



RANDERS

DESIGNGUIDE

Randers Kommune lancerer i 2015 et revitaliseret brand. I denne designguide præsenteres den visuelle identitet for brandet. Her kan du finde retningslinjer for, hvordan du kan implementere brandets visuelle identitet i din kommunikation. Retningslinjerne definerer, hvordan grundstenene i den visuelle identitet bruges, så vi opnår et sammenhængende visuelt udtryk på tværs af afsendere.

Ønsket er at brandet bliver brugt, når alle aktører i Randers kommune igangsætter og kommunikerer initiativer som understøtter vores fælles brand. Når vi sammen udlever og skaber bevis for brandet. Designet erstatter med andre ord hverken Randers Kommunes visuelle identitet eller de individuelle identiteter fra aktørerne i Randers. Den visuelle identitet er et supplement til jeres identitet som afsender af brandet, og samtidig en fælles identitet, når vi igangsætter initiativer som en del af vores brandingprojekt.

Designet kan frit benyttes af alle aktører i Randers Kommune, som ønsker at vise deres støtte til det fælles brand. Elementerne i designet kan downloades fra kommunens hjemmeside. Foruden den visuelle identitet findes også en præsentation af selve brandplatformen for Randers Kommunes nye brand. I den kan du læse mere om baggrunden for brandet, og hvilke centrale værdier og fortællinger det nye brand indeholder. Præsentationen kan også findes på Randers Kommunes hjemmeside eller den kan rekvireres via kontaktoplysningerne på sidste side.

November 2015

01

- 1 Logo
- 2 Primær logo
- 3 Logoopbygning
- 4 Sekundære logoer
- 5 Respektafstand
- 6 Logostørrelse og placering
- 7 Størrelsesrelation mellem byvåben og logo

02

- 8 Typografi
- 9 Primær typografi
- 10 Sekundær typografi
- 11 Overskrifter
- 12 Office typografi

03

- 13 Farver
- 14 Primære og sekundære farver
- 15 Farvekombinationer

04

- 16 Billedstil
- 17 Billedstil

05

- 18 Grids og margin
- 19 Vertikal margin
- 20 Vertikalt grid
- 21 Horisontal margin
- 22 Horisontalt grid

06

- 23 Eksempler
- 24 Budskabshierarki 1
- 25 Budskabshierarki 2
- 26 Budskabshierarki 3
- 27 Eksempel 1
- 28 Eksempel 2
- 29 Niveauer indenfor identitet
- 30 Niveauer indenfor identitet
- 31 Eksempel 3

I RANDERS ER VI...

en kommune, der tør stå ved, at vi er lidt anderledes. Vi er nemlig en kommune, som består af mange originale idéer og mennesker. Til sammen er vi Randers, og det gør os anderledes end alle andre kommuner.

Derfor har vi udviklet et visuelt koncept, der er i sig selv anderledes. Alt det, Randers kommune rummer er svært at fange i ét enkelt visuelt udtryk. I logoet kombinerer vi derfor syv forskellige skrifttyper, som hver især repræsenterer forskellige træk i Randers kommunes DNA.

Skrifttyperne i logoet kan sammensættes forskelligt afhængigt af, hvor det bliver brugt - på den måde kan det blive lidt anderledes hver gang.

01

LOGO



R **A** **N** **D** **E** **R** **S**

Primær logo

Logoet består af syv forskellige skrifttyper. De repræsenterer hver én af Randers' identitetstræk som fx historiske rødder, dynamisk kulturliv og nære naturoplevelser.



Logoopbygning

Det er svært at fange alt det, Randers rummer, i ét enkelt visuelt udtryk. Derfor kombinerer logoet syv forskellige skrifttyper, der hver især repræsenterer Randers' identitetstræk som fx historiske rødder, dynamisk kulturliv og nære naturoplevelser.

Logoet findes i syv varianter i syv forskellige skrifttyper. Det gør, at logoet altid er dynamisk, og altid er lidt anderledes. Lige netop det, som Randers står for.

RANDERS

RANDERS

RANDERS

RANDERS

RANDERS

RANDERS

Sekundære logoer

Udover det primære logo findes seks forskellige sekundære logoer. Disse bruges alt afhængigt af, hvad der passer bedst til det indhold, der kommunikeres.

Alle skrifttyper repræsenterer et af Randers' identitetstræk (se side 3), og derfor kan man, hvis man fx vil kommunikere om Randers' natur, vælge det logo, der har et begyndelsesbogstav med netop denne visuelle reference.



Respektafstand

For at sikre at logoet får den rette mængde luft omkring sig, og ikke bliver klemt sammen mellem andre elementer, bruges en defineret respektafstand rundt om logoet. Dette er et frirum, hvor intet andet må være placeret. Respektafstanden svarer til højden på Roboto Black bogstavet. I dette tilfælde er det R'et.

Logostørrelse og placering

Logoet bruges på traditionel vis, hvor logoet er placeret nederst i højre hjørne. Men da logoet også gør sig godt i displaystørrelse, kan det også bruges i stor størrelse, centreret på materialet, som en blanding af overskrift og logo.

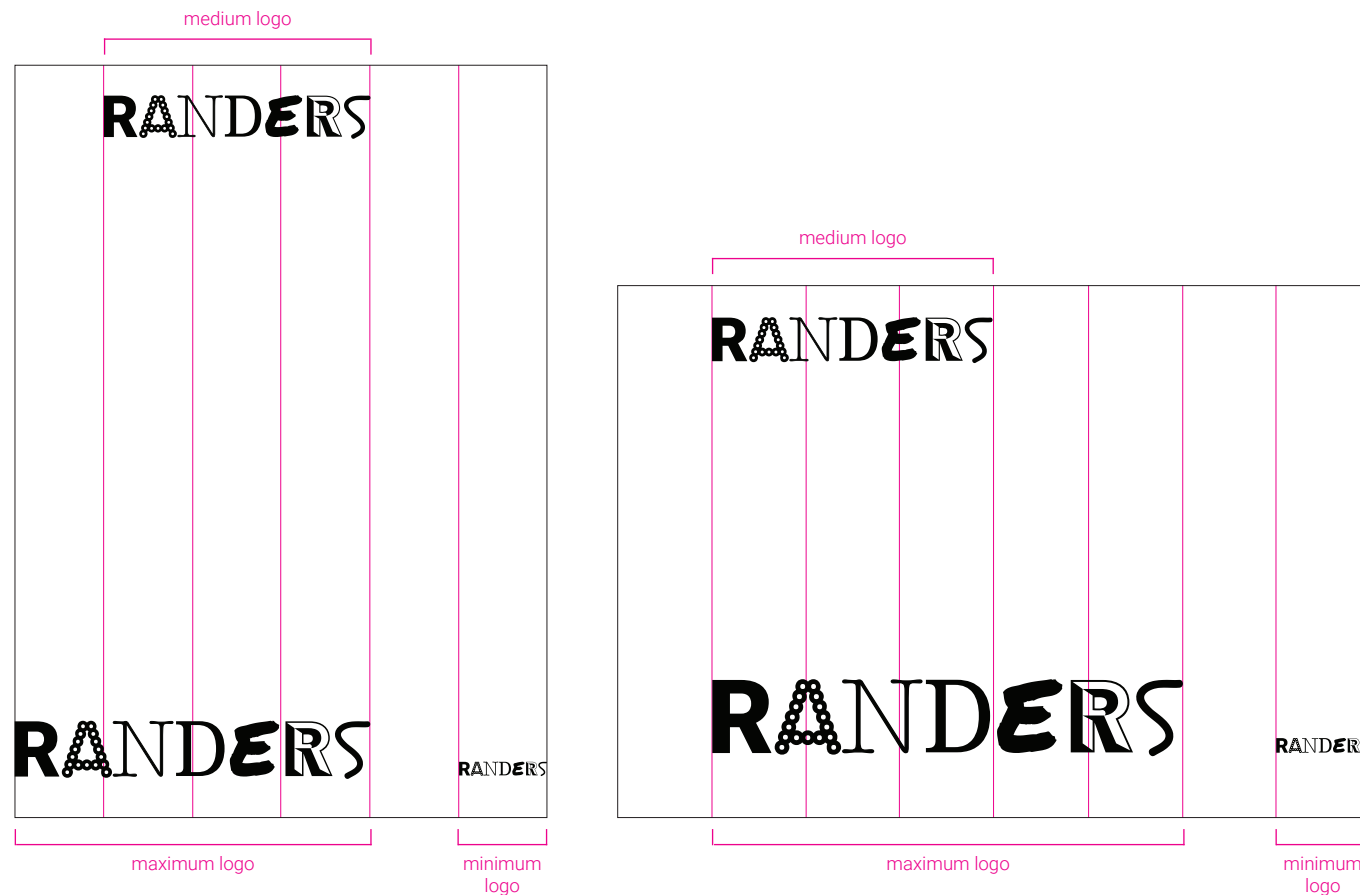
Der findes tre logostørrelser: minimum-, medium- og maximumlogo, og logostørrelserne bliver altid udregnet på samme måde:

På vertikalt materiale måles logostørrelsen ud fra et grid på seks spalter uden spaltellemrum. Logoet kan her enten være en, tre eller fire spaltebredder bredt.

På horisontalt materiale måles logostørrelsen ud fra et grid på otte spalter uden spaltellemrum. Logoet kan her enten være en, fire eller fem spaltebredder bredt.

Når udregningen er lavet skal man altid sikre sig, at logoet er større end minimumsstørrelsen. Minimumsstørrelsen for logo med payoff er 45 mm. Logoet uden payoff har en minimumsstørrelse på 35 mm. Bliver logoet, efter udregning, mindre end minimumsstørrelsen angivet, sættes logoet derfor op til denne.

På web bruges logoet i en minimumsstørrelse på 25 pixels høj (længden varierer alt efter logovariant).



Størrelsesrelation mellem byvåben og logo

Randers kommune har et byvåben som altid bruges på plakater og brochurer med Randers som afsender. På materialer med andre logoer end Randers' bruges byvåbnet ikke.

Byvåbnet anvendes alene af Randers Kommune og tilhørende institutioner

Størrelsen på byvåbnet er som udgangspunkt to gange højden på Randers' logo, når dette er brugt i minimumsstørrelsen. Bruges logoet i større størrelser gælder denne regel dog ikke, og da vurderes byvåbnets størrelse ud fra materialet, det bliver brugt på.

Byvåbnet er altid i sekundære farver. Det vil sige sort eller hvid. Se afsnit om farver side 13.



02

TYPOGRAFI

Primær typografi

Den primære typografi er Roboto og Roboto Slab, som bruges til overskrift og brødtekst. Roboto bruges i majuskler til overskrifter og er en moderne skarp sans serif, der står i kontrast til logoets dynamiske udtryk.

Til brødtekster, underrubrikker, manchetter og citater bruges Roboto Slab – en slabserif i samme familie som Roboto. Skriften udmærker sig ved sin læsevenlighed i små størrelser og som kontrast til Roboto med sine seriffer og fine skriftbillede.

Begge fonte er googlefonte og dermed websafe og tilgængelige for alle.

Roboto, Black

abcdefghijklmnopqrstuvxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

**THE FOX JUMPS
OVER THE LAZY DOG**

Bruges til overskrifter

Roboto Slab, Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

The fox jumps over the lazy dog

Bruges til mellemrubrikker og citater

Roboto Slab, Light

abcdefghijklmnopqrstuvxyzæøå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

The fox jumps over the lazy dog

Bruges til brødtekst, mellemrubrikker, manchetter og citater

Droid Serif ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Bruges til enkelte ord i overskrifter

Malache crunch ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Bruges til enkelte ord i overskrifter

Racel Brant chiseled ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Bruges til enkelte ord i overskrifter

Permanent marker ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Bruges til enkelte ord i overskrifter

Schoolbell ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Bruges til enkelte ord i overskrifter

American Typewriter light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Bruges til enkelte ord i overskrifter

Sekundær typografi

De sekundære skrifttyper bruges i logoet, men kan også bruges som enkelte ord i overskrifter. Se næste side.

De sekundære skrifttyper må aldrig bruges alene til brødtekst eller overskrifter.

Roboto, Black -10,
Racel Brannt Chiseled
44/44 pt.

Primærfarve

**THE FOX
JUMPS
OVER THE
LAZY DOG**

Overskrifter

Til overskrift bruges Roboto, Black med en knibning på -10. Enkelte ord, der skal fremhæves, kan bruges i en sekundær skrifttype.

Overskrifter bruges altid i en primærfarve. Det enkelte ord i en sekundær skrifttype kan både være i samme farve som resten eller bruges i en sekundærfarve.

Overskrifter sættes altid kompres. Det vil sige en overskrift på 20 pt. også har en skydning på 20 pt. Dog kan en sekundær skrifttype i et ord kræve en manuel justering af skydningen.

Roboto, Black -10,
Droid serif
44/44 pt.

Primær- og sekundærfarve

**THE FOX
JUMPS
OVER THE
LAZY DOG**

Arial, Bold **abcdefghijklmnopqrstuvxyzæøå**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

**THE FOX JUMPS
OVER THE LAZY DOG**

Bruges til overskrifter

Rockwell, Regular **abcdefghijklmnopqrstuvxyzæøå**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

The fox jumps over the lazy dog

Bruges til brødtekst, mellemrubrikker, manchetter, citater

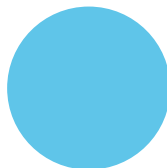
Office typografi

Til Officeplatforme såsom Word og PowerPoint, hvor man ikke kan gå ud fra, at alle har primærskrifterne installeret, bruges Arial og Rockwell. Til print og web bruges primærskrifterne, da de også er websafe.

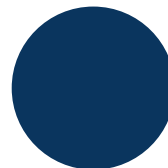
03

FARVER

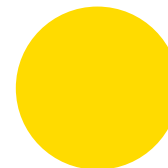
Primære



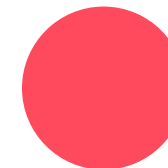
Pantone 297
CMYK: 52, 0, 1, 0
RGB: 113, 197, 232
HEX: 71C5E8



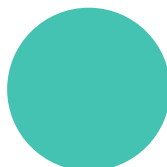
Pantone 534
CMYK: 95, 74, 7, 44
RGB: 27, 54, 93
HEX: 1B365D



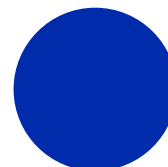
Pantone Yellow
CMYK: 0, 0, 100, 0
RGB: 250, 255, 0
HEX: FAE100



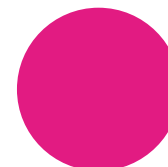
Pantone 1785
CMYK: 0, 76, 54, 0
RGB: 248, 72, 94
HEX: F8485E



Pantone 3258
CMYK: 59, 0, 30, 0
RGB: 73, 197, 177
HEX: 49C5B1

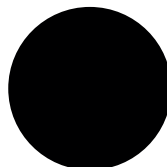


Pantone 2736
CMYK: 97, 95, 0, 0
RGB: 30, 34, 170
HEX: 1E22AA

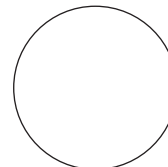


Pantone 219
CMYK: 1, 92, 4, 0
RGB: 218, 24, 132
HEX: DA1884

Sekundære



Pantone Black
CMYK: 0, 0, 0, 100
RGB: 0, 0, 0
HEX: 000000



Hvid
CMYK: 0, 0, 0, 0
RGB: 255, 255, 255
HEX: ffffff

Primære og sekundære farver

Der bliver brugt syv farver i identiteten, som alle, ligesom skrifttyperne, symboliserer Randers' identitetstræk. Foruden de primære farver bruges de sekundære farver sort og hvid.

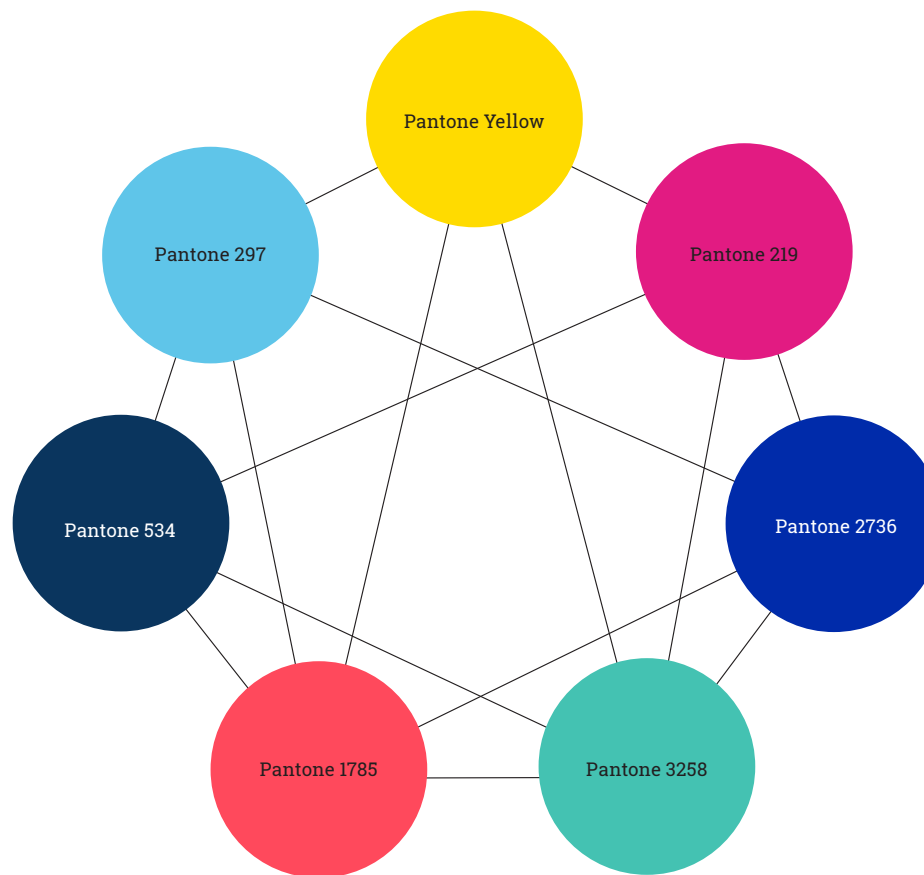
Der må ikke bruges flere end to primærfarver og én sekundærfarve sammen på elementer. Det vil sige max tre farver per materiale. På næste side ses hvilke farver, der må sættes sammen.

Logoet bruges altid i primærfarver med mindre, det ikke kan lade sig gøre. Det kan være tilfældet, hvis trykket ikke tillader det, eller hvis logoet bruges i sammenhæng med andre afsendere, hvor der ønskes en ensartethed i farvesammensætning.

Farvekombinationer

Her ses hvilke farvekombinationer, der er mulige. Nogle farver har flere kombinationsmuligheder end andre. Som beskrevet på forrige side må der ikke bruges flere end to primærfarver og én sekundærfarve sammen. Det vil sige max tre farver per materiale.

Bruges en farvekombination i et materiale med flere sider fx en brochure, eller bruges en kombination til ét specifikt emne, skal farveparret gå igennem hele publikationen eller materialerne. På den måde opnås en ensartethed og en genkendelighed i forhold til emnet.



04

BILLEDSTIL



Billedstil

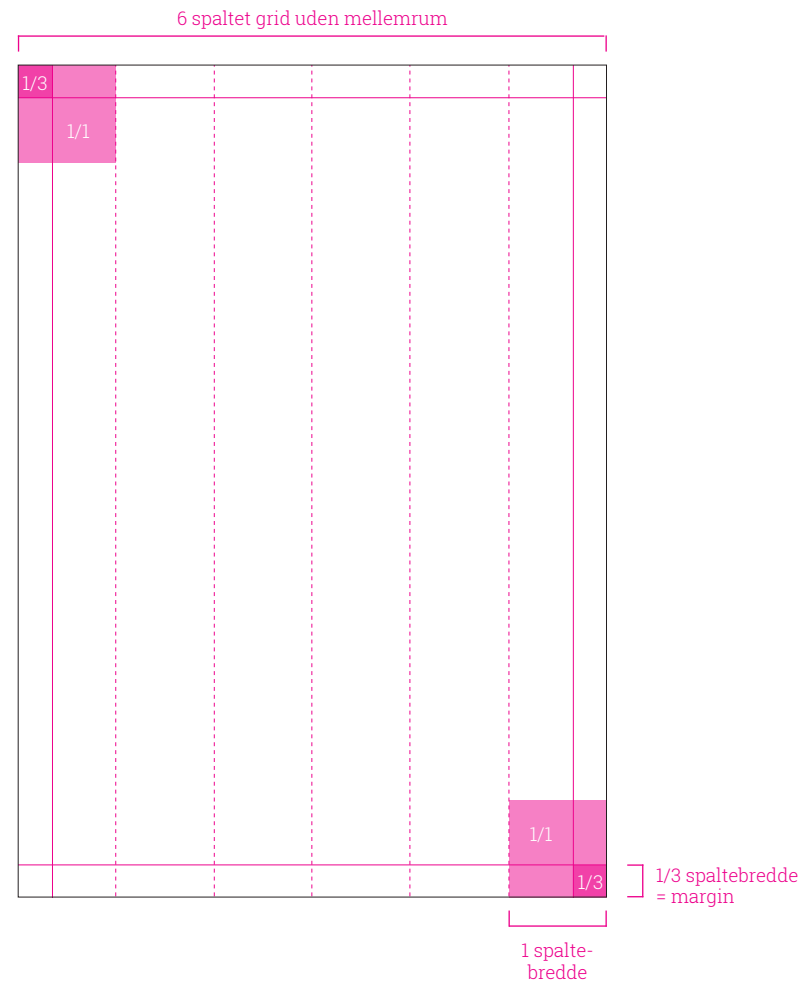
Billederne viser, hvad der gør Randers til Randers. De viser diversitet, dynamik og de mennesker og steder, der er med til at gøre Randers til et anderledes sted at bo.

Da billedmaterialet kommer fra forskellige kilder, og derfor er forskellige i farver og toner, gøres de alle sort/hvid, for at ensarte dem mest muligt. Det gøres for at ensarte dem mest muligt, og det står i kontrast til det ellers farverige design.

05

GRIDS & MARGIN

5. Vertikal margin



Vertikal margin

Marginen udregnes altid ud fra hvilket materiale, der er tale om.

Margin på vertikale elementer beregnes ud fra et 6-spaltet grid uden spaltemellemrum. Spaltebredden divideres med tre, og dermed har man marginen hele vejen rundt.

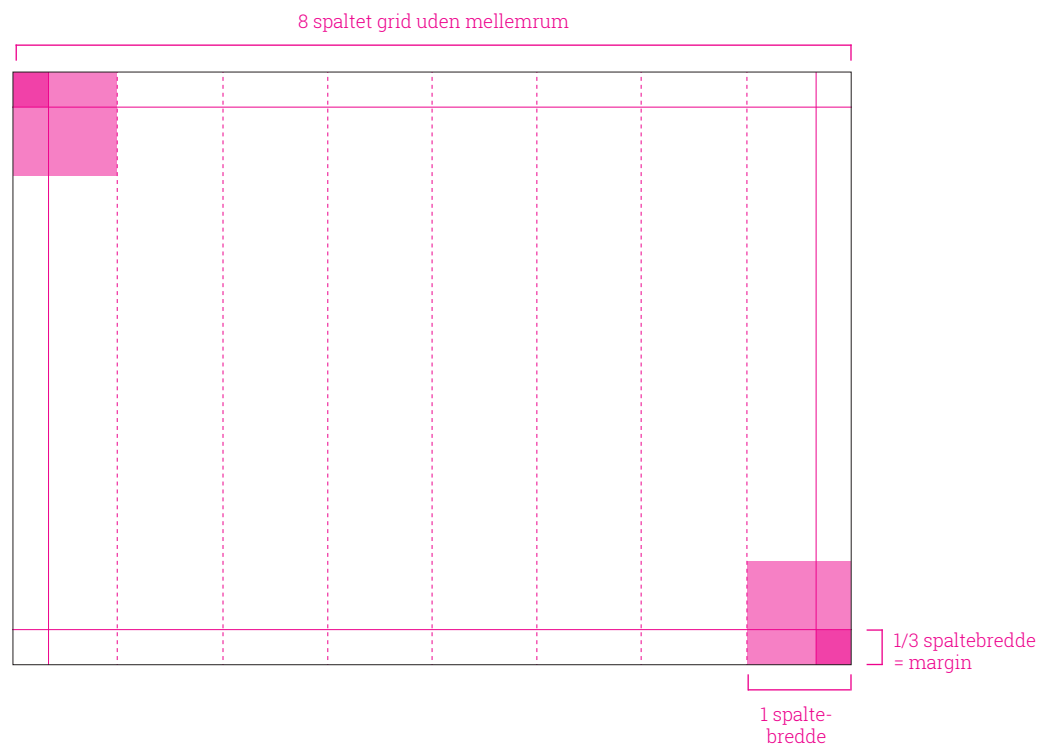


Vertikalt grid

Alle vertikale grids bygger på et 6-spaltet grid med en spaltebredde på 5 mm.

Marginen udregnes alt afhængig af materialestørrelsen. Se forrige sider for forklaring.

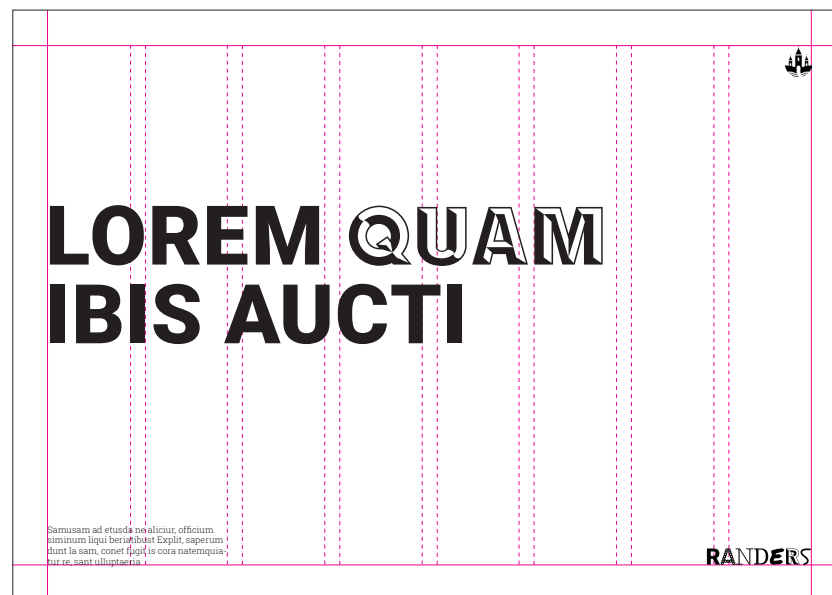
5. Horisontal margin



Horisontal margin

Marginen udregnes altid ud fra hvilket materiale, der er tale om.

Margin på horisontale elementer beregnes ud fra et 8-spaltet grid uden spaltemellemrum. Spaltebredden divideres med tre, og dermed har man marginen hele vejen rundt.



Horisontalt grid

Alle horisontale grids bygger på et 8-spaltet grid med en spaltebredde på 5 mm.

Marginen udregnes alt afhængig af materialestørrelsen. Se forrige sider for forklaring.

06

EKSEMPLER

Budskabshierarki 1

Hermed et eksempel på layout og hierarki i budskab ved hjælp af farver.

De primære budskaber bruges i primærfarver. Det vil sige, at overskrift og logo altid er i samme primærfarve og vægter ens.

På denne plakat er de sekundære budskaber manchetten og byvåbnet, der begge holdes i sekundærfarve.

Brødteksten er det tertiære budskab, der også holdes i en sekundærfarve.

Primær
Overskrift i Roboto, Black,
i primærfarve og med ét
ord i fra sekundærtypografi
i sekundærfarve

Sekundær
Manchet i Roboto Slap
Light og Regular i
sekundærfarve

Primær
Overskrift i Roboto, Black,
i primærfarve og med ét
ord i fra sekundærtypografi
i sekundærfarve

Sekundær
Manchet i Roboto Slap
Light og Regular i
sekundærfarve

Sekundær
Byvåben i
sekundærfarve

Tertiær
Brødtekst i Roboto
Slap, Light i
sekundærfarve

Primær
Logo i samme farve
som overskrift



Budskabshierarki 2

Hermed et andet eksempel på layout og hierarki i budskab ved hjælp af farver.

De primære budskaber bruges i primærfarver. Det vil sige, at overskrift og logo altid er i samme primærfarve og vægter ens. I dette tilfælde bruges også et markeret ord i en sekundærskrifttype og sekundærfarve.

På denne plakat er de sekundære budskaber brødteksten og byvåbnet, der begge holdes i sekundærfarve.

Primær
Overskrift i Roboto Black,
i primærfarve og med ét
ord i fra sekundærtypografi
i sekundærfarve

Sekundær
Brødtekst i Roboto Slap
Light i hvid
sekundærfarve



Sekundær
Byvåben i
sekundærfarve

Primær
Logo i samme farve
som overskrift



6. Eksempler

Budskabshierarki 3

Hermed et tredje eksempel på layout og hierarki i budskab ved hjælp af farver.

I dette tilfælde bruges logoet både som afsender og overskrift. Det bruges derfor i en primærfarve, da logo og overskrift altid holdes i disse.

På denne plakat er det primære budskab også underoverskriften. Derfor holdes også den i primærfarven.

Brødteksten og byvåbnet er det sekundære budskab, der også holdes i en sekundærfarve.

Primær
Logo som overskrift
i primærfarve

Sekundær
Byvåben i
sekundærfarve

Primær
Underoverskrift i Roboto
Slab i samme primærfarve
som logo

Sekundær
Brødtekst i Roboto Slap
Light og Regular i hvid
sekundærfarve

Eriti ulla volorpos
Apero cum fugia quia dis endittat.
Eiectem. Ut explit ut expedit ut lacesci
isquam el eossunquam quis sapiens
sumibus distatur as eos quo estibus an-
dipicisae similij usscam coriore suudi-
tati con nonise laborpore officaborro et
molore ducum aut facernam, quidend
andero ma

Laborpore officaborro et molore
ducium aut facernam

Nobistoribus quae
molo explam verum doles alignendi
nonsequi bea volupta pe vellis sint
et, con repada doleni nit eum hiliam,
simperum rehenei et, aborepta parcil
maioiempas as antibus molotio nasedit
qui aestia quae. Puditia turest et res-
hos nectoratur, quatiassim doluptus
dolorum sum in rem.

Laborpore officaborro et molore
ducium aut face

Lorem quae
molo explam verum doles alignendi
nonsequi bea volupta pe vellis sint
et, con repada doleni nit eum hiliam,
simperum rehenei et, aborepta parcil
maioiempas as antibus molotio nasedit
qui aestia quae. Puditia turest et res-
hos nectoratur, quatiassim doluptus
dolorum sum in rem.

Laborpore officaborro et molore
ducium aut face

Nobistoribus quae
molo explam verum doles alignendi
nonsequi bea volupta pe vellis sint
et, con repada doleni nit eum hiliam,
simperum rehenei et, aborepta parcil
maioiempas as antibus molotio nasedit
qui aestia quae. Puditia turest et res-
hos nectoratur, quatiassim doluptus
dolorum sum in rem. v

Laborpore officaborro et molore
ducium aut face

● ● ○



Eksempler på udfoldelsesmuligheder indenfor identiteten



Eksempler på
udfoldelsesmuligheder
indenfor identiteten

Niveauer indenfor identiteten

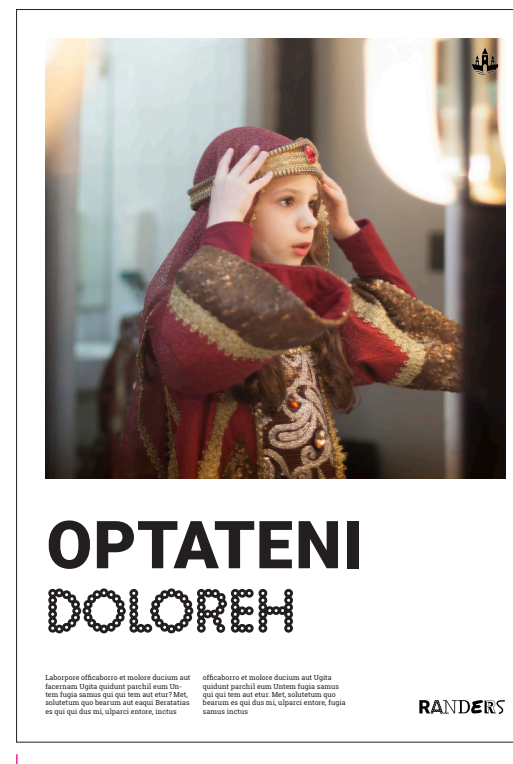
Som udgangspunkt benyttes identiteten altid som beskrevet tidligere ift. brug af farver, typografer, fotos mv. Dette er vist som eksempel i Niveau 1 her til højre. Hvis der er situationer, hvor man vurderer, at farvefotos vil understøtte ens budskab bedst, er der dog mulighed for at benytte niveau 2.

Niveau 1 bruges som udgangspunkt altid. Dette sikrer et konsistent visuelt udtryk på tværs af kommunikationsindsatserne. Her kombineres primær og sekundær typografi og farver som tidligere beskrevet i designguiden.

I **Niveau 2** er der mulighed for at bruge farvefotos. For at bevare et sammenhængende udtryk til det bærende niveau og for at undgå et rodet visuelt udtryk, er der nogle særlige regler for brug af identiteten i dette niveau. Ved brug af farvefotos benyttes kun sekundærfarver (sort/hvid) både i logo og typografi. Typograferne inden for identiteten kan kombineres som i Niveau 1.



Niveau 1
To primærfarver
En sekundærfarve
Primær og sekundær typografi
Sort/hvid billede



Niveau 2
To sekundærfarver
Primær og sekundær typografi
Billede i farver

**Erhverv
Randers**

ARRANGEMENTER

09 september kl. 09.00-10.00
Agnis ratecep udaeſtiam, unt.
 Tac. Nante minis et que volupate coninia tum is nesiſmp oreſque volore con nitatis eos magnificum accatet rarcil leſtibeſcae con conest idgeni ſedſit, cum exporv identi ſitaſ acculſeſt ligenimodis doluptatus volorem cus ut alit vel inus exceratam

23 september kl. 13.00-14.00
Agnis ratecep udaeſtiam, unt.
 Tac. Nante minis et que volupate coninia tum is nesiſmp oreſque volore con nitatis eos magnificum accatet rarcil leſtibeſcae con conest idgeni ſedſit, cum exporv identi ſitaſ acculſeſt ligenimodis doluptatus volorem cus ut alit vel inus exceratam

16 oktober kl. 16.00-17.00
Agnis ratecep udaeſtiam, unt.
 Tac. Nante minis et que volupate coninia tum is nesiſmp oreſque volore con nitatis eos magnificum accatet rarcil leſtibeſcae con conest idgeni ſedſit, cum exporv identi ſitaſ acculſeſt ligenimodis doluptatus volorem cus ut alit vel inus exceratam

29 oktober kl. 09.00-10.00
Agnis ratecep udaeſtiam, unt.
 Tac. Nante minis et que volupate coninia tum is nesiſmp oreſque volore con nitatis eos magnificum accatet rarcil leſtibeſcae con conest idgeni ſedſit, cum exporv identi ſitaſ acculſeſt ligenimodis doluptatus volorem cus ut alit vel inus exceratam

01 novemberkl. 10.00-11.00
Agnis ratecep udaeſtiam, unt.
 Tac. Nante minis et que volupate coninia tum is nesiſmp oreſque volore con nitatis eos magnificum accatet rarcil leſtibeſcae con conest idgeni ſedſit, cum exporv identi ſitaſ acculſeſt ligenimodis doluptatus volorem cus ut alit vel inus exceratam

RANDERS

facebook.com/randercity

IDRÆTS- OG SUNDHEDSDAG

LØRDAG D. 26. SEPTEMBER KL. 10-15

Kom og oplev forskellige sportsgrene, sunde brownies og meget mere i Randers City på lørdag.

RÅDHUSTORVET: Randers Cimbria laver konkurrencer.

HOUEDEN: Med Event 8, der viser fodboldtricks og holder konkurrencer – og se Randers Taekwondo Klub træne.

TORVEGADE: Køkkenet på Kùlisten laver smagsprøver på sunde brownies.

KIRKEGADE: Fitness DK opstiller med Combat-hold og informerer om de hold, de tilbyder.

BRØDREGADE: Intersport er klar med rådgøring og konkurrencer og får besøg af Randers Fysioterapi, der bla. måler din fedtprocent og muskelmasse.

Se hele programmet på www.randercity.dk

Butikkerne har åbent til kl. 15.00

RANDERS

Eksempler på udfoldelsesmuligheder med anden afsender

Udarbejdet for Randers Kommune af:

Advice A/S
Gammel Kongevej 3E
1610 København V

Kontaktperson:
Rune Dalgaard
Chief Advisor, Head of Branding
25 57 21 03 / rune.d@adviceas.dk

Randers Kommune
Laksetorvet
8900 Randers C

Kontaktperson:
Karen Balling Radmer
Kommunikationschef
89 15 15 31 / kbr@randers.dk