

2019
HJERTEFORENINGENS
DESIGNMANUAL

1 INTRODUKTION	3
2 BRANDGUIDE	
2.00 Struktur	4
3 GRUNDELEMENTER	
3.00 Logo	5
3.01 Primære logovarianter	6
3.02 Primært logo engelsk	7
3.03 Sekundært logo	8
3.04 Sekundære logovarianter	9
3.05 Respektafstand	10
3.06 bomærke	11
3.07 Logo på billede	12
3.08 Lokalforeninger og klubber	13
3.09 Børnehjertefindens logo	14
3.10 Partnerskaber	15
3.11 Primære farver	16
3.12 Sekundære farver	17
3.13 Brug af sekundære farver	18
3.14 Typografi	19
3.15 Primær font: Roboto	20
3.16 Sekundær Font: Jubilat	21
3.17 Fotostil: Professionel	22
3.18 Fotostil: amatør	23
3.19 Video	24

Med et fælles udtryk står vi stærkere sammen!

Hjerteforeningens designmanual er et sæt retningslinjer, der skal være med til at sikre ensartethed og kontinuitet i Hjerteforeningens visuelle udtryk.

Ved at skabe en rød tråd i alt kommunikation fra Hjerteforeningen styrkes vores identitet, således at modtageren føler, det er den samme organisation, den møder hver gang og ikke er i tvivl om, hvem afsenderen er.

I manualen kan du læse om, hvordan Hjerteforeningens logo, primære og sekundære farver og fonte anvendes. Derudover kan du finde retningslinjer for grafisk opsætning af diverse materialer samt billeder.

Forskellige computerprogrammer, herunder Acrobat Reader, viser logoet i manualen en anelse forskelligt. Dette er en teknisk, generel udfordring for alle designmanualer. Hvis man vil have logoet vist helt perfekt, kan man printe manualen.

PRIMÆRREGLER:

Hjerteforeningens primærlogo med pay off går som udgangspunkt forrest.

Lokalforening/klub står nedenunder som underlinje.

RELATION TIL LOGOET

Det er Hjerteforeningen, der er kernen i organisationen. Styrken og synergien ligger i at bruge primær logoet, for at øge kendskabsgraden og styrke relationen til Hjerteforeningen, som hovedbrand.

Hjerteforeningen skal altid stå som tydelig afsender.

ANVENDELSE AF PAY OFF

Hjerteforeningen kæmper for hjertepatienterne og for at forebygge hjertesygdomme hos danskerne.

Vi kæmper for hjertet. Fordi hvert slag tæller.

For at understrege Hjerteforeningens sag, anbefales det at anvende primærlogoet inkl. pay off i videst muligt omfang.

BØRNEHJERTEFONDEN

- logosærregel

Børnehjertefonden er en selvstændig virksomhed med eget CVR-nr. og eget særområde, hvilket helt unikt tillader at bruge en let justeret logovariant. Logovarianten signalerer præcist, at det handler om børn – men tydeligt i tråd med Hjerteforeningens logoidentitet.



Vores logo er det centrale element i vores grafiske identitet. Logoet består af ordet Hjerteforeningen i en specialtegnet typografi, sammen med vores bomærke.

Ordet **HJERTEFORENINGEN** i logoet kalder vi logotype. Logotype må aldrig stå alene.

Det røde **HJERTESYMBOL** kalder vi bomærke. Bomærket må aldrig stå helt alene.

Logoet er tilgængeligt som henholdsvis vektorgrafik EPS (uendelig skalérbar) eller PNG til webbrug. Logoet er som udgangspunkt 100 mm bredt i 100%, dvs. skal det eksempelvis benyttes 45 mm bredt, placeres det i 45%.

PRIMÆRT LOGO

Hjerteforeningens logo er designet ud fra nogle faste og indbyrdes proportionsforhold. De korrekte proportioner af logoet er angivet her. Proportionerne må ikke ændres.

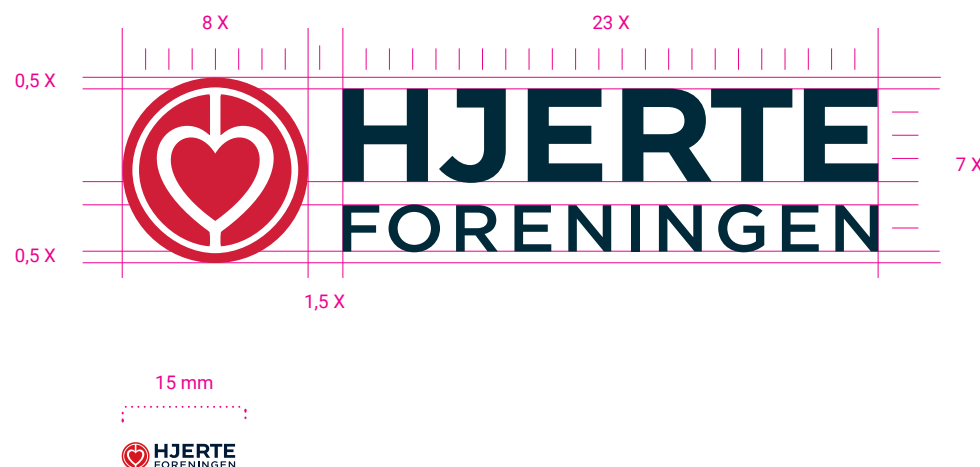
MINDSTEMÅL

Minimum størrelse: 15 mm.

Spørg altid Hjerteforeningens grafiker til råds, hvis du er i tvivl.

VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.



3.01 / GUNDELEMENTER

PRIMÆRE LOGOVARIANTER

PRIMÆRE LOGOVARIANTER

Hjerteforeningens primære logo findes i to varianter:

- positiv variant med rødt bomærke og mørkeblå tekst
- negativ variant med rødt bomærke og hvid tekst
- begge variationer med og uden payoff.

I tilfælde hvor der kun er én farve til rådighed, findes logoet henholdsvis i en sort (positiv) og hvid (negativ) variant.

VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.



PRIMÆRT LOGO UK VERSION

Vores engelske logovariant er bygget op efter samme princip som vores logoer.

Der må ALDRIG ændres i logoet.



VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.

SEKUNDÆRT LOGO

Hjerteforeningens sekundære logovariant benyttes primært på beklædning, gaveartikler og andre marketingrelaterede elementer. Eller meget smalle elementer.

- positiv variant med rødt bomærke og mørkeblå tekst
- negativ variant med rødt bomærke og hvid tekst
- Sort/hvid i positiv (sort)
- Sort/hvid i negativ (hvid)

Hjerteforeningens logo er designet ud fra nogle faste og indbyrdes proportionsforhold.

De korrekte proportioner af logotypen er angivet her. De præcise mål er defineret i forhold til højden af logotypen. Disse mål skal respekteres med henblik på at sikre korrekt forhold mellem logotype og bomærke. Proportionerne må ikke ændres.

MINDSTEMÅL

Når logoet gengives i tryk, må det aldrig benyttes i mindre størrelser end angivet her.

Minimum størrelse: 10 mm.

Dette sikrer, at man kan læse det på tværs af forskellige medier.

VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.



SEKUNDÆRT LOGO

Hjerteforeningens logo findes i fire varianter.

- Positiv variant med rødt bomærke og mørkeblå tekst
- Negativ variant med rødt bomærke og hvid tekst
- Sort/hvid i positiv (sort)
- Sort/hvid i negativ (hvid)

Den sekundære logovariant benyttes primært på beklædning, gaveartikler og andre marketingrelaterede elementer.

Det sekundære logo benyttes aldrig sammen med payoff.

Positiv variant med rødt bomærke og mørkeblå tekst



Positiv variant med rødt bomærke og hvid tekst



Sort/hvid i positiv (sort)



Sort/hvid i negativ (hvid)



VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.

RESPEKTAFSTAND

For at sikre at Hjerteforeningens logo står tydeligt frem, er det vigtigt, at der bliver overholdt en minimumsafstand i forhold til placering af logo og til eventuelle andre elementer, eller kant. Dette kalder vi respektafstand.

Respektafstanden mellem Hjerteforeningens logo og andre grafiske elementer må ikke være mindre end bredden af bomærket. Se eksempel overfor.



VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.

3.06 / GRUNDELEMENTER

BOMÆRKE

BOMÆRKE

Bomærket er vores stærke signal/kendetegn for omverdenen. Det er ikke tilladt at ændre i bomærkets dimensioner og farve.

Hjerteforeningens bomærke findes i tre varianter:

- En farvet version
- Sort/hvid i positiv (sort)
- Sort/hvid i negativ (hvid)

Den primære udgave er den hjerterøde variant.

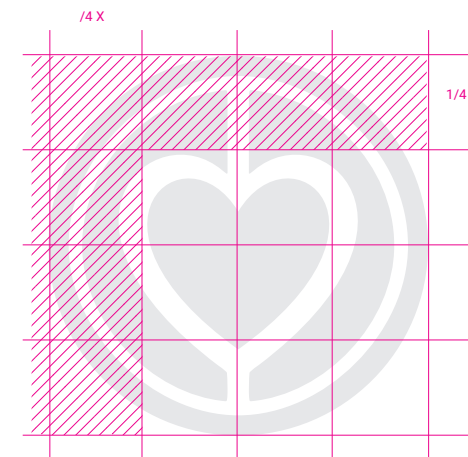
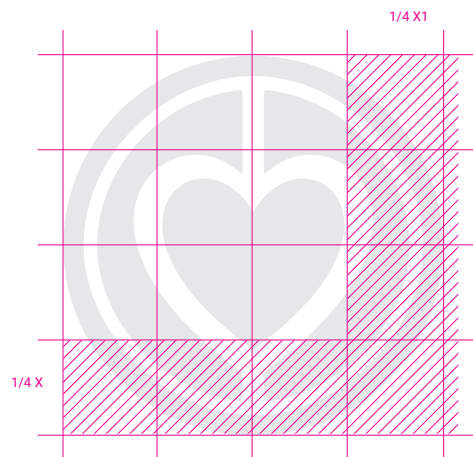
Det er ikke muligt at fremstille nye eller andre variationer af bomærket. Dette er for at bevare og dermed styrke Hjerteforeningens visuelle udtryk.

BRUG AF BOMÆRKET:

- Det er tilladt at bruge bomærket, som et grafisk element.
- Det anbefales at hele loget placeres et andet sted på elementet.
- Det er tilladt at benytte bomærket som "vandmærke" i en nedtonet variant.
- Bomærket må max beskæres to sider ad gangen.
- 2/3 af bomærket skal være synligt for at sikre bomærkets integritet og afkodning.

VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningens marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.



PLACERING AF LOGO

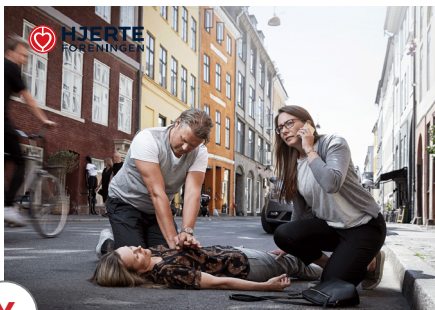
Placér så vidt muligt logoet i enten venstre top eller bund.

Vi accepterer at der i enkelte tilfælde er undtagelser

Når vores logo placeres på billeder skal man altid:

- sørge for fuld læsbarhed af logoet
- sikre at respektafstanden til logoet er overholdt
- som udgangspunkt placeres logoet i et hjørne
- Ved mørke baggrunde benyttes den negative (hvide) variant af logoet.

Placering i forhold til motiv



Placering positivt/negativt logo



LOKALFORENINGER

Alle lokalforeninger og klubber har egne logoer.

Det er udelukkende Hjertereforeningens grafiker, der har tilladelse til at udvikle nye logoer til organisationen - hvadenten der er tale om fx nye indsatser eller lokalforeninger.

Der må ALDRIG ændres i logoer.



VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjertereforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.



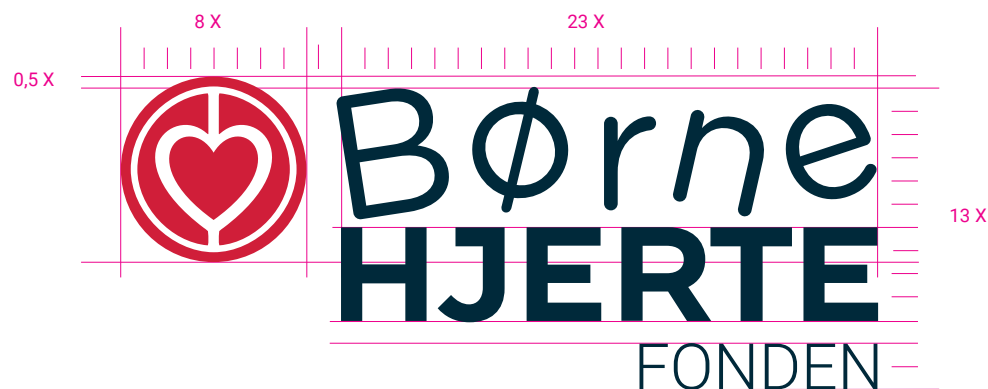
Børnehjertefonden har en historik og er et særligt område, der helt unikt tillader at bruge en let justeret logovariant, men tydeligt i tråd med Hjerteforeningens identitet.

Logoet benyttes i kommunikative sammenhænge, såsom annoncer og andre marketingrelaterede elementer.

Børnehjertefondens logo er designet ud fra nogle faste og indbyrdes proportionsforhold.

De korrekte proportioner af logoet er angivet her. De præcise mål er defineret i forhold til højden af bomærket (Bomærkets højde delt med 8 giver X).

Disse mål skal respekteres med henblik på at sikre korrekt forhold mellem logotype og bomærke. Proportionerne må ikke ændres.



VIGTIGT:

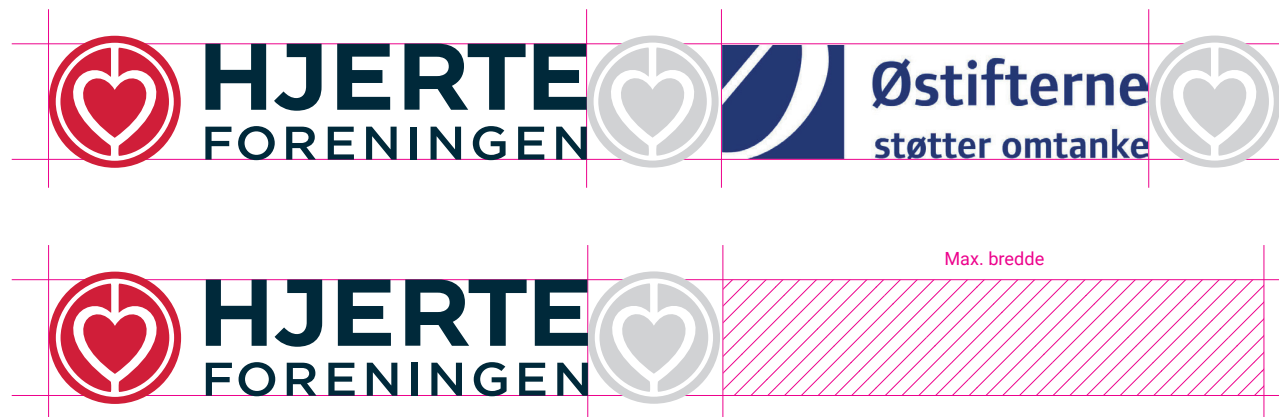
Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjerteforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.

PARTNERSKABSLOGOER

Når vi placerer partnerskabslogoer sammen med Hjertereforeningens logo, må disse aldrig være højere eller bredere end Hjertereforeningens logo.

- Hvis Hjertereforeningen er primær afsender, efterstræbes det, at Hjertereforeningens logo får den mest iøjenfaldende plads.
- Partnerskabslogoet placeres som vist her – med minimum den definerede respektafstand mellem de to logoer
- Hvis der er flere logoer, placeres de på linje med samme respektafstand imellem de enkelte logoer.

Partner logoer / dimensioner



VIGTIGT:

Logoet må aldrig ændres eller forsøges genskabt. Benyt altid den originale Adobe® Illustrator AI-fil, udleveret af Hjertereforeningen marketing. Til Office-brug kan TIFF eller JPEG dog bruges.

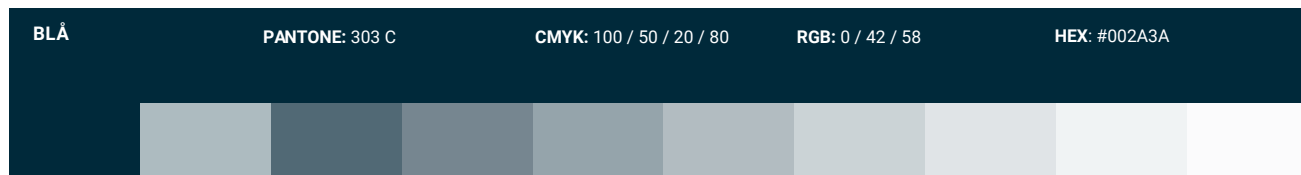
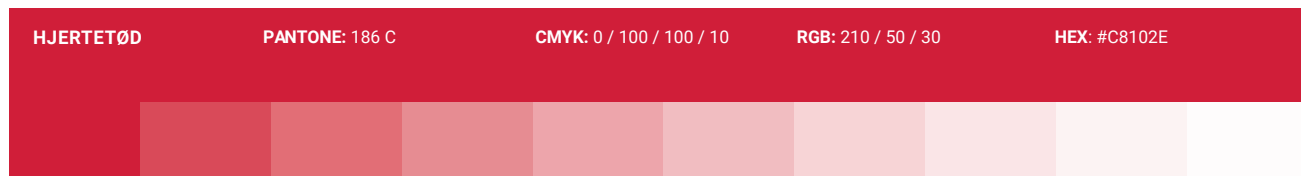
3.11 / GRUNDELEMENTER

PRIMÆRE FARVER

HJERTERØD, den primære brandfarve.

BLÅ, den anden primære brandfarve.

Hjerteforeningens primære brandfarver skal altid være til stede, når man designer til Hjerteforeningen.



40% →

HJERTERØD eller BLÅ benyttes altid som den farve der repræsenterer Hjertereforeningen.

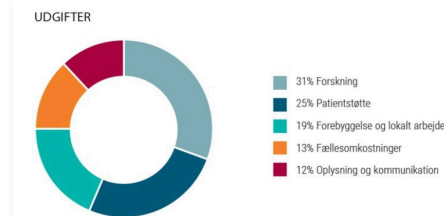
The image displays a color palette with five distinct color swatches, each featuring a name, Pantone, CMYK, RGB, and HEX color code. Below each set of codes is a horizontal bar showing a gradient from the color to white, with nine segments of varying lengths.

Color Name	Pantone	CMYK	RGB	HEX
GRAFITGRÅ	425 C	0 / 0 / 0 / 80	87 / 87 / 86	575756
DYB RØD	1945 C	5 / 100 / 55 / 30	166 / 9 / 61	#A6093D
ATTENTION ORANGE	158 C	0 / 60 / 95 / 0	232 / 119 / 34	#E87722
SCIENCE GREEN	326	80 / 0 / 40 / 0	0 / 178 / 169	#00B2A9
STØVET BLÅ	7699	75 / 10 / 0 / 60	52 / 101 / 127	#34657F

3.13 / GRUNDELEMENTER BRUG AF SEKUNDÆRE FARVER

De sekundære farver er tiltænkt som ekstra farver til informationsgrafikker og andre grafiske elementer. Farverne skal bruges afmålt, dvs. infografikkerne bør ikke blive for spraglede i deres udtryk.

HJERTERØD benyttes altid som den farve der fremhæver det aktuelle i nyhedsgrafikken, eller repræsenterer Hjertereforeningen.



Hvem skal være ÅRETS HJERTEREDDER 2020?

Kender du en, der har reddet liv? Måske endda dit liv?

Husk at indstille vedkommende til prisen som Årets Hjerteredder 2020

Find indstillingsmuligheder og læs mere på [hjerteredder.dk](#) **Årets Hjerteredder**

Deadline for indstillinger er den 31. oktober 2020.

Årets Hjerteredder bliver kåret ved Hjerteredder i marts 2021

Årets Hjerteredder nominer af [Dokumentation](#)

[HJERTEFORENINGEN](#) Hjerteredder 2020

[Ophavsret](#) [Kontakt os](#)

STYR PÅ DE PERSONLIGE PAPIRER

Indførelsen blev brugt til hjerteredder og har været en succes. Det er vigtigt, at du styrer dine personlige papirer, så du kan være sikker på, at de er opbevaret korrekt.

30 %-LØSNINGEN

30 % af de indkomne donationer går til forskning og udvikling af nye behandlinger. Det er vigtigt, at du styrer dine personlige papirer, så du kan være sikker på, at de er opbevaret korrekt.

ØNSKER OG AFSTALER

Det er vigtigt, at du styrer dine personlige papirer, så du kan være sikker på, at de er opbevaret korrekt.

TESTAMENTE

Det er vigtigt, at du styrer dine personlige papirer, så du kan være sikker på, at de er opbevaret korrekt.

BESTIL VORES TESTAMENTEGUIDE

Bestil vores testamenteguide, så du kan være sikker på, at de er opbevaret korrekt.

FORSKNING FØR, NU OG I FREMTIDEN

1960: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

1962: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

1972: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

I GÅR

1960: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

1962: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

1972: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

I DAG

1960: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

1962: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

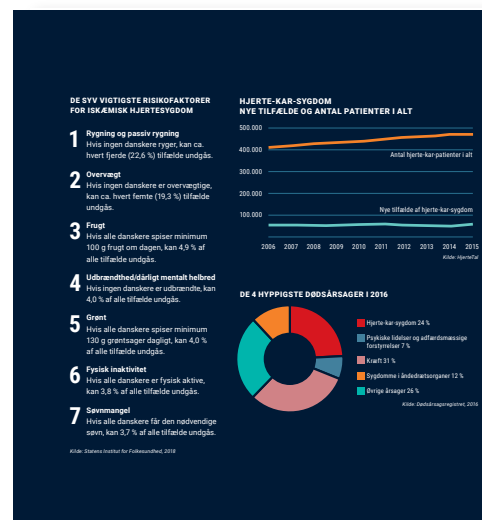
1972: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

I MORGEN

1960: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

1962: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)

1972: Konstant hjerteredder (første hjerteredder)



Sundhedsomkostningerne for de fem vigtigste hjerte-kar-sygdomme

Ca. **8.700 personer** diagnosticeres hvert år med **akut koronarsyndrom (AKS)** på sygehus (AKS dækker over en tilstand, hvor der mistænkes eller konstateres en blodprop i hjertet). De gennemsnitlige sundhedsomkostninger pr. patient er godt **144.000 kr.** i dagpenget.

Ca. **13.200 personer** diagnosticeres hvert år med **stabil iskemisk hjertesygdom** på sygehus (stabil iskemisk hjertesygdom skyldes blodforsuring i hjerterets kransearter). De gennemsnitlige sundhedsomkostninger pr. patient er godt **92.000 kr.** i dagpenget.

Ca. **11.000 personer** diagnosticeres hvert år med **hjerterystelse** på sygehus (hjerterystelse eller hjertesvækkelse betegner en tilstand, hvor hjertets evne til at pumpe blod er påvirket). De gennemsnitlige sundhedsomkostninger pr. patient er knap **125.000 kr.** i dagpenget.

Ca. **18.000 personer** diagnosticeres hvert år med **atrielflimren** på sygehus (atrielflimren eller forkammerflimren er en forstyrrelse i hjertets elektriske system og er en af de mest almindelige hjertesygdomme). De gennemsnitlige sundhedsomkostninger pr. patient er godt **98.000 kr.** i dagpenget.

Ca. **6.100 personer** diagnosticeres hvert år med **hjerterklapsygdom** på sygehus (ved hjerterklapsygdom kan hjerterklapperne ikke lukke eller åbne korrekt). De gennemsnitlige sundhedsomkostninger pr. patient er knap **120.000 kr.** i dagpenget.



Kilde: Statens Institut for Folkesundhed, 2018

Læs mere på [www.hjertereforeningen.dk/enhelhjertetindsats](#)

En helhjertet indsats

HJERTEFORENINGENS ANBEFALINGER

En helhjertet indsats

Der er helt nødvendigt, at hjerte-kar-området styrkes. Hvert år diagnosticeres ca. 55.000 danskere med en hjerte-kar-sygdom. Det svarer til, at alle indbyggere i Fredericia får en hjerte-kar-sygdom. Hver fjerde dansker dør af en hjerte-kar-sygdom, og andelen af hjerte-kar-sygdom er den største årsag til dødsfald.

For de flestes vedkommende er det en sygdom, som de skal leve med resten af livet. I dag lever ca. 469.000 danskere med en hjerte-kar-sygdom. Det betyder, at over en million danskere er berørt af hjerte-kar-sygdom, når man tæller de pårørende med.

Der er behov for en helhjertet indsats, der sikrer:

- At færre danskere får en hjerte-kar-sygdom
- At hjerte-kar-patienter får den bedste mulige behandling
- Mindre lidelse i hjertesundhed

Det skal ske ved først at sætte fokus på tre indsatsområder:

- Styrke det akutte beredskab
- Ingen børn og unge skal ryge i 2030
- Sikre bedre rehabilitering for alle hjerte-kar-patienter



Vi arbejder med to slags typografier: En primær typografi, Roboto, samt en sekundær typografi, Jubilat, som supplement i annoncer eller på plakater - eller i tilfælde, hvor det vurderes at der er behov for en blødere typografi.

DEN PRIMÆRE FONT: **ROBOTO**

Denne er til professionel brug. Eksempelvis marketingmateriale udviklet af reklamebureau eller grafiker. Det vil sige kampagne-materialer, annoncer, brochurer, foldere og webmateriale.

BRUG AF ROBOTO:

- Brug Roboto Condensed Bold i overskrifter.
- Roboto Light bruges primært til brødtekster og kortere sætninger.
- Kursiv bør kun bruges til at fremhæve enkelte ord i et afsnit.
- Minimum skriftstørrelse brødtekst i er 8 punkt.
- Roboto bruges også på web (72 dpi som man oftest opererer med digitalt).

VIGTIGT:

Fonten ligger i værktøjskassen på Sharepoint. Spørg grafiker, hvis du er i tvivl

Typografi roboto

AaBbCc012345

Roboto light / Roboto Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWX YZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
æøå0123456789

Roboto Bold / Roboto Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWX YZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
æøå0123456789

3.15 / GRUNDELEMENTER VERSIONER AF ROBOTO

Her er det fulde overblik over Roboto skriftfamilien.
Man bør dog primært holde sig til snittene på side 31.

Roboto Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto Thin italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto light italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto medium italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto black italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto condensed light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ YZÆØÅab-
cdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto condensed light italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ YZÆØÅabc-
defghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto condensed regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto condensed italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ YZÆØÅab-
cdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto condensed bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Roboto condensed bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ YZÆØÅab-
cdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

3.16 / GRUNDELEMENTER VERSIONER AF JUBILAT

Hjerteforeningens sekundære typografi er Jubilat.
Fonten kan eksempelvis anvendes i tilfælde, hvor der er behov
for at bløde typografien og dermed udtrykket op i en annonce
eller plakat. Dette vurderes udelukkende af grafikerens.

Her er det fulde overblik over Jubilat skriftfamilien.
Man bør dog primært holde sig til snittene på side 31.

Jubilat Extra light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Jubilat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Jubilat Light italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå*

Jubilat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Jubilat Medium

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå**

Jubilat Medium italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå***

Jubilat Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå**

Jubilat Black

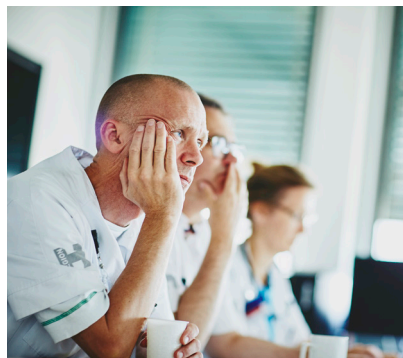
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZÆØÅabcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå**

3.17 / GRUNDELEMENTER FOTOSTIL - PROFESSIONEL

Vi er Hjerteforeningen, og vi har altid noget på hjerte. Lige som den dygtige reportagefotograf, skal vi være fluen på væggen i rigtige menneskers liv. Vi skal i vores billedvalg signalere både:

- Nærvær
- Ægthed
- Serioøstet
- Autoritet

Vi ser mennesker som de er: I sorg, glæde og alvor, men aldrig opstillet eller uvedkommende. Livet med hjertesygdom helt tæt på og uden filter. Vi viser også fagpersoner, som erfarne autoriteter med hjernen og hjerte det rette sted. Disse fotos er eksempler på professionel brug.



3.18 / GRUNDELEMENTER FOTOSTIL - AMATØR

Der er ofte behov for at tage billeder lokalt i PR-sammenhænge hvor der ikke er krav til professionelle billeder

Selvom du ikke er professionel fotograf, kan du komme langt med vores billedstil ved at gøre nogle få overvejelser, når du tager billeder og efter.

Billeder skal:

- være i høj opløsning/maximal størrelse
- ikke være selfies taget meget tæt på

MOTIVER

Vi anbefaler:

- Undgå rodede motiver
- Undgå underbelyste motiver
- Motiver med øjenkontakt er at foretrække
- Gå tæt på den historie du vil fortælle
- Vær opmærksom på lys på billedet
- Lav et enkelt motiv
- Find gerne en rolig baggrund
- Brug ikke billeder uden et motiv
- Brug gerne et dynamisk motiv

Det anbefales, at der udarbejdes et brief, når der bookes en fotograf.

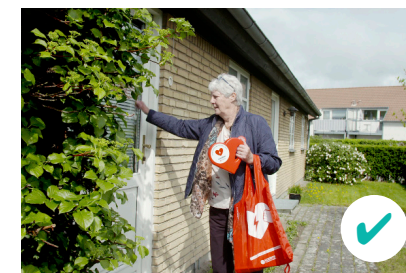
Hvis der er behov for hjælp til udvikling af brief stiller marketingteamet sig meget gerne til rådighed.



Brug gerne et dynamisk motiv



Vær opmærksom på lys på billedet



Lav en enkelt motiv



Find gerne en rolig baggrund



Gå tæt på historien du vil fortælle



Billeder med øjenkontakt er at foretrække



Brug ikke billeder uden et motiv



Undgå underbelyste motiver



Undgå rodede motiver

3.19 / GRUNDELEMENTER VIDEO

Ved produktion af film og videoer er det vigtigt, at Hjerteforeningen vises som tydelig afsender. For at sikre størst mulig ensartethed og genkendelighed skal nedenstående retningslinjer følges.

Hjerteforeningens logo skal introduceres allerede i indledningen [00:00] af videoen med logo-animation [bomærke (hjerter) og logotekst]. Det vil sige hele logoet står i 2-3 sek. og forsvinder derefter, mens selve bomærket forbliver synligt i resten af produktionen – indtil slutskilt. Vi anbefaler placering i nederste eller øverste venstre hjørne.

I tilfælde af slutskilt/afmelding skal Hjerteforeningens logo placeres stort og centreret. Logoet kan suppleres af en 'call-to-action', fx: Læs mere på hjerteforeningen.dk.

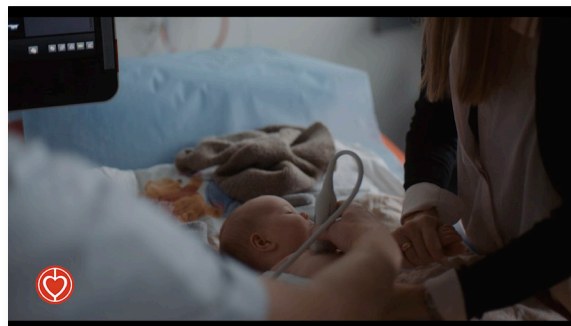
Er der behov for at anvende skilte i videoen, anvendes Hjerteforeningens primære eller sekundære farver. Det er også muligt at anvende hvid.

Eksempler på film og videoer med denne type logoplacering kan ses her:

youtube.com/watch?v=XKbfoXIfvBI



Intro



Outro



Intro



Info/grafik



Navn og titel