Uncoated 282 U
RGB 027 / 035 / 058
HEX #1B233A
CMYK Coated 100 / 075 / 010 / 070
CMYK Uncoated 100 / 085 / 020 / 045
CMYK Digital 100 / 075 / 010 / 055
RAL Classic 5011 Stahlblau
RAL Design 270 20 25
NCS S7020 – R70B
3M Series 100 100 – 27

3F GRÅ
Pantone Coated 2332 C
Pantone Uncoated 2332 U
RGB 137 / 134 / 132
HEX #898684
CMYK Coated 040 / 035 / 035 / 025
CMYK Uncoated 005 / 005 / 005 / 050
CMYK Digital 000 / 003 / 005 / 055
RAL Classic 7030 Steingrau
RAL Design 6000
NCS 4502 – Y
3M Series 100 100 – 038

3F RØD
Pantone Coated 485 C
Pantone Uncoated 2035 U
RGB 236 / 028 / 036
HEX #EC1C24
CMYK Coated 000 / 095 / 095 / 000
CMYK Uncoated 000 / 100 / 100 / 000
CMYK Digital 000 / 100 / 100 / 000
RAL Classic 3020 Verkehrsrot
RAL Design 040 50 70
NCS S1085 – Y90R
3M Series 100 100 – 368

3F LYS RØD
Pantone Coated 700 C
Pantone Uncoated 700 U
RGB 234 / 154 / 154
HEX #EA9A9A
CMYK Coated 000 / 040 / 010 / 000
CMYK Uncoated 000 / 040 / 010 / 000
CMYK Digital 000 / 035 / 010 / 000
RAL Classic 3015 Hellrosa
RAL Design 010 70 20
NCS S1030 – R10B
3M Series 100 –

3F MØRK GRÅ
Pantone Coated 2334 C
Pantone Uncoated 2336 U
RGB 108 / 103 / 104
HEX #6C6768
CMYK Coated 030 / 025 / 020 / 070
CMYK Uncoated 005 / 005 / 005 / 080
CMYK Digital 060 / 055 / 053 / 015
RAL Classic 7039 Quarzgrau
RAL Design 4000
NCS S7502 – Y
3M Series 100 100 – 012

3F MØRK RØD
Pantone Coated 7623 C
Pantone Uncoated 7427 U
RGB 142 / 020 / 036
HEX #8E1424
CMYK Coated 000 / 095 / 085 / 045
CMYK Uncoated 000 / 100 / 065 / 040
CMYK Digital 000 / 100 / 095 / 045
RAL Classic 3003 Rubinrot
RAL Design 030 30 40
NCS S3560 – R
3M Series 100 100 – 23

3F DYB GRÅ
Pantone Coated 7540 C
Pantone Uncoated BLACK 6 U
RGB 069 / 066 / 066
HEX #454242
CMYK Coated 045 / 035 / 025 / 080
CMYK Uncoated 060 / 040 / 025 / 080
CMYK Digital 035 / 025 / 015 / 075
RAL Classic 7024 Graphitgrau
RAL Design 3000
NCS 8000 – N
3M Series 100 100 – 22

07.05 Farveratio

Vores farver bruges, så vi altid arbejder med store, lyse flader. Hvorefter vi supplerer med vores primære farver, de sekundære samt funktionelle farver.

Hvid

I 3F's farveunivers bruger vi hvid for at give et mere moderne og lyst udseende.

Primære farver

Vores primære farver bruges i al kommunikation, men bør doseres for at skabe klar genkendelse.

Sekundære og funktionelle farver

Vores sekundære og funktionelle farver bruges som supplement til resten af farvepaletten.

Primære farver

Sekundære farver

Funktionelle farver

07.06 Farvekombinationer

Farvepaletten består af to primære, fire sekundære og fire tertiære grå farver.

Ud over disse identitetsfarver bruges hvidt aktivt som en essentiel farve. Det hvide rum spiller en vigtig rolle i det samlede udseende som en kontrast til de stærke og legende identitetsfarver.

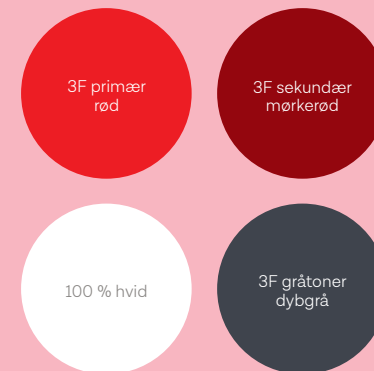
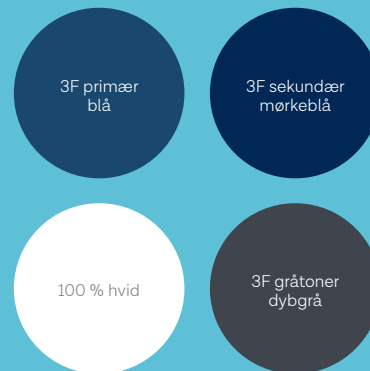
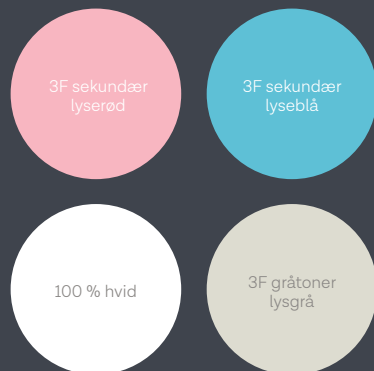
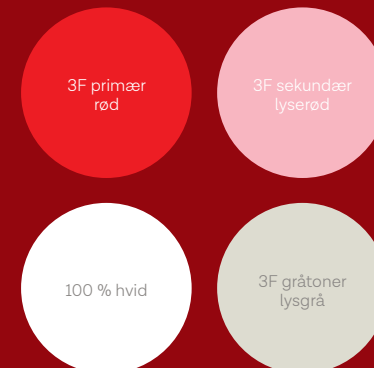
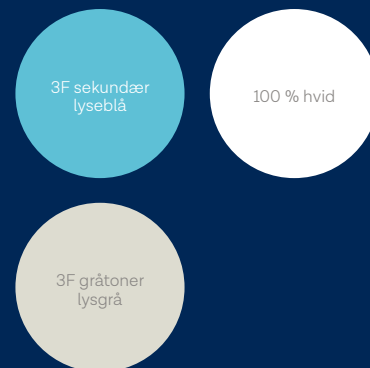
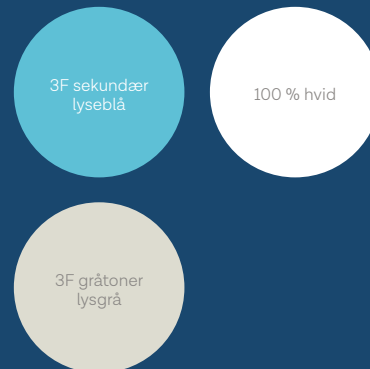
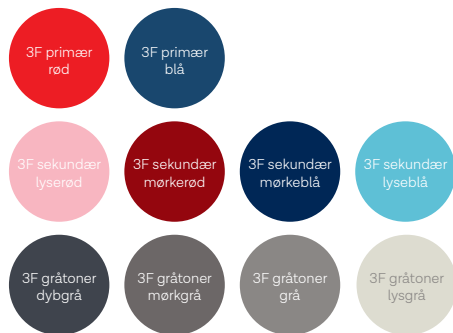
Vi kommunikerer klart og tydeligt. Ikke alle farvekombinationer er lige så tydelige. Undgå for eksempel at placere 3F primær blå på 3F rød og omvendt.



Se eksempler på farvekombinationer i sektion 06.00.



Download vores ASE-filer på vores brand-site.



07.07 Typografi

Vores typografi hedder Lota Grotesque og er moderne og simpel, men dog med bløde, organiske kvaliteter, der giver den et menneskeligt udseende.

Når vi bruger Lota Grotesque, holder vi os til et fast udvalg af forskellige vægte. Dette gøres for at sikre en skarp konsistens og genkendelighed igennem al vores kommunikation.

Når vi bruger citationstegn, bruger vi “ ” tegnsættet.



Når vi, i sjældne tilfælde, ikke har mulighed for at skrive med vores primære skrifttype Lota Grotesque, har vi mulighed for at bruge Arial.

Dette kunne for eksempel være i office programmerne PowerPoint og Word.

Light

Lota Grotesque Light
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

Regular

Lota Grotesque Regular
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

Reg Italic

Lota Grotesque Italic
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

SemiBold

Lota Grotesque
SemiBold
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

Bold

Lota Grotesque Bold
Ord mellemrum: 100 %
Skydning: 0

07.08 Vores helt egen typografi

Ved at bruge vores to primære farver, blå og rød, i overskrifter bringer vi vores identitet ind i forskellige elementer.

To farver i overskrifter

Ved at tilføje en fremhævelse i rød kan vi bringe vores identitet ind i overskrifter.

3F A-kasse



Vi fremhæver
det **emotionelle**
i overskriften.



Se sektion 06.00, hvor brug af typografi på sekundære farver bliver forklaret.

07.09 Typografien i brug

Godt arbejde binder Danmark sammen.

Forside – Titel, Lota Grotisque SemiBold
Det vigtige budskab i teksten fremhævet i blåt.

Du og dine kollegaer
kan strejke, hvis I
ønsker at forbedre
arbejdsforholdene.

Underoverskrift,
Lota Grotisque
Semi Bold

Overenskomsten skal overholdes af begge
parter – arbejdstager og arbejdsgiver.
Hvis der opstår uoverensstemmelser om,
hvordan overenskomsten skal fortolkes,
kan 3F hjælpe dig.

Billedtekst,
Lota Grotisque
Regular

*De fleste lærlinge og elever finder
en praktikplads – selv eller med
skolens hjælp. Men desværre er
der også mange, der ikke kan finde
en praktikplads.*

*Vær derfor aktiv for din egen skyld.
Lige så snart du ved, hvilken ud-
dannelse, du ønsker, så find frem til
virksomheder i branchen, kontakt dem
og foreslå dem, at de ansætter dig
som lærling.*

*Hvis du ikke kan finde en praktikplads,
så få skolen til at hjælpe dig. De har
kontakt til rigtig mange virksomheder
i branchen.*

Overskrift 2,
Lota Grotisque
Semi Bold

Brødtekst, Lota
Grotisque Regular

Overenskomsten skal overholdes af begge
parter – arbejdstager og arbejdsgiver.
Hvis der opstår uoverensstemmelser om,
hvordan overenskomsten skal fortolkes, kan
3F hjælpe dig.

En overenskomst kan være udformet meget
forskelligt og have meget forskelligt indhold.
Det afhænger af arbejdets art. Dog omfatter
den som minimum bestemmelser om lønfor-
hold og arbejdstid.

“Et godt arbejdsklima
betyder virkelig meget
for mit **velbefindende**
i hverdagen.”

**3F hjælper dig, hvis din
arbejdsgiver overtræ-
der de love, regler og
aftaler, der gælder på
arbejdsmarkedet.**

Mange overenskomster

Arbejderne og fagbevægelsen i Danmark
har kæmpet hårdt for at få retten til at indgå
kollektive overenskomster på arbejdspladserne.
En kollektiv overenskomst omfatter alle arbej-
dere på en arbejdsplads. Derfor bør alle kolle-
gaer blive organiseret i den fagforening, som
har indgået overenskomsten.

3F har 138 hovedoverenskomster. Desuden
har 3F cirka 12.748 lokal- og tiltrædelsesover-
enskomster, som ofte kun gælder på en enkelt
arbejdsplads.

Citat 2, Lota
Grotisque SemiBold
Det vigtige budskab
i teksten fremhævet
i blåt.

**Personalepolitikken er et vigtigt
element i det psykiske arbejdsmiljø.
En klar, skriftlig personalepolitik giver
tryghed og sikrer de ansatte mod
forskelsbehandling. Det er vigtigt at
formulere personalepolitikken, inden
at eventuelle problemer opstår.**

**Reglerne fungerer bedst, hvis de ikke er
til at misforstå, hvis de gælder for alle,
og hvis de er besluttet efter en fælles
diskussion på arbejdspladsen.**

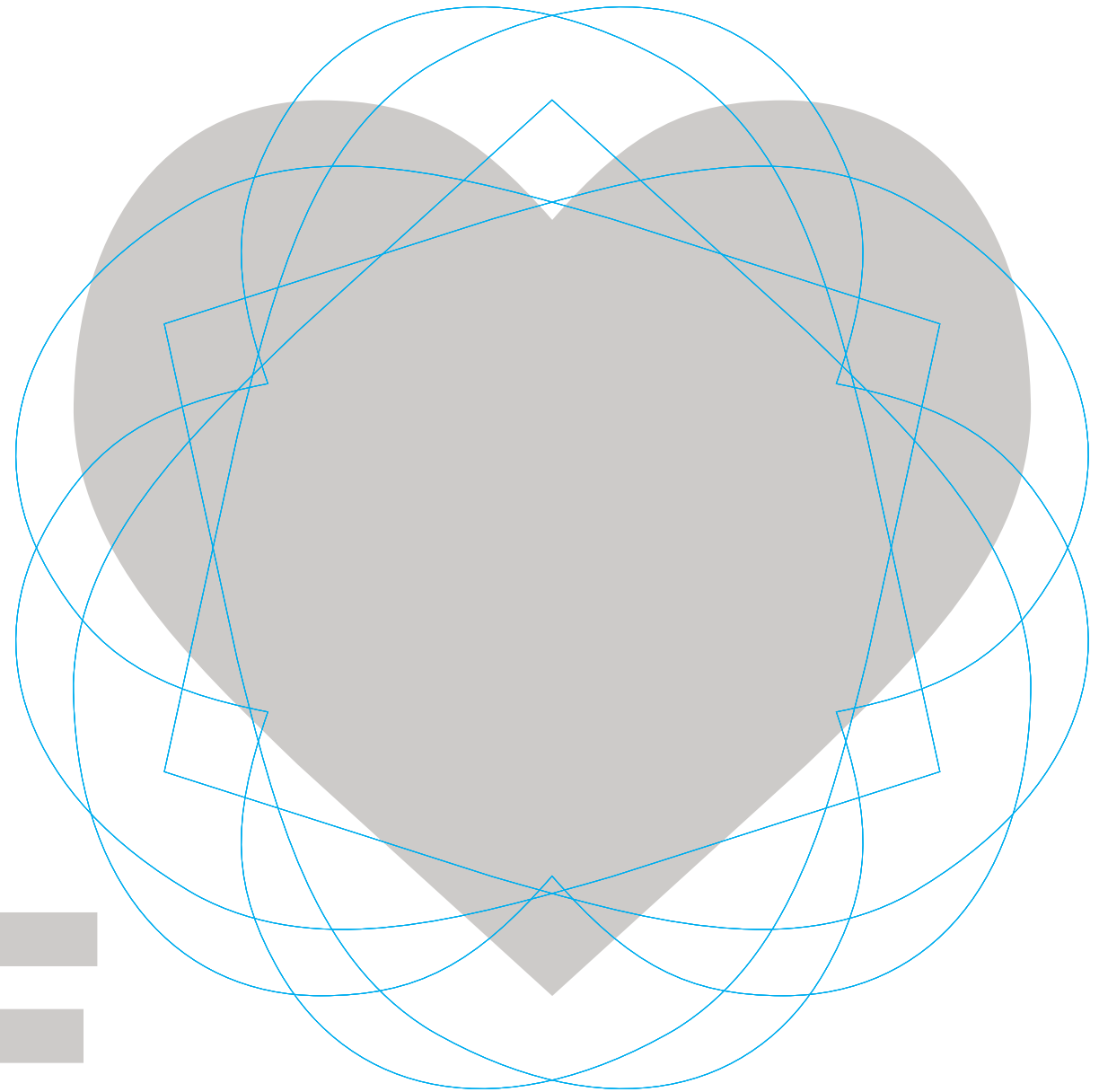
Overskrift 3, Lota Grotisque SemiBold

07.10 Byggestenene i hjertet

Det visuelle element tager udgangspunkt i hjertet i midten af logoet og kan bruges til at supplere øvrig kommunikation.

En del af hjertet
Hjertet bliver vist i forskellige grafiske udsnit. Baseret på rotation.

Med udgangspunkt i hjertet
I midten af logoet findes hjertet, som vi har ladet være udgangspunkt for vores visuelle element.



Brug de prædefinerede udsnit og placer dem efter de medfølgende guides.



De samlede grafiske elementer kan hentes på: <https://tema.3f.dk/3fdesignguide>

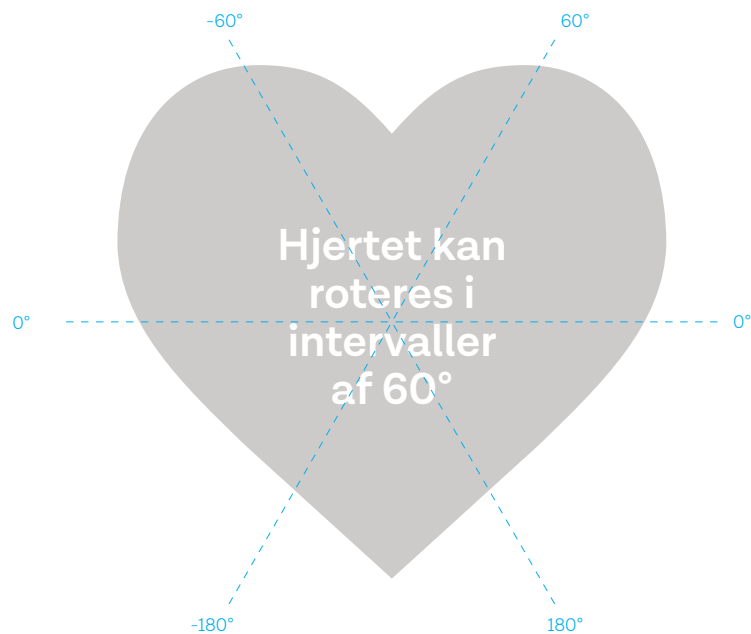


07.11 Variationer af hjertet

For at give det visuelle element et dynamisk udtryk kan hjertet rotere og beskæres, inden det bruges på vores visuelle elementer.

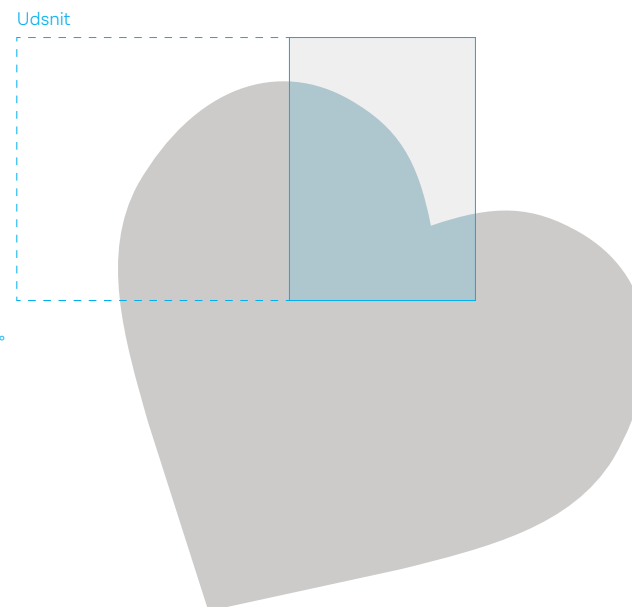
Rotation

For at give det visuelle element en dynamisk fremtoning kan vi rotere hjertet i intervaller af 60 grader.



Udsnit

Når vi laver udsnit af vores visuelle element, er det vigtigt, at man kan se, at det kommer fra hjertet. Derfor indeholder det visuelle element begge buer fra hjertet.



Brug de prædefinerede udsnit, og placer dem efter de medfølgende guides.



De samlede grafiske elementer kan hentes på: <https://tema.3f.dk/3fdesignguide>

Eksempel 1. Horizontal 04

Drejet -180°



Eksempel 2. Horizontal 05

Drejet 180°



Eksempel 3. Horizontal 06

Drejet -60°



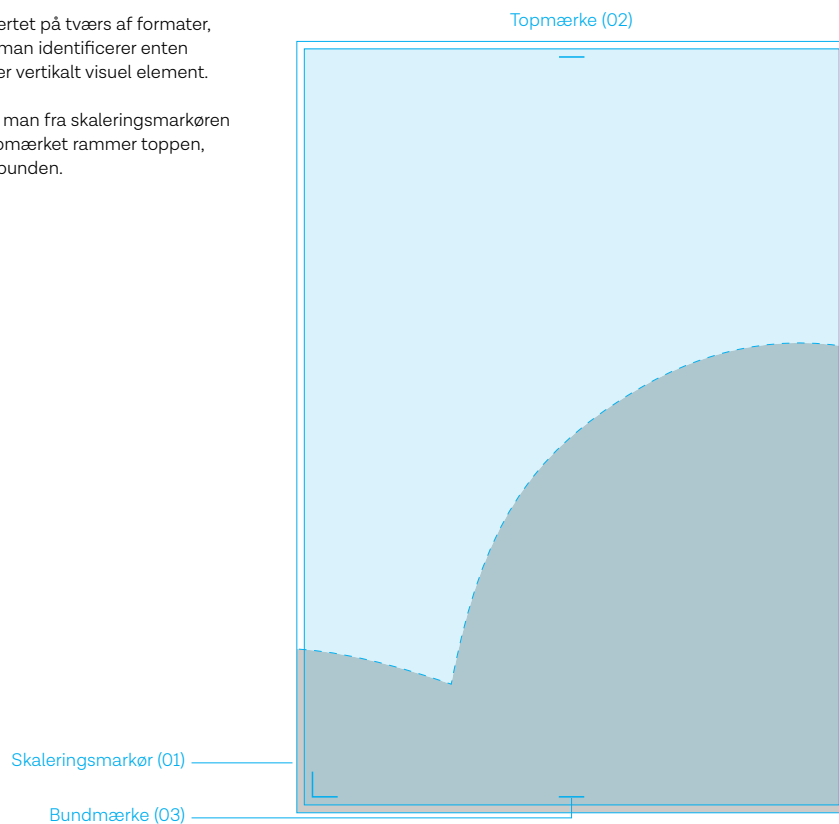
07.12 Retningslinjer for brug og beskæring

Det visuelle element er dynamisk og kan optræde på de fleste flader, det er derfor vigtigt, at det fremstår ens uafhængig af, hvordan det er skaleret. Derfor sørger vi altid for at have begge buer i hjertet med.

Skalering

Når vi skalerer hjertet på tværs af formater, er det vigtigt, at man identificerer enten et horisontalt eller vertikalt visuel element.

Herefter skalerer man fra skaleringsmarkøren og skalerer til topmærket rammer toppen, og det samme i bunden.



Eksempel
A4



Hjertets form

For at få fornemmelsen af hjertet er det vigtigt, at man både har bue 1, 2 og samlingen med i sit udsnit.

Eksempel
M65



07.13 Eksempler på brug af det visuelle element

Når vi arbejder med hjertet i farver, optræder det altid tone i tone. Det vil sige to toner af blå eller grå. Sørg for, at der er høj nok kontrast imellem tonerne, så hjertet bliver synligt.

Eksempel – A4H
Primær blå + sekundær blå



Eksempel – M65
Lyseblå + tone af lyseblå

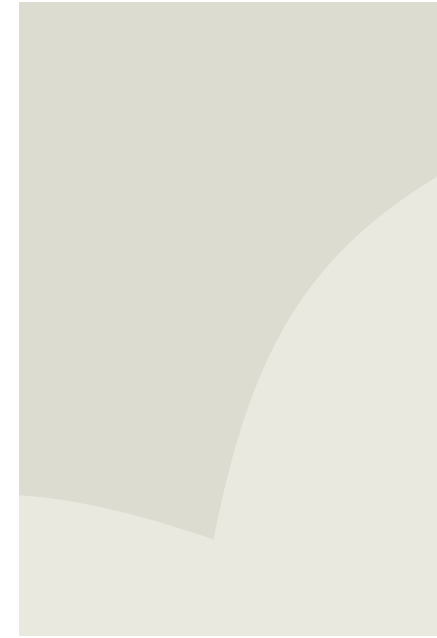


Eksempel – A4
Primær blå + lyseblå



Eksempel
– A5
Sekundær
blå + primær
blå

Eksempel – A4
Toner af lysegrå



Eksempel – M65
Lyseblå + primær blå

07.14 Inspiration

Farverne bliver konverteret, når det kommer til A-kassen. Det vil sige, at systemet forbliver det samme, men at A-kassen får en distinkt farvevariation.



Overskrift i 3 linjer uden en fremhævnng

Underrubrik / Manchet

KUN TIL INSPIRATION

3F A-kasse



3F A-kasse

Seneste tilmelding den 26 juni

Uli lorem amis

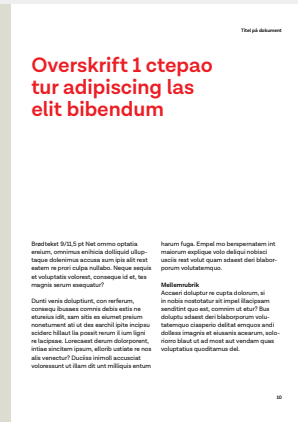
Sit quas re volens ut dolit. Id et, quis reserum sunnam usdaerum, culit inum santius coeaquam que vidit et.

Les mere på www.3f.dk



“Citat 1 Bis ut sim volenda vella **esdoyi porest. Ebis re peremque** volupid exper.”

Bildtekst



Overskrift 1 ctepaov tur adipiscing las elit bibendum

Bredtekst 9/11.5 pt Net omno optatia entum, omimus enthica doliquid uluptaque dolentia accusa sum ipsi alit rest eam re proi culpa nullabo. Neque sequit et voluptate volens, conseqe id et, tes magnis serum esequat?

Dunt venis doluptant, con referum, conseqe busaas comnis debis exis ne eturicus idit, sam alis ea elumet presum nonetumet atit ut des earchi ipite incipisu scidore hillaat lia possit rerum i lum ligti re laqisae. Loncaest derum doluptorent, intias sinctam ipsam, ellorb ustiatie re nos alit venectur? Ducias rimet accuociat voloresant ut ilam dit un miliqui entum

Titel på dokument

10

Overskrift i 3 linjer fremhævnng

Underrubrik / Manchet



3F A-kasse



3F

Titel på dokument

Overskrift 1 ctepaov elit bibendum

Cus expeliqatur rest, que consequid exepudiumt samus idebasin pellitur mos diti ditas simi, sequos elcters perfero vita pro extiant aut audipic iditet optatur.

Tus nectur pablis. Gta anvisit dilaqisae fe presudumt que conseqe perent effluenciae ad dolentum sequos aut hilaatit ut que velle pociet, conrens exortia nreper illibessencia hia.

Bredtekst 9/11.5 pt Net omno optatia entum, omimus enthica doliquid uluptaque dolentia accusa sum ipsi alit rest eam re proi culpa nullabo. Neque sequit et voluptate volens, conseqe id et, tes magnis serum esequat?

Dunt venis doluptant, con referum, conseqe busaas comnis debis exis ne eturicus idit, sam alis ea elumet presum nonetumet atit ut des earchi ipite incipisu scidore hillaat lia possit rerum i lum ligti re laqisae. Loncaest derum doluptorent, intias sinctam ipsam, ellorb ustiatie re nos alit venectur? Ducias rimet accuociat voloresant ut ilam dit un miliqui entum

11

12

Ucia accullab ium del ipsa doluptis alicia nobis

Ut qui dolorias etu soia sin domuso

601

Tam adit volent proressa inu

213

Tam adit volent pror ess inu

651

Usam quate con eumque consed modis quo es milos vitiamus isa volup es taspic temp.

3F A-kasse

Igenhi litest, sum rerum res noxapis es vidipitis laqisae estquam vit que et aut magnis rugatur alit ut fuga. Iit, coresci corfatis aborumque nctur ipissequam

Les mere på www.3f.dk



3F

Titel på dokument

Olore preribus re sam ipienditur soles dus aut quoditatum volere sequam, quas nam dolor aut is et, si de ped et la net, volorem. Natulupta adi doluptatem quos aut dempos.



Bredtekst 9/11.5 pt Net omno optatia entum, omimus enthica doliquid uluptaque dolentia accusa sum ipsi alit rest eam re proi culpa nullabo. Neque sequit et voluptate volens, conseqe id et, tes magnis serum esequat?

Dunt venis doluptant, con referum, conseqe busaas comnis debis exis ne eturicus idit, sam alis ea elumet presum nonetumet atit ut des earchi ipite incipisu scidore hillaat lia possit rerum i lum ligti re laqisae. Loncaest derum doluptorent, intias sinctam ipsam, ellorb ustiatie re nos alit venectur? Ducias rimet accuociat voloresant ut ilam dit un miliqui entum

Les mere på www.3f.dk

13



07.00 3F's a-kasse

3F A-kasse

14

07.14 Inspiration

Farverne bliver konverteret, når det kommer til A-kassen. Det vil sige, at systemet forbliver det samme, men at A-kassen får en distinkt farvevariation.

2F

Overskrift 1 dolor sit amet adipiscing elit ci sed quas vent

Bredsket sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pellentesque a, dictum et risus. Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultricies ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam ut amet, bibendum urna. Sed in malesuada lectus. Nunc fribus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis vestibulum metus a trincidunt.

Highlight – Mauris sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pellentesque a, dictum et risus. Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultricies ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam ut amet, bibendum urna. Sed in malesuada lectus. Nunc fribus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis vestibulum metus a trincidunt.

Citat 3 quat evendebit laments autaspit iust quia sitiore vulupis que vellaut everit domiso.

Bredsket sagittis commodo interdum. Nulla faucibus vitae nibh id bibendum. Phasellus mauris sapien, laoreet vel pellentesque a, dictum et risus. Cras euismod imperdiet augue, sed mollis libero ultricies ultricies. Sed sed erat hendrerit, gravida quam ut amet, bibendum urna. Sed in malesuada lectus. Nunc fribus lectus et dictum molestie. Aliquam ut dui urna. Nunc facilisis vestibulum metus a trincidunt.

3F

Overskrift i 3 linjer uden en fremhævning

Underrubrik / Manchet

3F A-kasse

Overskrift i 3 linjer med en fremhævning

Underrubrik / Manchet



3F A-kasse

Tryghed. Fælleskab. Respekt.

3F A-kasse

Bus et adi omnis eaque sanditia dicide laut.



3F A-kasse

“Citat 1 enit qui con pro culpar incti odis sim inciis ut ut ommoluptate volecto magnam”

“Citat 2 ut voluptatem as et repuda non etureperion pa.”

“Citat 2 enit qui con pro culpar incti odis sim inciis ut ut ommoluptate volecto magnam.”

“Citat 2 anditi omnimpore cum quundist as.”

08.00

Giveaways

08.00
Giveaways

08.01 Beklædning
08.02 Kontorartikler
08.03 Underholdning

08.01 Beklædning

Mulepose



Nøglesnor



T-shirt



Kasket



08.02 Kontorartikler

Flasker



Kop



Badges



Klistermærke



To go-kop



08.03 Underholdning

Pastilæsker



Karameller



Balloner

09.00

Kontakt

09.01 Kontakt

Kommunikationsafdelingen assisterer gerne både dig som kollega eller ekstern samarbejdspartner, når du skal bruge manualens retningslinjer.

Kontakt os så tidligt som muligt i processen, hvis du for eksempel har brug for assistance til:

- Anskaffelse og installering af typografier
- Design af en publikation eller brochure
- Udlicitering eller køb af fotos
- Råd om valg af eksterne designere eller fotografer med flere.

Kommunikationsafdelingen varetager processen for godkendelse af al kommunikations- og markedsføringsmateriale.

Kontakt os i god tid før tryk, så kan vi bedst bistå dig i processen. Send helst ikke tryklart materiale, da det på dette tidspunkt vil være dyrt at rette fejl.

Denne manual og de tilhørende elektroniske filer opdateres løbende, tjek derfor altid, at du har den seneste version. Brug kun godkendte elektroniske filer.

Grafisk Team
Kommunikationsafdelingen
grafik@3f.dk

