

Designguide

Version 1.0
Marts 2025

Indhold

3	Introduktion
4	Hvad holder vi fast i
5	Hvad siger vi farvel til
6	Materialer
7	Logo
14	Farver
22	Skrifttyper
27	Billedstil
35	Illustration
41	Eksempler og skabeloner
56	Sådan møder og støtter vores brugere os

Introduktion til Mødrehjælpens designguide

Velkommen til Mødrehjælpens designguide! Denne guide er til alle medarbejdere, frivillige og samarbejdspartnere, der arbejder med kommunikation for Mødrehjælpen. Guiden er dit kompas til at navigere i vores visuelle univers og sikre, at al kommunikation, uanset om det er et opslag på sociale medier, en kampagne eller et skilt i en af vores butikker, udstråler Mødrehjælpens identitet og er med til at styrke vores brand.

Når vi arbejder med vores brand i Mødrehjælpen, gør vi det for at skabe genkendelighed og sammenhæng – både nationalt og lokalt. Det kan være en udfordring at holde fast i de samme designelementer igen og igen, men husk på at vores modtagere møder os i små bidder, på tværs af mange forskellige kanaler. En ensartet visuel identitet er derfor med til at skabe tillid og styrke vores brand og genkendelighed blandt børnefamilier i Danmark.

Denne guide er dit opslagsværk. Her finder du gældende retningslinjer, dos og donts, og eksempler på hvordan du bruger vores logo, farver, typografi og billedstil. Har du spørgsmål undervejs, kan du kontakte PAK.

Hvorfor er denne guide vigtig? Fordi den sikrer, at vi alle arbejder ensrettet sammen om at styrke Mødrehjælpens brand. Når vores kommunikation er konsekvent og genkendelig, bliver det nemmere for vores målgruppe at identificere sig med os og forstå vores budskab.

Vores brandværdier er fundamentet for vores design. Vi vil gerne fremstå som en organisation, der er empatisk, omsorgsfuld, imødekommende, troværdig og inkluderende. Vi favner alle børnefamilier og deres situationer – svære som lette.

Vores centrale designelementer er vores genkendelige logo og vores brandfarve, rød. Disse elementer er helt centrale for at skabe genkendelighed og styrke vores brand. Derfor er der også lidt strengere retningslinjer for brug af logoet og farverne.

Formålet med guiden er at give dig en samlet oversigt over vores visuelle identitet, så du nemt kan finde de informationer, du har brug for. På de følgende sider finder du blandt andet links til vores billedbank, download af vores font og skabeloner, diverse retningslinjer samt dos & donts for alle designelementer.

De tre vigtigste designprincipper når du skal eksekvere for Mødrehjælpen er følgende:

1. Vores brandfarve er rød jf. logoet og skal være tilstede
2. Vores billeder er respektfulde, realistisk og naturlige
3. Vores illustrationer er lavet af Pia Olsen

Den guide er gældende fra februar 2025 og afløser alle tidligere guides og tillæg.



Hvad holder vi fast i

Logo



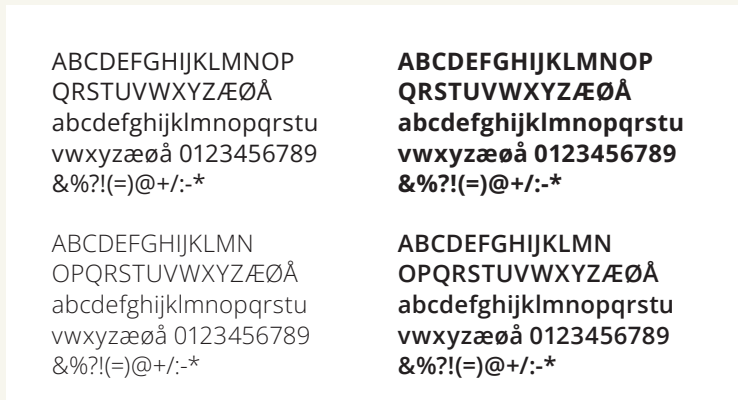
Billeder



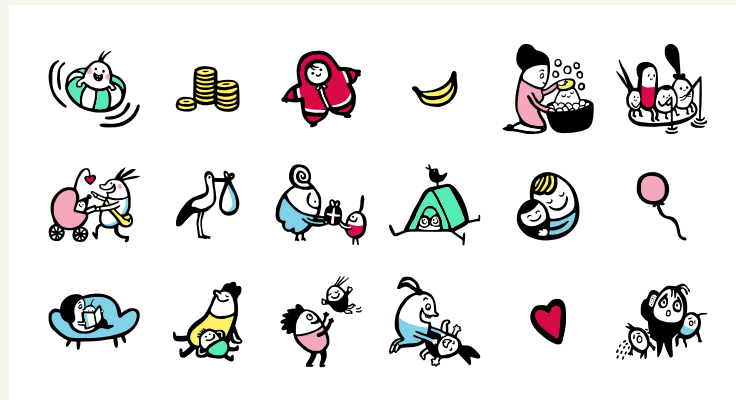
Farver



Typografi



Ikoner



Illustration



Hvad siger vi farvel til

Logo med tagline



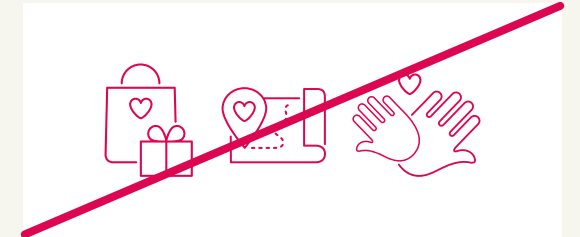
Logo og identitet fra Holdepunkt



Illustrationer fra tidligere designguide



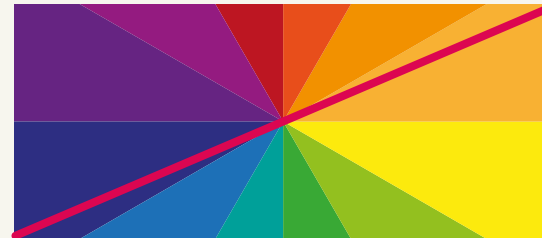
Stroke ikoner



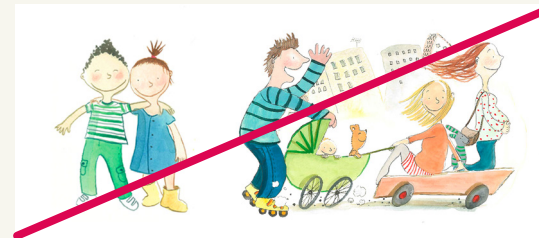
Håndtegnet logo (undtagen webshop)



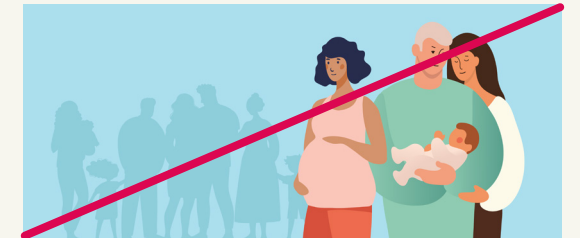
Farver, der ikke er beskrevet i guiden



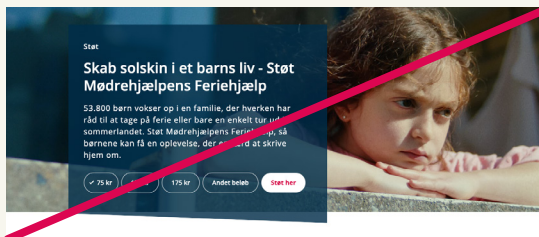
Lea Letén illustrationer (undtagen butik)



Illustrationer fra strategien 2021-2025



Layout med skrå linjer



Typografi, der ikke er beskrevet i guiden



Skabeloner, der udgår



Subsites i andet design



Materialer

Her har vi samlet et overblik over, hvor du finder alle Mødrehjælpens designelementer.

Logopakke

Vores logo findes i flere versioner til henholdsvis nationalt brug og lokalafdelinger samt til både skærme og tryksager, logopakken findes på Skyfish.

Skyfish: [Logopakke](#)

Skrifttype

Vi bruger Google Fonts, som kan downloades direkte på Google Fonts eller på Skyfish. Skrifttyperne er gratis.

Skyfish: [Skrifttype](#)

Google Fonts: [Open Sans](#)

Google Fonts: [Shantell Sans](#)

Billedbank

Alle vores billeder i Skyfish er fritkøbt og kan bruges på tværs af organisationen samt alle Mødrehjælpens kanaler – både fysiske og digitale. Der er indhentet samtykke til brug af billeder med personer som administreres jf. GDPR.

Skyfish: [Billedbank](#)

Illustrationer

Alle illustrationer i Skyfish er fritkøbt og kan bruges på tværs af organisationen samt alle Mødrehjælpens kanaler – både fysiske og digitale.

Skyfish: [Illustrationer](#)

Ikoner

Alle ikoner i Skyfish er fritkøbt og kan bruges på tværs af organisationen samt alle Mødrehjælpens kanaler – både fysiske og digitale.

Skyfish: [Ikoner](#)

Farver

Denne designguide indeholder Mødrehjælpens farvepalette med koder til henholdsvis Pantone, RGB, CMYK og Hexa. ASE filer findes på Skyfish.

Skyfish: [Farver](#)

Skabeloner

Diverse Word og PowerPoint skabeloner til bl.a. præsentationer, plakater og flyer mv. findes i Skyfish.

Skyfish: [Skabeloner](#)

Her finder du diverse guides og hjælp

Designansvarlig i PAK

Har du spørgsmål til denne guide eller er i tvivl om, hvordan du bedst bruger Mødrehjælpens designelementer, kan du kontakt PAK på: web@moedrehjaelpen.dk.

Ved akut behov, kan du ringe til Christian Noer Snorgaard, Digital konsulent på telefon: 30 21 27 05 eller Tine Posselt, Kommunikationskonsulent på telefon: 61 96 65 58.

Designguide

Denne designguide kan downloades på Skyfish.

Skyfish: [Designguide](#)

Sprogguide

Principper for hvordan vi i Mødrehjælpen kommunikerer og formulerer os, guiden findes i Skyfish.

Skyfish: [Sprogguide](#)

Butiksguide

Vores butikskoncept er blevet opdateret i 2024 og findes på Skyfish.

Skyfish: [Butiksguide](#)

Logo

Logovariationer

Mødrehjælpen logo findes to variationer:

- Nationalt logo
- Lokalt logo

Mødrehjælpen logo må kun anvendes i følgende farver:

- Rød (positiv version) på hvid baggrund
- Hvid (negativ version) på rød baggrund

Derudover kan logoet bruges i sort, hvor andet ikke er muligt.

I tilfælde hvor det placeres på et billede, skal logoet så vidt muligt placeres på en rolig ensfarvet baggrund.

Det røde logo (positiv version) anvendes på billeder med lys baggrund og det hvide logo (negativ version) anvendes på billeder med mørk baggrund.

Mødrehjælpen logopakke indeholder alle logovarianter i relevante farver, Pantone, CMYK og RGB i de relevante formater, eps og png.

Nationalt logo



Lokalt logo



Minimumsafstand

Minimumafstand skal svare til M.

Den viste minimumafstand er ikke en guide for placering, men viser en absolut minimumsafstand, hvor andet ikke er muligt.

Nationalt



Lokalt



Placering

Mødrehjælpen logo kan placeres i alle hjørner af et layout – dog fortrinsvis i øverste og nederste højre hjørne.

På særlige formater, herunder fx merchandise eller afmelding til film kan logoet centreres eller placeres, hvor det optisk føles mest hensigtsmæssigt.

Se eksempler på forskellige logoplaceringer i vores eksempler og skabeloner.



Placering og størrelse

Logoets størrelse afhænger af formatet.

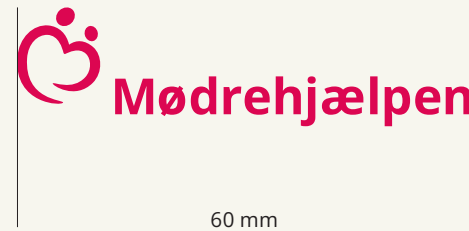
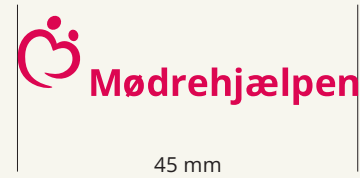
Visitkort, M65	45 mm
A5, A4, PowerPoint:	45 mm
A3, A2:	60 mm
SoMe posts:	250 - 500 px*

Logoets placering i ift. kant afhænger også af formatet. Afstanden starter fra 5 mm eller 50 px og kan forøges med 5 mm eller 50 px.

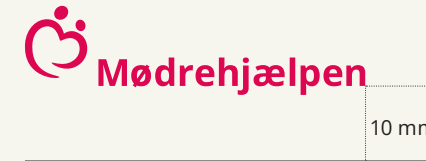
Visitkort:	5 mm fra hjørne
A5, A4:	10 mm fra hjørne
A3:	15 mm fra hjørne
A2:	20 mm fra hjørne
SoMe posts:	50 px fra hjørne*

*jvf. afsnit om sociale medier.

Størrelse



Placering



Placering og størrelse

Oversigt over de mest gængse formater

Post formater

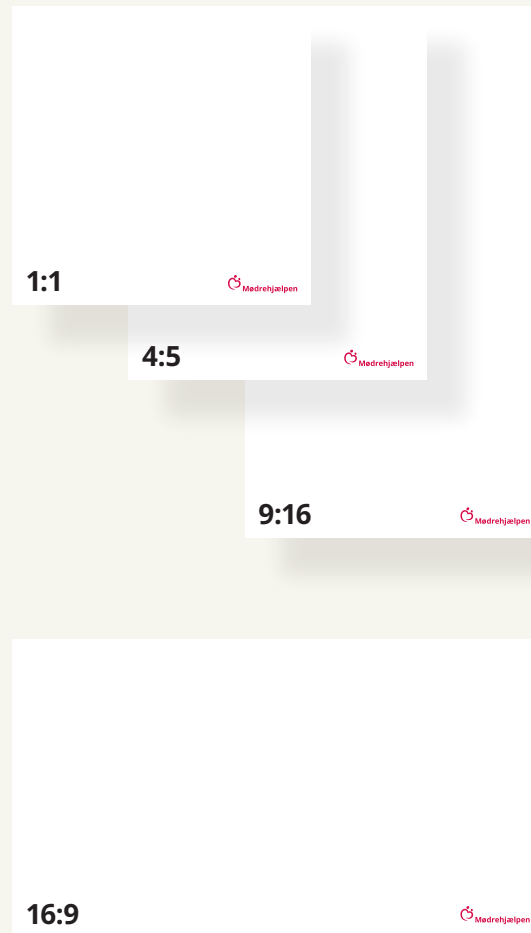
1:1: 1080 x 1080 px
4:5: 1080 x 1350 px
9:16: 1080 x 1920 px
16:9: 1920 x 1080 px

A-formater

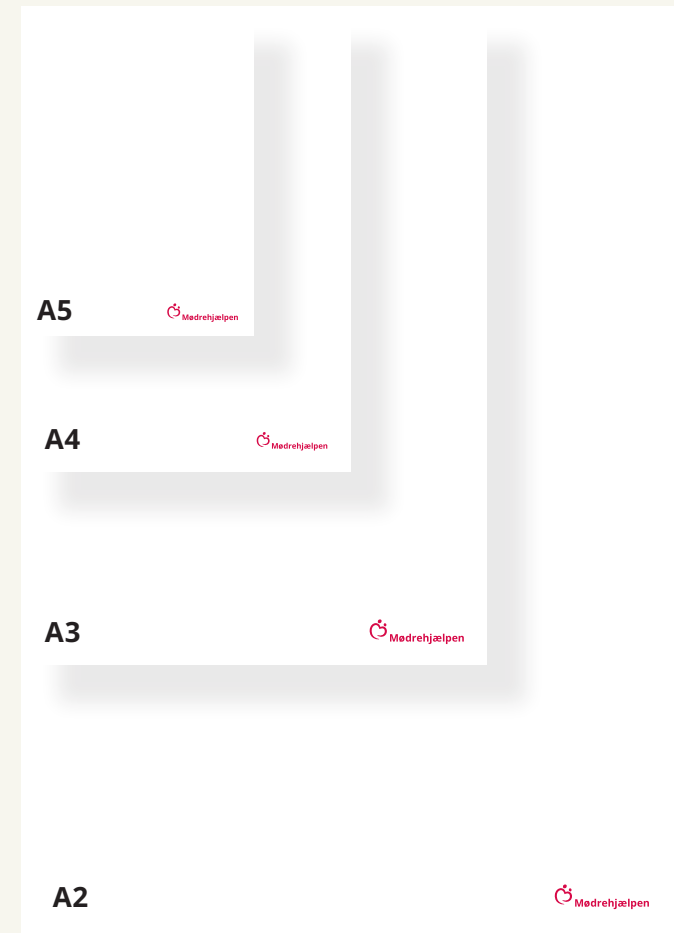
A5: 148 x 210 mm
A4: 210 x 297 mm
A3: 297 x 420 mm
A2: 420 x 594 mm

Derudover har MødrehjælpsNyt et specielt format: 210 x 260 mm

Post formater



A-formater



Mærke

Mødrehjælpen og lokalafdelinger bruger hvidt mærke på rød baggrund som profilbillede på sociale medier.

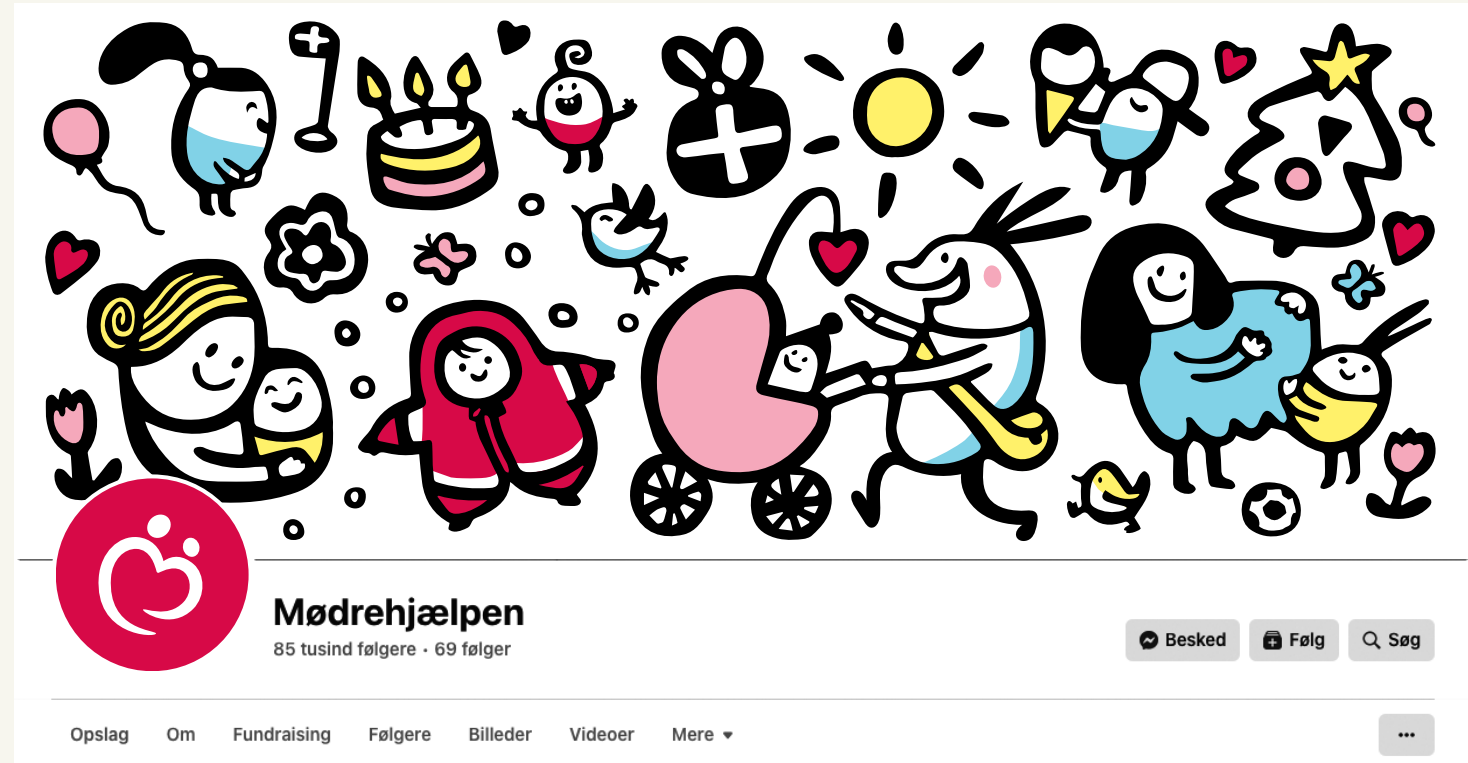
Profilbillederne skal være tilpasset de specifikke dimensioner og retningslinjer for hver platform for at sikre, at de vises klart og professionelt.

Mødrehjælpen's logopakke indeholder mærket, som kan bruges til profilbillede på sociale medier.

Coverbilledet skiftes over tid, og skal have et godt blikfang, som understøtter enten profilbilledet eller en aktiv kampagne.

Tjek de respektive sociale mediers guidelines for opdaterede formater samt, hvordan coverbilledet beskæres på hhv. desktop og mobil.

Vær særlig opmærksom på, at tekst ikke beskæres u hensigtsmæssigt, og billeder ikke fremstår pixeleret.



Farver

Primær farvepalette

Mødrehjælpens primære farve er rød.

Mødrehjælpen opfattes som rød. Derfor skal den røde farve så vidt muligt være til stede i alle materialer.

Mødrehjælpens røde farve suppleres af tre kontrastfarver i form af tone og styrke

Rød: Anvendes til tekst og baggrund.

Hvid: Anvendes til tekst og baggrund.

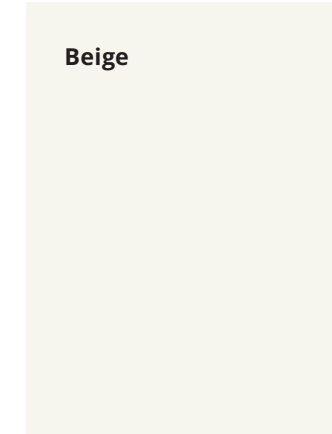
Beige: Anvendes til baggrund.

Mørkeblå: Anvendes til tekst i større størrelser og i særlige tilfælde baggrund.

Sort: Anvendes til tekst i mindre størrelser.

Den røde farve bruges som signalfarve, da den tiltrækker god opmærksomhed pga. højt kontrast til de andre primærfarver.

Den varme røde farve er god til at understøtte budskabet om empati og omsorg. Hvor den blå farve mere signalerer erhverv og professionalisme.



Sekundær farvepalette

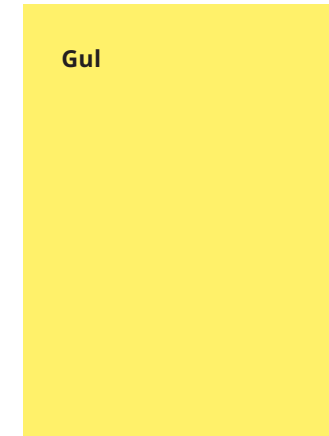
Den primære farvepalette suppleres af en sekundær farvepalette, der tilfører et legende udtryk.

Mødrehjælpen's sekundære farvepalette bruges primært til illustrationer og grafik herunder grafer og infografik.

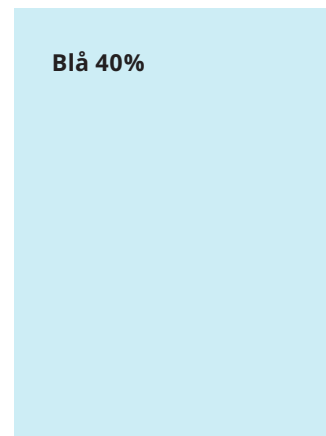
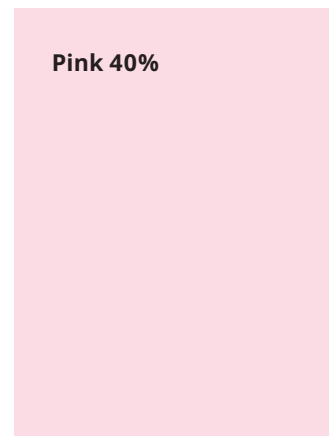
Den sekundære farvepalette kan også bruges som fontfarve på blå baggrund.

Toner (40%) af den sekundære palette kan bruges som baggrundsfarve på udvalgte elementer til fx magasin, sociale medier eller hjemmeside.

Farverne kan bruges til at understøtte forskellige emner, men de kan også betyde noget forskelligt afhængigt af sammenhængen fx kan gul både signalere fattigdom og sommer. Den pink er god til omsorg, den blå erhverv og den grønne aktiviteter.



Bruges fortrinsvis til illustrationer og grafer.



Bruges fortrinsvis til baggrundselementer.

Farvekoder

Farvekoderne er definerede for at sikre et så ensartet udtryk som muligt på skærm og print. Der vil altid forekomme udsving på tværs af forskellige typer skærme og printere og trykmaskine.

CMYK benyttes til trykte medier. Hex og RGB benyttes til digitale medier.

Den røde farve kan også anvendes som Pantone 1925.

<p>Rød RGB: 215, 9, 71 HEX: #d70947 CMYK: 0, 100, 55, 0 PMS: 1925</p>	<p>Mørkeblå RGB: 0, 45, 73 HEX: #002d49 CMYK: 97, 64, 26, 61</p>	<p>Beige RGB: 246, 245, 236 HEX: #f6f5ec CMYK: 2, 2, 6, 0</p>		<p>Primær farver Bruges til kerneydelser, den røde skal altid være repræsenteret.</p>
<p>Pink RGB: 245, 168, 187 HEX: #f5a8bb CMYK: 0, 46, 12, 0</p>	<p>Grøn RGB: 84, 236, 180 HEX: #54ecb4 CMYK: 56, 0, 45, 0</p>	<p>Blå RGB: 129, 210, 231 HEX: #81d2e7 CMYK: 50, 0, 11, 0</p>	<p>Gul RGB: 255, 241, 106 HEX: #fff16a CMYK: 4, 0, 68, 0</p>	<p>Sekundære farver Bruges fortrinsvis til illustrationer og grafer.</p>
<p>Pink 40% RGB: 251, 220, 228 HEX: #fbdce4 CMYK: 0,20, 5, 0</p>	<p>Grøn 40% RGB: 187, 247, 225 HEX: #bbf7e1 CMYK: 22, 0, 17, 0</p>	<p>Blå 40% RGB: 205, 237, 245 HEX: #cdef5 CMYK: 20, 0, 5, 0</p>	<p>Gul 40% RGB: 255, 249, 195 HEX: #fff9c3 CMYK: 1, 0, 20, 0</p>	<p>Bruges fortrinsvis til baggrundselementer.</p>
<p>Hvid RGB: 255, 255, 255 HEX: #ffffff CMYK: 0, 0, 0, 0</p>	<p>Sort RGB: 0, 0, 0 HEX: #000000 CMYK: 0, 0, 0, 100</p>			

Tilgængelighed – dos

Der arbejdes med tilgængelighed i tre niveauer: A, AA og AAA. AAA har den højeste grad af tilgængelighed. AA betragtes ofte som passende.

Oversigten viser de kontrast kombinationer, der lever op til kravene for tilgængelighed for niveau AA og AAA.

Krav om tilgængelighed gælder for tekst og anden information, der skal afkodes som fx modeller og grafer.

Dekorativ brug af illustrationer eller ikoner behøver derfor ikke at leve op til de samme krav om tilgængelighed.

Hvid tekst på rød baggrund **AA**

Rød tekst på hvid baggrund **AA**

Rød tekst på beige baggrund **AA**

Mørkeblå tekst på pink baggrund **AAA**

Pink tekst på mørkeblå baggrund **AAA**

Mørkeblå tekst på grøn baggrund **AAA**

Grøn tekst på mørkeblå baggrund **AAA**

Hvid tekst på mørkeblå baggrund **AAA**

Mørkeblå tekst på hvid baggrund **AAA**

Mørkeblå tekst på beige baggrund **AAA**

Mørkeblå tekst på blå baggrund **AAA**

Blå tekst på mørkeblå baggrund **AAA**

Mørkeblå tekst på gul baggrund **AAA**

Gul tekst på mørkeblå baggrund **AAA**

Tilgængelighed – dont's

Det er ikke altid muligt at opfylde tilgængelighedskrav, men bør så vidt muligt efterleves.

Disse kombinationer opfylder ikke tilgængelighedskrav og bør undgås.

Mørkeblå tekst på rød baggrund **Fail**

Pink tekst på rød baggrund **Fail**

Pink tekst på hvid baggrund **Fail**

Pink tekst på beige baggrund **Fail**

Rød tekst på pink baggrund **Fail**

Grøn tekst på rød baggrund **Fail**

Grøn tekst på hvid baggrund **Fail**

Grøn tekst på beige baggrund **Fail**

Rød tekst på grøn baggrund **Fail**

Rød tekst på mørkeblå baggrund **Fail**

Blå tekst på rød baggrund **Fail**

Blå tekst på hvid baggrund **Fail**

Blå tekst på beige baggrund **Fail**

Rød tekst på blå baggrund **Fail**

Gul tekst på rød baggrund **Fail**

Gul tekst på hvid baggrund **Fail**

Gul tekst på beige baggrund **Fail**

Rød tekst på gul baggrund **Fail**

Farvehierarki

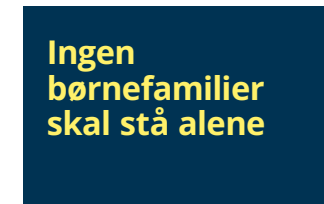
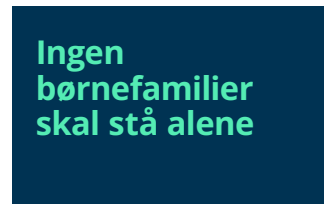
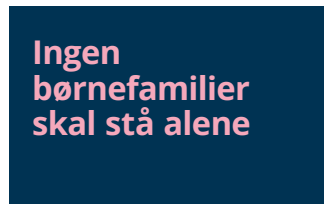
For at sikre tydelig brandgenkendelighed bør forsider på publikationer, plakater samt produkter, der skal kunne stå alene, udarbejdes i Mødrehjælpens primærfarver.

Sekundær kan den mørkeblå bruges som baggrundsfarve med farvet tekst, eller toner af illustrationspaletten kan bruges som baggrundsfarve med blå tekst. Som alternativ kan der bruges tonede farver som baggrund til sociale medier eller faktabokse i magasin.

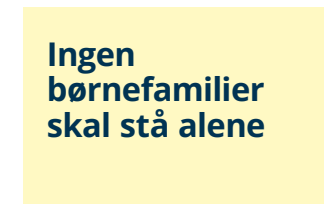
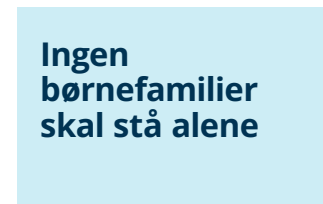
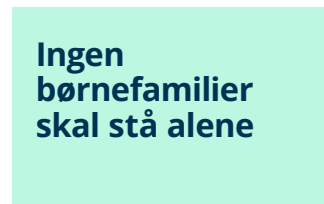
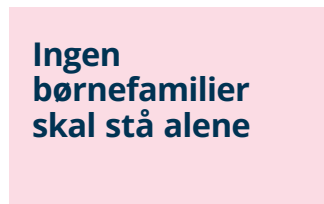
De sekundære kombinationer bruges dog fortrinsvis i sammenhæng med andre identitetsskabende elementer (rød og logo) fx på sociale medier eller faktabokse i magasin.



Primær – bruges til forsider, plakater og enkeltstående produkter.

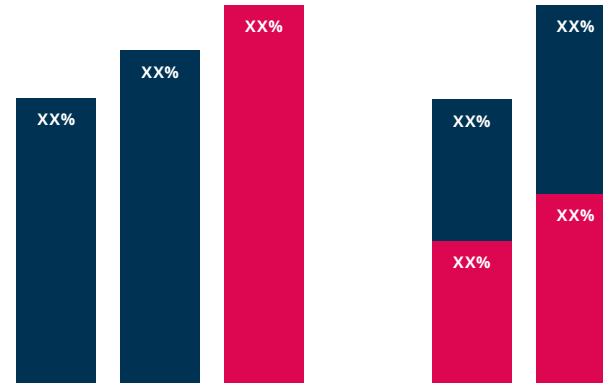
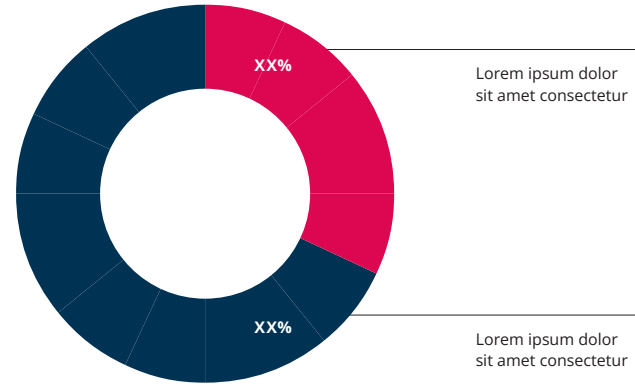


Sekundær – bruges mere til grafiske elementer og baggrunde.

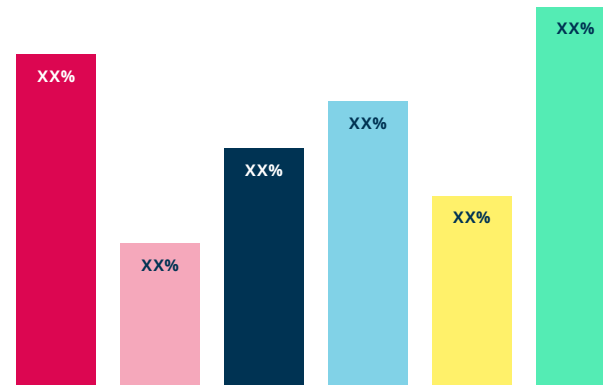
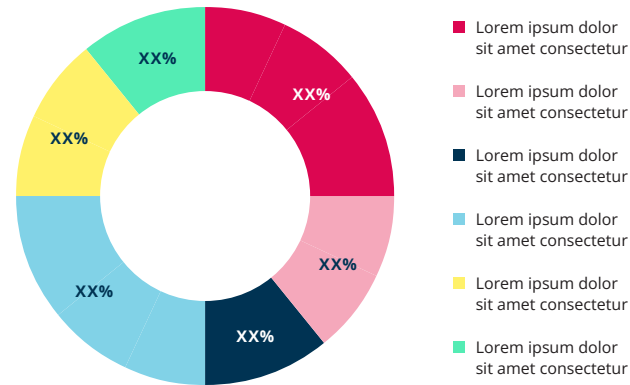


Grafer

Når vi udarbejder grafer, grafik og infografik i Mødrehjælpen, benyttes først den primære farvepalette og dernæst den sekundære farvepalette, hvis der er behov for flere farver.



2 farver – primær rød og blå sammen – kan kombineres med én af de fire sekundære graf- og illustrationsfarver.



6 farver – primær rød og mørkeblå sammen med de fire sekundære graf- og illustrationsfarver.

Skrifttyper

Primær skrifttype

Open Sans er Mødrehjælpens primære skrifttype.

Open Sans er en gratis og læsevenlig humanistisk sans serif med et klassisk udtryk.

Det er en gratis Google font, som fungerer godt i brugerinterfaces.

Open Sans bruges til alle typer kommunikationsprodukter fra web og sociale medier til publikationer og skiltning.

For at sikre et ensrettet udtryk, må der ikke bruges en anden skrifttype.

Open Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-*

Open Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-*

Open Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
OPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-*

Open Sans Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
QRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-*

Sekundær skrifttyper

Mødrehjælpen har to sekundære skrifttyper:

- Arial
- Shantell Sans

Arial er en systemskrift, der er installeret på alle computere.

Arial bruges til skabeloner i Word og til mailsignatur.

Shantell Sans er en gratis håndskrift med et udtryk, der ligger mellem barn og voksen.

Shantell Sans bruges sammen med Open Sans til overstregning af tal, jvf. afsnit om sociale medier.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-*

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-***

Shantell Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-*

Shantell Sans Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyzæøå0123456789
&%?!(=)@+/:-***

Typografisk hierarki

Det typografiske hierarki er vigtigt for at skabe den rette balance mellem de forskellige typografiske elementer i et layout.

Vær særlig opmærksom på at linjeafstanden er passende, da det øger læsbarheden af teksten.

Overskrift

Open Sans Bold

Ingen børnefamilier skal stå alene

Mellemrubrik

Open Sans Bold

For mange børnefamilier lever på kanten

Vi møder den enlige mor, der efter en hård skilsmisse kæmper for at sikre sine børn tryghed og kærlighed, samtidig med at hun desperat leder efter en ny bolig, der er til at betale. Vi møder den unge, sårbare familie, der bakser med den nye forældrerolle og som mangler både job, uddannelse og et socialt netværk, der kan hjælpe dem på vej.

Brødtekst

Open Sans Regular

Eksempel på citat med passende linjeafstand

“Selvfølgelig skal voldsudsatte mænd have samme rettigheder som voldsudsatte kvinder.”

Eksempel på citat med for lille linjeafstand

~~**“Selvfølgelig skal voldsudsatte mænd have samme rettigheder som voldsudsatte kvinder.”**~~

Linjelængde

For optimal læsbarhed bruger vi, hvor muligt, 50-60 karakterer pr. tekstlinje. Maksimal linjelængde er 70 karakterer.

Minimal linje

30 karakterer

Vi møder den enlige mor, der efter en hård skilsmisse kæmper for at sikre sine børn tryghed og kærlighed, samtidig med at hun desperat leder efter en ny bolig, der er til at betale. Vi møder den unge, sårbare familie, der bakser

Ideel linje

40-60 karakterer

Vi møder den enlige mor, der efter en hård skilsmisse kæmper for at sikre sine børn tryghed og kærlighed, samtidig med at hun desperat leder efter en ny bolig, der er til at betale. Vi møder den unge, sårbare familie, der bakser med den nye forælderrolle og som mangler både job, uddannelse og et socialt netværk, der kan hjælpe dem på vej. Og vi møder den far, der er gået ned

Maksimal linje

70 karakterer

Vi møder den enlige mor, der efter en hård skilsmisse kæmper for at sikre sine børn tryghed og kærlighed, samtidig med at hun desperat leder efter en ny bolig, der er til at betale. Vi møder den unge, sårbare familie, der bakser med den nye forælderrolle og som mangler både job, uddannelse og et socialt netværk, der kan hjælpe dem på vej. Og vi møder den far, der er gået ned med stress og som jages rundt af jobcenteret, mens børnene må se langt efter nærvær, omsorg og tryghed.

Billedstil

Billedstil

Mødrehjælpens billedstil er realistisk og respektfuld. Med ægte følelser viser vi både glæden ved at give og modtage hjælp samt de gode og svære situationer i familielivet, men uden at overdreje.

Billederne skal fortælle historier om vores arbejde, og de familier vi hjælper. De skal vække følelser hos vores målgrupper, enten ift. at kunne spejle sig i motiverne eller for at motivere dem til at støtte vores arbejde.

Vi bruger ikke artefakter, metaforer og symboler i vores billeder, men tilstræber, at historien i vores billeder er let afkodelige, så vi undgår misforståelser og fortolkninger.

Der stiles efter at vise et inkluderende og bredt udsnit af mennesker ift. køn, alder, baggrund, funktionsniveau og etnicitet.

Mødrehjælpen har en billedbank, hvor alle billeder er frikøbt og frit kan bruges. Når der tages nye billeder, skal denne guide følges, og der indhentes samtykke jf. GDPR.

På de følgende sider uddybes, hvordan der bruges billeder til forskellige formål.



Indsæt billede af
svær og sårbar situation
fra fotoshoot i marts

Sårbare og svære situationer

Motivet er børnefamilier og gravide i sårbare og svære situationer – både i hverdagen og ved rådgivning.

Her vises familielivet med udgangspunkt i den voksne, fremfor fokus på barnet. Det er vigtigt, at forældrene kan genkende situationen og spejle sig i følelserne. I rådgivningssituationer kan vores rådgivere også være en del af motivet.

Vi viser naturlige og realistiske hverdags-situationer, hvor det er udtryk, kropssprog og følelser, der viser det sårbare og svære i familielivet. Undgå at bruge opstillede, overdrevne eller voldsomme motiver som fx et grædende barn.

I enkelte tilfælde kan der bruges close-up billeder i kombination med det rette budskab – typisk ved politiske budskaber. Det kan fx være et par slidte sko til at vise fattigdom eller et par knugende hænder til at udtrykke sårbarhed og usikkerhed.

Billeder i denne kategori bruges fortrinsvis til fundraising, rådgivning og politisk kommunikation.



Hverdag



Rådgivning

Glade og positive situationer

Motivet er børnefamilier og gravide samt frivillige med udgangspunkt i Mødrehjælpens butikker og sociale aktiviteter, som fx babycafé eller sommerlejr.

Her tilstræbes det at vise børn, forældre og frivillige centreret omkring glæden ved at give og modtage hjælp.

Det er vigtigt at fange det positive øjeblik, hvor der er fokus på samvær og fællesskab – både mellem forældre og børn samt familier imellem. Det kan være i form af aktive situationer med tydelig glæde eller mere rolige situationer med nærvær.

Mødrehjælpens frivillige vises som en naturlig del af aktiviteterne og fællesskabet, men der kan også vises billeder af de frivillige i butikssammenhæng eller ift. bestyrelsesarbejde.

Billederne i denne kategori bruges fortrinsvis til kommunikation om aktiviteter og rekruttering af frivillige samt til fundraising/donation.



Motiv og dybdeskarphed

Vælg et enkelt og let afkodeligt motiv, der tydeligt viser situationen gennem et klart fokus og en rolig baggrund med enkelte hverdagselementer.

Undgå elementer der kan misforstås som fx uforklarlige skygger eller personer, hvor ansigtet er skjult bag noget.

Søg for en rolig baggrund og fjern gerne unødvendige elementer, der forstyrrer i forhold til at placere tekst på billedet efterfølgende.

Vær særlig varsom med større uskarpe elementer, specielt i forgrunden, da det kan være svært at afkode og dermed skabe utryghed.

Ved behov for anonymitet kan personer tages med ryggen til, så længe motivet tydeligt kan afkodes som et menneske.



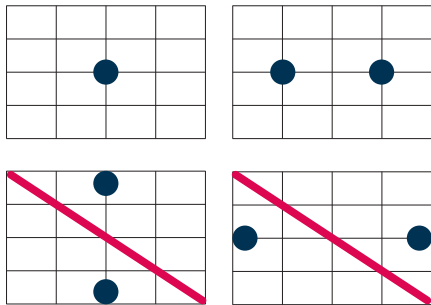
Komposition og beskæring

Motivet placeres centralt på formatet eller let forskudt til højre eller venstre.

Der tilstræbes en rolig og let afkodelig komposition, som ikke virker overfyldt. Dog må der gerne vises miljø i form af et hjem eller natur – såkaldt "hverdagsæstetik".

Undgå at beskære hele motivet eller enkelte personer kraftigt.

Billedet skal gerne have områder med rolige flader, hvor der kan placeres tekst.



Farver og billedbehandling

Billederne skal have et autentisk og naturligt udtryk med et blødt lys.

Der tilstræbes at bruge så realistisk en lyssætning som muligt, så billeder taget inde og ude får et naturligt udtryk.

Lyse og mørke flader billedbehandles, så de får et lettere varmt udtryk.

Farverne skal så vidt muligt harmonere med den primære rød samt beige og blå.

Undgå at trække farverne ud af billedet eller tilføje ekstra kontrast.



AI-generede billeder

For nuværende er kvaliteten af AI-generede billeder ikke god nok til at Mødrehjælpen vil benytte dem til kommunikationsmaterier.

Denne beslutning revideres løbende i takt med at teknologien bliver bedre og kompetencerne udvikler sig.

På sigt forventes AI-generede billeder at kunne leve op til parametrene for Mødrehjælpen's billedstil jf. et naturligt og realistisk udtryk og dermed afhjælpe udfordringer med at skaffe billeder hurtigt.

Opstår der behov for brug af AI-generede billeder, drøftes dette med PAK.

Det er dog fint at benytte AI-værktøjer til fx billedbehandling af billeder og lignende, så længe udtrykket følger Mødrehjælpen's designguide.

Denne tekst opdateres jf. udviklingen på området.



Prompt 1: Kan du lave et billede af en bekymret mor?

Udfordring: Meget poleret udseende og karikeret udtryk.



Prompt 2: Kan du tilføje et barn hun viser omsorg for – samt gøre omgivelserne mere naturlige?

Udfordring: Meget poleret udtryk og uklare baggrund.



Prompt 3: Kan du lave et billede af en økonomisk belastet familie?

Udfordring: Meget iscenesat og udstillende.



Prompt 4: Kan du vise en dansk fødselsdag med glade børn og forældre?

Udfordring: Mangler detaljer som øjne og tænder, er 'meget glade' og pynten virker forkert.

Illustration

Illustration

Vores illustrationsstil er baseret på kunstner og illustratør Pia Olsens mangeårige arbejde for Mødrehjælpen og er en unik identitetsmarkør i Mødrehjælpen's visuelle identitet.

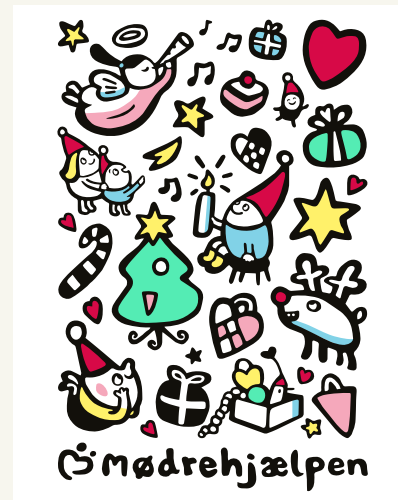
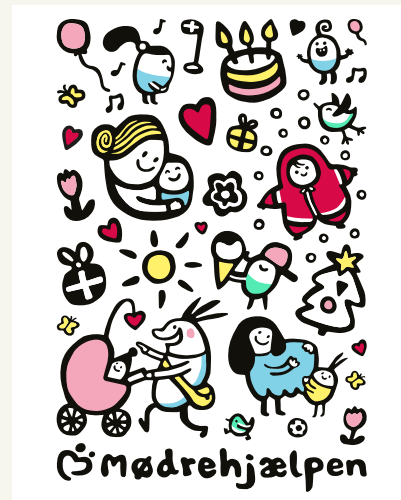
Stilen er defineret af en markant sort contour og en sparsom sart farvepalette.

Udtrykket er legende og imødekommende, men kan også rumme svære og sårbare temaer. Der tilstræbes ro og tydelighed i illustrationens fortælling og komposition.

Der er tilknyttet en fast farvepalette til illustrationerne som udelukkende bruges til dette formål.

Alle frikøbte illustrationer findes i en billedbank i Skyfish og kan frit benyttes på tværs af alle Mødrehjælpen's kanaler – både fysiske og digitale.

Illustrationerne er tilgængelig som PNG'er samt Illustrator-filer til professionelt brug.

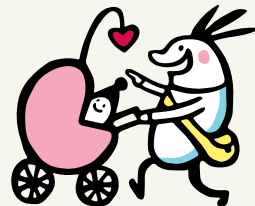
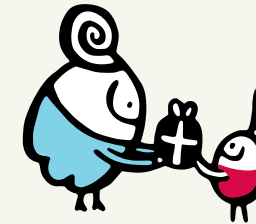
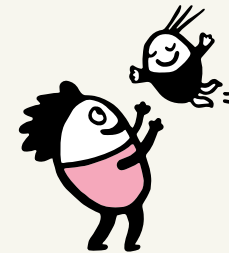
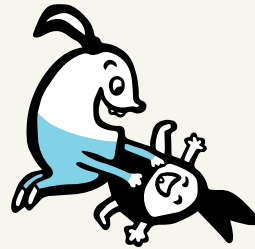
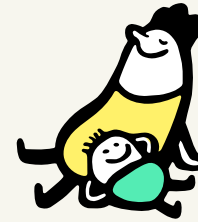
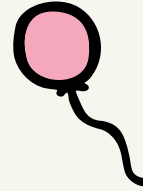
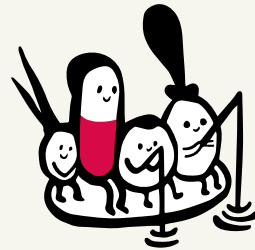


Ikoner

Dele af Pia Olsens illustrationer er versioneret til ikoner, der også findes i Mødrehjælpens billedbank i Skyfish.

Ikonerne findes i flere farveversioner samt i sort/hvid – sidstnævnte kan benyttes, hvis man vil tone udtrykket lidt ned eller fx skal printe i sort/hvid.

Ikonerne er tilgængelig i PNG-format og må bruges frit på tværs af alle Mødrehjælpens kanaler og materialer. Til professionelt brug benyttes Illustrator-filerne, disse kan rekvireres gennem PAK.



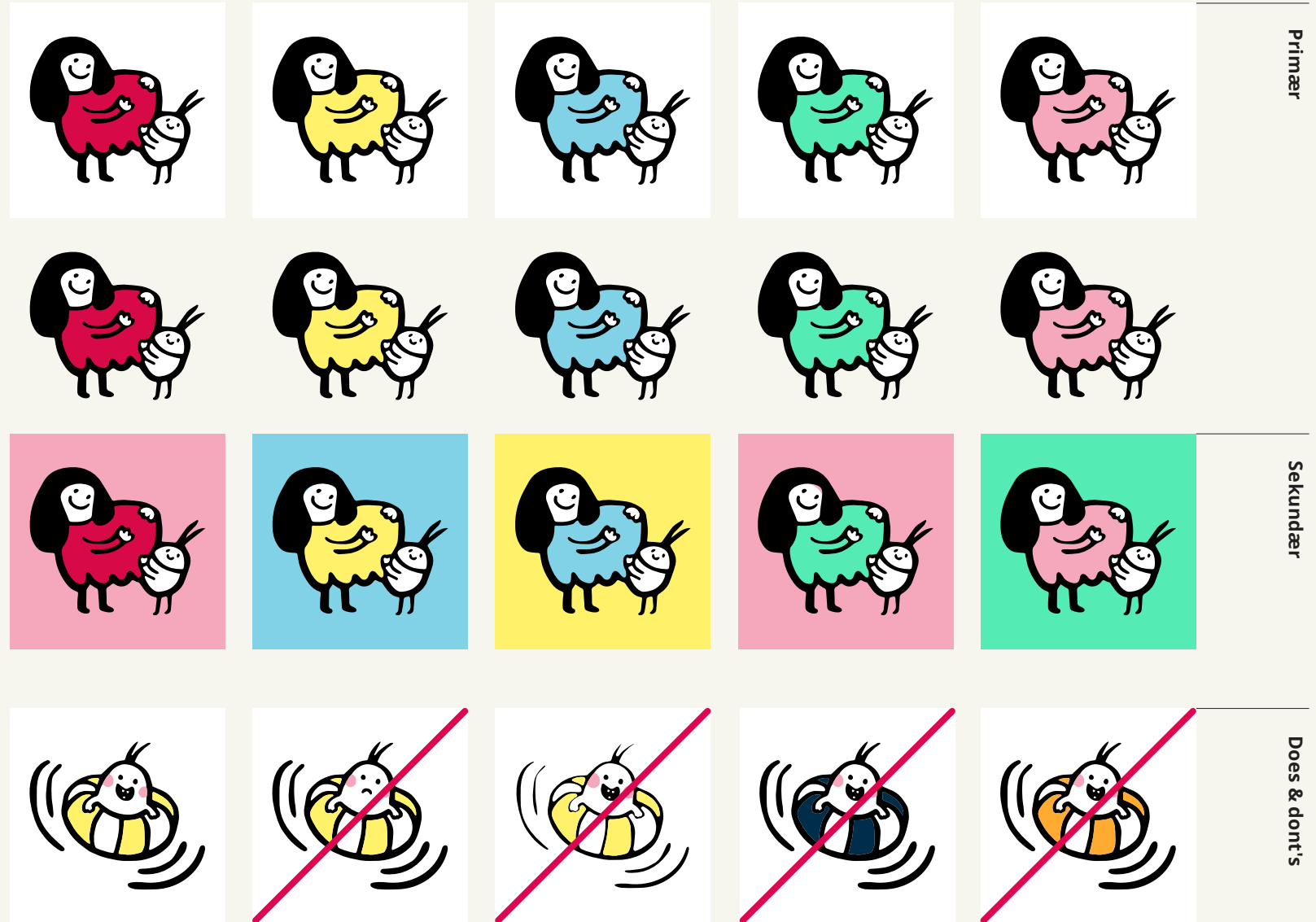
Fleksibilitet og does & dont's

Det er ikke tilladt at ændre på illustrationens fortælling eller udtryk – fx manipulere med figurernes stregtykkelse, ansigtsudtryk eller krops positioner.

Det er dog tilladt at ændre farve indenfor den fastlagt illustrationspalette – både i ikon og baggrundsfarve. Det er dog ikke tilladt at bruge mørke eller andre farver i illustrationerne eller ikonerne.

Det er også tilladt at sammensætte flere ikoner til en ny illustration, det tilrådes dog at få udviklet en ny illustration af Pia Olsen, når der er tale om kampagner – på den måde sikres et professionelt udtryk, og at den ønskede fortælling træder tydeligt frem.

Pia Olsen står derudover til rådighed for tilretning af illustrationer og sparring til favorabel timepris. Kontakt den designansvarlig i PAK for yderligere information.



Badges

Ved landsdækkende kampagner som Mors dag, Julehjælp, Feriehjælp ect. er der udviklet badges, der kan benyttes i autosignatur, klistermærker og Vi støtter-badges på diverse platforme.



Animation

Illustrationer og ikoner kan bruges til små gif'er og animationer til bl.a. kampagner, autosignaturer og posts til sociale medier.

Pia Olsen kan hjælpe med animation heraf til favorabel timepris. Kontakt den designansvarlig i PAK for yderligere information.



Step 1



Step 2



Step 3

Eksempler og skabeloner

Sociale medier – formater

På tværs af sociale medier anbefales formaterne 4:5 og alternativt 1:1 for at opnå mest muligt skærmfyldte.

Her anvendes en standard margin på 100 px og en minimums margin på 50 px, som tekst skal placeres indenfor.

Top margin: 100 px
Venstre margin: 100 px
Højre margin: 100 px
Bund margin: 150 px

Tekst kan være højre- eller venstrestillet og have forskellige skriftsnit og størrelse.

Ved brug af 9:16 formatet, som er det gængse format til reels og stories på Facebook og Instagram, skal man være særlig opmærksom på de såkaldte safe zones. Indhold i disse zoner vil blive dækket af navigation, kommentarer etc.

Til højre ses safe zones for stories og reels. Tjek altid de respektive mediers seneste retningslinjer.

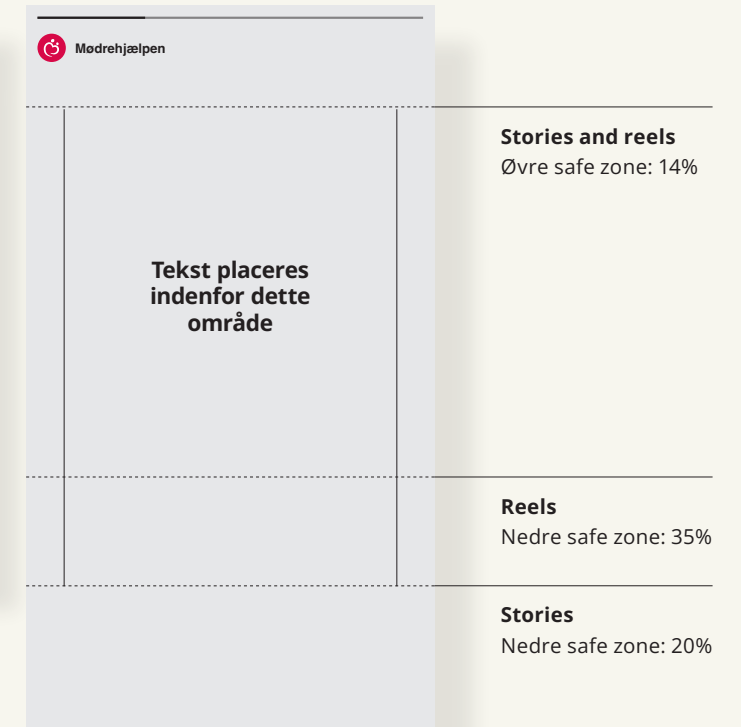
Format: 1:1



Format: 4:5



Format: 9:16



Sociale medier – logo

På sociale medier er afsenderforholdet i forvejen tydeligt, og derfor kan logo undlades i billeder, grafikker, video ect.

Når der anvendes logo, skal det være det fulde logo med både symbol og navnetræk.

Grafik eller billede

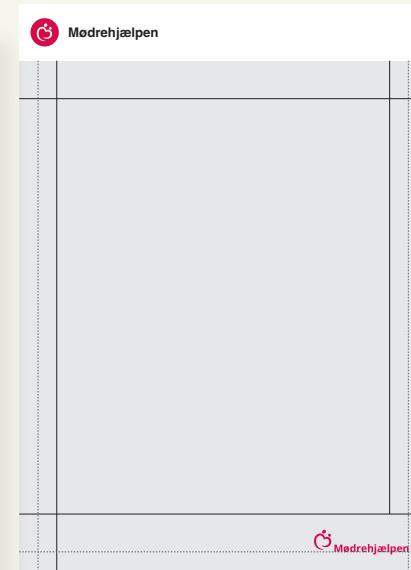
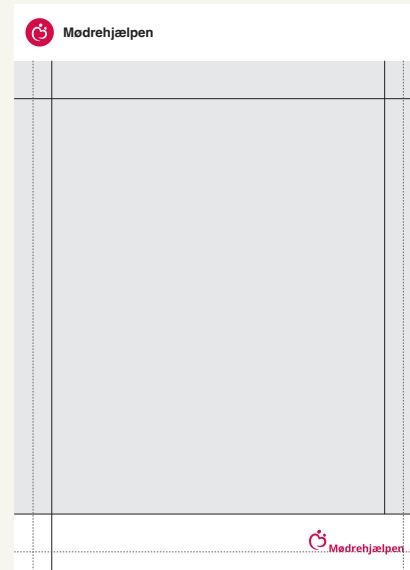
Når der bruges logo til en post med grafik eller billede, skal det altid placeres i højre hjørne med en bredde på 250 px.

Hvis logo placeres på et billede, skal det placeres på en rolig flade, der giver den rette kontrast. På mørke billeder bruges det hvide logo. På lyse billeder bruges det røde logo. Hvis et billede eller baggrundsfarve forstyrrer logo, anvendes et hvidt bånd med rødt logo.

Video

I videoindhold kan logo bruges som afmelding enten på en ensartet baggrundsfarve eller på levende billeder.

Logo centrerer i størrelse 500 px med undtagelse af 9:16 formatet, hvor det placeres under hensyn til safe zones.



Sociale medier – budskabsgrafik

Visuel formidling af budskaber skal tage udgangspunkt i én af tre overordnede indholdstyper:

Budskab på ensartet baggrund

Anbefales når budskab skal være det bærende i kommunikationen og stå tydeligt frem. Farve på baggrund og tekst kan kombineres som beskrevet i afsnit om farver.

Budskab på billede

Anbefales når billedet tilfører følelser, som budskabet ikke kan få frem alene. Billeder skal følge den billedstil, der er beskrevet i afsnit om fotostil og de skal give plads til, at budskabet kan stå tydeligt frem på rolig baggrund.

Budskab med ikon eller illustration

Anbefales når ikon eller illustration kan tilføre følelser, der er svære at indfange i billeder. Ikoner eller illustrationer må ikke alene anvendes som blikfang, de skal også kunne forstærke budskab.

Hvis der bruges call to action placeres det i en farvet boks med cirkulære hjørner og en højde på 75 px og skriftstørrelse på 30 px.



Sociale medier – citatgrafik

Visuel formidling af citater skal tage udgangspunkt i én af tre overordnede typer citatgrafikker:

Citat på billede

Bringer afsender i fokus og anbefales derfor, når afsenderforhold forstærker budskab. Det valgte billede skal give plads til, at citatet kan stå tydeligt frem.

Citat med billede og baggrund

Anbefales når det er vigtigt at sætte ansigt på afsender, men svært at give tilstrækkelig plads til, at citat kan integreres i billede. Der bør vælges neutrale farver til baggrund, som ikke stjæler for meget fokus fra billede.

Citat på baggrund

Anbefales når citatet er slagkraftigt og opsigtsvækkende. Her kan citatet fylde mere end i de typer, hvor billede også indgår. Farve på baggrund og tekst kan kombineres som beskrevet i afsnit om farver.

Fritlægning og indramning af budskaber anvendes ikke.



Film

Når der produceres brand- og kampagnefilm for Mødrehjælpen skal der fokuseres på relationen omkring den voksnes følelsesliv og konkrete situation.

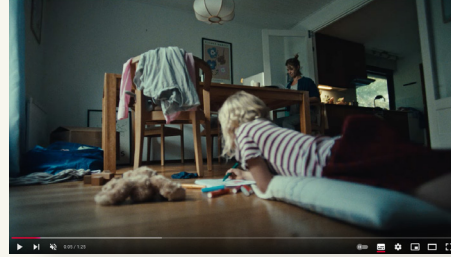
Modtagerne skal kunne spejle sig i historien eller fatte empati for denne.

Det visuelle udtryk følger Mødrehjælpens billedstil ift. at være realistisk og naturlig.

Ved behov for steming kan colorgraden sætte en stemning.

Hvis muligt bør Mødrehjælpens røde farve være til stede enten repræsenteret i logoet, en rød typografi, en rød slutframe med budskab eller et rødt element i filmen fx en rød stol eller kaffekop.

Det viste eksempel er Mødrehjælpens kampagnefilm "Hjælp til livet" fra 2024.



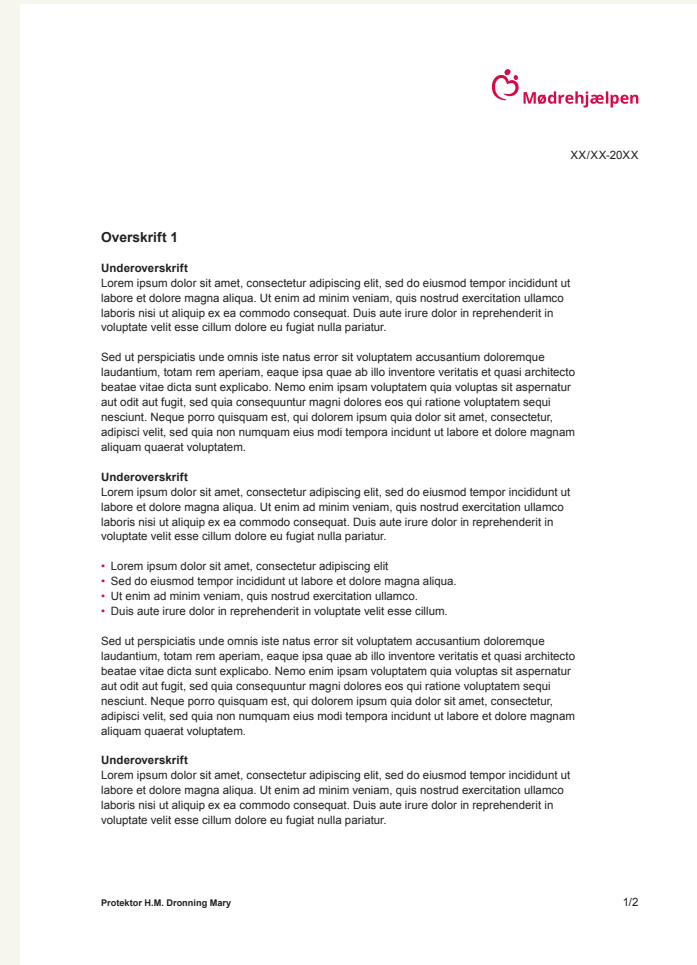
Brev og notat

Mødrehjælpens skabelon til Word dækker de fleste behov ift. breve og notater.

Den indeholder de vigtigste designmarkører for Mødrehjælpen – logo og den røde farve.

Skabelonen har faste formater for typografering og farvebrug.

Det er tilladt at lave andre opsætninger jf. denne designguides retningslinjer for farver, typografi, billedstil og illustrationer.



Visitkort

Vores visitkort benytter de bærende elementer i Mødrehjælpen's visuelle identitet – vores logo og den røde farve samt vores typografi.

Anne Andersen
Socialrådgiver

Telefon: 12 34 56 78
Direkte: 12 34 56 78
aa@moedrehjaelpen.dk

Mødrehjælpen
Abel Catrines Gade 13
1654 København V
moedrehjaelpen.dk



**Ingen børnefamilier
skal stå alene**

Mailsignatur

Mailsinaturen er skrevet med Arial i skriftstørrelsen 10 pt. Navn skrives med bold og kontaktinformationer skrives med regular. Mødrehjælpen's logo har en bredde på 130 px.

Autosigaturen er standardiseret, og der kan fra centralt hold tilføjes sæson- eller kampagnemæssige budskaber/ illustrationer til denne.


Send

From: _____

To: _____

Subject: _____

Tasja Norre Parize
Afdelingschef Politik, Analyse & Kommunikation
24 21 06 10 · tnp@moedrehjaelpen.dk

 **Mødrehjælpen**

Mødrehjælpen · Abel Catrines Gade 13 · 1654 København V
[Website](#) · [Facebook](#) · [Instagram](#) · [LinkedIn](#) · [X](#) · [Privatlivspolitik](#)

Send

From: _____

To: _____

Subject: _____

Tasja Norre Parize
Afdelingschef Politik, Analyse & Kommunikation
24 21 06 10 · tnp@moedrehjaelpen.dk

 **Mødrehjælpen**

Mødrehjælpen · Abel Catrines Gade 13 · 1654 København V
[Website](#) · [Facebook](#) · [Instagram](#) · [LinkedIn](#) · [X](#) · [Privatlivspolitik](#)



PowerPoint skabelon

Mødrehjælpens PowerPoint skabelon indeholder en række layoutversioner, der dækker de fleste behov samt en fast farvepalette.

Det er tilladt at lave andre layoutsider jf. denne designguides retningslinjer for farver, typografi, billedstil og illustrationer.

Det anbefales at bruge ikoner i sort/hvid, hvis præsentationen skal tones ned i det visuelle udtryk.

Introduktion til Mødrehjælpen

Februar 2025

Foretaget af M. Drømming Møtz



Her skal der være en overskrift



Hjælpeaktiviteter
Lorem ipsum dolor sit amet elit, sed do cillum dolore eiusmod nisi ut aliquip tempor incididunt ut labore et dolore.



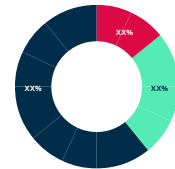
Netværksaktiviteter
Lorem ipsum dolor sit amet elit, sed do cillum dolore eiusmod nisi ut aliquip tempor incididunt ut labore et dolore.



Oplevelsesaktiviteter
Lorem ipsum dolor sit amet elit, sed do cillum dolore eiusmod nisi ut aliquip tempor incididunt ut labore et dolore.

Her skal der være en overskrift

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do cillum dolore eiusmod nisi ut aliquip tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore.



- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur
- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur
- Lorem ipsum dolor sit amet consectetur



Her skal der være en overskrift

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do cillum dolore eiusmod nisi ut aliquip tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore.



Her skal der være en overskrift

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do cillum dolore eiusmod nisi ut aliquip tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore.



Plakat skabelon til frivillige

Mødrehjælpen stiller PowerPoint skabeloner til rådighed hvori der kan laves plakater til diverse lokale formål.

Plakaterne skal altid indeholde Mødrehjælpen logo samt røde farve.

Det er tilladt at tilpasse plakatens layout jf. denne designguides retningslinjer for farver, typografi, billedstil og illustrationer.

A4 plakat skabelon, hvor det er muligt at skifte billede og redigere tekst. Der kan vælges mellem rød eller hvid baggrund.

Der er 5 mm til kant, da almindelige printere ikke kan printe til kant.



Bliv frivillig i Mødrehjælpen

Gør en forskel sammen med andre

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut.

Vil du være med?

Ring til [Navn Navnesen] på [XX.XX.XX.XX] eller skriv en mail på [navn@mail.dk]. Du kan også læse mere og tilmelde sig på moedrehjaelpen.dk/bliv-frivillig

Vi glæder os til at møde dig!



Tilmeld jer nu, det er gratis at deltage!

Kom med i fællesskabet

Lav mad og spis sammen med andre børnefamilier

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut.

Tid og sted: Vi mødes i Måltidet hver 14. dag om [lugedagen] på [sted, adresse, tid]

Tilmelding: [navn@mail.dk, facebook, hjemmeside]
Læs mere: moedrehjaelpen.dk/aktiviteter/maaltidet

Vi glæder os til at møde jer!



Flyer skabelon til frivillige

A5 flyer skabelon med for og bagside, hvor det er muligt at skifte billede og redigere tekst. Der kan vælges mellem rød eller hvid baggrund.

Lokallogo skal også skiftes til den pågældende lokalforening.

Skrift er skrevet med skrifttypen Open Sans. Skrifttype og punktstørrelse må ikke ændres, når skabelonen anvendes.

På forsiden bruger man et billede eller en af Mødrehjælpens illustrationer.

Der er 5 mm til kant, da almindelige printere ikke kan printe til kant.



Er du vores nye vært i Mødrehjælpens Babycafé?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

Bliv frivillig i Mødrehjælpen!

 **Mødrehjælpen**
Hvidovre-Rødovre lokalforening

Mødrehjælpens Babycafé

Babycaféen er et hyggeligt mødested for småbørnsfamilier. Ofte er der et tema på i cafeen fx førstehjælp for babyer, mad, søvn, motorik & rytmik eller babymassage.

Som cafevært er du med til at:

- byde børn og forældre velkommen
- skabe en hyggelig stemning i caféen
- indgå i snakke med familierne
- klare praktiske opgaver som let forplejning, opstilling og oprydning

Vi forventer, at du kan hjælpe [antal] [dage] pr. måned i tidsrummet [tid].

Som frivillig i Mødrehjælpen:

- bliver du del af et socialt fællesskab.
- er du med til at gøre en forskel for lokale børnefamilier.
- får du mulighed for at deltage i Mødrehjælpens mange frivilligkurser og temadage.
- møder du frivillig-kolleger på tværs af landet, der alle brænder for samme sag.

Vil du være med?

Ring til [Navn Navnesen] på [XX XX XX XX] eller skriv en mail til [Navn Navnesen] på [navn@mail.dk].

Vi glæder os til at møde dig!

 **Mødrehjælpen**
Hvidovre-Rødovre lokalforening

Post skabelon til frivillige

4:5 post skabelon til sociale medier, herunder Facebook, Instagram og LinkedIn, i to versioner med hhv. billede og illustration. Det er muligt at vælge en version med eller uden logo samt skifte tekst, billede og illustration.



Faste koncepter

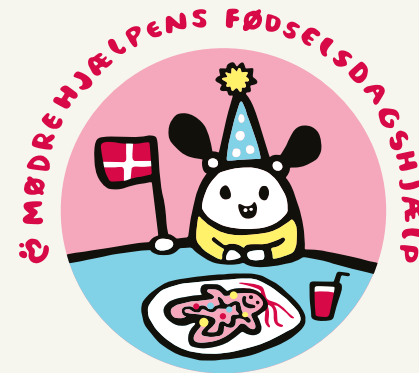
I Mødrehjælpen har vi en del faste koncepter, som vi kører årlige kampagner og aktiviteter omkring både lokalt og nationalt:

- Babycafé
- Babystartpakke
- Familiecafé
- Familieven
- Fødselsdagshjælp
- Gravidcafé
- Juleaktiviteter og -hjælp
- Leg & Bevægelse

Det tilstræbes derfor, at bruge de samme billeder og illustrationer til faste koncepter på tværs af landet, så det konceptuelle i vores indsatser og aktiviteter styrkes.

Dertil benytte de grafik- og contentpakker, der stilles til rådighed ved kampagner.

Eksemplerne til højre er visuelle elementer fra kampagner i 2024 for hhv. Feriehjælp, Fødselsdagshjælp og Julehjælp.



Merchandise

Når vi producerer merchandise i Mødrehjælpen, bruger vi udelukkende farvekombinationen rød/hvid for at styrke vores synlighed og genkendelse – både lokalt og nationalt.

Illustrationer og ikoner kan også benyttes til merchandise.



Sådan møder og støtter vores brugere os

Støtte gennem kunst og kreativitet

Mødrehjælpens værdier og udtryk træder også tydeligt frem i de fællesskaber, der findes omkring Mødrehjælpen, hvor der er en lang tradition for at støtte gennem kunst og kreative håndværk.

Dette afspejler sig særligt i vores webshop, hvor der bl.a. findes flere kendte kunsternes værker og populære strikkeopskrifter. Alt sammen udvalgt specifikt til vores målgruppe og i tråd med vores værdier.

De lokale fællesskaber omkring at strikke og kreere til Mødrehjælpens butikker lever også stærkt på sociale medier.



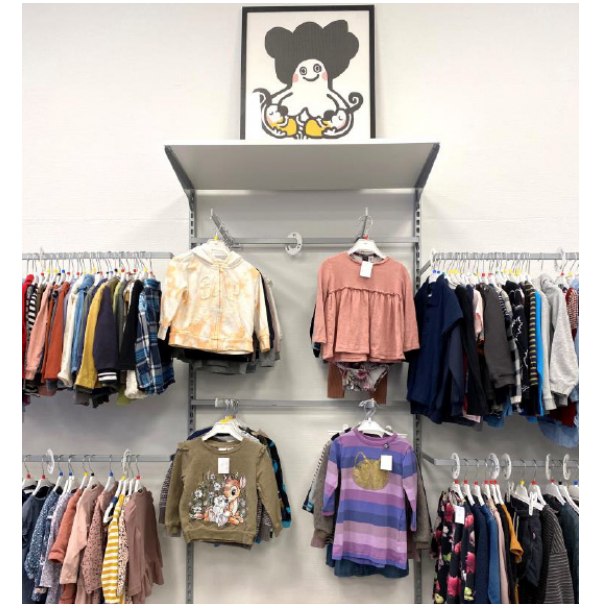
Butikker

Vores butikker er vores ansigt udadtil og skal tydeligt afspejle Mødrehjælpens visuelle identitet. Vores logo og røde farve skal derfor være til stede på butikkens facade og i indretningen.

Derudover bør retningslinjer for brug af farver, typografi, billeder og illustrationer følge denne guide.

Alle vores butikker følger det samme butikskoncept fra 2024.

Pia Olsens illustrationer må også gerne bruges i vores butikker.



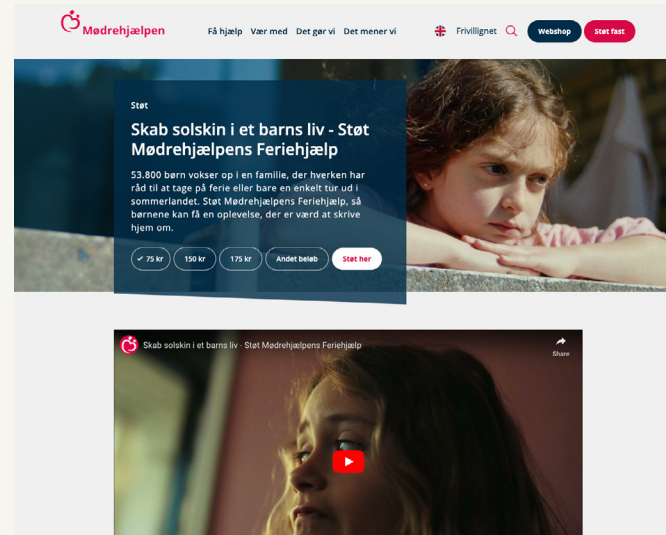
Website

Mødrehjælpen's hjemmeside er under udvikling – det viste eksempel er Mødrehjælpen's nuværende website.

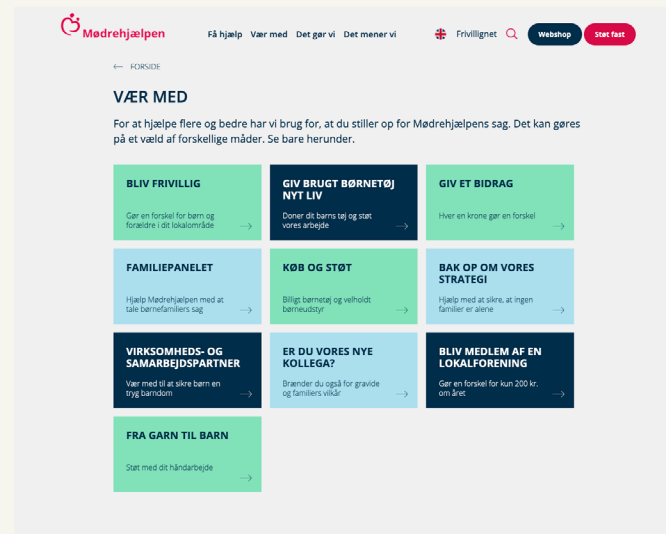
Hjemmesidens udtryk efterlever så vidt muligt denne designguides retningslinjer, indtil en ny hjemmeside implementeres.

Der tilstræbes et roligt og afkodeligt udtryk, der gør det nemt for brugerne at finde, det de søger.

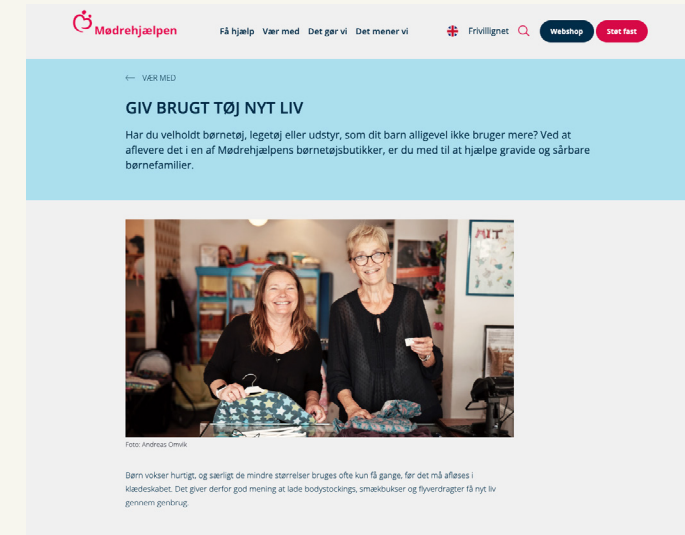
Mødrehjælpen's røde farve og logo bør være tydeligt repræsenteret på alle Mødrehjælpen's sites – både lokalt og nationalt.



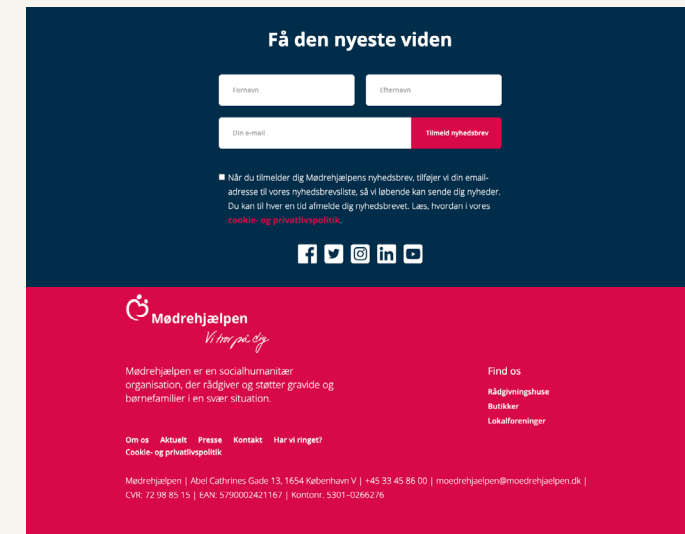
Forside



Sektionsside



Indholdsside



Nyhedsbrev og footer

FAQ – Hvornår må du bruge et andet design

Denne designguide har til formål at ensrette og styrke Mødrehjælpen's visuelle identitet og skal følges, selv når man bliver træt af de forskellige designelementer i designguiden.

Der kan dog opstå undtagelser, hvor der er behov for at fravige fra Mødrehjælpen's design og benytte et andet design i specifikke sammenhænge.

Vi har derfor samlet det, du skal tage stilling til, før du benytter et andet design end Mødrehjælpen's i nærværende FAQ.

Hvis du er i tvivl om du kan eller må bruge et andet design end Mødrehjælpen's, skal du kontakte PAK.

Tag aktivt stilling

Er Mødrehjælpen eneafsender på området/indsatsen/subsitet/kampagnen/kommunikationsmaterialet mv.

Er det en fælles indsats/subsitet/kampagne/kommunikationsmateriale mv. med andre ligeværdige afsendere

Er området/indsatsen/subsitet/kampagnen/kommunikationsmaterialet mv støttet af eksterne fx en fond, men driftet af Mødrehjælpen?

Hvor tæt er området/indsatsen/subsitet/kampagnen/kommunikationsmaterialet mv. på Mødrehjælpen's kerneområder og -ydelser?

Er området/indsatsen/subsitet/kampagnen/kommunikationsmaterialet mv afgrænset fx tidsmæssigt eller rammer en anden målgruppe end Mødrehjælpen's primære?

Det skal du gøre

Så skal det laves i Mødrehjælpen's design.

Det kan laves i et (nyt) fælles/samlende design for indsatsen med alle samarbejdspartneres logo repræsenteret.

Det skal laves i Mødrehjælpen's design, men bidragsydere's logo tilføjes.

Hvis det på sigt kan blive et kerneområde og -ydelse for Mødrehjælpen, bør det laves i Mødrehjælpen's design fra start.

Indsatsen kan laves i andet design, hvis det ikke forventes at blive et kerneområde og -ydelse for Mødrehjælpen på sigt.

Ved spørgsmål kan ansatte i Mødrehjælpen rette henvendelse til kommunikationsafdelingen på mail: web@moedrehjaelpen.dk.

Frivillige kan sende spørgsmål til frivilligkonsulenterne.