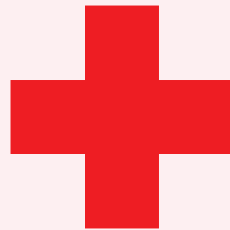


# IDENTITET.



# DE VISUELLE DRIVERS

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Handlekraftig                | Solidt, robust og ikke til at overse. Det røde kors er garant for, at nødhjælpen, teltet, medicinen når frem og at hver en krone og hver en time gør en så stor forskel som mulig. Vi taler ikke bare om tingene – <b>vi handler og får det til at ske</b> . Alene kan vi kun lidt. Sammen kan vi forandre verden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Kompetent og innovativ       | Du finder det røde kors på genbrugscontaineren, på indsamlingsbøssen og på konvolutten i din postkasse. Men også på dit vand på restauranten, på skrabeloddet og din SmartPhone. Vi er aldrig bange for at <b>gentænke, genskabe og forny</b> det humanitære felt, så længe det har en dokumenteret effekt og virker.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Nærværende                   | Røde Kors er tilstede der, hvor det sker. I det globale brændpunkt, i konfliktens øje, på Christiansborg – men også i det lokale storcenter. <b>Vi er der</b> , hvor behovet er størst og hvor vi kan gøre en verden til forskel. <b>Sammen</b> .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Troværdig                    | Når Røde Kors taler, bliver der lyttet. Det er ikke noget, vi tager for givet, men noget vi har kæmpet hårdt for og har bevist gennem vores historie. Vores <b>faglighed og troværdighed</b> er vores mest dyrebare valuta. Uden din tillid - intet mandat - og ingen Røde Kors.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Begreberne fortolket visuelt | Et viljestærkt og selvsikkert formsprog, hvor <b>mærket</b> er placeret i centrum af begivenhederne. Det er både utraditionelt, nyskabende og skarptskåret. Mærkets centrale placering gør det aktivt, handlende og pirrende. No-nonsense <b>typografien</b> fungerer både i livsstilstillægget og i krigszonen. Begrænset og konsekvent brug af <b>farver</b> gør vores kommunikation fokuseret og stringent. Brug af <b>tonet baggrund</b> giver på én gang varme, nærvær og ro. <b>Billedsproget</b> er på én gang autentisk, pirrende, nærværende, engagerende og bevægende. Det opnås ved brug af beskæring, fokus, øjenkontakt og den rigtige balance mellem tekst og billede. Den altid tydelige <b>afsender</b> skaber klarhed og er indirekte en opfordring til gøre noget og handle. |

# LOGO.

# RØDE KORS LOGO

## Introduktion

I Røde Kors skelner vi mellem det røde kors som beskyttelsesmærke og det røde kors som logo.

### Beskyttelsesmærke

Det røde kors betyder neutral beskyttelse og hjælp til mennesker i krig. Korset er beskyttet af internationale regler beskrevet i Genève-konventionerne af 1949. Det er stater, der har underskrevet Genève-konventionerne, og staterne har retten til at bruge det røde kors som beskyttelsesmærke.

I Danmark er det konkret Forsvarets og Hjemmeværnets sanitets- og sundhedstjeneste, der har lov til at bruge beskyttelsesmærket. Det udgøres af et rødt kors på en hvid baggrund uden navnetræk.

### Logo

Røde Kors i Danmark er anerkendt af den danske stat som en national Røde Kors forening. Genève-konventionerne giver os derfor lov til at bruge det røde kors som identifikation for vores forening og for vores hjælpearbejde i Danmark og ude i verden. Det røde kors bruges som logo til at angive tilhørs- eller afsenderforhold. Røde Kors' logo skal fjerne sig så langt fra beskyttelsesmærket så muligt.

Røde Kors i Danmark har to forskellige logoer:

- **Et primært logo** – et rødt kors uden navnetræk.
- **Co-branding logo** – et rødt kors med navnetrækket Røde Kors, Danish Red Cross eller Croix Rouge Danoise.

### Primære logo

Røde Kors' primære logo uden navnetræk kan bruges som blikfang og med stor signalværdi i kampagner og på forsiden af tryksager. De nærmere retningslinjer for logoet er beskrevet i design guidelines for Røde Kors' grafiske identitet.

Logoet kan optræde på hvid baggrund, lys tonet baggrund eller placeres oven på billeder. Optræder logoet på hvid baggrund skal det altid følges af tydeligt "Røde Kors". **Logoet må aldrig** placeres på hvid baggrund på flag, t-shirts, uniformer, bygninger, biler, telte. Her benyttes co-branding logo.

**Der må aldrig herske tvivl om, at Røde Kors er afsender.** Derfor skal der altid optræde "Røde Kors" et sted på fladen. Det kan for eksempel optræde i budskab eller i angivelse af handlemulighed ved for eksempel en url.

### Co-branding logo

I Røde Kors' co-branding logo er navnetrækket koblet direkte til korset. Navnetrækket er enten Røde Kors, Danish Red Cross eller Croix Rouge Danoise. Co-branding logoet kan placeres på hvid baggrund, lys tonet baggrund eller et lyst billede.

I Røde Kors i Danmark bruges co-branding logoet først og fremmest sammen med en anden virksomhed eller organisations logo i samarbejdsrelationer. Co-branding logoet kan også bruges til at angive afsender eller tilhørsforhold.

Røde Kors' grafiske identitet er godkendt af styrelsen i Røde Kors i Danmark.

# PRIMÆRE LOGO

## det røde kors uden navnetræk

Det Røde kors placeres centreret på forsider, plakater, bannere og andre iøjnefaldende flader.

Mærket er robust og enkelt med en klar og tydelig betydning. Ved at placere mærket i centrum markeres det, at Røde Kors er tilstede og nærværende i centrum af begivenhederne - handlekraftig og kompetent.

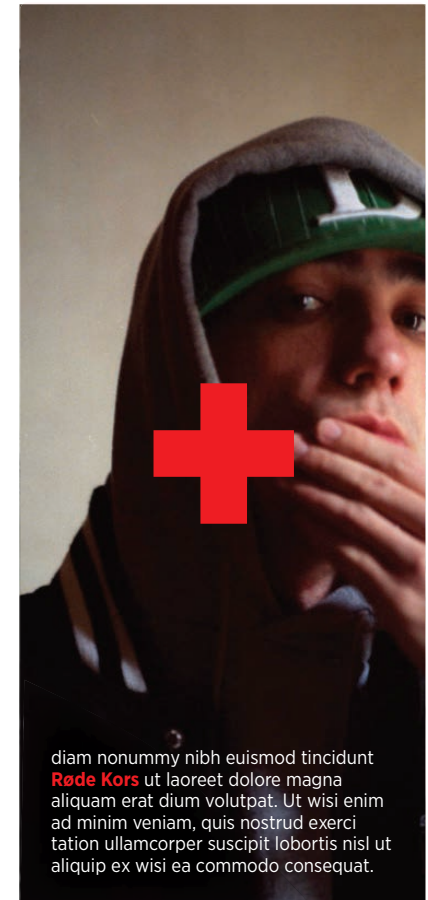
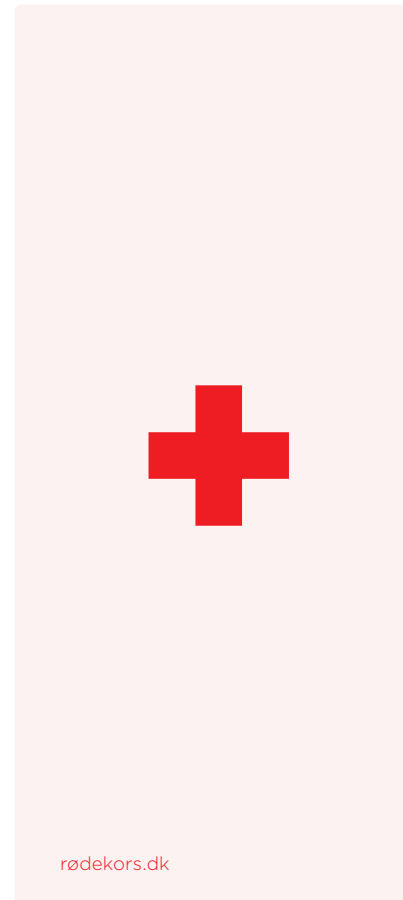
### Afsender

Når det Røde kors som logomærke optræder uden navnetræk skal Røde Kors altid stå tydeligt andetsteds på fladen.

Det skal være tydeligt – fx i budskab eller i angivelse af handlemulighed, at der er tale om Røde Kors. Folk skal have mulighed for at handle, når de møder vores budskaber fx. i kampagnesammenhæng. Dvs. at der altid som minimum skal være en url (web-adresse).

Røde Kors kan indimellem fremhæves med rød for at Røde Kors står tydeligt frem som afsender fx midt inde i en tekst eller i url (web-adresse). Det er ikke alle steder hvor der står Røde Kors at det skal fremhæves med rød - kun ét sted på samme flade.

Røde Kors-navnet kan yderligere træde frem ved at bruge Bold skriftsnit.



# LOGO

## placering

### Placering

Det Røde kors placeres centreret på forsider, plakater, bannere og andre iøjnefaldende flader.

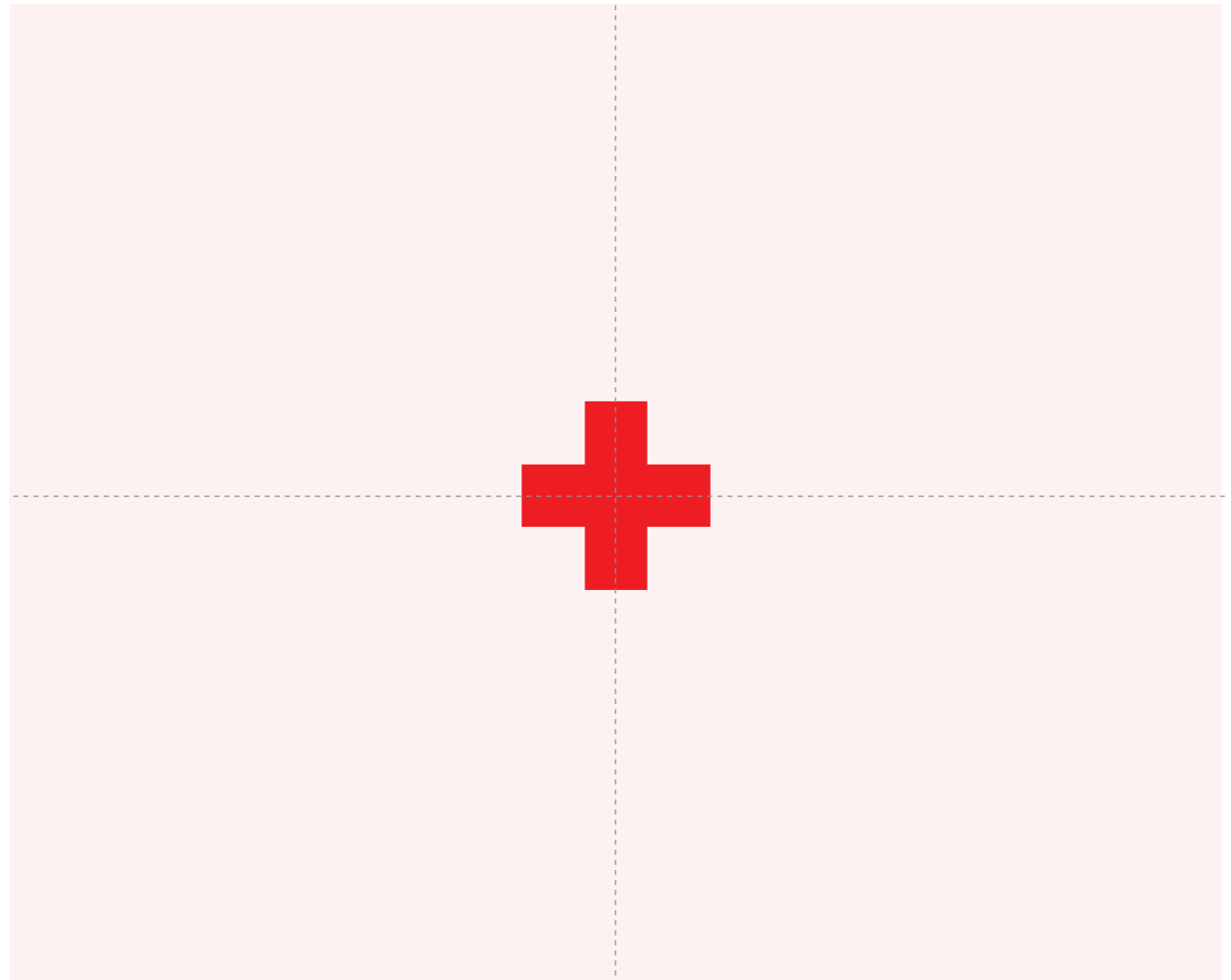
Mærket er robust og enkelt med en klar og tydelig betydning. Ved at placere mærket i centrum markeres det, at Røde Kors er tilstede og nærværende i centrum af begivenhederne - handlekraftig og kompetent.

Centreringen kan både være i forhold til format og i forhold til et præcist defineret område inde på formatet.

### Baggrund

Mærket kan placeres på billeder, hvid baggrund og Røde Kors tonet baggrund (se "Farver").

Korset må **aldrig** optræde på hvid baggrund uden navnræk på flag, t-shirts, uniformer, bygninger, biler, telte. I det tilfælde vil det nemlig kunne forveksles med beskyttelsesmærket (som beskrevet i "Logo - introduktion").



# LOGO

## eksempler på anvendelse

### Udendørsbanner

Det røde kors centreret på formatet på fotobaggrund.



### Bladhovede

Det røde kors centreret på bladhovede på tonet baggrund.



# LOGO

## eksempler på anvendelse

### Direct-mal

Det røde kors centreret på formatet på fotobaggrund/tonet baggrund.

### Direct-mal

Det røde kors centreret i et defineret felt fotobaggrund/tonet baggrund.

### Plakat

Det røde kors centreret på formatet på fotobaggrund/tonet baggrund.



# CO-BRANDING LOGO

## det røde kors med navnetræk

Det røde kors med navnetræk bruges primært sammen med en anden virksomhed eller organisations logo i samarbejdsrelationer og når Danmark er repræsenteret i udlandet (den engelske og franske version).

Undtagelsesvis kan det bruges som afsender på bagsiden eller i kolofon på tryksager. Se iverigt side 5 om brug af logoer.

Co-branding logoen er en enhed; rødt kors og navnetræk i en hvid boks. Forholdet mellem logoens tre elementer må ikke ændres eller skaleres ikke-proportionelt.

Der er to logovarianter, en lodret og en vandret. Der er tre sprogversioner af begge varianter:

- Røde Kors
- Danish Red Cross
- Croix Rouge Danoise

### Vandret logovariant



### Lodret logovariant



RØDE KORS



DANISH  
RED CROSS



CROIX ROUGE  
DANOISE



RØDE KORS



DANISH  
RED CROSS



CROIX ROUGE  
DANOISE



RØDE  
KORS



DANISH  
RED  
CROSS



CROIX  
ROUGE  
DANOISE

# CO-BRANDING LOGO

## afstand og størrelse

### Respektastand

Der er ud over den hvide boks defineret en minimum respektafstand til logoen i forhold til placering af tekst /andre elementer i et layout.

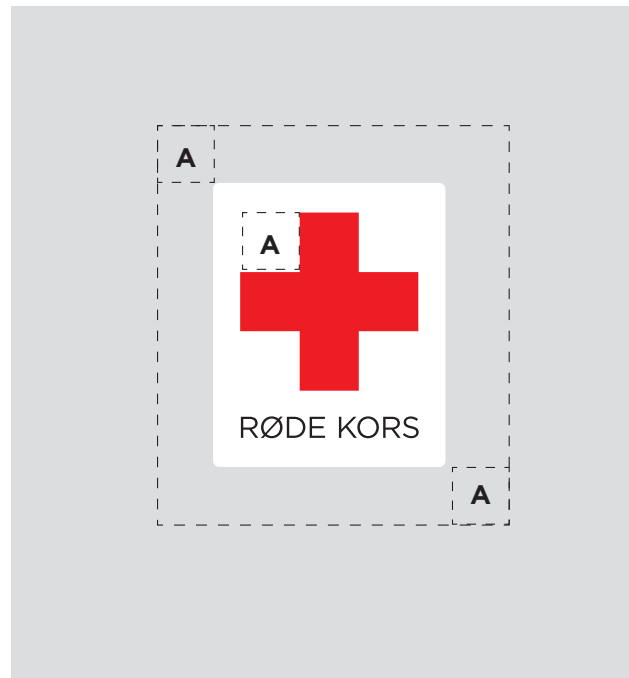
### Logostørrelse

For at sikre læsbarheden af navnetrækket er der defineret en logo minimumstørrelse til tryksagsbrug.

Der kan være undtagelser når det gælder placering af logoen på andre emner fx pen el. lign.

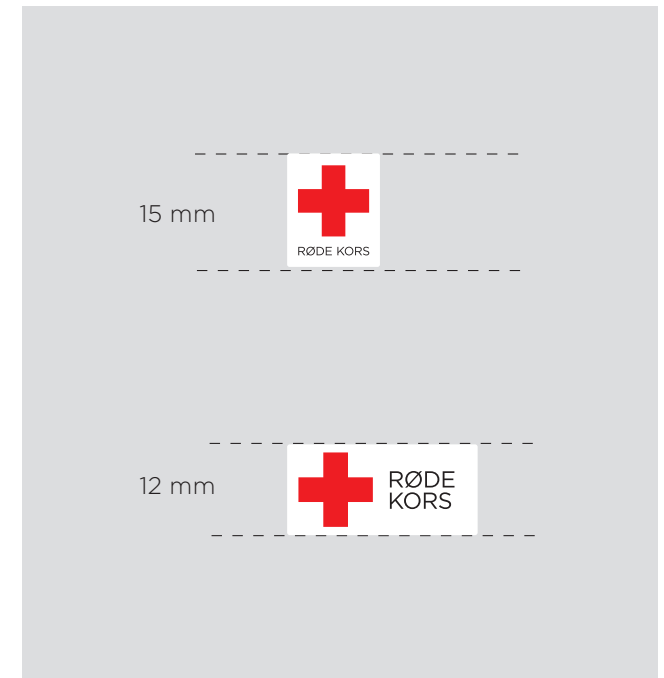
### Minimum respektafstand

Defineres i forhold til logoets størrelse, som anvist ovenfor



### Minimum logostørrelse

- lodret logovariant 16 mm i højden
- vandret logovariant 12 mm i højden



# LOKAL AFSENDER

## placering af afdelingsnavn og aktivitet

Alle lokalafdelinger i Røde Kors har et og samme logo. Dvs. at lokalafdeling og/eller aktivitet tilføjes ikke til Røde Kors logoet.

Afdelingsnavn placeres på emnet som afsender fx i et hjørne eller i umiddelbart forlængelse af tekst.

Aktivitet kan placeres som en markør fx i et hjørne eller i forhold til overskrift/tekst.

Navn og aktivitet skrives i Gotham Light eller book. Undgå at sætte afsenderen i en stor størrelse, det er ikke det væsentlige budskab – giv ro og fokus til overskriften.



### Afsender

På dette eksempel er lokalafdelingens navn placeret i nederste venstre hjørne på forside af folderen.



# TYPOGRAFI

## Gotham

### Gotham

Gotham er en OpenType skrift der kan anvendes på både PC og Mac.

Røde Kors bruger Gotham Light, -Book, -Bold og -Black

Gotham bruges til overskrifter og kortere tekststykker fx manchetter og citater.

Gotham Black er det primære skriftsnit til overskrifter på forsider, plakater, bannere og andre iøjenfaldende flader, hvor det røde kors har en markant placering. Gotham Black anvendes altid i versaler.

Om specifik brug af de øvrige skriftsnit se "Anvendelse".

GOTHAM LIGHT  
Gotham Light

---

GOTHAM BOOK  
Gotham Book

---

**GOTHAM BOLD**

---

**GOTHAM BLACK**

# TYPOGRAFI

## Gotham Narrow

### **Gotham Narrow**

Gotham Narrow er en OpenType skrift der kan anvendes på både PC og Mac.

Røde Kors bruger Gotham Narrow Book, Book Italic og Bold

Gotham Narrow Book bruges til brødtekst og tekst i faktabokse (overskriften i faktaboksen står i Gotham, som alle øvrige overskrifter)

Gotham Narrow Book Italic bruges når der er behov for at differentiere tekstpassager i brødteksten, fx til spørgsmål/svar i interviews og citater.

Gotham Narrow Bold bruges til mellemrubrikker i brødtekst.

---

# Gotham Narrow Book

---

# *Gotham Narrow Book Italic*

---

# **Gotham Narrow Book**

# TYPOGRAFI

## Verdana

### Røde Kors digitalt

Verdana er en skrift, der er indeholdt i Microsoft Office pakken og tilgængelig på de fleste computere.

Røde Kors bruger Verdana til web, PowerPoint og Word dokumenter for at sikre, at tekst ikke formatteres uhensigtsmæssigt på modtagernes computere.

VERDANA REGULAR

Verdana Regular

---

VERDANA BOLD

Verdana Bold

# TYPOGRAFI

## anvendelse

### tekstniveau 1

#### Kampagne statements/overskrifter

Gotham Black  
Versaler  
Centerjusteret

**KRIG.GRU.HÅB**

#### Magasin overskrifter

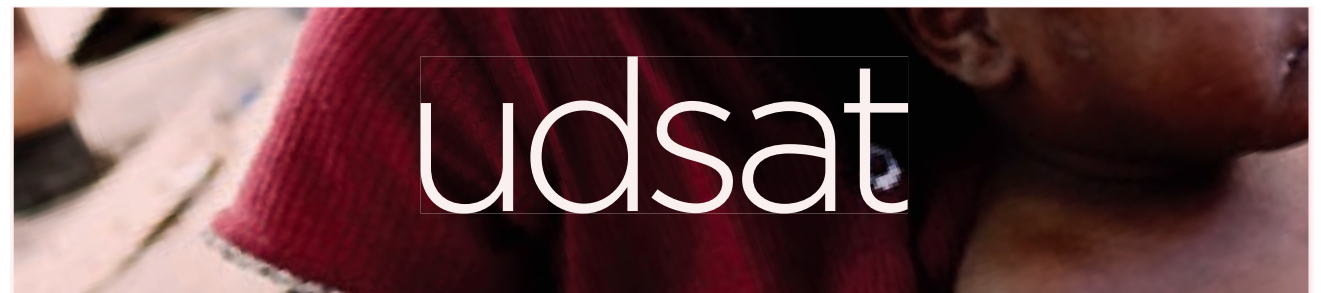
Gotham Light -Book, -Bold og -Black,  
Centerjusteret

- Kan anvendes i versaler såvel som små bogstaver,
- Placeres centreret på siden eller over hele opslaget

Eksempel:  
Gotham black, versaler



Eksempel:  
Gotham light,  
små bogstaver



# TYPOGRAFI

## anvendelse

### tekstniveau 2

#### Korte tekster/manchetter

Gotham Light, -Book eller -bold  
(afhængig af baggrund (læsbarhed)),  
spatiering -10

Lorem ipsum dolor  
sit amet, consectetur  
adipiscing elit, diam  
nibh nonummy  
eiusmod tincidunt

Lorem ipsum dolor  
sit amet, consectetur  
adipiscing elit,  
diam nibh nonummy  
eiusmod tincidunt

**Lorem ipsum dolor  
sit amet, consectetur  
adipiscing elit, diam  
nibh nonummy  
eiusmod tincidunt**

#### Citat

- Citationstegn : Gotham Black, 20 pkt.
- Citat: Gotham Light, 20 pkt./21 pkt.,  
spatiering -10
- Navn: Gotham Narrow Bold, 8 pkt./ 21pkt.
- Centerjusteret

“ Duis autem  
vel eum iriure  
esse molestie  
consequat ”

— Kofi Osei Odei —

#### Faktaboks

- Overskrift i Gotham Light i store  
og små bogstaver (anvendes kun til  
korte overskrifter på 1 linje og min.  
størrelse 20 pkt.), spatiering -10
- Overskrift i Gotham Bold i Versaler,  
spatiering -10
- Tekst: Gotham Narrow Book
- Centerjusteret

#### LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Consectetur adipiscing elit, sed  
diam nonummy nibh euismod  
tincidunt ut laoreet dolore

#### Vand

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

#### LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Consectetur adipiscing elit, sed  
diam nonummy nibh euismod  
tincidunt ut laoreet dolore.

# TYPOGRAFI

## anvendelse

### tekstniveau 3

#### Brødtekst

Gotham Narrow Book  
Venstrejusteret  
8,5 pkt./12.5 pkt. eller 9,5 pkt./13 pkt.

Gotham Narrow Book Italic  
til fremhævning af tekst

Cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. *“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt”* ut laoreet dolore magna erat.

8,5 pkt./12.5 pkt.

Cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. *“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur nonummy nibh euismod tincidunt”*.

9,5 pkt./13 pkt. - Til fx Frivillig bladet

#### Mellemrubrik

Gotham Narrow Bold  
Venstrejusteret  
8,5 pkt./12.5 pkt.

#### Nam liber tempor

Cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet.

#### Consectetuer adipiscing

Elit, sed diam nonummy nibh euismod

#### Billedetekst

Gotham Narrow Bold  
8 pkt./10 pkt.  
Højre- eller venstrejusteret

Nam liber tempor  
Cum soluta nobis  
eleifend option  
congue nihil imper



pperdiet doming id  
quod mazim placerat  
facer possim assum.  
ummy nibh euismod



# TYPOGRAFI

## anvendelse

### Kampagne



#### Udendørs banner

- Overskrift står centreret i Gotham Black
- Tekst står venstrejusteret nede i hjørnet i Gotham Book
- Røde i URL-adressen kan stå med rødt

**Generelt** På overordnede kampagneemner hvor det røde kors optræder, forholder overskriften sig altid til korsets placering (se "Det Røde Kors"). Dvs. på samme side centreret ovenfor eller nedenfor det centrerede kors. På et opslag kan overskriften alternativt placeres på modsatte side vandret ud for korset.



#### Annonce

- Overskrift står centreret på side i Gotham Black
- Tekst står centreret nedenfor
- Røde i URL-adressen kan stå med rødt



#### Direct mail

- Overskrift placeret centreret i tonet felt, Gotham Black, centerjusteret
- Tekst står venstrejusteret i Gotham Narrow Book
- Røde Kors er fremhævet med bold i teksten og Røde kan stå med rødt

(Layout forholder sig til standard placering af rude i konvolut)

# TYPOGRAFI

## anvendelse

### Kampagne



#### Udendørs banner

- Overskrift står centreret i Gotham Black
- Tekst står venstrejusteret nede i hjørnet i Gotham Book
- Røde i URL-adressen kan stå med rødt



#### Annonce

- Overskrift står centreret på side i Gotham Black
- Tekst står centreret nedenfor
- Røde i URL-adressen kan stå med rødt



#### Direct mail

- Overskrift står centreret i Gotham Black
- Tekst står venstrejusteret oppe i højre hjørne i Gotham Narrow Book
- Røde Kors er fremhævet med bold i teksten og Røde kan stå med rødt

(Layout forholder sig til standard placering af rude i konvolut)

**Generelt** På overordnede kampagneemner hvor det røde kors optræder, forholder overskriften sig altid til korsets placering (se "Det Røde Kors"). Dvs. på samme side centreret ovenfor eller nedenfor det centrerede kors. På et opslag kan overskriften alternativt placeres på modsatte side vandret ud for korset.

# TYPOGRAFI

## anvendelse

## Publikationer



### Opslag med overskrift og kort tekst

- Overskrift står centreret på side i Gotham Black i versaler
- Tekst står centreret nedenfor i Gotham Light
- Billedtekst står højrecenteret i billedet
- Paginering er placeret i midten af formatets højde



### Opslag med flere emner

- Overskrift står i Gotham Black i versaler centreret over tekstspalterne med tilhørende indhold
- Fremhævet centreret tekst i rød
- Paginering er placeret i midten af formatets højde

# TYPOGRAFI

## anvendelse

### Magasiner / 1



#### Magasinforside

Centerjusteret tekst placeret centreret:

- i forhold til bladhovede
- i forhold til formatet



#### Magasin - indgangsopslag

Overskrift (centerjusteret) placeret centreret på opslaget, sat i små bogstaver

# TYPOGRAFI

## anvendelse

### Magasiner / 1



**Magasinopslog**  
Overskrift centerjusteret og placeret centreret i det hvide rum (defineret i layoutet)



**Magasinopslog**  
Centerjusteret citat  
Centerjusteret tekst i faktabokse  
Brødtekst og billedtekst venstrejusteret

# TYPOGRAFI

anvendelse

Verdana i PowerPoint / titel side



- Overskrift står centreret på side i Verdana Bold i versaler
- Venstrejusteret tekst
- Footer står centreret i versaler

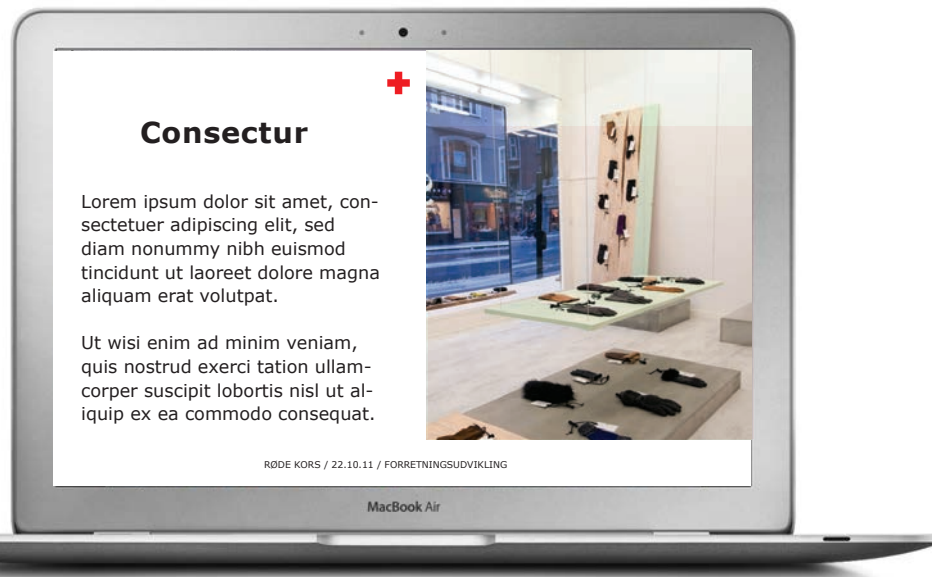


- Overskrift står centreret på side i Verdana Bold i versaler
- Tekst står centreret nedenfor i Verdana Regular
- Footer står centreret i versaler

# TYPOGRAFI

## anvendelse

### Verdana i PowerPoint / indholdsside



- Overskrift står centreret i det hvide felt i Verdana Bold
- Brødtekst står venstrejusteret i Verdana Regular
- Footer står centreret i versaler



- Stor fremhævet tal/tekst står centreret i rød på side i Verdana Bold
- Venstrejusteret tekst
- Footer står centreret i versaler

**FARVER.**

# FARVER

## primære

### Kors Rød

Anvendes til logo, fremhævelse af Røde (Kors) i URL-adressen, i grafer, baggrundsfarve og tekst i faktabokse, citater, billedtekster o.a.

I direkte sammenhæng med det røde kors skal brugen af den røde farve på øvrige elementer begrænses til tekstfremhævelse af røde kors.

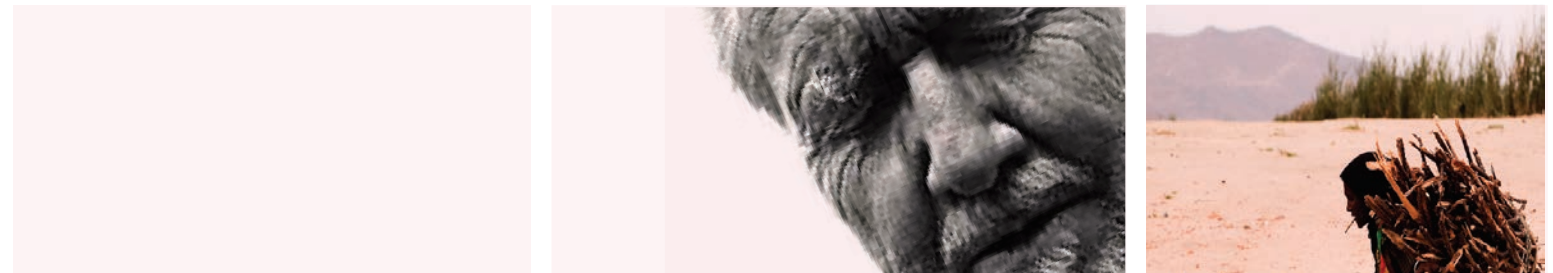


CMYK: 0-100-100-0  
 RGB: 227-10-11  
 #: e30a0b  
 Pantone: 485 C  
 RAL 3020

### Røde Kors glød/toning

Den douche rødtoning er et gennemgående visuelt identitetselement, som giver glød og fjerner det røde kors væk fra det mere kliniske udtryk som det røde kors har i forbindelse med hvid. Den røde toning er samtidig klart differentierende i forhold til andre hjælpeorganisationer.

Toningen anvendes som baggrundsfarve, transparent henover fotos (multiply), til faktabokse og overskrifter.



CMYK: 0-5-2-0  
 RGB: 254-245-245  
 #: fef5f5  
 Pantone: 5% 485 C

# FARVER

## sekundære

### Den grå skala

Anvendes som baggrundsfarve i tekstbokse, til overskrifter, billedtekster og anden tekst, der skal differentiere sig fra den sorte brødtekst samt til grafer og anden infografik.



CMYK: 0-10-2-89  
RGB: 55-53-56  
#: e30a0b

CMYK: 0-8-2-75  
RGB: 90-88-91  
#: 5a585b

CMYK: 0-6-2-61  
RGB: 118-114-119  
#: 767277

CMYK: 0-4-1-48  
RGB: 152-149-152  
#: 989598

CMYK: 0-3-1-28  
RGB: 201-197-197  
#: c9c5c5

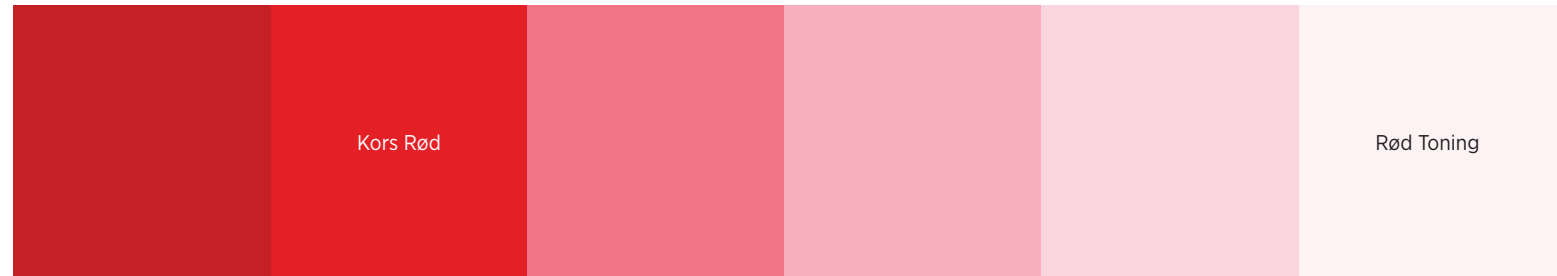
CMYK: 0-2-0-7  
RGB: 231-229-231  
#: e7e5e7

# FARVER

## funktion

### Rød Skala

Anvendes til grafer og anden infografik.



CMYK: 16-100-100-6  
RGB: 200-23-30  
#: c8171e

CMYK: 0-68-30-0  
RGB: 242-117-129  
#: f27581

CMYK: 0-38-10-0  
RGB: 247-176-189  
#: 7b0bd

CMYK: 0-20-3-0  
RGB: 252-210-221  
#: fcd2dd

### Splash farve

Anvendes begrænset til splashes og lignende.

Bemærk at farven bliver mere intens og iøjenfaldende, når den trykkes som spot farve (Pantone).



CMYK: 0-5-100-0  
RGB: 252-228-0  
#: fce400  
Pantone: 803 C

# BILLEDER.

# BILLEDER

## Ikoniske

Visuelt skelner vi mellem ikoniske og dokumentariske billeder.

### Ikoniske billeder

De ikoniske billeder bliver brugt til kampagner og enkeltstående / primære flader fx forsider, plakater, bannere etc.

Ikonisk skal ses i forhold til de dokumentariske fotos, som mere objektivt skildrer virkeligheden og viser en situation set udefra.

De ikoniske billeder er den subjektive fortælling om mennesket, følelserne, lidelserne, drømmene og håbet. De ikoniske billeder er altid troværdige og autentiske, men tillader også at se tilværelsen fra mikro-perspektivet – altså indefra.

Samspil mellem tekst og de ikoniske billeder er altafgørende. Det er vigtigt, at de komplementerer hinanden, og at samspillet mellem dem giver kant til det samlede udtryk. Teksten kan med fordel bruges til at perspektivere det personlige ved at give indblik i den overordnede store historie, som det personlige blik er et billede på.

**Fokuseret** Komposition og motiv skal fremstå fokuseret, rent og være ukompliceret at aflæse. Vigtigt at der bliver skabt ro og plads til tekst og budskab.

**Medmenneskelig** Billedet skal skabe nærvær og identifikation, så du føler empati med mennesker i nød og kan forstå deres lidelse. Du skal gribes, så du griber til handling – uden at udtrykket bliver følelssporno og banalt.

Billederne skal altid være respektfulde, således at de portrætterede ikke bliver udstillede. Fokus er ofte på en sigende detalje – et udtryk i øjnene eller et særligt kropssprog. Det handler om personer og deres integritet og rettigheder.

**Øjenkontakt** tiltrækker din opmærksomhed, giver tilstedeværelse og inddrager dig som beskuer.

**Beskæring** Beskæringen er med til at skærpe fokus. Med beskæring kan der tilføres dramatik, energi, dynamik. I nogle tilfælde kan en tiltning af motivet også tilføre bevægelse, energi, retning. Vær ikke bange for at gå tæt på. Gør det nærværende.

Lad mig se ind i sjælen og forstå. Lad mig ikke forblive uberørt.

# BILLEDER

## Eksempler



**Komposition** Lyset skaber kompositionen og giver fokus. Kvinden i midten kigger ligefrem. De store kontraster mellem områder med henholdsvis lys og skygge giver rolig baggrund til tekst.



**Beskæring** Tæt på, enkelt og stærkt. Alt uvedkommende er skåret væk. Nærværende.

# BILLEDER

## Eksempler



**Øjenkontakt** | direkte kontakt med beskueren.



**Komposition** Den uskarpe forgrund giver øget fokus på kvinden i midten og billedet bliver fortællingen om den frivillige.

# BILLEDER

## Dokumentariske

Billeder er med til at fortælle, hvad Røde Kors laver. Billeder kan på et sekund gøre noget meget abstrakt uhyggeligt konkret. Udfordringen med dokumentariske billeder er, at de på én gang skal være autentiske for at være troværdige - og samtidig have en kvalitet, så Røde Kors fremtræder professionelt, effektivt og handlekraftigt.

### Udfordring

Når det ikke er muligt at skaffe professionelt billedmateriale fra dygtige fotografer, er det vigtigt, at der arbejdes bevidst med billedbehandling og beskæring.

- Sørg for at forbedre kontrasterne i dårlige optagelser
- Juster for farvestik, der ikke klæder identiteten
- Opnå mere fokus i billedet ved beskæring
- En utraditionel beskæring giver en dynamisk komposition - men husk det skal give mening og ikke være ren manér.



**Kontraster** Rens billeder op ved at styrke kontrasterne. Dette er særlig vigtigt når et billed bruges med Røde Kors' toning hen over.



# BILLEDER

## Toning

Den douche rødtoningen er et gennemgående visuelt identitetselement, som giver glød, varme, nærvær og ro.

Toning anvendes på billeder på alle primære kommunikationsflader uden undtagelse. Ved konsekvent brug skaber det genkendelse og ejerskab til Røde Kors.

Toningen anvendes som transparent farve hen over fotos (multiply) og kan anvendes på sort/hvid fotos såvel som på farvefotos.

Toning anvendes ikke konsekvent på alle billeder på inderopslag fx reportagebilleder i en artikel.



Toning på sort/hvid foto



Toning på farvefoto