



Konceptmanual og designguide for leverandører

Dansk version 2.0 | april 2019



Indholdsfortegnelse

Forord og kontakt	5
-------------------	---

Tone of voice	6
DanBred – hvordan skrives det?	7
Your business. Our DNA.	7

Grafiske grundelementer:

Logo	8
Eksklusivzone	10
Vignet til navneskifte	12
DanBred KS Samarbejdspartnere	14
Ikon	16
Farver	18
Typografi	20
Billedstil	22

Inspiration:

Brevlinje	24
Trykte medier	26
Elektroniske medier	28
Dekoration	30
DanBred-leverandører	32



Forord

DanBred skal være et stærkt brand. Et brand, som kan genkendes på tværs af landegrænser, materialer og kommunikationskanaler. Denne guide skal hjælpe med at sikre sammenhæng og genkendelighed uanset, hvor og hvordan man møder DanBred.

Vores visuelle identitet og vores kommunikation skal også bidrage til, at vi skiller os ud fra de øvrige aktører på markedet. Vi er unikke, markante og tydelige. På den måde får vi størst mulig effekt af vores kommunikationsaktiviteter.

DanBreds visuelle identitet bygger på få og enkle elementer med tilhørende retningslinjer, som skal overholdes for at sikre et ensartet udtryk. Du finder retningslinjerne på de næste sider.

Vi håber, at du vil bruge denne designguide som værktøj og inspiration i dit arbejde med at styrke DanBreds position på markedet.

God fornøjelse!

Venlig hilsen
DanBred

Kontakt

Har du spørgsmål til designguiden, er du velkommen til at kontakte DanBred på trni@danbred.com eller på telefon +45 61 24 00 52.

Tone of voice

Måden vi kommunikerer på er afgørende for, hvordan DanBred bliver opfattet som virksomhed og samarbejdspartner. Vi vil selvfølgelig gerne give kunder og forretningsforbindelser et positivt indtryk af DanBred. Også når vi skriver.

Læseren er i centrum

Vi skriver altid "til nogen" fremfor "om noget". Det betyder, at vi så vidt muligt tager udgangspunkt i læserens situation eller behov for information. Vi gør os klart, hvad den person, som skal læse teksten, har behov for at vide nu og her.

Formålet er klart

Hvor meget og hvor lidt vi skal gå i detaljer med en forklaring afhænger af, hvad formålet med kommunikationen er. Hvis vores ærinde er at skabe interesse for et emne eller en ny mulighed, kan for mange detaljer virke afskrækkende. Omvendt er detaljer og dokumentation vigtige i en faglig redegørelse for fx udviklingen af vores avlssystem.

Du skal altså gøre dig klart, hvad formålet med kommunikationen er. Og hvad du konkret vil opnå. Hvad skal læseren tænke? Og, hvad skal han eller hun gøre?

Tænk på "call to action". Det skal være let for modtageren at tage det næste skridt. Fx skal en www-adresse fremhæves og gentages, så læseren ikke skal bruge tid på at lede efter den i teksten.

Sproget er korrekt og letforståeligt

Ikke alle, som DanBred skriver til, har lange uddannelser og er vant til at læse meget. Derfor skriver vi altid i et sprog, som er letforståeligt. Fag-

udtryk og lange forklaringer er gode til fagfolk, men ikke gode i andre sammenhænge.

Vi er uformelle

Når vi skriver, er sproget direkte og uformelt. Brug gerne du, dig, vi og os. Den uformelle tone er personlig og giver nærhed. Det passer også fint til den relation, som vi gerne vil have med vores kunder og forretningsforbindelser.

Gode råd

- Brug gerne bokse og klare opfordringer til modtageren.
Fx "Ring på telefon 00 00 00 00", hvis du vil have hjælp og rådgivning om, hvordan du håndterer din DanBred besætning
- Brug gerne punktopstillinger, gentag budskaber og husk at billedtekster er noget af det, der først bliver læst

Lidt om e-mails

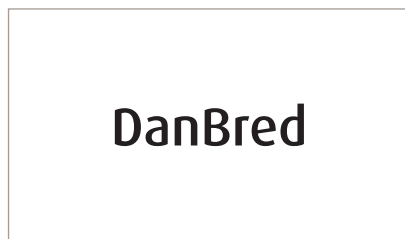
Når du skriver en e-mail, er det også værd at huske:

- Kort er godt!
- Brug en emneoverskrift, der får læseren til at åbne mailen
- Hvis e-mailen er et nyhedsbrev, skal indholdet være en appetitvækker, der får læseren til at klikke på et link og læse mere på fx et website
- Opfordringer til at læse mere eller reagere skal være tydelige.
Meget gerne i grafik og/eller kort og tydeligt som markeret link i teksten.
Fx "Klik her", "Læs mere", "Download"

Se eksempel i afsnittet "Inspiration - elektroniske medier".

DanBred – hvordan skrives det?

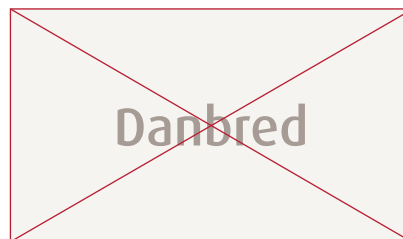
Vores navn skrives som DanBred. Vi skriver ikke Danbred, DANBRED eller danbred.



Altid D og B i versaler.
Resten i minuskler



Aldrig kun minuskler



Aldrig kun med stort D



Aldrig kun versaler, kun i logo!

Your business. Our DNA.

Vores slogan eller payoff er "Your business. Our DNA". Det er kort sagt essensen af vores løfte til markedet og fortæller både, hvad der er vigtigt for os og, hvem vi er. Kundens forretning er nemlig altid omdrejningspunktet for alt, hvad vi gør. Og helt konkret, så er vores genetik og rådgivning med til at styrke kundernes forretning.

Logo

DanBreds logo er det vigtigste af de grafiske grundelementer.

Logoet består af en ikonisk fremstilling af tre grise centreret på toppen af navnetrækket DANBRED i versaler.

DanBreds logo findes i farverne rød/sort, sort/sort og negativ hvid/hvid til brug på farvet baggrund. Det anbefales dog så vidt muligt at placere DanBreds logo på hvid baggrund.

Definitionerne på logofarverne findes under afsnittet "Farver".

Proportioner og vinkling

Logoet må anvendes i varierende størrelse og placeres vandret og centreret omkring marketing-materialets lodrette akse. Logoernes forhold mellem højde og bredde skal fastholdes. Logoerne må ikke skrånstilles, vrides eller påføres effekter som fx 3D.



Logo med tagline



Eksklusivzone

Eksklusivzonen er det frie område omkring logoet, der sørger for, at logoet altid fremstår tydeligt uden forstyrrende elementer i dets umiddelbare nærhed.

Eksklusivzonen er defineret som en afstand omkring bomærket svarende til højden af navnetrækket DANBRED.



Vignet til navneskifte

I en overgangsperiode skal vignet om navneskifte bruges sammen med logo.

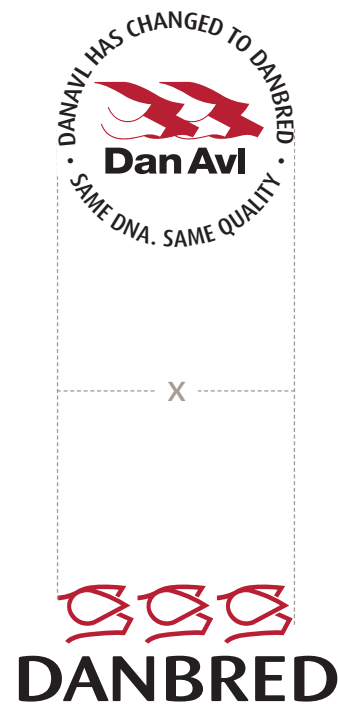
Visitkort

På visitkort skal størrelsen være minimum 25 % af DanBred logoet.

A4+A5 format

På A4 + A5 formater skal størrelsen være minimum 40 % af DanBred logoet.

Som udgangspunkt skal logo og vignet have samme størrelse/skalering. Teksten i vignet kan versioneres til eget sprog.



Minimum for vignette:
X aldrig mindre end 19 mm

DanBred KS Samarbejdspartnere

For KS samarbejdspartnere tilbyder vi et KS-logo, der bekræfter jeres tilknytning til DanBred.

Logoet skal placeres på alle salgsfremmende materialer og produkter, herunder jeres website, på brochurer, ved messer og på sædposer.

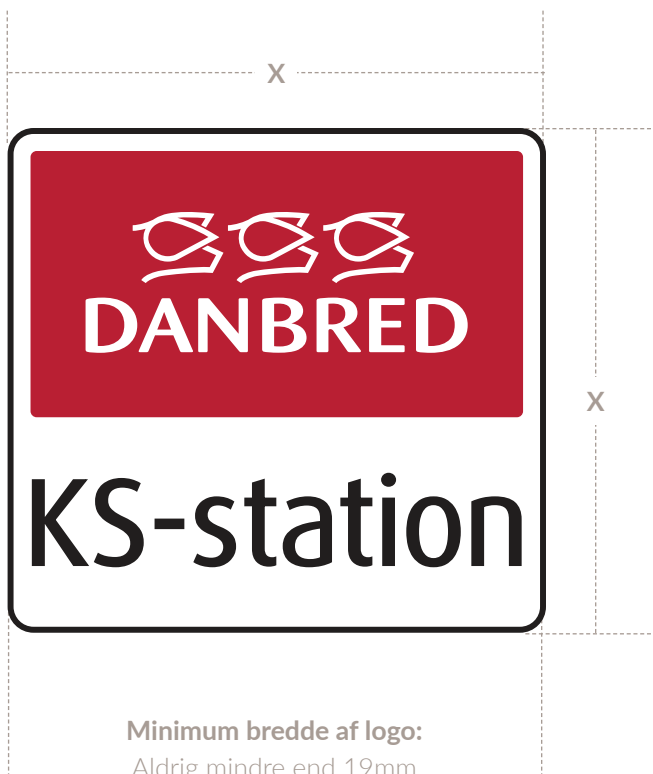
Mindste måling

Vi ønsker at sikre, at teksten i det certificerede partnerlogo er let at læse. Så når du bruger logoet, skal du sørge for, at det aldrig er mindre end 19 mm bredt.

Andel og vinkler

Sørg for, at du altid holder proportionen mellem logoets højde og bredde. Og ligesom DanBred-logoet er det ikke muligt at tilføje hældning, twist eller effekter som 3D.

Du kan finde det certificerede partnerlogo på forskellige sprog og formater til print og digital medier. For at finde ud af mere, send en email til DanBred på trni@danbred.com eller ring til os på +45 38 41 01 41.

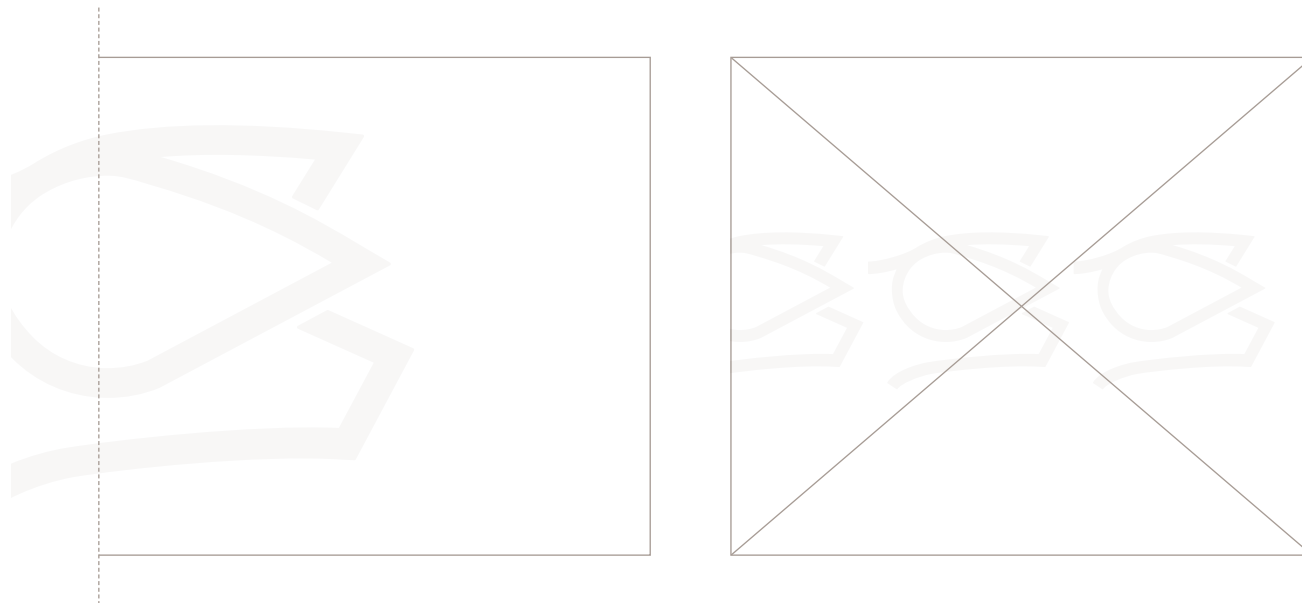


Hold altid proportionerne mellem
logoets højde og bredde.

Ikon

DanBred ikonet er et ekstra grafisk element, som kan bruges til at styrke DanBreds visuelle udtryk og give det særpræg. Ikonet består kun af ét grisehoved og ikke af alle tre hoveder, som i logoet. Ikonet skal primært bruges som vandmærke i baggrunden på farveflader. Det er altid placeret, så det går til kant og er beskåret i venstre side, som vist herunder.

Ikonet findes i to udgaver; enten som svagt mørkere eller som svagt lysere, end den baggrund, det er placeret på. Det frarådes at placere ikonet på billedbaggrunde. Se eksempler i afsnittene under "Inspiration".





Farver

Som supplement til farverne i DanBreds logo har vi udviklet en farvepalette, som består af en række primære og sekundære farver. Farverne skal bidrage til et imødekommende design.

Primær farvepalette

De primære farver er to solide, røde farver samt en gradient. Gradienten går fra mørk rød til logo rød – fra venstre mod højre. Derudover består den primære farvepalette af fire varme gråtoner. De kan bruges som staffagefarver eller baggrundsfarver.

Sekundær farvepalette

Disse farver kan bruges som supplement til de primære farver. Det kan fx være som til fyldfarve eller baggrund i grafer og lignende. De sekundære farver er med til at skabe liv og give en kontrast til de primære farver. Du kan se eksempler på brugen i afsnittene under "Inspiration".

Primary Logo Black

CMYK 0 / 0 / 0 / 100
RGB 0 / 0 / 0
Pantone Black
#000000

Primary Dark Red

CMYK 10 / 100 / 61 / 50
RGB 128 / 0 / 32
Pantone 202
#800020

Primary Gradient

Direction: Always horizontal from
Dark Red (left) to Logo Red (right)

Primary Logo Red

CMYK 5 / 96 / 76 / 22
RGB 184 / 29 / 47
Pantone 187
#b81d2f

Primary Grey 11

CMYK 52 / 53 / 59 / 24
RGB 12 / 99 / 89
Pantone Warm Grey 11
#706359

Primary Grey 6

CMYK 36 / 35 / 38 / 1
RGB 167 / 156 / 148
Pantone Warm Grey 6
#a79c94

Primary Grey 1

CMYK 14 / 14 / 17 / 0
RGB 217 / 210 / 203
Pantone Warm Grey 1
#d9d2cb

Primary Grey 0

CMYK 3 / 3 / 4 / 0
RGB 244 / 242 / 239
Pan. Warm Grey 1 (30%)
#f4f2ef

Primary White

CMYK 0 / 0 / 0 / 0
RGB 255 / 255 / 255
-
#ffffff

Secondary Purple

100%

60%

CMYK 88 / 100 / 0 / 8
RGB 59 / 0 / 131
Pantone 2685
#3b0083

Secondary Blue

100%

60%

CMYK 96 / 53 / 5 / 27
RGB 22 / 87 / 136
Pantone 647
#165788

Secondary Green

100%

60%

CMYK 96 / 5 / 80 / 25
RGB 0 / 125 / 87
Pantone 341
#007d57

Secondary Yellow

100%

60%

CMYK 0 / 63 / 99 / 0
RGB 236 / 122 / 8
Pantone 716
#ec7a08

Typografi

I DanBred bruger vi primært to skrifttyper eller fonte; Dax og Lato. Dax og Lato bruges i alle vores professionelt producerede kommunikationsmaterialer, som fx brochurer, annoncer, skilte, websites o. lign.

I de elektroniske medier, som fx e-mail, kan skriften Arial bruges som alternativ. Men kun, hvis de to primære ikke er tilgængelige. Arial findes i standardopsætningen i Office-programmerne på langt de fleste computere.

Dax

Dax Medium anvendes udelukkende til overskrifter og call to actions.

Lato

Lato Bold kan anvendes som overskrift, hvor Dax ikke er tilgængelig. Bold (fed) kan bruges til mellemrubrikker og andre stykker tekst, der skal fremhæves. Lato Light bruges til brødtekst og billedtekster.

Varianterne Regular anvendes, hvor tekst er sat i negativ hvid på farvet baggrund eller på et billede. Kursive udgaver af skrifttyperne bør undgås.

Dax Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Ææ Øø Åå
0123456789

Lato Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Ææ Øø Åå
0123456789

Lato Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Ææ Øø Åå
0123456789

Arial Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Ææ Øø Åå
0123456789

Arial Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Ææ Øø Åå
0123456789

Billedstil

Når vi bruger billeder, skal de vise hverdagen. Billedstilen kan kort beskrives som "umiddelbar reportage". Det er nemlig med til at sikre, at billederne opleves som relevante for de mennesker, som vi kommunikerer med.

Mennesker er et vigtigt motiv. Vel at mærke mennesker, der er autentiske eller ser autentiske ud. Vi viser ikke polerede fotomodeller i kunstigt opsatte situationer. Billederne må meget gerne være taget i et miljø fra hverdagen.

Nærbilleder med øjenkontakt, perspektiverede billeder, skæve vinkler og tætte beskæringer kan skabe dynamik og vække både nysgerrighed og genkendelse.

Billeder kan fritlægges, men brugen skal begrænses. Du finder et udvalg af DanBreds billeder på DanBreds ekstranet på danbred.com.

Tone

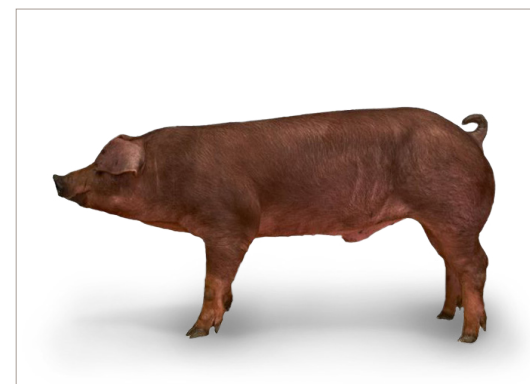
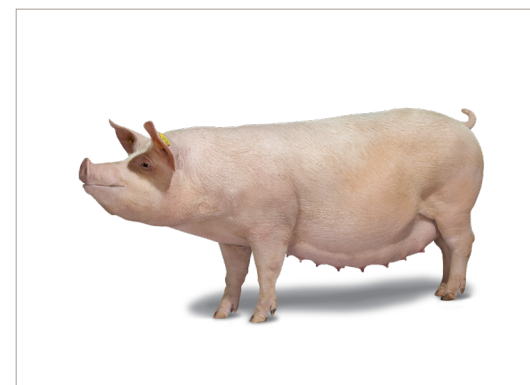
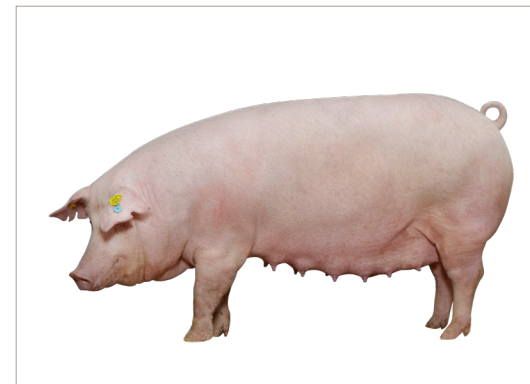
DanBreds billeder holdes i neutrale farvetoner for at skabe et venligt og imødekommende udtryk. Og for at skabe et ensartet udtryk på tværs af alle DanBreds marketingmaterialer.

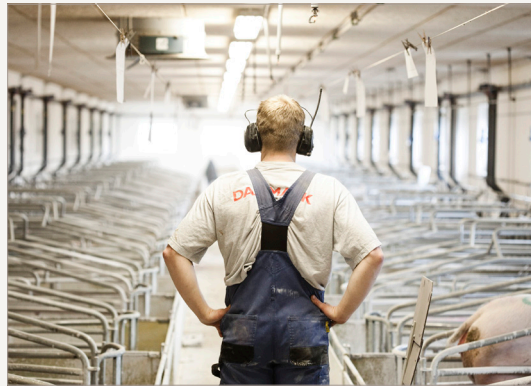
Geografi

DanBred opererer i store dele af verden, hvilket gør nogle fotos uegnede til brug. Det kan være etnicitet, beklædning eller lignende, som ikke passer ind i den kontekst billedet anvendes i. Det betyder, at det ved fotooptagelser skal overvejes, om et billede kan laves i en geografisk eller kulturel neutral variant. Dette gælder specielt ved udarbejdelse af materialer til de sociale medier.

Dyr og stalde

Ved situationsbilleder i stalde skal der være stor opmærksomhed på, at forholdene omkring dyr og stier er ordentlige, og at det er de rigtige racer. Alle gældende krav til dyrevelfærd skal være opfyldt!





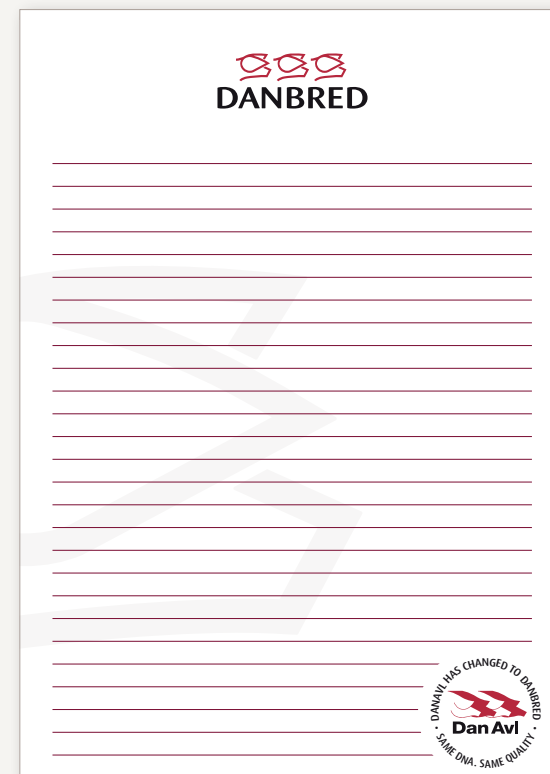
Brevlinje

Korrespondancemateriale

DanBreds korrespondancemateriale omfatter de elementer, du benytter i din dagligdags kommunikation internt, såvel som eksternt.

Nedenstående elementer er udarbejdet til DanBred.

- Visitkort
- Brevpapir
- C4 rudekonvolut
- C4 konvolut
- C5 rudekonvolut
- C5 konvolut
- Mødeblok linieret (A4)
- Mødeblok linieret (A5)



A5 mødeblok



Klausen + Partners
Brian Carlson
Østerfælled Torv 14b, 1.tv
2100 København Ø

21. januar 2018

Kære Brian

Sed quam re voluptatio tem que pero odia invere des aspiciditia aut et ut etusand und
agnimag niscianihil ipsum et apicimilit, optas diam il int, et ut etur simus mos nos magn
bus am, as eum voluptaqui rati volenih icial, nobitatur suscidionsed eum illenimus ser
Et eos etur? Nis accus, optate poresequam, voluptat.

Equam lautae volest ilandi gentiam voluptatem res ma quas aturUcidenihic tem estorr
excepelias maximi, sequam endi sim fuga. Et aut hictinis et veliciant ex et dolorite solo
aborist et od eum resequi officimpost, quamentio dem laut quam ipitiis qui iur rem site
porro eat.

Nat autectur, tem rectur, sit ipsunt as est eictas cum quodiam liti omnimag nihilliquat.
Hario intisqui conecae plis solorae. Et quam res aut doluptat.

alis ilis sitia qui si valor sitatur resto ma est, eum quatqui ut vendesto dolent, verrupt iatemo-
luptur sus, voluptasitas endem ressit, santiundae nobit aliqui cusandit ra id eaque pel ium ate
porest, te parchilia voluptur? Que conet, comni omnientur sim faccum qui atatet doluptatibus
di rerero voloreperia doluptas alit, quassundi diplendis aute nobis dolo blam et am que dolores
simpero vero exceperia dolest, sit ad explicabo. Hene nime magnatios doluptae volum earciunti-
bus et essitiae ium voluptatur sitiudsa valore et fugia quiam, ius alibus.

Med venlig hilsen

Trine Nielsen
Head of Marketing

PS. Que conet, comni omnientur sim faccum qui atatet doluptatibus di rerero voloreperia
doluptas alit, qu voloreperia doluptas alit, quassundi.



Arthur Wurtman
Area Manager

Mobile +45 20 88 31 43
Direct +45 44 88 11 51
AWU@danbred.com

DanBred P/S - Branch Office
Drejervej 7
DK-6600 Vejen

Phone +45 38 41 01 41
info@danbred.com
www.danbred.com

Your business. Our DNA.



Visitkort (for- og bagside)

C4 rudekonvolut

Brevpapir

DanBred P/S | Head Office • Lyngør 3EF, 1st floor • DK-2730 Herlev | Branch Office • Drejervej 7 • DK-6600 Vejen | Tel +45 38 41 01 41 • danbred.com • CVR / VAT 37634328



Trykte medier

Publikationer og materialer til markedsføring

Disse materialer bliver typisk produceret af en professionel grafisk tegnestue eller et reklamebureau.



Annonce



Roll-up



DanBred 2019

Avlsmål og resultater



DanBreds nye avlsmål bidrager til bundlinjen

Udviklingen af DanBreds avlsmål sikrer en større samlet fremgang i fremtiden via større fokus på slagtesvine-egenskaber. Med den nye egenskab "Moreffekt, tidlig af" indeholder avlsmålet i DanBred Landrace og DanBred Yorkshire nu også en moderegenskabs medvirkning for patte- og smågrisenes tilvækst.

DanBreds avlsmål opdateres cirka hvert tredje år, og i 2019 blev den nye økonomiske vægtning af egenskaberne vedtaget. Samtidig blev en ny moderegenskabs lanceret i DanBred Landrace og DanBred Yorkshires avlsmål. Med dette punkt i de ændrede avlsmål, inklusiv den nye økonomiske vægtning, har SEGES, Avl & Genetik regnet på den avlsmæssige fremgang for de tre modetracer.

"Moreffekt, tidlig tilvækst" giver avlsfremgang i søens efterkommerer for at øge patte- og smågrisenes tilvækst. Egenskaben har vakt positiv international opsigt fra starten af. Sammen med LG5 (levende grise på dag 5), som sikrer en forbedring af den tidlige pattegrisevægtning, giver "Moreffekt, tidlig tilvækst" et endnu mere afbalanceret og bæredygtigt DanBred avlsmål.

Øget genetisk fremgang i slagtesvineegenskaberne
DanBreds avlsmål er langsigtede, og avlsmålsrevisionen i 2018 sikrer, at avlsfremgangen i DanBred Duroc, DanBred Landrace og DanBred Yorkshire afspejler svineproduktions fremtidige behov. På den måde maksimeres profitten og skaber en positiv bundlinje i besætninger, der har valgt DanBred genetik.

Grundet den hidtidige høje avlsfremgang for LG5, vægtes LG5 nu lavere, og den forventede avlsfremgang er dermed mindre fremadrettet. Dette giver til gengæld plads til en højere forventet avlsfremgang for egenskaberne for slagtesvin. I lagkagediagrammet svarer dette til, at stykkernes størrelse ændres. LG5-stykket er mindre end ved tidligere revision i 2015, mens produktionsegenskaberne stykker samlet set er større.

SEGES, Avl & Genetik har udarbejdet et notat om avlsmålsrevisionen, som kan findes på [Svineproduktion.dk](#)



DanBreds kunder tjener 16,14 kroner mere per DLY-slagtesvin om året

Avlsarbejdet har givet en blivende årlig fremgang på 16,14 kroner per gris de seneste tre år, hvilket er en rekordstor avlsfremgang. Den fremgang, vi har set de seneste år, er sket som følge af det arbejde SEGES Svineproduktion, Avl & Genetik har lavet gennem årene, så svineproducenterne opnår højst mulig værdi.

beslægtet på DNA-niveau. Slægtskabet bruges i forbindelse med beregningen af dyrenes avlsværdi.

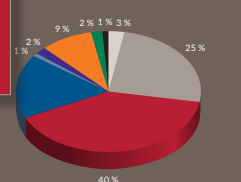
Dermed får avlerne et bedre beslutningsgrundlag - i form af avlsværdier med højere sikkerhed - for, hvilke avlsdyr der genetisk set er bedst for egenskaberne i avlsmålet. Med andre ord bliver sikkerheden for at finde de bedste avlskandidater større, hvilket i sidste ende giver bedre avlsfremgang til alle, der bruger DanBred genetik i sin produktion.

	DanBred Duroc	DanBred Landrace	DanBred Yorkshire	Gennemsnit DLY-slagtesvin	Kr. per enhed	Samlet værdi (kr.)
Daglig tilvækst, 30 kg - slagtning (g/dag)	20	12	21	18	0,13	2,34
Foderudnyttelse (F/E/kg tilvækst)	-0,040	-0,042	-0,039	-0,041	-147	6,03
Kødpotent	0,12	0,28	0,11	0,16	9,70	1,55
LG5 (levende grise på dag 5)		0,38	0,35	0,37	19,60/2	3,63
Styrke (Point)	0,02	0,01	0,03	0,02	12,50	0,25
Daglig tilvækst, fødsel-30 kg (g/dag)	1,3	2,0	1,7	1,6	0,11	0,18
Holdbarhed		0,00	0,04	0,02	85/2	0,85
Slagtesvind	-0,04	-0,02	-0,03	-0,033	-5,10	0,17
Hanlig frugtbarhed (fødsle grise)	0,13			0,13	17,60/2	1,14
I alt pr. år i gennemsnit						16,14



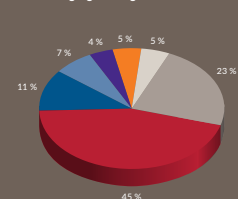
KR+16,14

Avlsmål for DanBred Landrace og DanBred Yorkshire
Den forventede økonomiske sammensætning af avlsfremgangen for egenskaberne i avlsmålet



■ Daglig tilvækst fødsel-30 kg
■ Daglig tilvækst 30 kg - slagtning
■ Foderudnyttelse
■ Kødpotent
■ Styrke
■ Slagtesvind
■ LG5
■ Holdbarhed
■ Moreffekt, tidlig tilvækst

Avlsmål for DanBred Duroc
Den forventede økonomiske sammensætning af avlsfremgangen for egenskaberne i avlsmålet



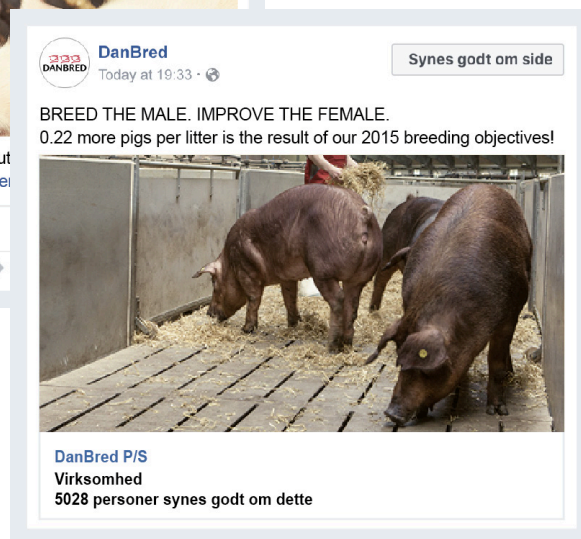
■ Daglig tilvækst fødsel-30 kg
■ Daglig tilvækst 30 kg - slagtning
■ Foderudnyttelse
■ Kødpotent
■ Styrke
■ Slagtesvind
■ LG5
■ Holdbarhed
■ Hanlig frugtbarhed

Elektroniske medier

Disse elementer bliver typisk produceret af et reklame- eller webbureau.

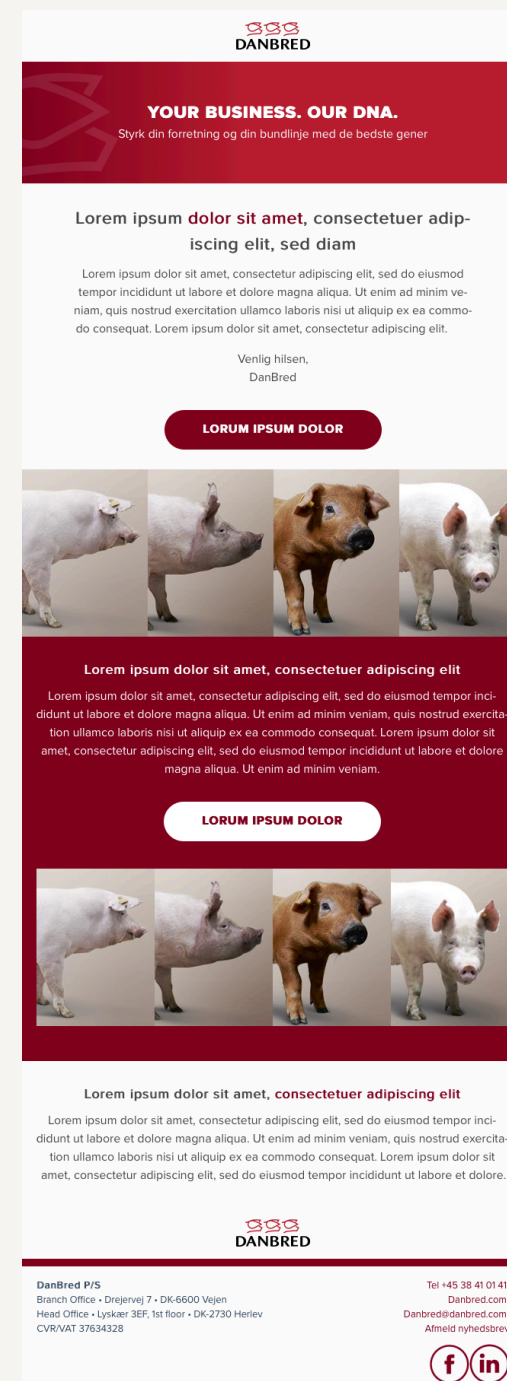


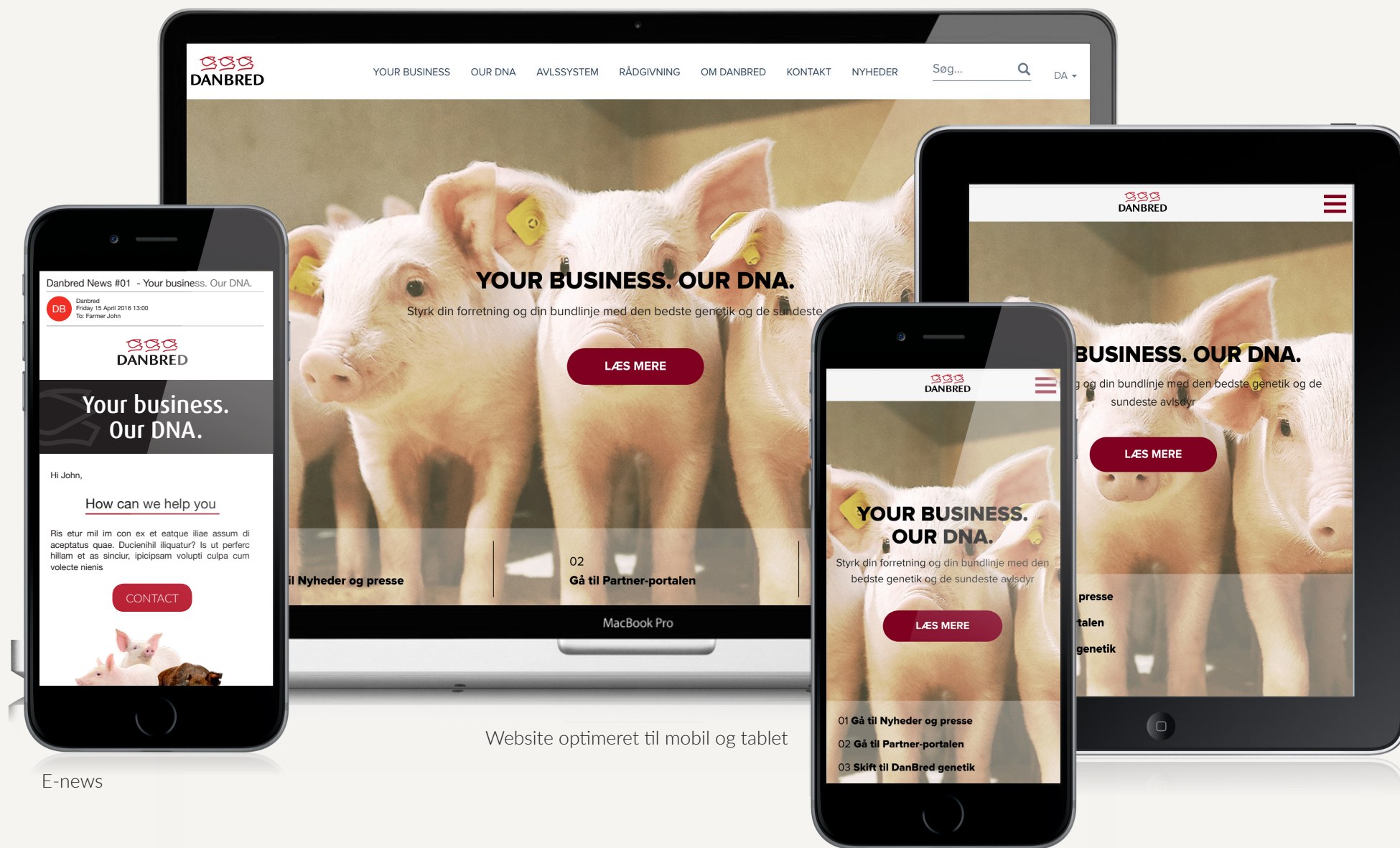
Facebook (post on page)



Facebook (like post)

E-mail

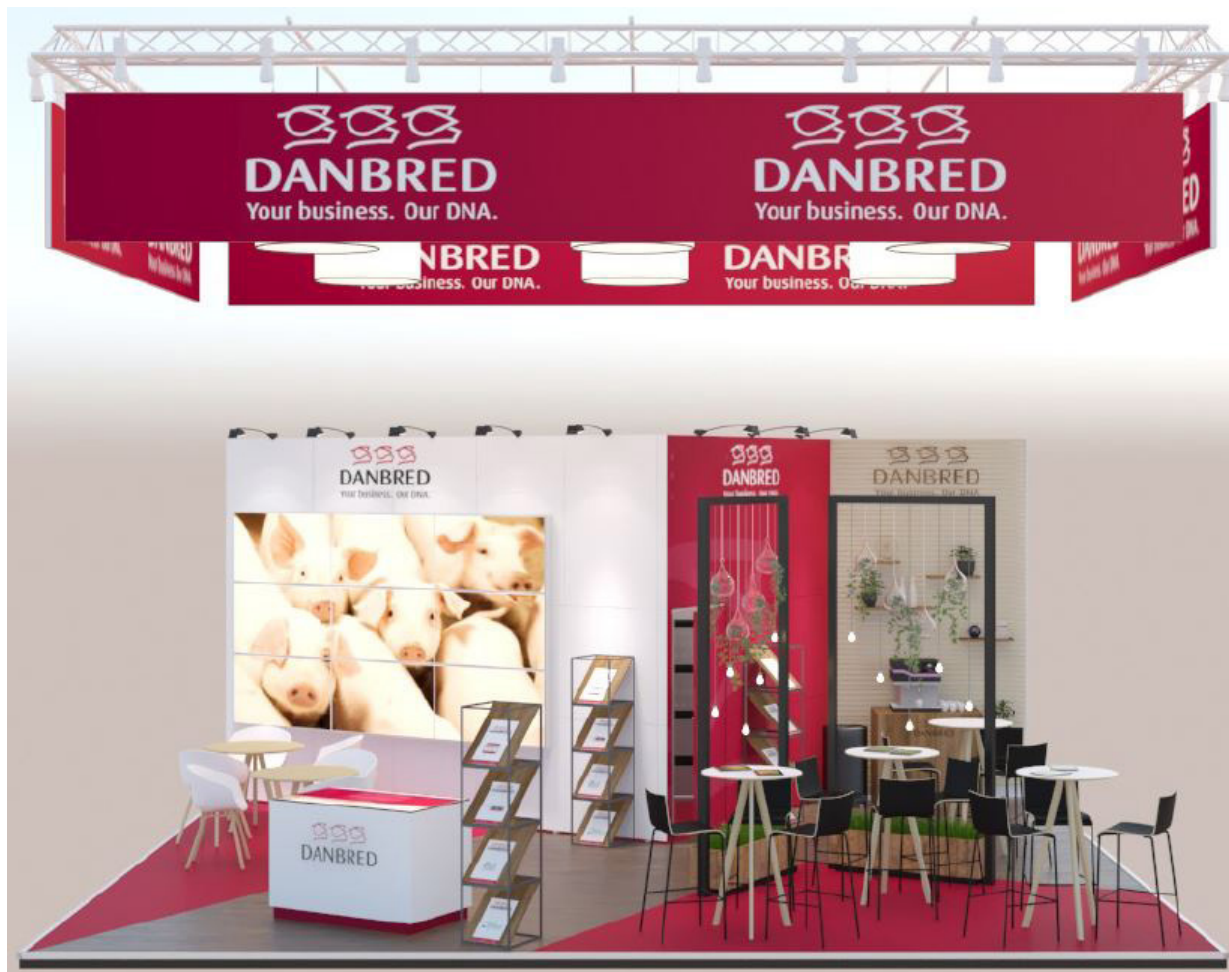




E-news

Dekoration

Dekoration til biler, messestande, facader, flag etc.



Messestand



Branded beklædning



DANBRED

DANBRED



DANBRED

Your business. Our DNA.

DanBred-leverandører – guidelines for co-branding

For DanBreds leverandører tilbyder vi muligheden for co-branding. Dvs. muligheden for at anvende DanBreds logo på deres materialer som en form for ekstra kvalitetsstempling af deres produkt og for at bekræfte tilknytningen til DanBred. Der er dog visse regler, der skal overholdes i forbindelse med brugen af Danbreds brand.

Logoet må anvendes på salgsfremmende- og korrespondance-materialer. På de følgende sider finder du eksempler for nedenstående elementer til inspiration.

Logo

- Generelle regler
- Sammenstilling med agent-logo

Korrespondance

- Brevpapir
- C4 rudekonvolut
- Visitkort
- E-mail signatur

Website

- Logoplacering
- Info-slider

Salgsmateriale

- Powepoint
- Annonce
- Roll-up

Andet

- Lastbil
- Tøj
- Flag
- Skilt

Godkendelse af design

Alle former for co-brandede designelementer, der ikke er eksemplificeret på de følgende sider, skal godkendes af DanBred før produktion.

**Kontakt DanBred på trni@danbred.com
eller på telefon +45 61 24 00 52**

AGERGAARD
AVL & EKSPORT



DanBred-leverandører – logo generelt

Logoet til co-branding består af DanBred-logoet sat i negativ hvid på en farvet baggrund i en fastsat farve og dimension. Logoet findes i farverne Primary Logo Red, grå (70% sort) og sort. Det anbefales at logoet placeres på hvid baggrund eller som minimum på en farvet baggrund med høj kontrast til logoet, så logoet fremstår klart og tydeligt. DanBred-logoet må aldrig have en mere prominent placering eller størrelse i forhold til leverandør-logoet. Man må ikke være i tvivl om, at det er leverandøren, der er hovedafsender.

Undgå at det samlede farveudtryk af de sammensatte logoer fremstår for spraglet – brug evt. hellere den grå variant. Definitionerne af farverne på DanBred-logoerne må ikke ændres. Den sorte variant anvendes primært på sort/hvid-varianter af logosammensætninger.

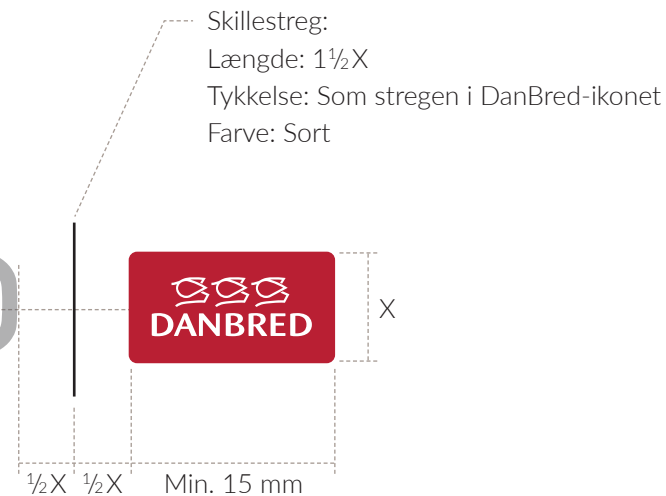
Proportioner og vinkling

Logoet må anvendes i varierende størrelse ned til 15 mm i bredden og placeres vandret i forbindelse med leverandør-logoet. Logoernes forhold mellem højde og bredde skal fastholdes. Logoerne må ikke skråtstilles, vrides eller påføres effekter som fx 3D.

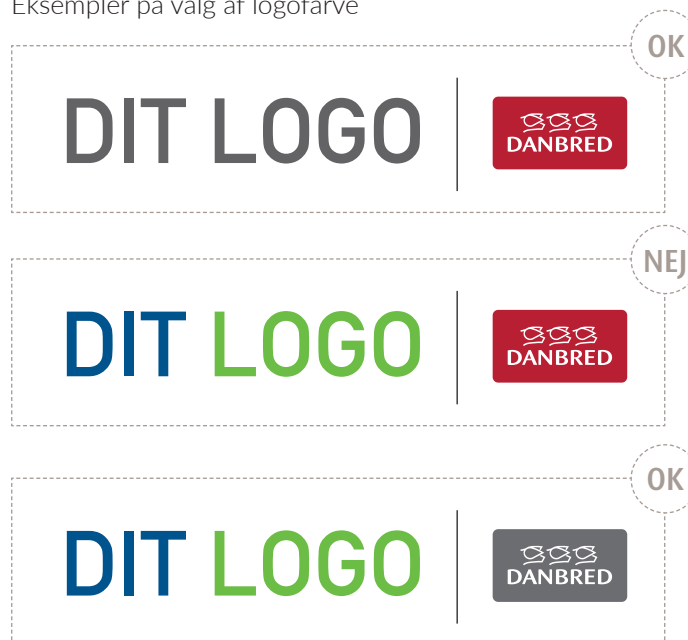


De to logoer og skillestregen
centreres om center-aksen

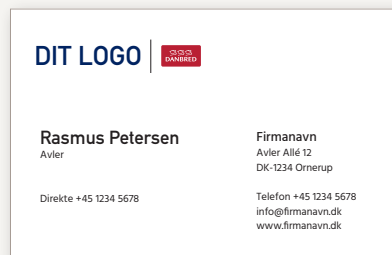
DIT LOGO



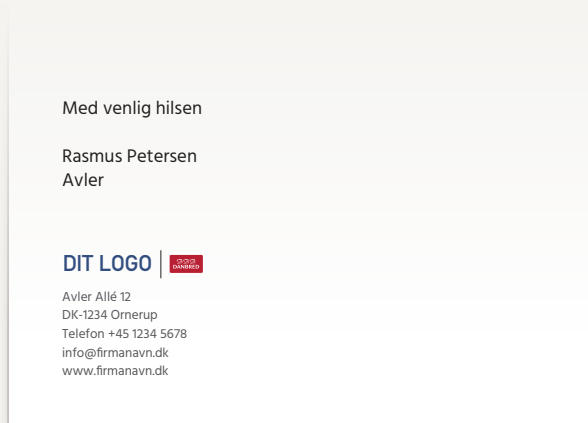
Eksempler på valg af logofarve



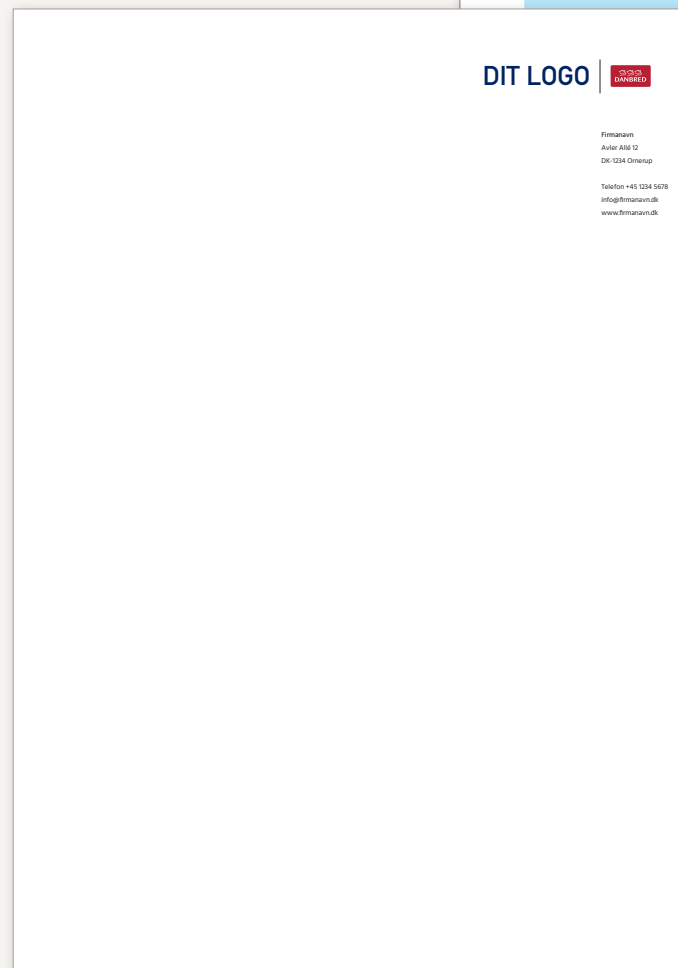
DanBred-leverandører – korrespondance



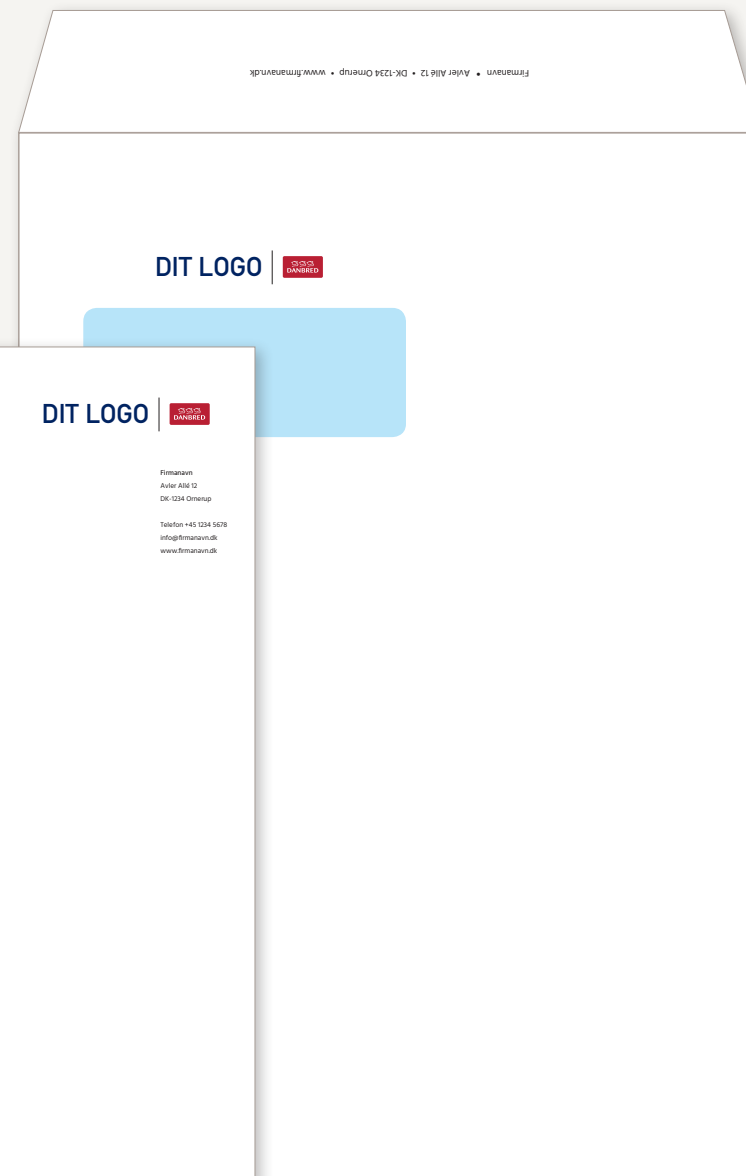
Visitkort



E-mail signatur

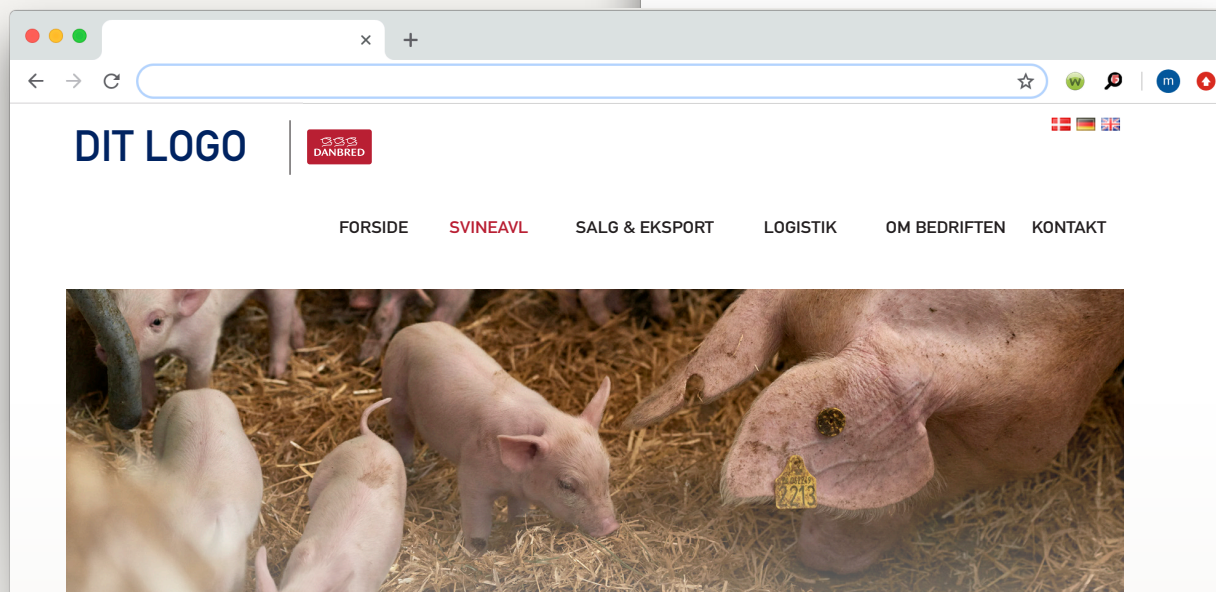


Brevpapir



C4 rudekonvolut

Website



SVINEAVL

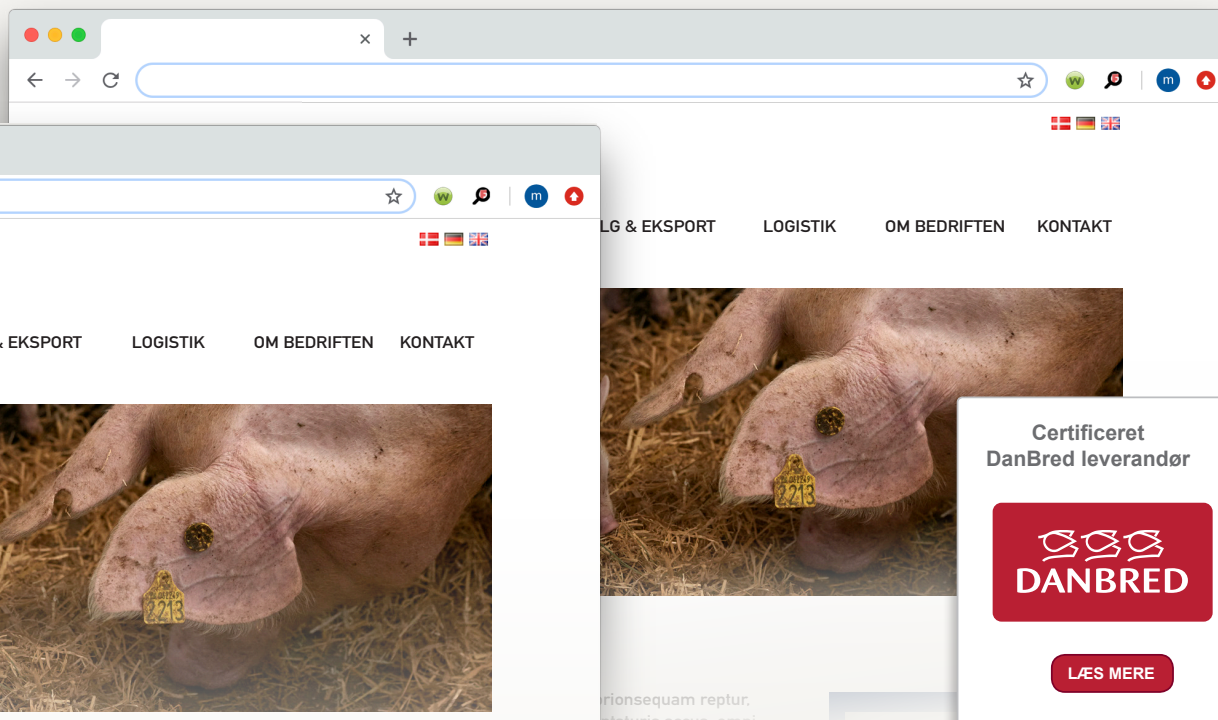
Feribusa ndameni musdae nos nemolup idelita. Dolore, ut eum re, corionsequam reptur, tempore heniet quiam id quidebitis mos cor magni od min esequi doluptaturis accus, omnietum volupta seque quiberf erchicit fugit am aut denCor soleriori dolendae volut ab inus rati rem earione turescium non nimporum fugiam fuga. Ut idebitatibus que consero temporro volut atem quunt.

Nem invelibus imporem ipiciur, officatem nimus.

Sum atur ui derum dolori rem endigenis elecepe ribusam serunte cusamus idipidebis sequost



Leverandør-logo placeret sammen med DanBred-logoet



Info-slider med link til information om DanBred

DIT LOGO



LeverandørNavn A/S | info@leverandornavn.dk
Adressegade 12, DK-1234 Bynavn | Tel. +45 1234 5678 | CVR: 12 34 56 78

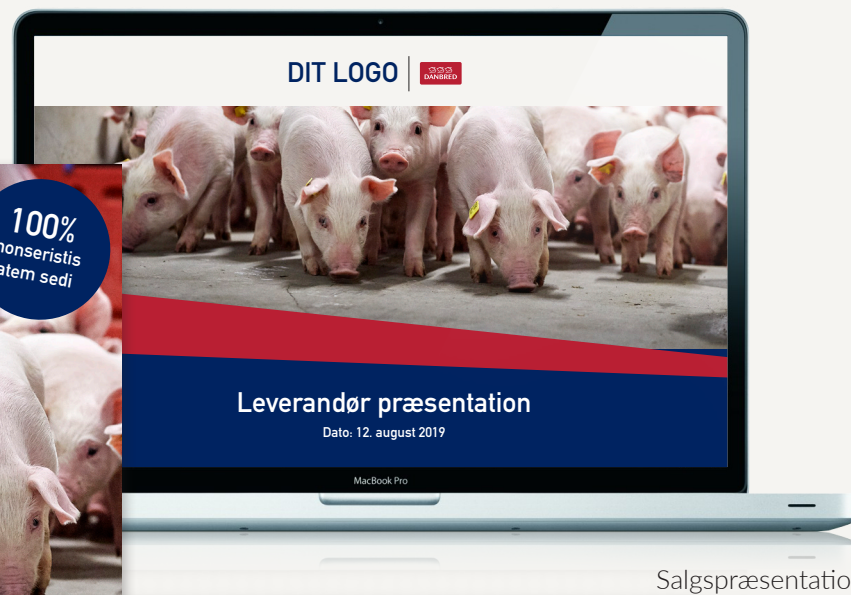


Web-footer

DanBred-Leverandører – salgsmateriale



Annonce



Salgspræsentation



Roll-up

Andet



Transport



Beklædning



Andet



Fritstående skilt

Skilt til husmur



Flag



