



Kemp
Lauritzen

Maj 2024

Designguide

Indhold

3	Introduktion
4	Logo
10	Farver
17	Typografi
20	Mønster
23	Formsprog og layout
33	Fotostil
37	Plads til forskellighed
44	Inspirationseksempler



Velkommen til vores designguide

Guiden, du sidder med her, er ret vigtig. Den sikrer nemlig sammenhæng i vores visuelle kommunikation på tværs af medier - fra hjemmesiden og LinkedIn til vores biler og det tøj vi går i.

Guiden er ikke en detaljeret tjekliste, du går igennem fra top til bund, og så ved du, at den sidder lige i skabet. Ja, der er nogle klare regler og definitioner, men i sidste ende er det op til dig at gøre guiden til virkelighed. Se guiden som din værktøjskasse med de mest essentielle ting. Her har du hammeren og sømmet, nu er det op til dig at få billedet op på væggen i vater.

Hvis du hurtigt vil have fat i et bestemt værktøj, kan du bruge menuen i højre hjørne.

Kort om vores udseende

Det er ikke tilfældigt, at vi ser ud, som vi gør. Logoet, skrifttypen, som er vores helt egen, farverne og vores fotostil er særligt udvalgt til at repræsentere Kemp & Lauritzen på bedste vis.

Og det vil du også fornemme, som du læser guiden: At vores udseende fortæller om en virksomhed, hvis løsninger er både yderst håndgribelige og dybt digitale. Præcise og detaljerede, men altid del af noget større. En virksomhed med mennesker, der er topprofessionelle og helt nede på jorden. Og en forretning, der er optaget af at få hverdagen til at glide for sine kunder, men aldrig uden at tænke på fremtiden.

God læselyst - og god fornøjelse med at omsætte guiden til virkelighed!

Logo

01

Vores logo

Vores logo er vores mest fremtrædende visuelle kendetegn, skabt med vores skræddersyede skrift.

For at sikre, at det altid præsenteres på samme måde, er det vigtigt, at det altid anvendes konsekvent og med en nøje sans for detaljer.

På afstand fremstår logoets bogstaver afrundede, men når man kommer tættere på, træder de faste, mere kantede konturer tydeligt frem. Det skaber en dynamisk interaktion og kontrast. Og så passer det til vores virksomhed; det er de små, rette detaljer, der tilsammen gør en stor forskel i det brede, langsynede perspektiv.

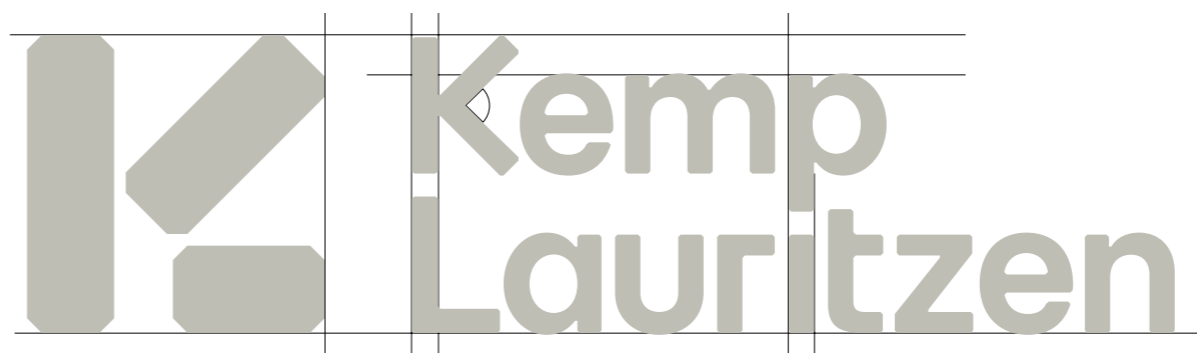
Vi har den samme respekt for vores logo, som vi har for vores faglighed. Derfor bør logoet aldrig tilpasses, beskæres eller ændres på nogen måde for f.eks. at passe ind i bestemte formater.

Primære logo



Bomærke

Navnetræk



Logofarver

Logoet bruges primært i grøn. Hvis det ikke er muligt, kan den sorte eller hvide version bruges i stedet.

Det gælder også for de andre logovarianter.

Kontrast mellem logo og baggrund er afgørende for høj læsbarhed og farven på logoet bør derfor bestemmes ud fra baggrund og kontekst.

Logoet må ikke bruges i andre farver end dem, der vises på denne side.

Farvet



Sort/hvid



Logovarianter

Der findes 3 varianter af logoet, som alle kan bruges afhængigt af kontekst og behov.

Primære logo

Det primære logo indeholder bomærke og navnetræk. Dette er vores foretrukne logo, så det bruger vi altid, når det passer ind.

Det kan benyttes på forskellige måder. Bl.a. hvor bomærke og navnetræk sidder sammen, men kan også bruges, hvor navnetræk står for sig, mens bomærket bruges mere som et grafisk element i layoutet.

Bomærke

Bomærket er et fleksibelt element, der kan bruges sammen med navnetrækket eller som sit eget grafiske element.

For at etablere genkendelighed til vores brand, bør bomærket kun stå alene, når det bruges som 'favicon', profilbillede på SoMe-platforme eller som et grafisk element, fx på hjelme.

Navnetræk

Ligesom bomærket, kan navnetræk også bruges separat.

Primære logo



Eksempler til inspiration



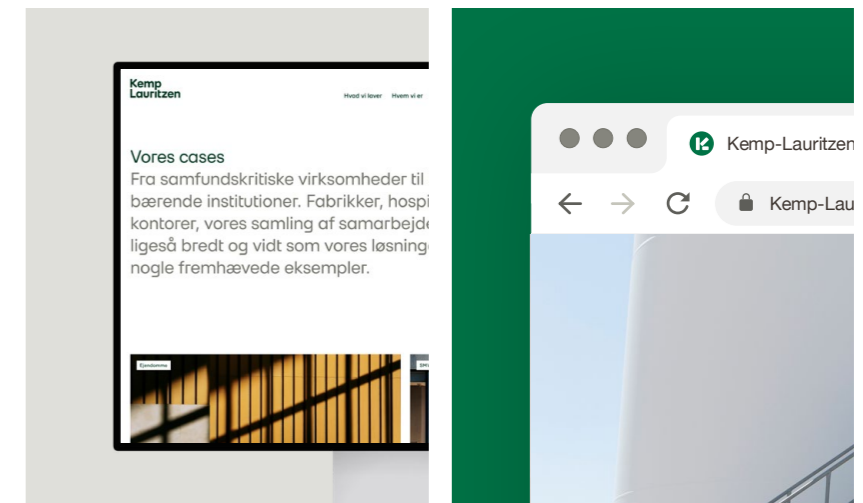
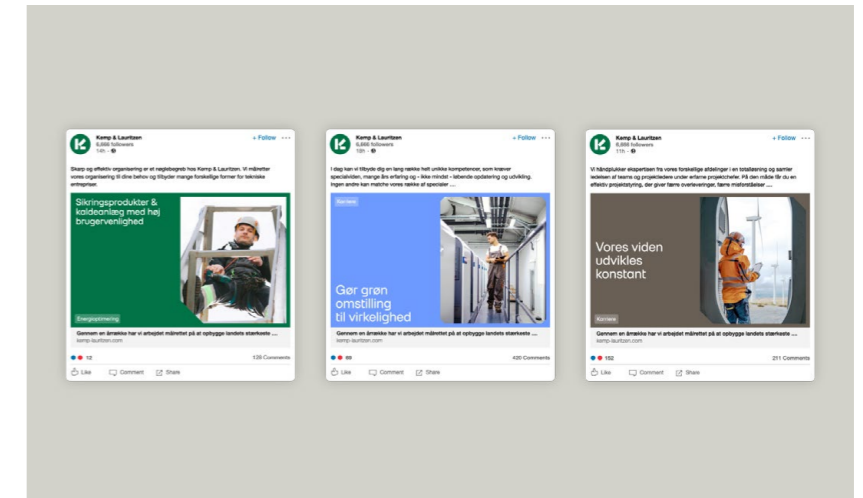
Navnetræk



Bomærke



Eksempler til inspiration

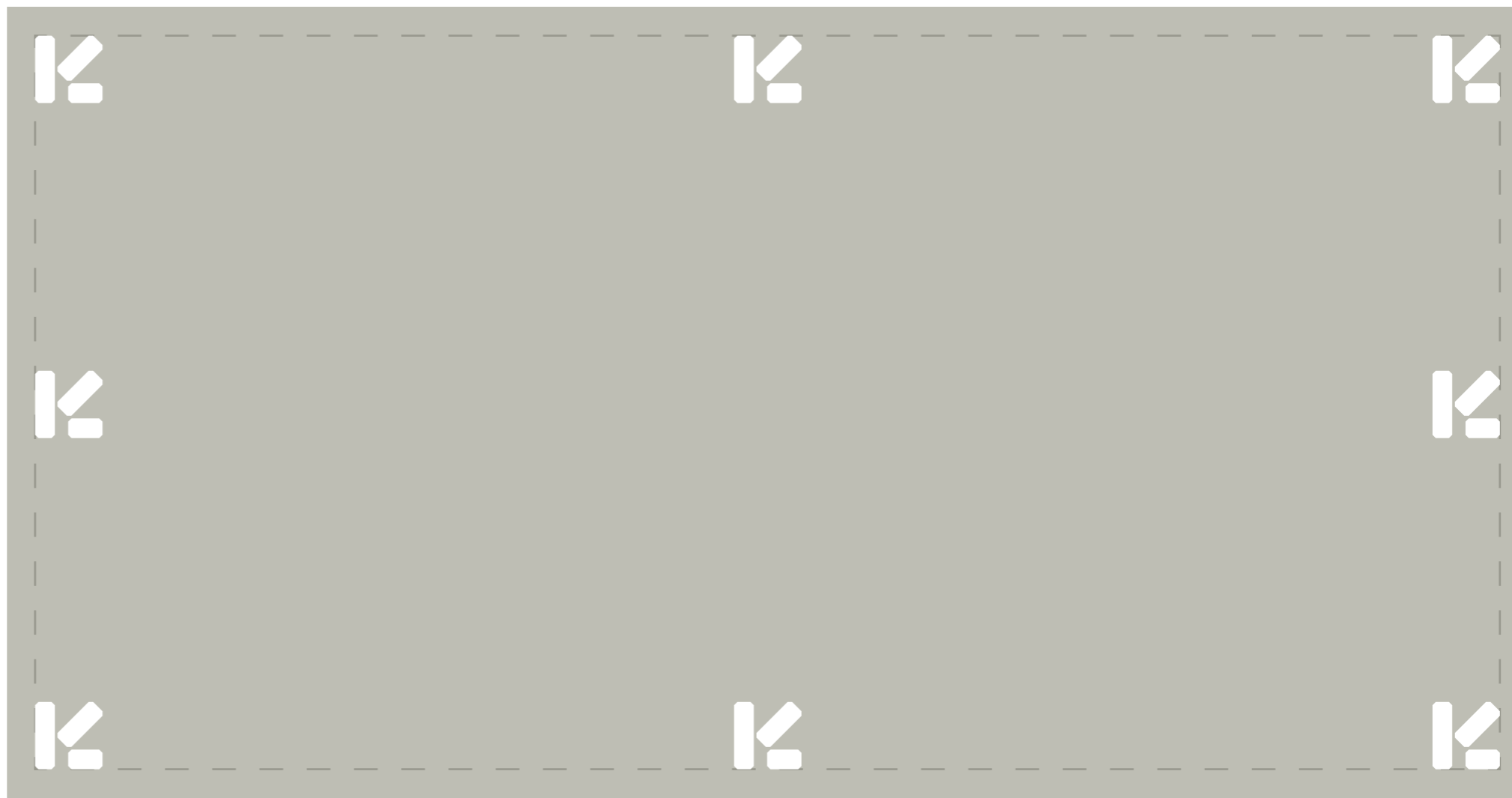


Logoplacering

Logoet kan frit placeres i hvert hjørne af formatet eller centreret i toppen eller bunden.

Det gælder også højformat.

Ved at følge dette princip, sikrer vi et ensartet udseende på tværs af formater og platforme.



Logospecifikationer

Logostørrelser

Format, medie osv. er afgørende for, hvordan logoet skal bruges, og bør altid bestemmes, hvor småt logoet skal være. Det vigtigste er, at logoet kan tydes og forstås i sin helhed. Hellere nøjes med at bruge bomærket uden navnetrækket, hvis navnet ikke kan aflæses eller hvis brug af navnetræk bryder med formatet.

En generel tommelfingerregel er, at bredden aldrig bør være mindre end 20 mm.

Lille



Stor

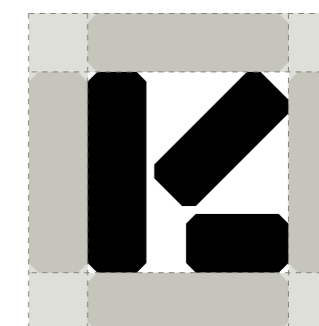


Respektafstand

For at beskytte logoet og sikre en klar og tydelig præsentation af Kemp & Lauritzen som afsender, skal respektafstanden altid overholdes.

Det betyder, at tekst, grafik og lignende under ingen omstændigheder må trænge sig ind på det viste område. Det gælder også, når logoet placeres tæt på kanterne af et papir eller layout.

Respektafstanden er baseret på størrelsen af bjælken i bomærkets tykkelse.



Farver

02



Vores farver

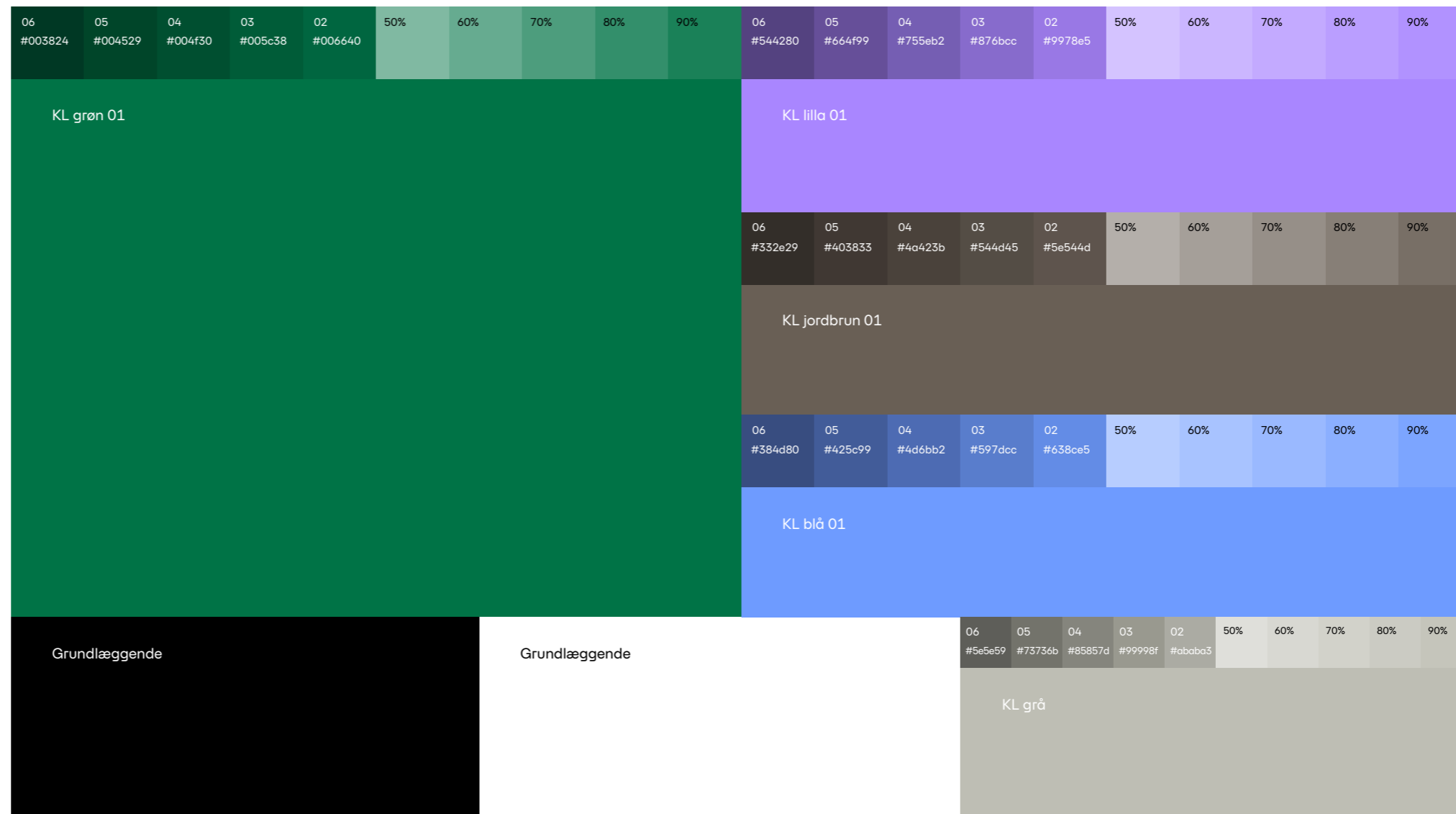
Vores medarbejdere og vores løsninger er lige så nuancerede og stærke som de farver, der repræsenterer os.

Vi er et flerfarvet brand, men der er en farve, der betyder lidt mere end de andre. Den grønne, vores primærfarve. Den grønne farve minder os om, hvad der er omdrejningspunktet for vores virksomhed og for vores løsninger: at lykkes med den grønne omstilling.

Derfor er grøn mere end blot en nuance. Den er et vidnesbyrd om vores fulde dedikation til den grønne omstilling og et samfund drevet af miljøbevidst vvs, elektricitet, ventilation osv. Grøn står også for positiv vækst, innovation og løftet om en renere fremtid.

Vores sekundærfarver; lilla, jordbrun og blå, komplimenterer den grønne og hinanden lige som de skal. Den lilla emmer af noget digitalt, den blå løfter os op i de højere luftlag, og den jordbrune tager os ned i øjenhøjde igen. På den måde spiller de godt sammen.

Og så er det i øvrigt et valg af farver, der får os til at stikke ud i branchen - noget vi ikke er bange for, for vi er ret anderledes end andre teknikvirksomheder.



Farvedefinitioner

CMYK

CMYK anvendes til trykt materiale. Til papir/tryk er vores førstevalg altid ubestrøget papir. CMYK bestrøget bør begrænses til medier som tryk på folie, roll-ups og bannere.

RGB og HEX

RGB- og HEX-farver er til skærmdisplay, f.eks. web og PowerPoint.

Pantone

Pantone-definitionerne kan især bruges som en farverefERENCE til trykning, maling og farvning af andre materialer såsom plast og tekstiler.

Primær

KL grøn 01



CMYK C 75-10-65-26 C
CMYK U 81-6-77-24 U
Pantone C 6158 C
Pantone U 7732 U
RGB 0 / 115 / 70
HEX #007346

Grundlæggende

KL sort



CMYK C 0-0-0-100
CMYK U 0-0-0-100
Pantone C
Pantone U
RGB 0 / 0 / 0
HEX #000000

KL hvid



CMYK C 0-0-0-0
CMYK U 0-0-0-0
Pantone C
Pantone U
RGB 255 / 255 / 255
HEX #ffffff

Sekundær

KL lilla 01



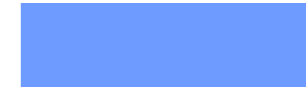
CMYK C 32-42-0-0 C
CMYK U 30-40-0-0 U
Pantone C 2073 C
Pantone U 2073 U
RGB 169 / 134 / 255
HEX #a986ff

KL jordbrun 01



CMYK C 28-36-37-56 C
CMYK U 35-53-55-43 U
Pantone C 410 C
Pantone U 7596 U
RGB 105 / 95 / 85
HEX #695f55

KL blå 01



CMYK C 50-25-0-0 C
CMYK U 48-23-0-0 U
Pantone C 659 C
Pantone U 7453 U
RGB 110 / 155 / 255
HEX #6e9bff

Tertiær

KL grå 01



CMYK C 13-11-19-14 C
CMYK U 11-10-17-11 U
Pantone C 400 C
Pantone U 400 U
RGB 190 / 190 / 180
HEX #bebeb4

Funktionsfarve

KL rød



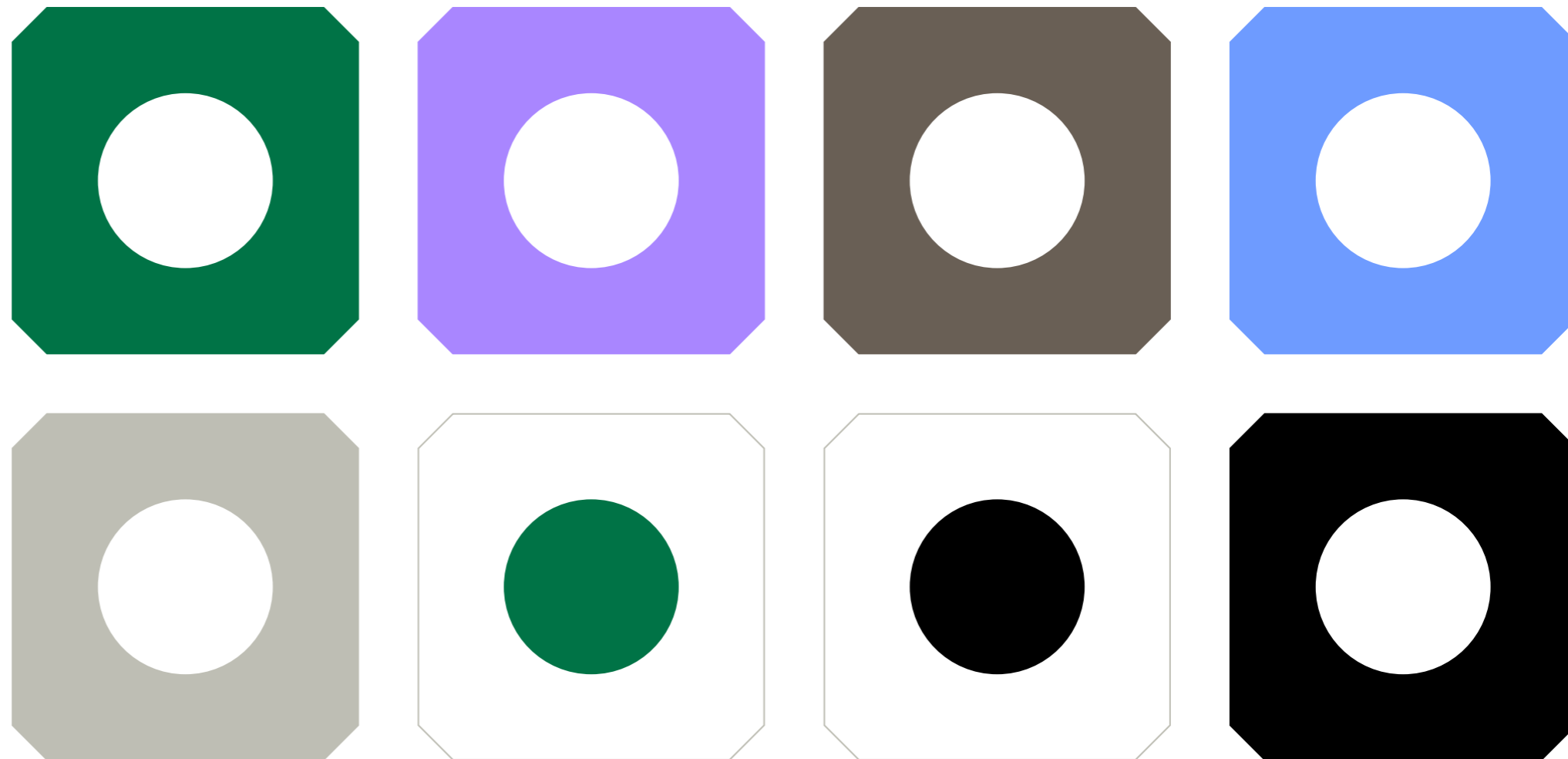
CMYK C 0-100-100-15 C
CMYK U 0-100-100-15 U
RGB 207 / 0 / 0
HEX #cf0000

'KL rød' må kun anvendes på en hvid eller grå baggrund.

Farven benyttes udelukkende som funktionsfarve til f.eks. signalering af fare i henhold til sikkerhed.

Farvekombinationer

De foreslåede farvekombinationer i højre side er kontrastvalideret for tilgængelighed på digitale skærme.



Farverækkefølge til infografikker

Infografikker kan både laves i monotone farver (se eksempler under "grafer"), eller laves i flere farver (se eksempler under "diagrammer").

Når infografikkerne laves i monotone farver, kan hovedfarven være den primære, de sekundære eller den tertiære farve, som så kombineres med farvens nuancer.

Microsoft Office

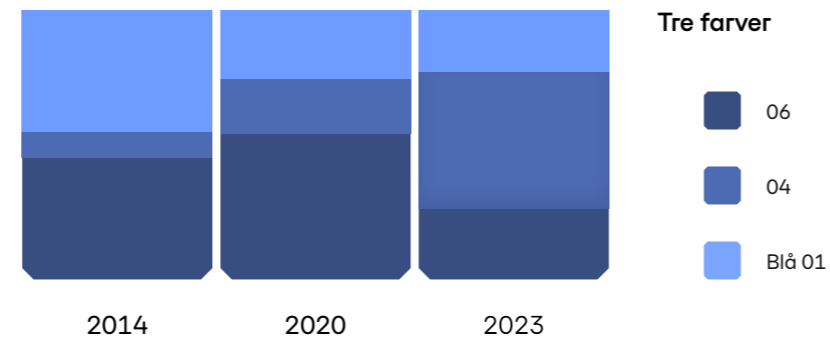
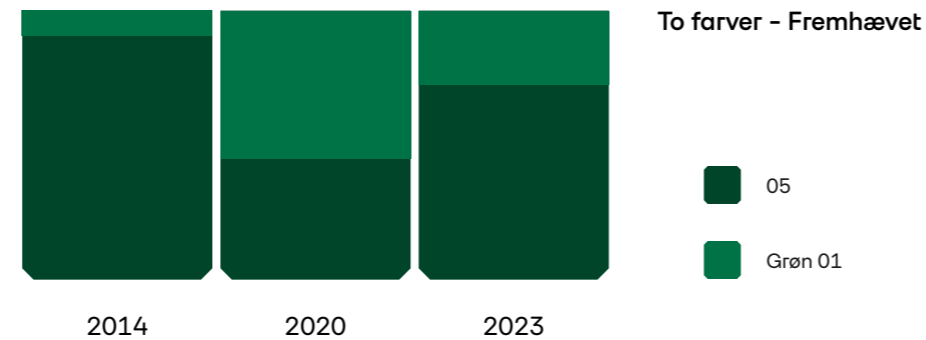
Vi har en foruddefineret rækkefølge af farver til Office-programmerne.

Trykt materiale

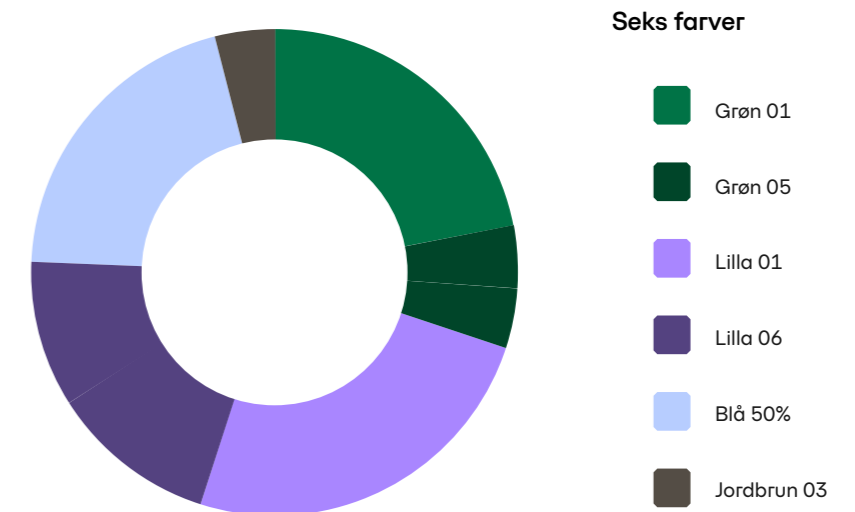
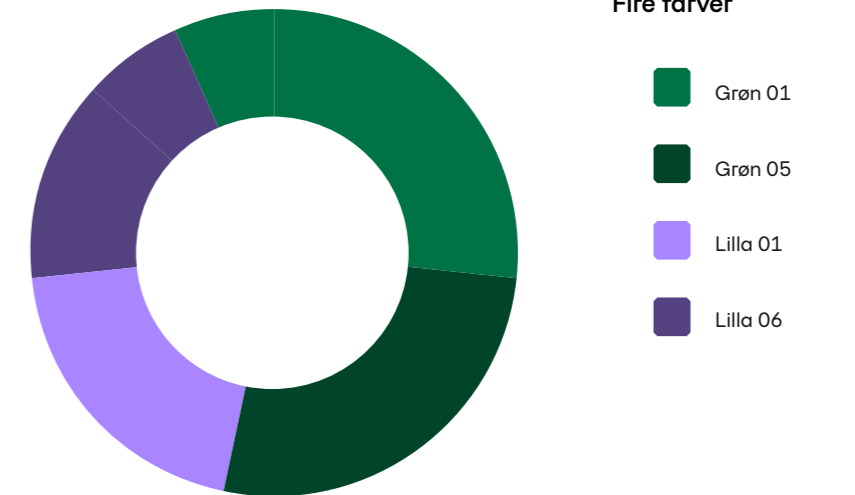
Til trykt materiale kan vi frit vælge mellem den primære og de 3 sekundære farver, så længe nedenstående regler følges:

1. Grøn er altid først.
2. Der må gerne gøres brug af nuancer.
3. Vær altid opmærksom på, at der er nok kontrast mellem farverne.

Grafer



Diagrammer



Farvebrug

Vi er et brand af flere farver, men med en lille overvægt af grøn. Det skal fremgå tydeligt i alt materiale.

Grøn og grundlæggende farver

Grøn er kernen i vores identitet og bør bruges på alle primære kommunikationsoverflader, såsom forsider, plakater, opslag på sociale medier, one-pagers/faktablade osv. Mængden af grøn kan variere, men der bør altid være en lille overvægt - uden at det fylder for meget.

Hvid og grå er de grundlæggende baggrundsfarver med lejlighedsvis brug af enten primær- eller sekundærfarverne.

På hvide baggrunde fremstår tekst altid i enten grøn eller sort, mens hvid tekst altid benyttes på farvede baggrunde.

Det er vigtigt at bemærke, at sort aldrig bør bruges som baggrundsfarve, men kun på tekst eller grafik.

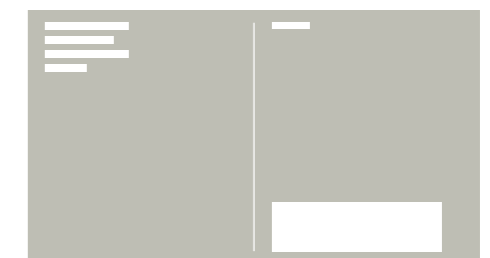
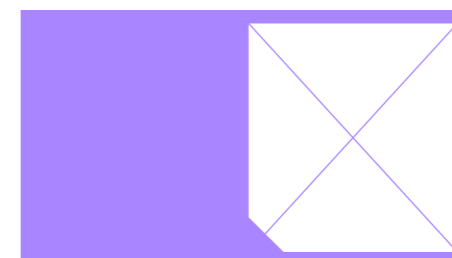
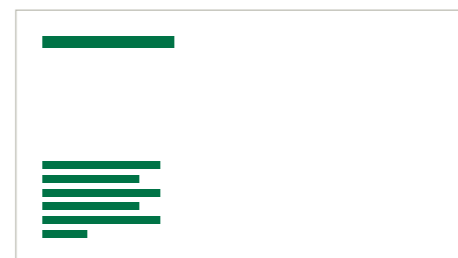
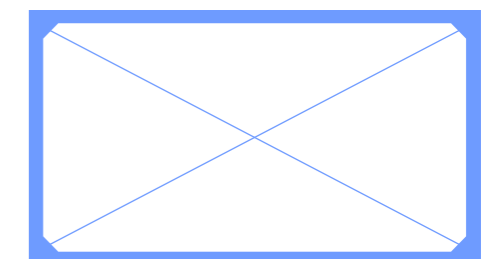
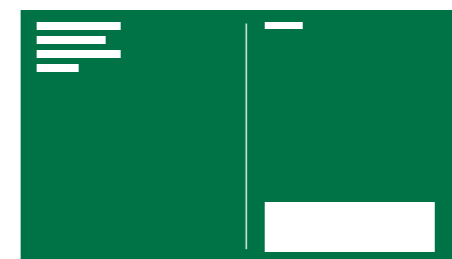
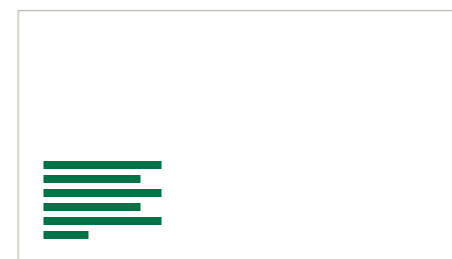
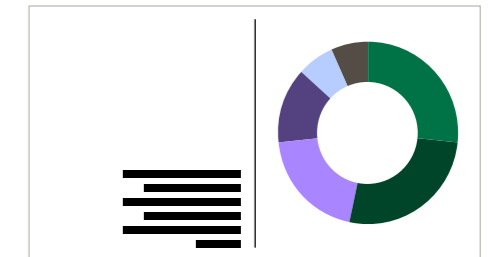
Der bør altid kun optræde en sekundær farve på samme overflade.

Nuancer

Nuancerne kan benyttes som baggrundsfarve på mindre elementer som faktabokse eller tags, men farveforholdet bør ikke overstige 1/3 af formatet.

Tekst på disse bør altid være sort eller hvid.

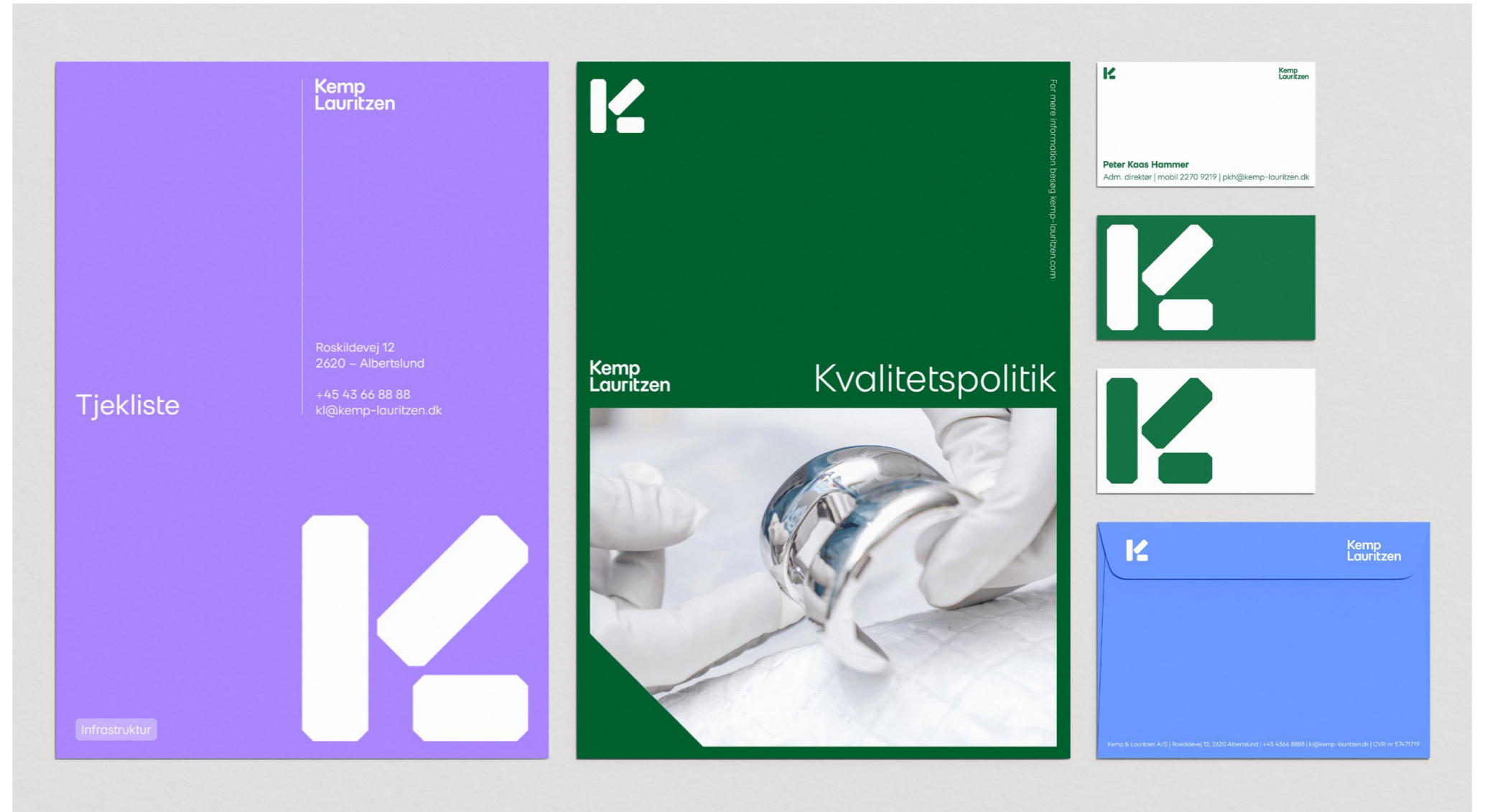
Visuelt eksempel på overordnet farvebrug.



Farvebrug

Vi er et brand af flere farver, men med en lille overvægt af grøn. Det skal fremgå tydeligt i alt materiale.

Visuelt eksempel på overordnet farvebrug.



Typografi

03

Vores skrifttype

Vores skræddersyede skrifttype er et direkte udtryk for vores karakter og identitet. Skriften er en blanding af det præcise, tekniske og overblikket - nøjagtig som os.

Skrifttypen er integreret i vores systemer og er essentiel for vores brandkommunikation.

Fallback skrift

Hvis der arbejdes med værktøjer eller programmer, hvor vores skrifttype ikke er tilgængelig, kan Arial benyttes som 'fallback skrift', da den har en del fællestræk med vores skræddersyede skrifttype.

Arial har ligeledes vægte i Regular og Bold.

KL Sans Regular

AaBbCc
→123%&

Ed quibero ribusa dolupta si sint ommoluptas exereptat. Lores magnis cor magna iuncta di cor aut vellupid quiam adit que conseruptate velluptae volupta temporessi inctiasped estis vellecu sapicipsae de sus ipsaerum aut lacest dolorer citent volorum ute peribearchil modi blab in evenisc imaximil in eictibusandi omniet la nempos est laut adit prehent.

Tempore prepudaerae illandebitat utemos arum volum faces ducimo bla simagnit aperfer ciaerem faciam hicil inis as utas sequam nisitibea conecte sum quodit, con plibus inis qui dolore aliquas nist eos essinum faccaborest, quis volorum ratem sa aut.

Ovidem quiscil ilia dolorer chictis eturitaqui simolecus quist lauta comnihi cienisimus moles eos et et rem untur aped eos mi, qui tet explabo. Et aliquas simintias es dolestrum faccumquis ea sum rehent.

KL Sans Medium

AaBbCc
→123%&

Ed quibero ribusa dolupta si sint ommoluptas exereptat. Lores magnis cor magna iuncta di cor aut vellupid quiam adit que conseruptate velluptae volupta temporessi inctiasped estis vellecu sapicipsae de sus ipsaerum aut lacest dolorer citent volorum ute peribearchil modi blab in evenisc imaximil in eictibusandi omniet la nempos est laut adit prehent.

Tempore prepudaerae illandebitat utemos arum volum faces ducimo bla simagnit aperfer ciaerem faciam hicil inis as utas sequam nisitibea conecte sum quodit, con plibus inis qui dolore aliquas nist eos essinum faccaborest, quis volorum ratem sa aut.

Ovidem quiscil ilia dolorer chictis eturitaqui simolecus quist lauta comnihi cienisimus moles eos et et rem untur aped eos mi, qui tet explabo. Et aliquas simintias es dolestrum faccumquis ea sum rehent.

KL Sans Bold

AaBbCc
→123%&

Ed quibero ribusa dolupta si sint ommoluptas exereptat. Lores magnis cor magna iuncta di cor aut vellupid quiam adit que conseruptate velluptae volupta temporessi inctiasped estis vellecu sapicipsae de sus ipsaerum aut lacest dolorer citent volorum ute peribearchil modi blab in evenisc imaximil in eictibusandi omniet la nempos est laut adit prehent.

Tempore prepudaerae illandebitat utemos arum volum faces ducimo bla simagnit aperfer ciaerem faciam hicil inis as utas sequam nisitibea conecte sum quodit, con plibus inis qui dolore aliquas nist eos essinum faccaborest, quis volorum ratem sa aut.

Ovidem quiscil ilia dolorer chictis eturitaqui simolecus quist lauta comnihi cienisimus moles eos et et rem untur aped eos mi, qui tet explabo. Et aliquas simintias es dolestrum faccumquis ea sum rehent.

Fallback skrift

Arial Regular

AaBbCc
→123%&

Arial Bold

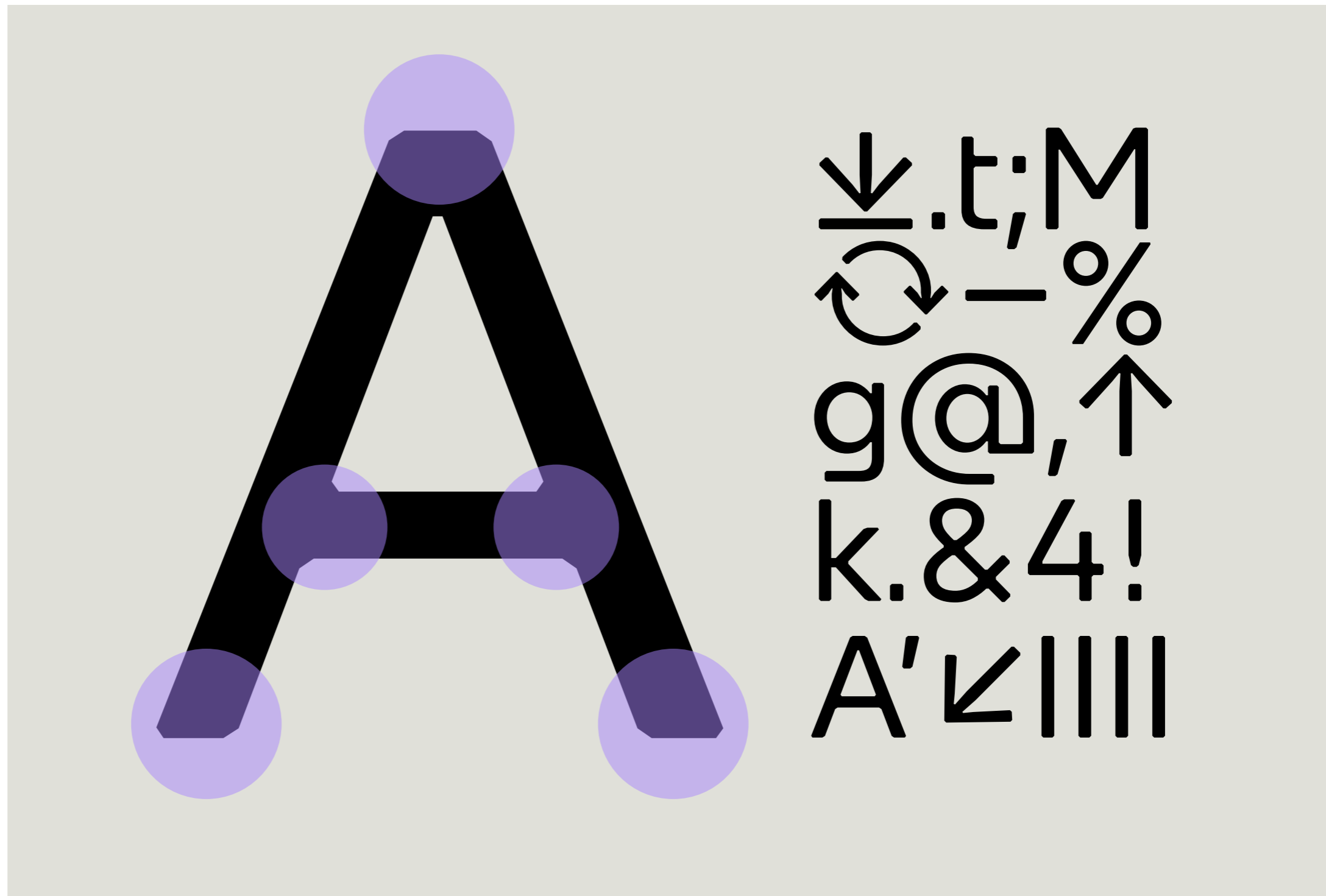
AaBbCc
→123%&

Skriftens detaljer

Vores skræddersyede skrifttype er venlig, simpel og præcis på samme tid.

Fra afstand er den rund og indbydende i sin form, mens den ved nærmere eftersyn afslører skarpe kanter og detaljeret finesse.

Det er en balance og kontrast, der spejler sig i vores kerne som virksomhed. Så på den måde er vores skrifttype et symbol på vores dedikation til præcision og kvalitet i vores arbejde.



Mønster

04

Mønster

Mønsteret udspringer fra vores bomærke og tilføjer sammenhæng og genkendelighed.

Mønsteret har ikke kun æstetisk værdi, men tjener også en praktisk funktion som reflektionsgrafik på f.eks. arbejdstøj.

Når det anvendes som en refleks på sikkerhedstøj, sikrer det, at vores medarbejdere ikke blot er synlige, men også bærer Kemp & Lauritzens brand.

Eksempler til inspiration



Farvekombinationer

Mønsteret kan placeres i hvid på en af de fem farvede baggrunde. I grøn placeres det på en hvid baggrund.

Mønsteret må aldrig bruges over billeder eller andre grafikker.

Mønster: Hvid, Baggrund: Grøn



Mønster: Hvid, Baggrund: Blå



Mønster: Grøn, Baggrund: Hvid



Mønster: Hvid, Baggrund: Grå



Mønster: Hvid, Baggrund: Mørkegrå



Mønster: Hvid, Baggrund: Lilla



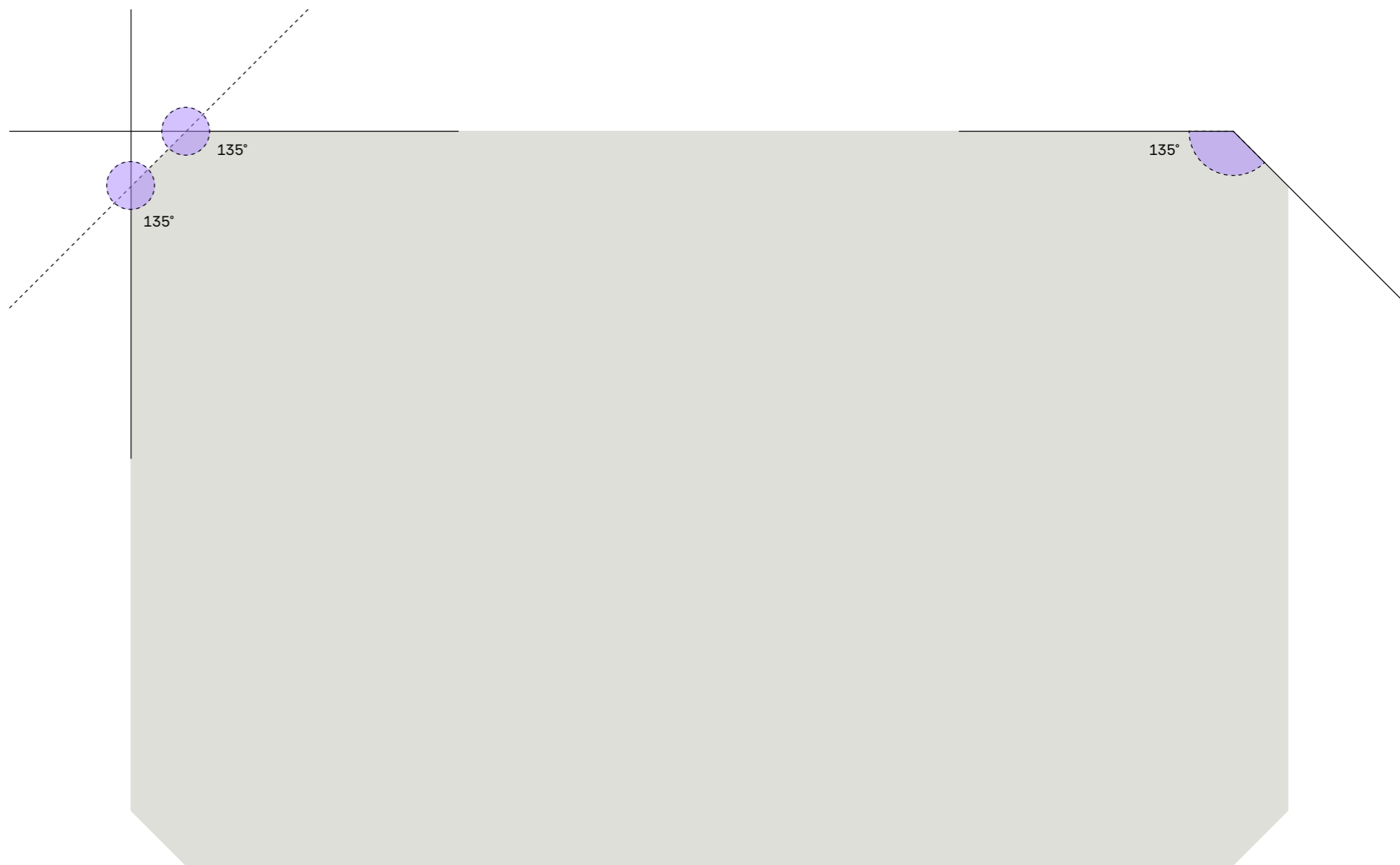
Formsprog og layout

05

Formsprog

Formsproget bygger på de tekniske hjørner, som på afstand kan synes bløde, men tæt på opleves præcise og tekniske. Stilen er inspireret af vores skrifttype og skaber på den måde en rød tråd i vores udseende.

Vinklen skal altid udgøre 135 grader.



Dynamisk boks

I vores formsprog gør vi brug af en dynamisk boks, hvor der kan vælges mellem 3 forskellige vinkelstørrelser. De bestemmes ud fra et defineret grid, der afhænger af, om det er den lille, mellem eller store vinkel, der skal bruges i designet.

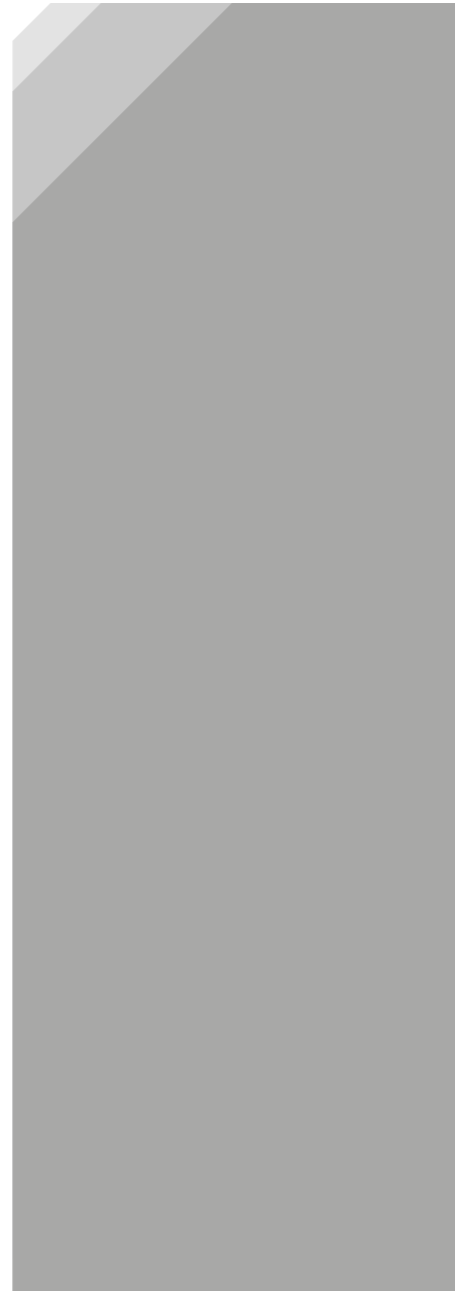
Der medfølger disse regler:

1. Der findes tre forskellige vinkelstørrelser at vælge mellem - små, mellem og store. Vinkler må kun laves ved brug af en af disse tre størrelser. Husk at tjekke filformatet inden valg af størrelse.
2. Hvis alle fire hjørner skal beskæres, skal kun den mindre vinkel anvendes.
3. Vinkelgraden skal altid være 135 grader.

Tags, knapper mm. følger ikke disse anvisninger.

Små filformater

2 mm 4,5 mm 11 mm



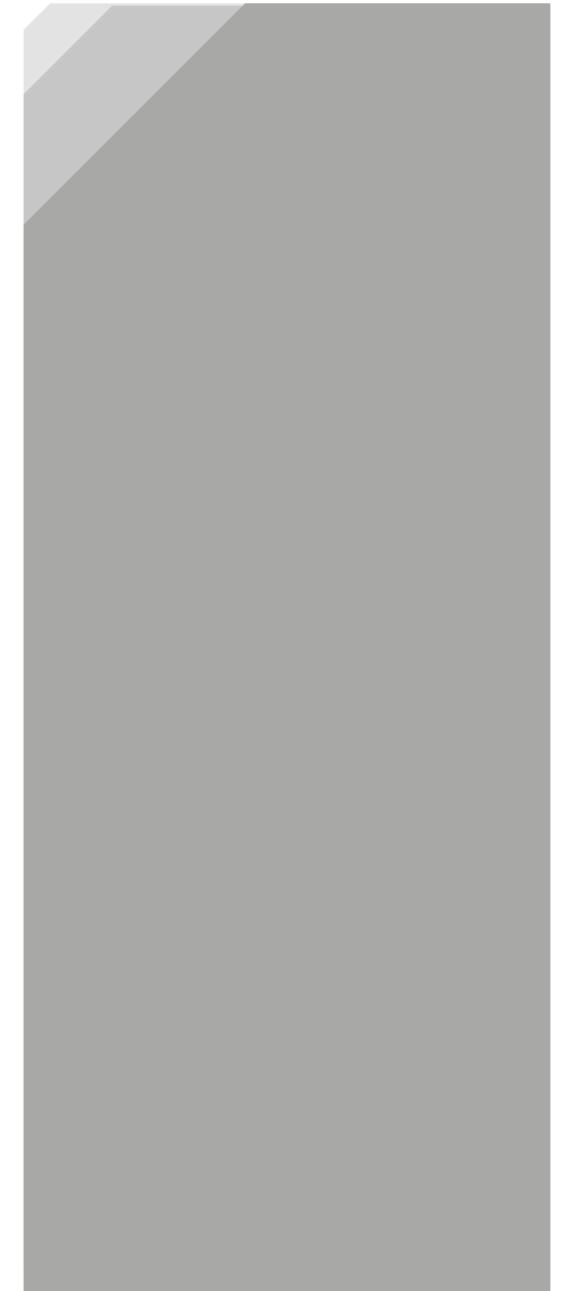
Mellem filformater

6 mm 20 mm 50 mm



Store filformater

12 mm 40 mm 100 mm



Lille vinkel

Formatets størrelse afgør, om vinklen skal være 2, 6 eller 12 mm.

Små filformater

Herunder SoMe posts, A5 og mindre.

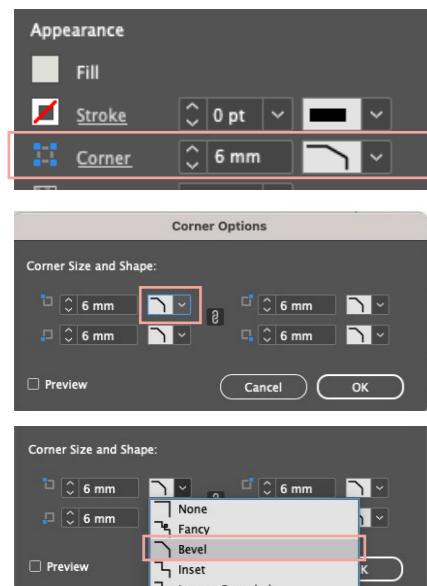
Mellem filformater

Herunder skærmformater - f.eks. PowerPoint, A3.

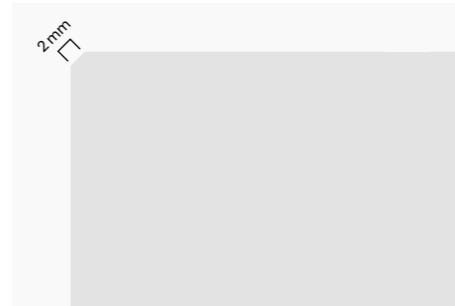
Store filformater

Herunder A1 og større, bannere, store skærme.

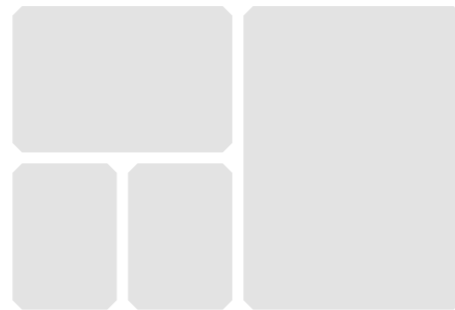
Hjørnerne kan via programmer som *illustrator* og *indesign* indstilles på følgende måde:



Små filformater



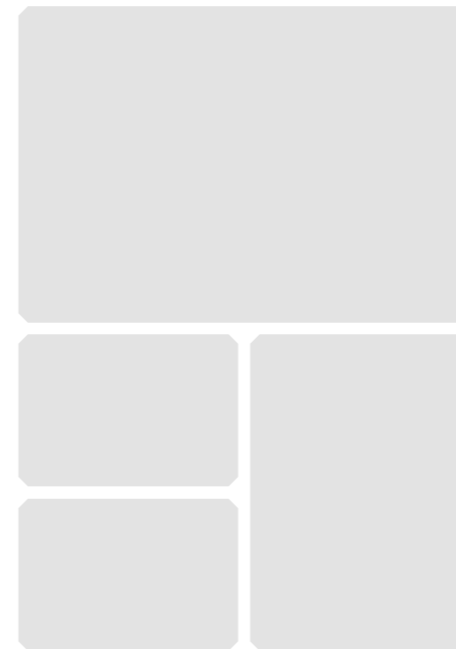
Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A7 format



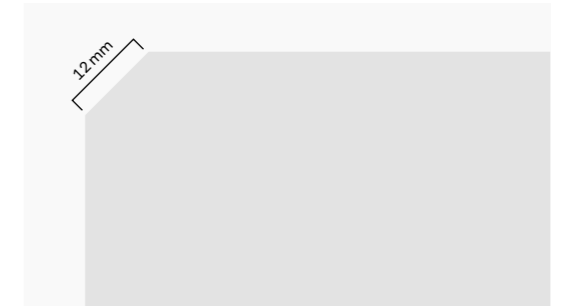
Mellem filformater



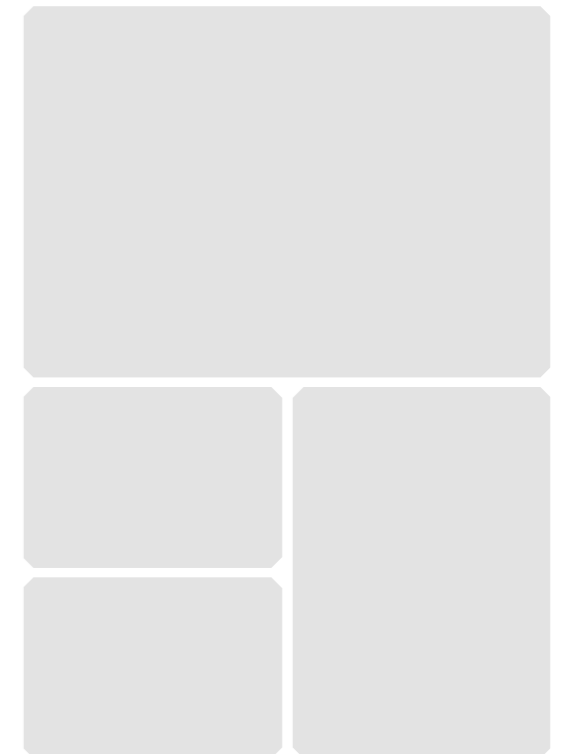
Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A3 format



Store filformater



Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A1 format



Mellem vinkel

Formatets størrelse afgør, om vinklen skal være 4,5, 20 eller 40 mm.

Små filformater

Herunder SoMe posts, A5 og mindre.

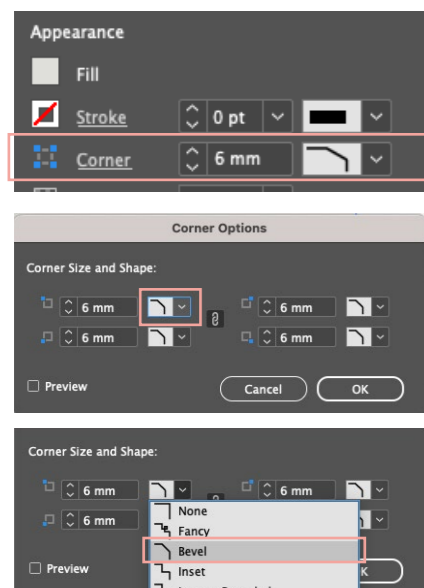
Mellem filformater

Herunder skærmformater - f.eks. PowerPoint, A3.

Store filformater

Herunder A1 og større, bannere, store skærme.

Hjørnerne kan via programmer som *illustrator* og *indesign* indstilles på følgende måde:



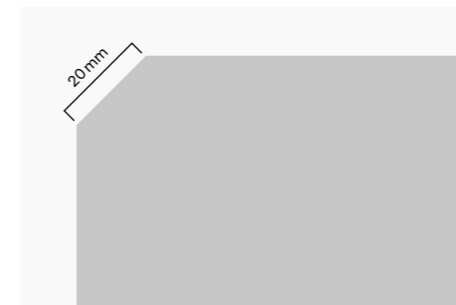
Små filformater



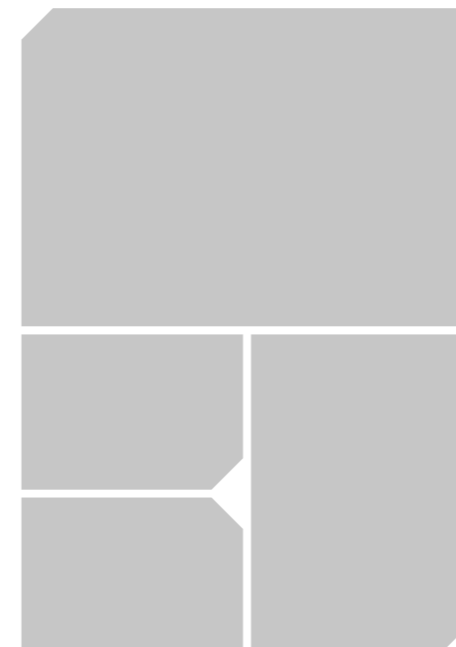
Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A7 format



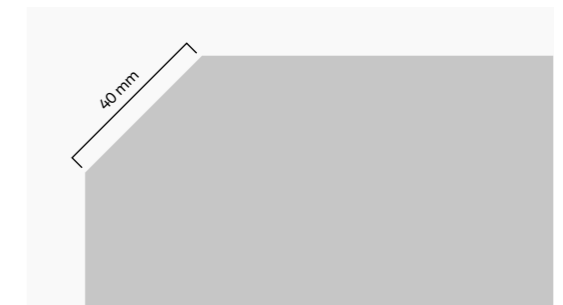
Mellem filformater



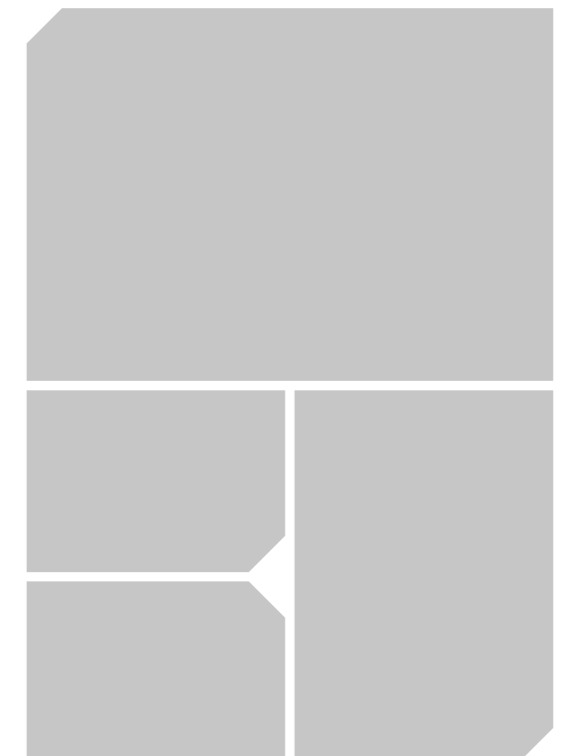
Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A3 format



Store filformater



Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A1 format



Stor vinkel

Formatets størrelse afgør, om vinklen skal være 11, 50 eller 100 mm.

Små filformater

Herunder SoMe posts, A5 og mindre.

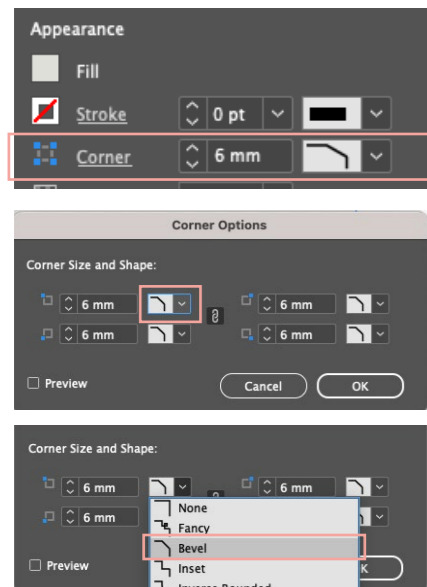
Mellem filformater

Herunder skærmformater - f.eks. PowerPoint, A3.

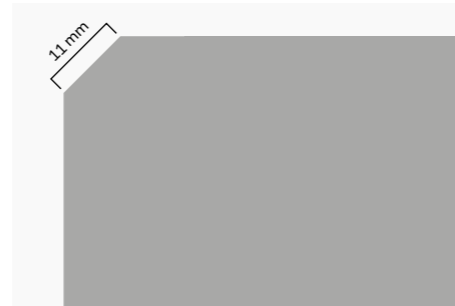
Store filformater

Herunder A1 og større, bannere, store skærme.

Hjørnerne kan via programmer som *illustrator* og *indesign* indstilles på følgende måde:



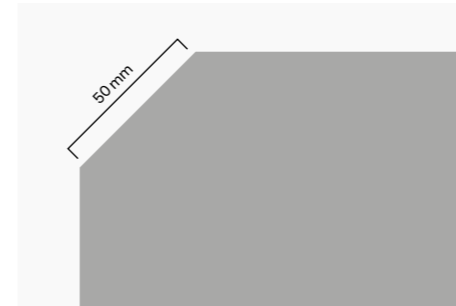
Små filformater



Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A7 format



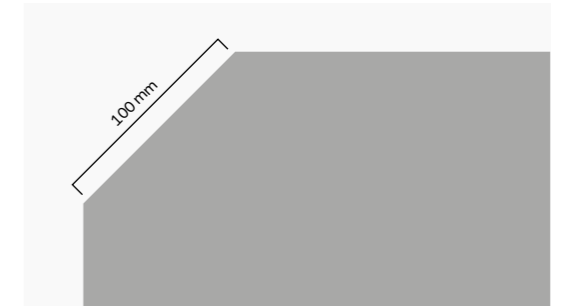
Mellem filformater



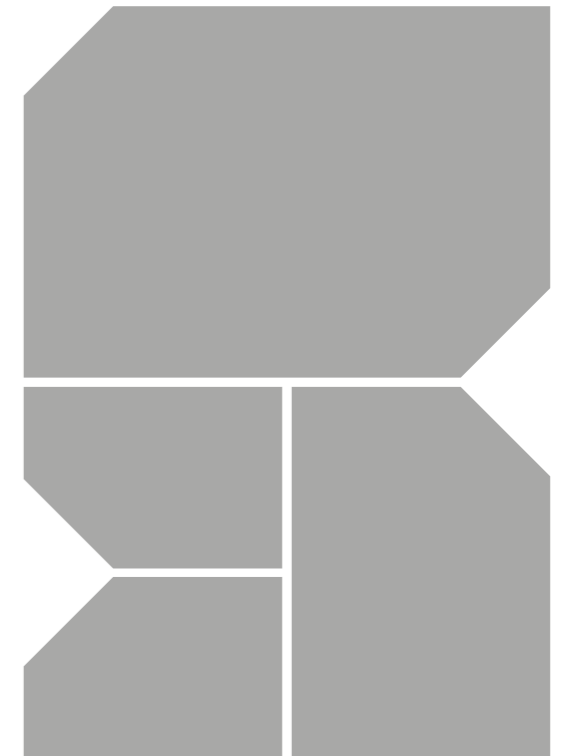
Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A3 format



Store filformater



Eksempler på dynamisk boks i forskellige størrelser i A1 format



Formsprog

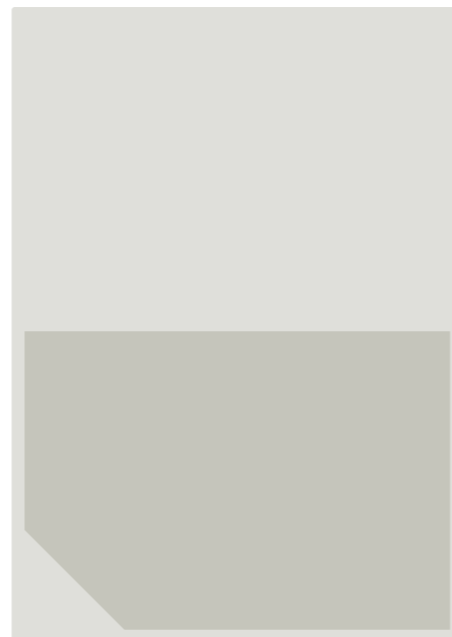
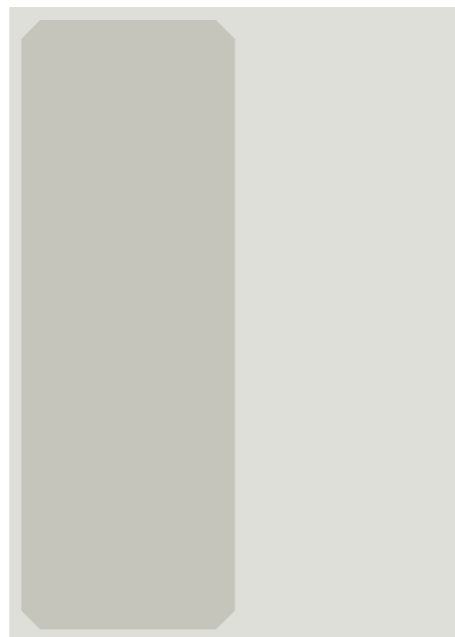
Her ses en række eksempler på, hvordan den dynamiske boks kan bruges i layout på højformat.

Det kunne for eksempel gælde for en publikation eller en plakat.

Når boksen benyttes i layoutet, skal den altid udgøre halvdelen af formatet.

Se visuelle eksempler på næste side.

Eksempler på højformat



Formsprog

Her ses en række eksempler på, hvordan den dynamiske boks kan bruges i layout på højformat.

Det kunne for eksempel gælde for en publikation eller en plakat.

Når boksen benyttes i layoutet, skal den altid udgøre halvdelen af formatet.

Eksempler på højformat



Formsprog

Her ses en række eksempler på, hvordan den dynamiske boks kan bruges i layout på bredformat.

Det kunne for eksempel gælde for en PowerPoint-præsentation, årsrapport eller på hjemmeside.

Når boksen benyttes i layoutet, skal den altid udgøre halvdelen af formatet.

Se visuelle eksempler på næste side.

På hjemmeside og i ppt-præsentation gør andre regler sig gældende for boksen for mere fleksibilitet. Det kan ses på nogle af eksemplerne vist til højre.

Eksempler på bredformat



Web

Web

Formsprog

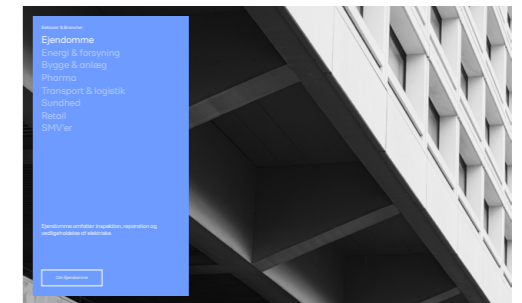
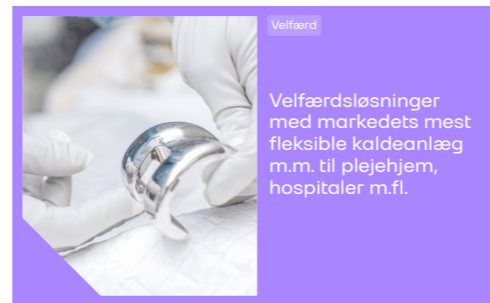
Her ses en række eksempler på, hvordan den dynamiske boks kan bruges i layout på bredformat.

Det kunne for eksempel gælde for en PowerPoint-præsentation, årsrapport eller på hjemmeside.

Når boksen benyttes i layoutet, skal den altid udgøre halvdelen af formatet.

På hjemmeside og i ppt-præsentation gør andre regler sig gældende for boksen for mere fleksibilitet. Det kan ses på nogle af eksemplerne vist til højre.

Eksempler på bredformat



Fotostil

06

Vores fotostil

Tekniske detaljer

Det grafiske formsprog i vores billeder fanger øjeblikket i teknikens verden - fra de små detaljer i maskineriet til de engagerede mennesker bag arbejdet.

Der er fokus på nøjagtighed og kvalitet, og hvert billede fremhæver den tekniske ekspertise, vi er kendt for.

Lys og skygge tilføjer dybde og balance, mens nærbillederne skaber visuel spænding, der understreger det tekniske håndværks kompleksitet.



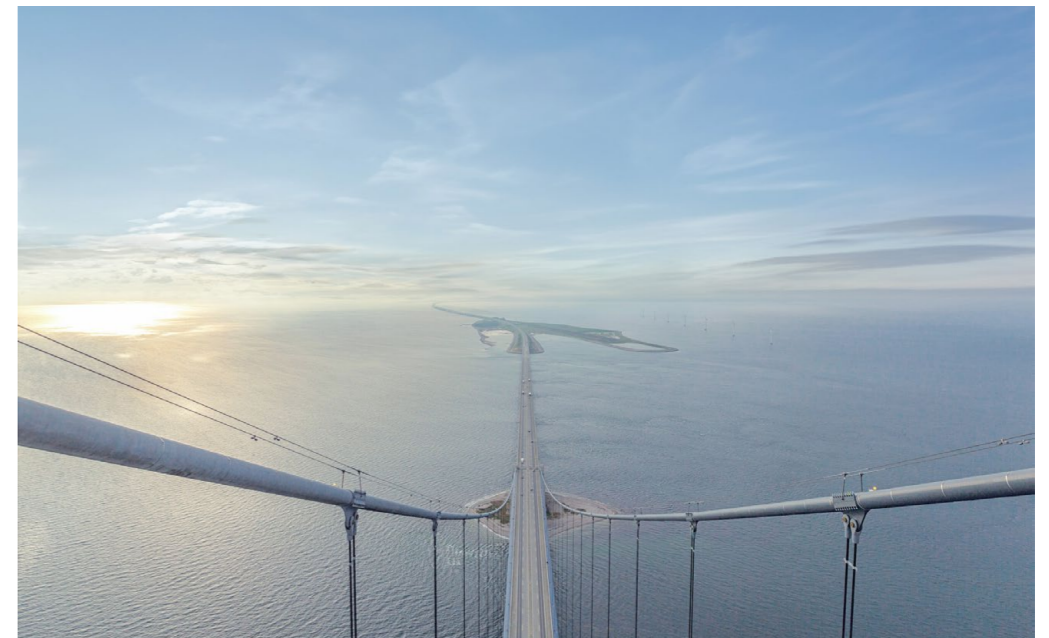
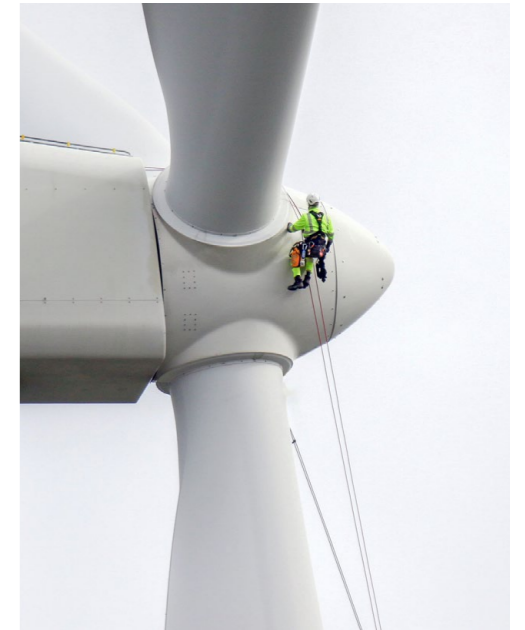
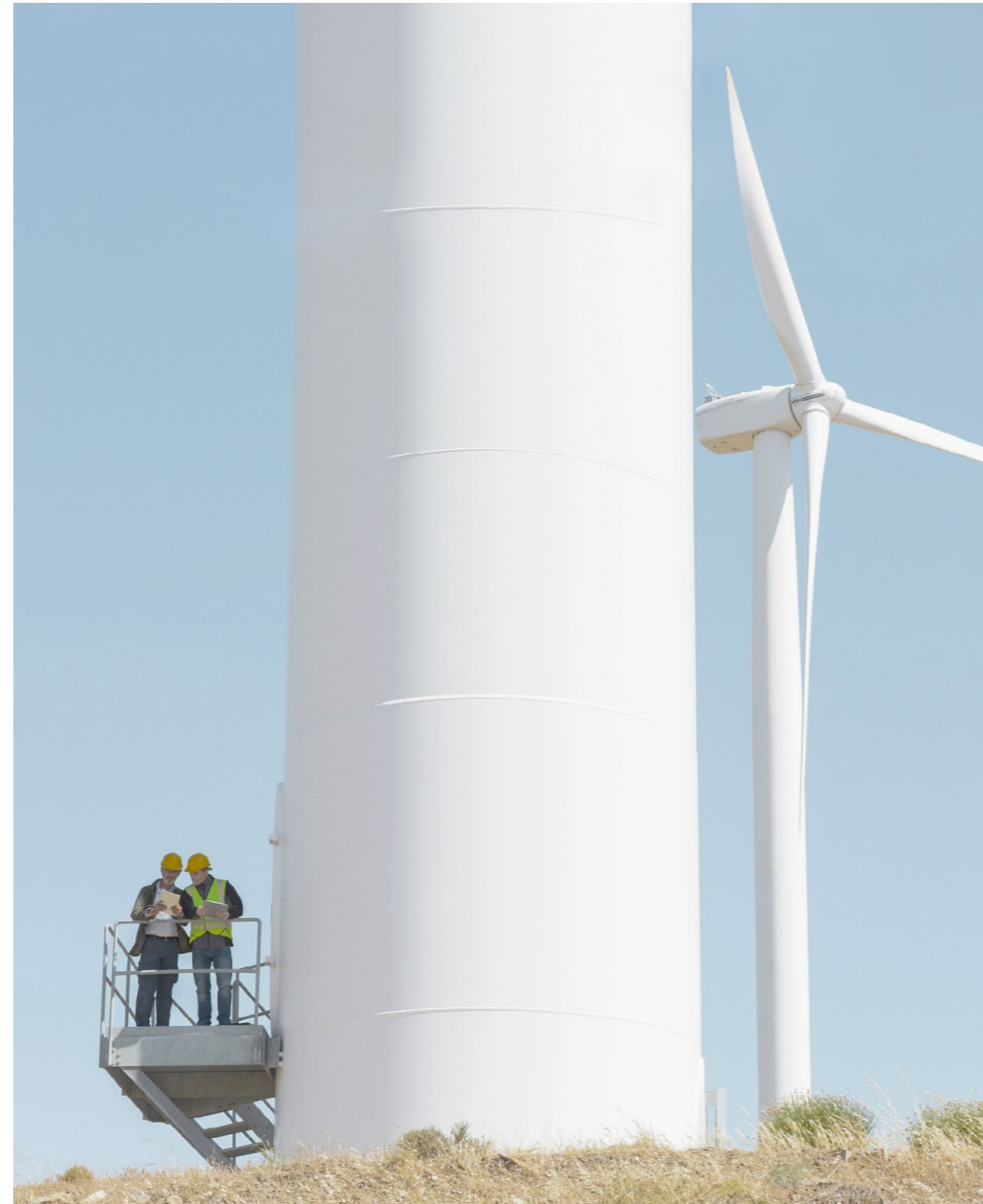
Vores fotostil

Det store overblik

Vores omfattende rækkevidde og den storslåede skala af vores projekter sættes i fokus. Det er gennem disse billeder, at man forstår de dybe spor, vores løsninger sætter i samfundet.

På disse fotos vises mennesker som en mindre, men betydelig del af det store billede. Det er en påmindelse om vores centrale, men ydmyge rolle i både den tekniske og naturlige verden.

Der gives en fornemmelse af det enorme potentiale, der findes i vores teknologiske bedrifter. Mens man i det fjerne kan skimte mennesket, bliver det klart, at vores arbejde rækker langt ud over individet og ind i fremtiden. Det skaber en helhed og det store overblik.



Fotostilen

Den overordnede fotostil har en udvalgt palet og dæmpede farver.

Denne stil kan opnås med enkel billedbehandling ved at bruge værktøjer til mætning og justering af lysstyrke og kontrast.



Mætning

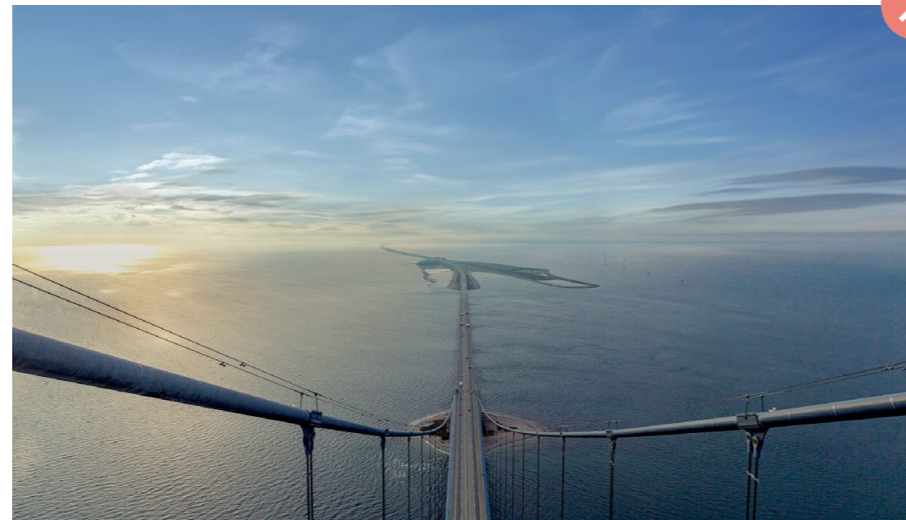


Original

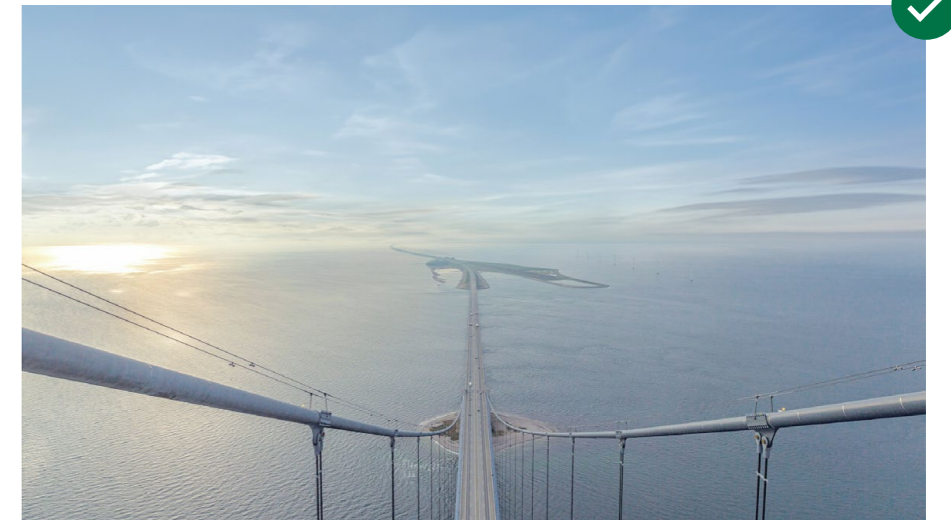


Afsaturerede farver - mindre farverige og mere bløde toner.

Lysstyrke og kontrast



Original



Lys og lettere i farven.

Plads til forskellighed

07

Kampagnelogo

Vores logo er ikke blot et visuelt kendetegn; det er en fortælling om vores engagement i at skabe et miljø, hvor forskellighed ikke blot tolereres, men fejres.

Fundamentet for logoet hviler i Kemp & Lauritzen's signatur 'K', hvilket skaber en genkendelsesværdig rød tråd mellem virksomheden og kampagneidentiteten og er med til at forankre Kemp & Lauritzens nye identitet.

De fire K'er, forenet og stående ryg mod ryg, er et billede på vores Kemperes enhed, støtte og solidaritet. Et visuelt symbol på samarbejde og styrke.

Logoets farver repræsenterer mangfoldigheden og diversiteten, der er kernen i vores kampagnes budskab. Det er et visuelt udtryk for, hvordan forskellighed beriger vores fællesskab og skaber en stærkere, mere inkluderende arbejdsplads.

Vi værner om vores logo med samme omhu og respekt som vores faglighed og opfordrer til, at det altid præsenteres konsekvent og uden ændringer eller tilpasninger. På den måde sikrer vi, at vores visuelle identitet afspejler vores værdier og budskab på en sammenhængende og autentisk måde.

Primære logo



Bomærke

Navnetræk



Logobrug

Størrelser på bomærke og navnetræk

Bomærket og navnetrækket kan præsenteres i samme størrelse for en balanceret fremtoning. Dette sikrer en harmonisk visuel repræsentation, hvor både bomærke og navnetræk får passende opmærksomhed og fremhævelse.

Alternativt kan bomærket være på størrelse med 'P'et i navnetrækket, eller omvendt, hvor navnetrækket er på størrelse med 'K'et i bomærket, alt efter hvad der skal fremhæves i en given sammenhæng.

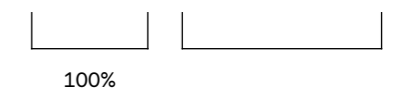
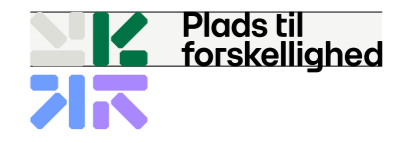
Bomærke og navnetræk har ligevægt



Navnetræk er i fokus



Bomærke er i fokus



Kampanelogo med Kemp & Lauritzen logo

Når K&L skal stå som afsender i kampagne-materialet, benyttes navnetrækket, da kampagnens bomærke allerede indeholder signatur 'K'et, som bevarer brandgenkendelsen. Dette skaber harmoni og balance i designet, og tydelig afsenderidentifikation uden unødvendig repetition.

Størrelsen på Kemp & Lauritzen navnetrækket skal være på størrelse med 'K'et i kampagnens bomærke.

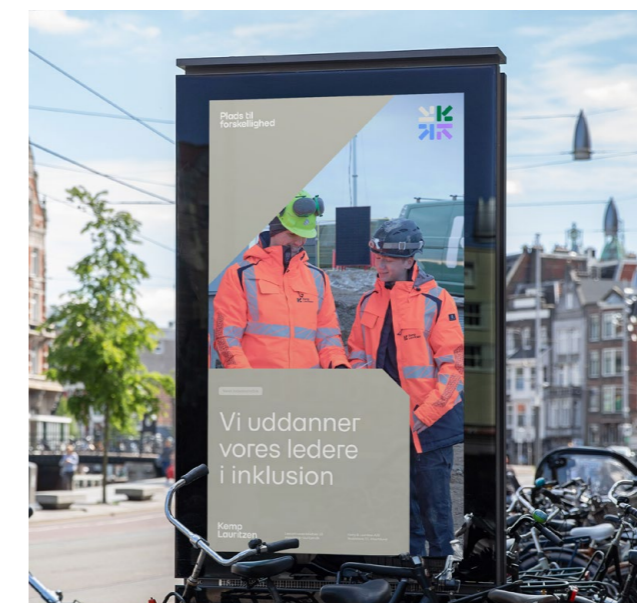
**På større kampagner, hvor kampanelogo står stort, kan reglerne for størrelsen på K&L's navnetræk afviges for at imødekomme specifikke designbehov.*

***K&L's logo med bomærke og navnetræk kan, efter behov, bruges på større kampagner som metro.*

Generelle regel for størrelse på K&L's navnetræk



Eksempel på generelt brug



*Eksempel på afvigelse af regel



Logofarver

Hver version har specifikke farvekombinationer for at sikre optimal synlighed på forskellige baggrundsfarver:

Logo 01 - bruges som standard:

Grøn 01, Lilla 01, Blå 01, Grå 01 50%

Logo 02 - bruges på 'Grøn 01' baggrund:

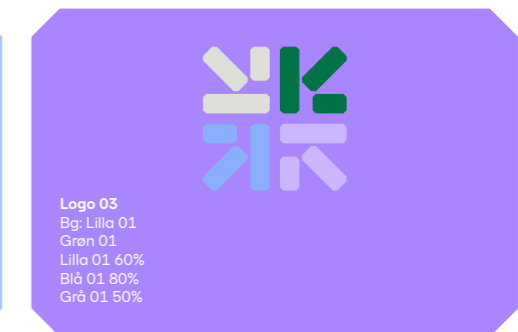
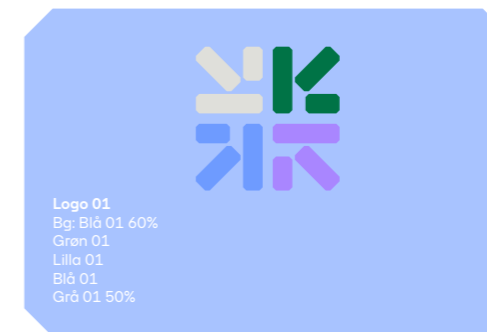
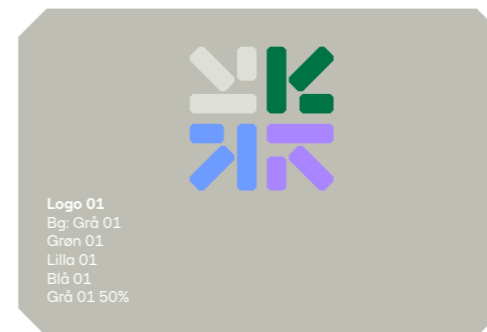
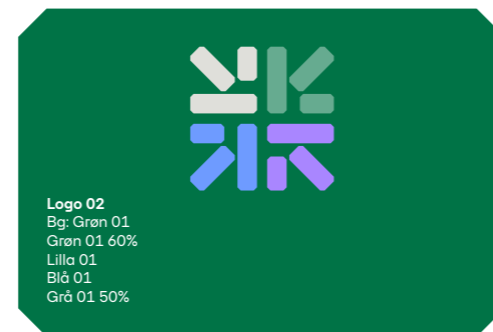
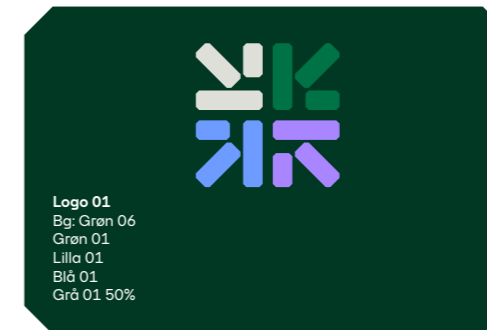
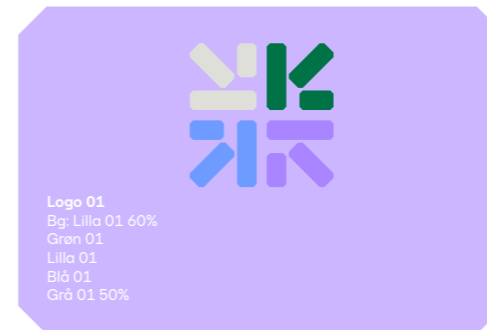
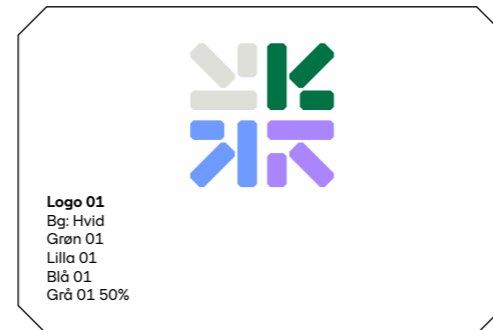
Grøn 01 60%, Lilla 01, Blå 01, Grå 01 50%

Logo 03 - bruges på 'Lilla 01' baggrund:

Grøn 01, Lilla 01 60%, Blå 01 80%, Grå 01 50%

Logo 04 - bruges på 'Blå 01' baggrund:

Grøn 01, Lilla 01 80%, Blå 01 60%, Grå 01 50%

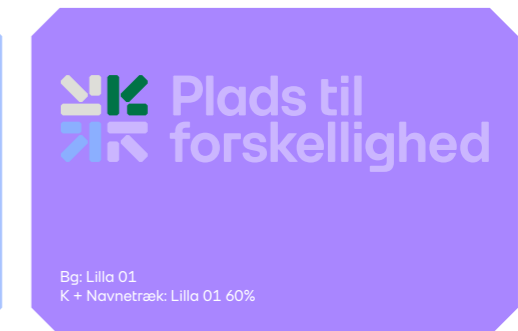
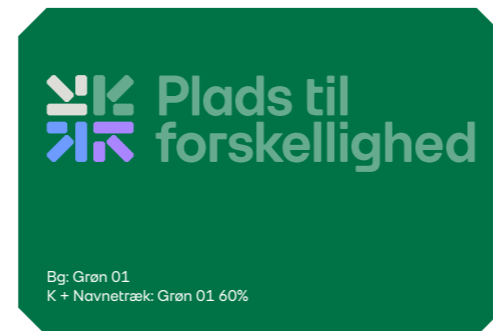
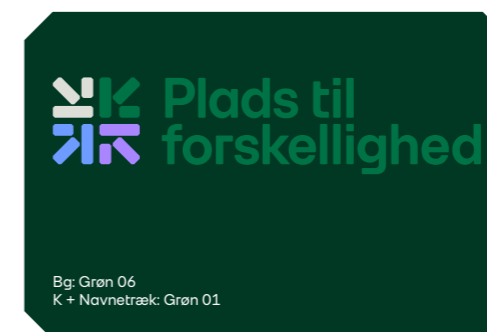


Logotype på farvet baggrund

Når det kommer til brugen af farver med navnetrækket, følger vi en klar retningslinje for at sikre ensartethed og læsbarhed.

Navnetrækket kan altid anvendes i hvid eller sort, alt efter baggrundens farve for at sikre optimal læsbarhed.

På farvede baggrunde kan navnetrækket matches med en tone af baggrundsfarven, som defineres af farven på det ene 'K' i bomærket. Eksempler på dette kan ses til højre.



Kampagnegreb

Billedmaskering

Dette greb styrker ikke kun genkendeligheden, men også den røde tråd mellem Kemp & Lauritzen og kampagnen.

Ved at benytte 'K'et som et visuelt anker differentierer vi tydeligt mellem indholdet for kampagnen og K&L's generelle indhold. Dette gør det lettere for modtageren at identificere, hvornår de engagerer sig med kampagnen, og hvornår de er i kontakt med det generelle indhold fra det overordnede brand. Dette bidrager til en mere målrettet og effektiv kommunikation.

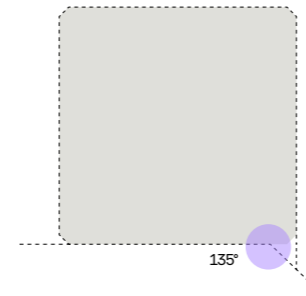


Statements - dialogboks

Statements bliver præsenteres i talebokse. Disse talebokse er et subtilt twist på den velkendte boks, der er en del af vores overordnede identitet og er med til at tilføre en menneskelig dimension til designet. Boksen følger samme principper som den fra hovedbrandet, og føles derfor familiær.

Statements i taleboksene kan bestå af citater fra medarbejdere, der understøtter kampagnens budskaber, eller udsagn fra Kemp & Lauritzens brand, såsom under Pride Week.

Denne tilgang sikrer, at budskaberne præsenteres på en genkendelig og iøjnefaldende måde, der stadig passer ind i vores overordnede design.



Billedstil

Billedstilen i denne kampagne følger den generelle stil, men med et særligt fokus på mennesker.

Vi vægter at fremhæve forskellighed og individuelle fortællinger gennem billeder, hvilket er med til at give en visuel forankring i vores mål om at fejre mangfoldighed.

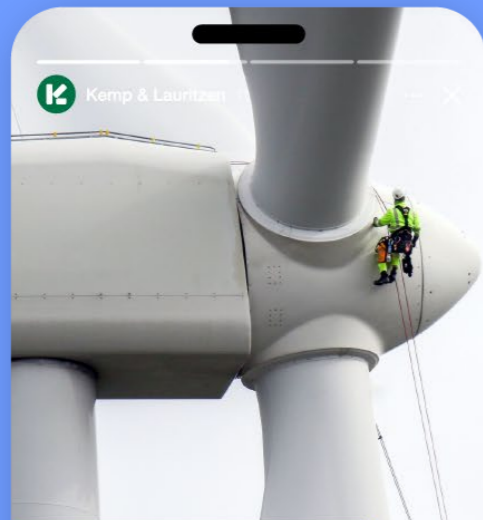
Billederne skal være hverdagstro og vise flere personer for at skabe troværdighed. Dette styrker budskabet om inklusion og sammenhold og fremmer en følelse af fællesskab.





Inspirationseksempler

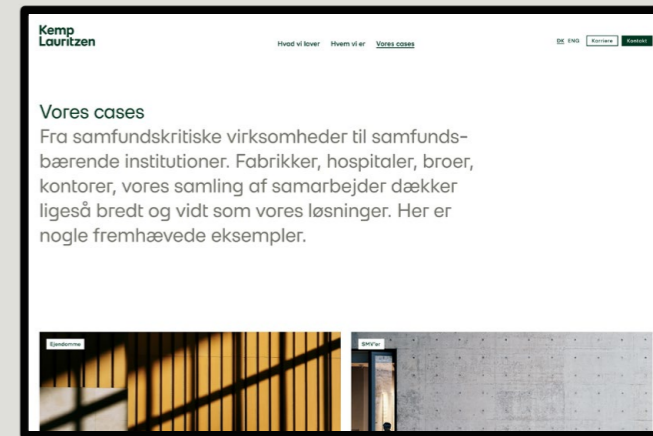
08



Velfærd

Velfærdsløsninger med markedets mest fleksible kaldeanlæg m.m. Til plejehjem, hospitaler m.fl.

Send Besked



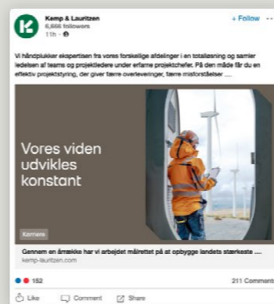
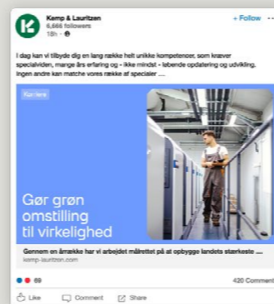
Kemp Lauritzen

Hvad vi lever, Hvem vi er, Vores cases

DE ENG Karriere Kontakt

Vores cases

Fra samfundskritiske virksomheder til samfunds-bærende institutioner. Fabrikker, hospitaler, broer, kontorer, vores samling af samarbejder dækker ligeså bredt og vidt som vores løsninger. Her er nogle fremhævede eksempler.





Hvis du har spørgsmål til
designguiden kan du række
ud til Kommunikation.