

Designguide 2026

Kontakt:
Ann-Katrine Bisgaard Håkansson
abh@fida.dk

Indholdsfortegnelse

01 Vores Brand

s. 4 Introduktion

02 Visuel identitet

s. 6 Logo

s. 12 Typografi

s. 15 Brandfarver

s. 20 Samhørighed

s. 26 Grafisk område

03 Billedstil og illustrationer

s. 28 Principper

s. 29 Illustration

04 Brand i praksis

s. 31 PowerPoint

s. 32 Trykte materialer

s. 35 Merchandise

s. 36 Digitale medier

01 **Vores Brand**

Overskrift

Designguiden for Finans Danmark er et fælles værktøj, der skal sikre en tydelig, troværdig og professionel visuel identitet på tværs af organisationen og sektoren. Guiden samler de grafiske grundelementer og designprincipper, der tilsammen understøtter, hvem vi er, hvad vi står for – og hvordan vi ønsker at blive opfattet af omverdenen.

Finans Danmark repræsenterer en samlet finanssektor, der spiller en central rolle i udviklingen af et stærkt, stabilt og bæredygtigt samfund. Det forpligter – og det stiller krav til, at vores kommunikation afspejler den ansvarlighed og gennemsigtighed, vi arbejder for hver dag. Vores visuelle identitet skal derfor signalere integritet, professionalismisme og et moderne og handlekraftigt fællesskab, der både driver udviklingen i sektoren og understøtter løsninger, der skaber værdi for borgere, virksomheder og samfundet som helhed.

Designguiden er ikke kun et regelsæt. Den er også en hjælp og inspiration til alle, der arbejder med Finans Danmark som afsender – uanset om det er i medlemsorganisationerne, i partnerskaber eller i vores interne enheder. Identiteten skal skabe genkendelighed og sammenhæng, men samtidig give plads til at formidle komplekse emner på en levende, klar og nutidig måde.

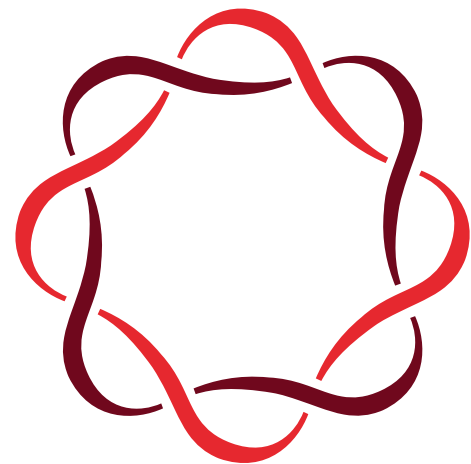
Med denne designmanual ønsker vi at styrke vores fælles fortælling, skærpe vores visuelle udtryk og understøtte det ansvar, Finans Danmark påtager sig: at bidrage til et trygt, robust og bæredygtigt samfund – i dag og i fremtiden.

02 **Visuel Identitet**

02 Logo

Primær Logo

Vores identitetslogo består af to flettede firkanter, der sammen skaber vores bomærke: "samhørigheden". Navnetrækket kommer bagefter og bør aldrig anvendes alene.



FINANS
DANMARK

Frirum

Sørg altid for, at logoet fremstår tydeligt og letlæseligt. Overhold reglerne for frirum for at sikre, at der er tilstrækkelig afstand til andre elementer.



Negativ/sort Logoer

Ud over det primære logo findes der en negativ version, som kan anvendes, når baggrunden er rød, eller når logoet placeres på et billede, hvor det fremstår tydeligere i negativ.

Brug kun den sort/hvide version af logoet, når farve ikke er en mulighed – for eksempel ved sort/hvid-print.



Sekundær Logoer

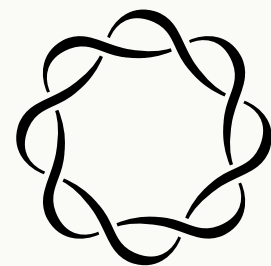
Sekundær udgaver af logoet kan også bruges, når pladsen tillader det på f.eks. brevpapir. Det kan også anvendes sammen med andre firmaers logoer, hvor vi kan benytte pladsen bedst og bevare en letlæselig logotype.



**FINANS
DANMARK**



**FINANS
DANMARK**



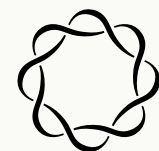
**FINANS
DANMARK**



FINANS DANMARK



FINANS DANMARK



FINANS DANMARK

Særlige logo-versioner

- I særlige tilfælde kan logoet anvendes i alternative versioner, der afspejler specifikke lejligheder eller behov.
- Engelsk-version af logoet, der anvendes i internationale sammenhænge.
 - En Arbejdsgiver-version.
 - En Pride-version.
- Disse logoer anvendes kun, når det er relevant og efter aftale med kommunikationsafdelingen. De må ikke erstatte de primære eller sekundære logoer i den daglige visuelle identitet.

Engelsk-version



Arbejdsgiver-version



Pride-version



02 **Typografi**

Italien Plate
No2
Miller Text

Anvendes Italian Plate No2 som primær skrifttype. Fonten er valgt for sit industrielle og moderne udtryk, der kombinerer robusthed med tydelig læsbarhed. Den er med til at skabe et genkendeligt og professionelt visuelt udtryk, som understøtter brandets identitet.

Italian Plate No2

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆÅØÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæåøäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆÅØÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæåøäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆÅØÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæåøäö

Miller text

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆÅØÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæåøäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆÅØÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæåøäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆÅØÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæåøäö

Usage

Italian Plate No2 Black

Vi bruger Black til overskrifter.

Italian Plate No2 Regular

Vi bruger Plate No2 Regular til brødteksten.

Nequia et laccum et quia veni con consequate sitiunturios destota temolupta sunt, officat volor molent omnienit mil erume paribus eum experi acerum faccum essi blaboresto volo quis estio blate voles volorepedit rehendus estiumque volores sam, cusciamemos vellent magnist restrum aut aspero et.

Italian Plate No2 Bold

Bold til at fremhæve vigtige elementer i teksten. Nequia et laccum et quia veni con consequate sitiunturios destota temolupta sunt, officat omnienit

Italian Plate No2 Light Italic

Brugen af Light Italic bør være sparsom og forbeholdt tilfælde, hvor der er behov for ekstra fremhævning eller en diskret stilistisk markering.

Miller text Bold/Regular

Miller text bruges til at tilføje **fokus** og **gøre opmærksom på elementer** såsom citater m.m.

02 Brandfarver

Brand farver

Vores primære brand farve er Finans Danmark rød, der er sammensat af nuancerne okseblods rød og lysegrå, samt tilhørende farver i grå skalaen.

Den røde farve er kernen i Finans Danmarks visuelle identitet og bidrager til høj genkendelighed på tværs af alle kanaler.

Farven anvendes, når Finans Danmark står som tydelig afsender, og når kommunikation skal understøtte vores brand, troværdighed og genkendelighed i offentligheden.

Brand fave

HEX: F5F5ED
RGB: 245 / 245 /
CMYK: 0 0 5 5

Pantone: 1788 C
HEX: EE2737
RGB: 238 / 39 / 55
CMYK: 0 93 80 0

Pantone: 188 c
HEX: 601122
RGB: 96 / 17 /34
CMYK: 16 100 65 58

Greyscale

HEX: DCD CDC
RGB: 220 /220 / 220
CMYK: 0 0 0 18

HEX: 575656
RGB: 87 / 86 / 86
CMYK: 0 0 0 80

HEX: 000000
RGB: 0 / 0 / 0
CMYK: black 0 0 0 100

Primære farver

Vores visuelle identitet fungerer med forskellige farvekombinationer med henblik på at kommunikere til forskellige målgrupper.

Finans Danmark rød er vores primære brandfarve og det stærkeste visuelle kendetegn for organisationen. Farven anvendes, når Finans Danmark kommunikerer som afsender og repræsenterer organisationens holdninger, budskaber og positioner i offentligheden.

Følgende farver indgår i denne variation.

Finans Danmark rød

HEX: F5F5ED
RGB: 245 / 245 /
CMYK: 0 0 5 5

Pantone: 1788 C
HEX: EE2737
RGB: 238 / 39 / 55
CMYK: 0 93 80 0

Pantone: 188 c
HEX: 601122
RGB: 96 / 17 / 34
CMYK: 16 100 65 58

Når vi taler med befolkningen eller den enkelte dansker, så anvendes roligere farver.

Følgende farver indgår i denne variation.

Befolkningen

HEX: F5F1D3
RGB: 245 / 241 / 211
CMYK: 00 20 5

HEX: 62864E
RGB: 98 / 134 / 78
CMYK: 60 20 75 25

HEX: 313C26
RGB: 49 / 60 / 38
CMYK: 70 40 80 70

Når vi taler med vores medlemmer, bankfolk og finansielle fagfolk, ser det bedst ud, når vi tager vores blå jakkesæt på.

Følgende farver indgår i denne variation.

Finanssektoren

HEX: EFE9F3
RGB: 239 / 233 / 243
CMYK: 5 10 0 0

HEX: 63A8AA
RGB: 99 / 168 / 170
CMYK: 60 10 30 10

HEX: 293846
RGB: 41 / 56 / 70
CMYK: 85 55 40 60

Farve- kombinationer

Farverne i vores visuelle identitet skal anvendes i kombinationer, der sikrer genkendelighed og harmoni. De enkelte farver er grupperet, så de understøtter hinanden og skaber konsistente og professionelle visuelle udtryk på tværs af alle medier.

Anvend:

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Anvend:

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Anvend:

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Finans Danmarks vision er at bidrage til at udvikle Danmark positivt.

Sekundærfarver

Disse farver anvendes til diagrammer, illustrationer og andre relevante medier. De benyttes sparsomt for at bevare overordnet konsistens i det visuelle udtryk.

HEX: FECE43
RGB: 254 / 206 / 67
CMYK: 0 20 80 0

HEX: EE753A
RGB: 238 / 117 / 64
CMYK: 0 64 80 0

HEX: 006B67
RGB: 0 / 107 / 103
CMYK: 90 20 50 35

HEX: 80B694
RGB: 128 / 182 / 148
CMYK: 55 10 50 0

HEX: 684C6B
RGB: 104 / 76 / 107
CMYK: 35 55 0 55

HEX: 97A0BF
RGB: 151 / 160 / 191
CMYK: 35 25 0 20

02 Samhørighed

Samhørighed

Vores identitetslogo består af to flettede firkanter, der sammen skaber vores bomærke: "samhørigheden".



Konstruktions- princip

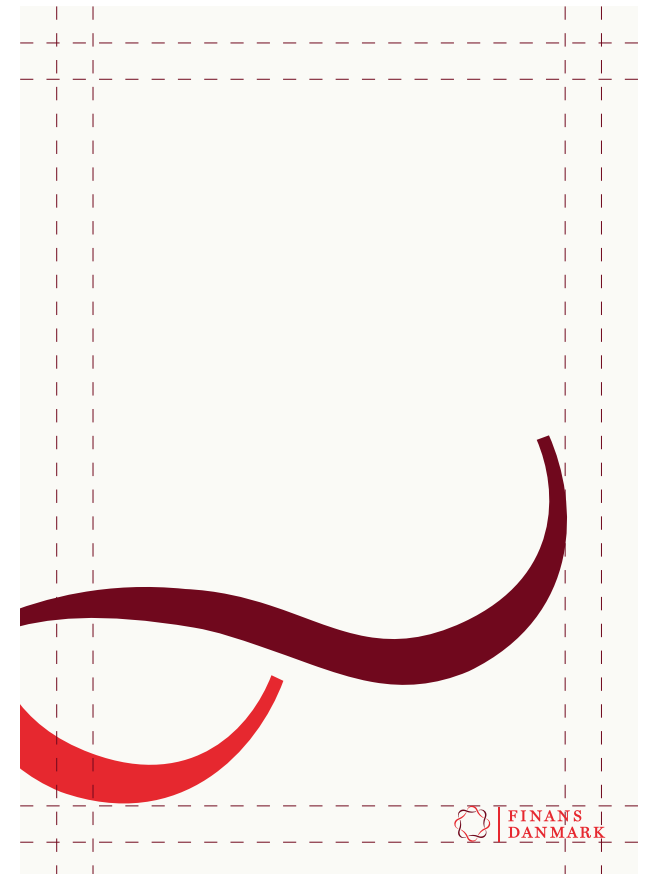
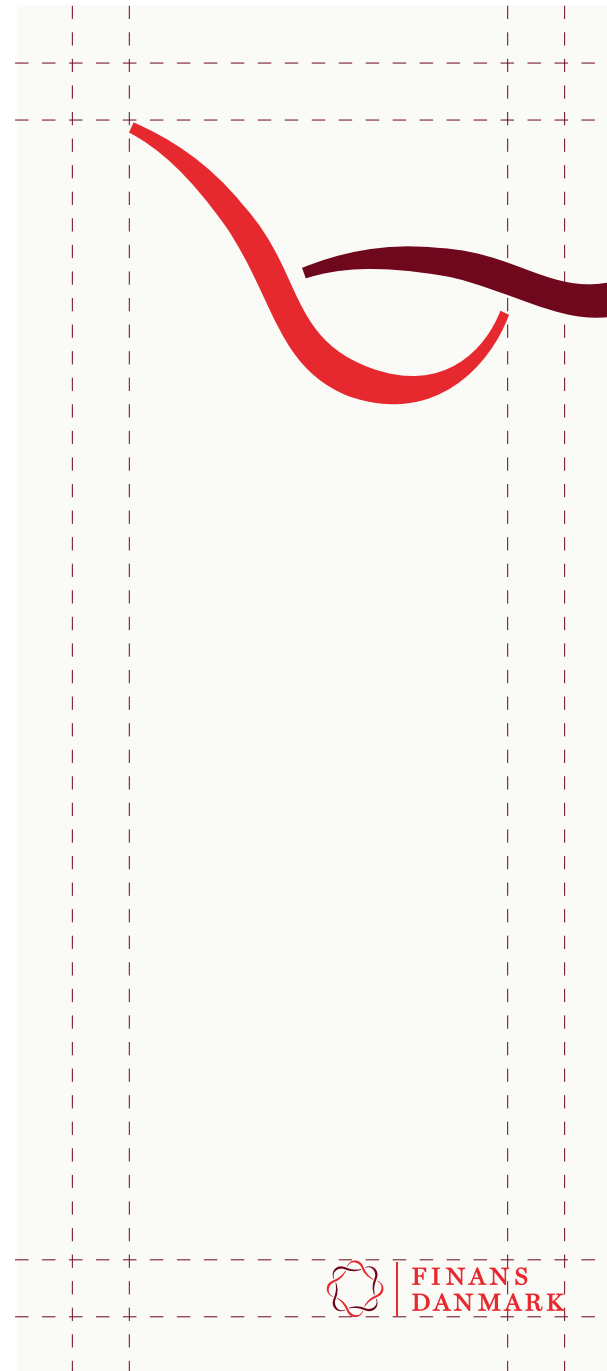
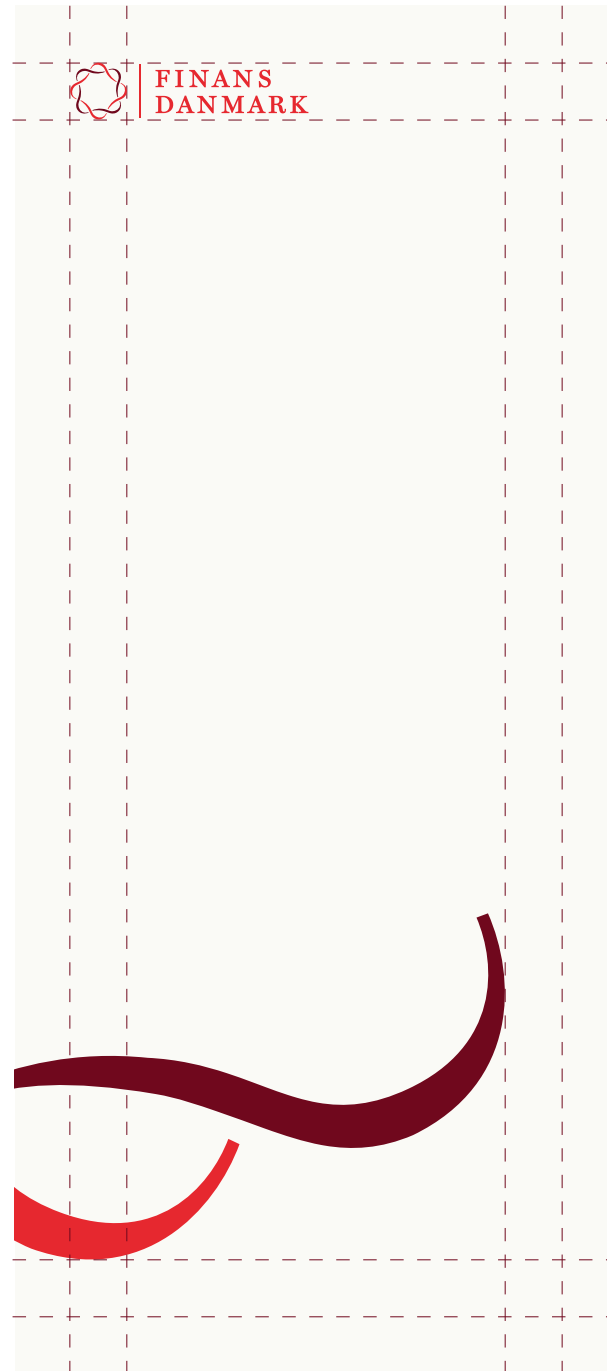
Med udgangspunkt i Samhørigheds-bomærket anvendes de tre sløjfer som et femte designelement. Dette element kan bruges til at skabe visuel sammenhæng og understøtte identiteten på tværs af forskellige materialer og medier.



Samhørighed Element

De tre sløjfer er fuldt justerbare. Dets størrelse, komposition og placering tilpasses afhængigt af sideopsætning og formatype (lodret og vandret).

For at bevare korrekt læsbarhed af sløjferne er det vigtigt at respektere mindst 1/4 af længden af sløjferne. Den minimale afstand til marginen, hvor sløjferne rammer, svarer til to felter.



Regler: Farver

Sløjfen og farvefladen skal altid anvendes inden for det valgte temas farvepalette. Kombinationer på tværs af temaer er ikke tilladt.

Farverne skal vælges, så der opnås tilstrækkelig kontrast og tydelig læsbarhed mellem sløjfe, tekst og baggrund. Ved brug på billeder eller komplekse baggrunde skal der sikres, at sløjfen fremstår klart og ikke mister sin genkendelighed.

Finans Danmark rød



Befolkningen



Finanssektoren

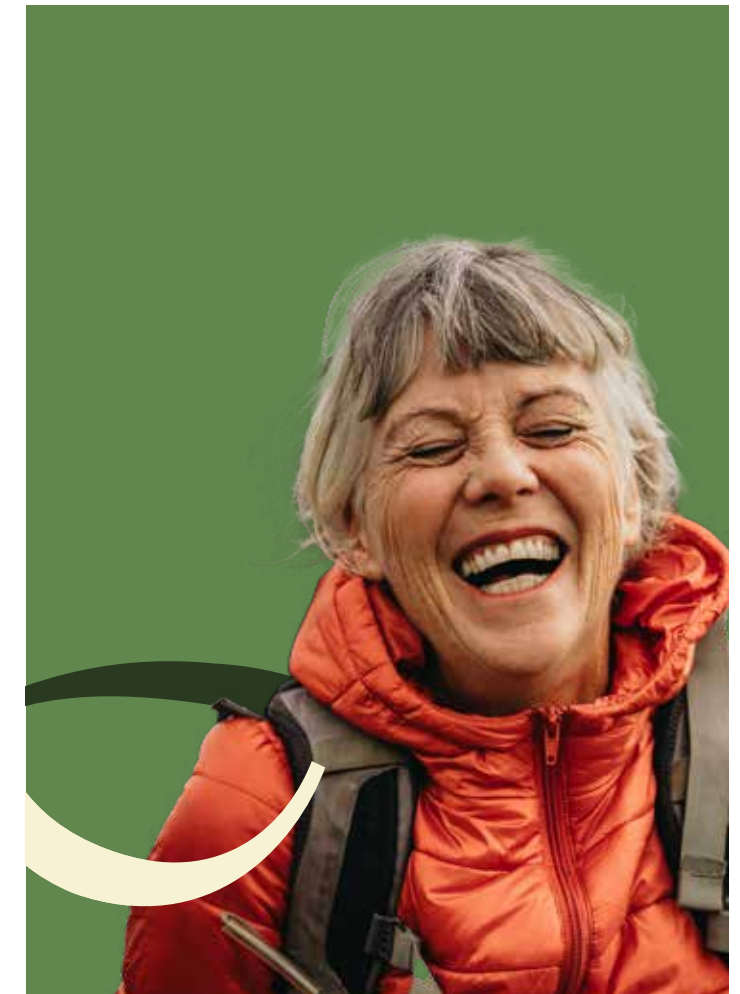


Regler: Kombinationer

Der er to muligheder for at integrere sløjfen og et visuelt element:

Mulighed 1: Sløjfen placeres over billedet/farveflade [eks. 1,2]

Mulighed 2: Sløjfen indgår som en del af billedet [eks. 3,4]



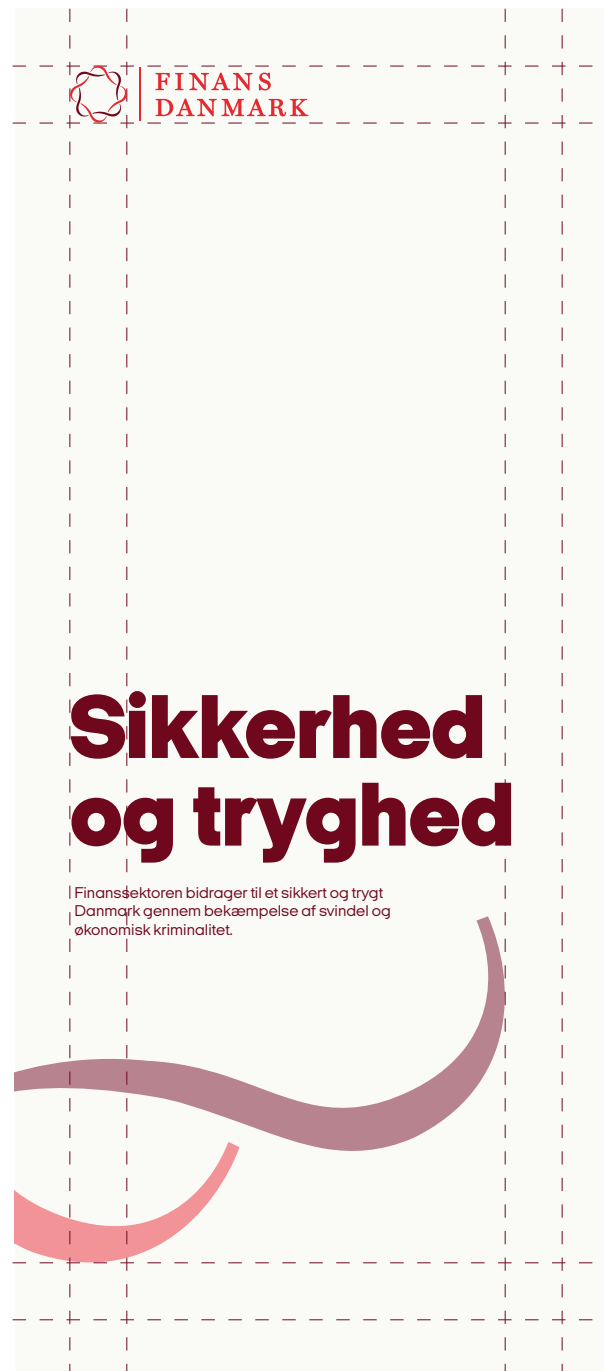
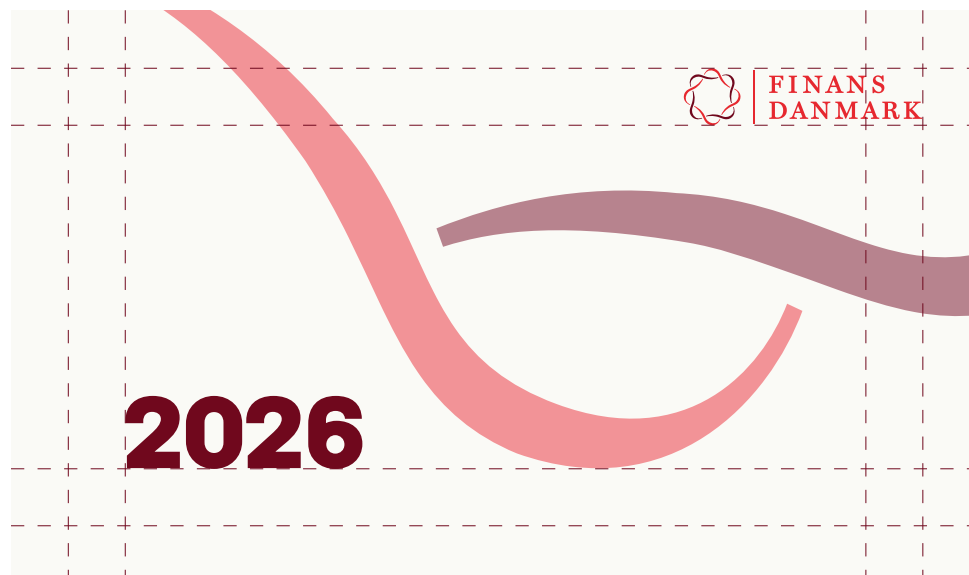
Regler: Trykttitler

Typografi spiller en central rolle i sideopsætningen, og især i håndteringen af titlen med sløjfen. Eksemplerne på trykte medier viser forskellige titelvarianter.

Det anbefales at fremhæve titlen ved grafiske virkemidler, enten med to kontrasterende farver eller ved at lege med størrelsen af overskriften.

Bemærk: Det er vigtigt, at titlen harmonerer med sløjfen. Den skal enten placeres ovenpå den eller i et område af sideopsætningen, der er i balance med sløjfens form og placering.

Finans Danmark rød



03 Billedstil og illustrationer

Brug naturligt lys, hvor det er muligt.
Arbejd med høj kontrast for at fremhæve vigtige
elementer i dine billeder.

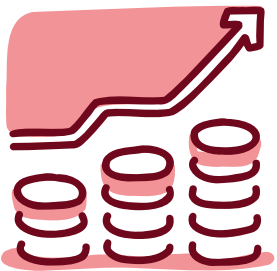
Fokuser på ægte øjeblikke, der viser oplevelsen
og skaber tillid hos målgruppen.



Illustrationer understøtter budskaber visuelt og skaber genkendelighed. De skal være enkle, moderne og i overensstemmelse med brandets farver. Brug dem konsekvent, så stil, proportioner og linjeføring harmonerer på tværs af medier.

Som en del af det visuelle udtryk er der udviklet ikoner til de tre hovedtemaer: Finans Danmark, Befolkning og Finanssektoren. Ikonerne visualiserer hvert tema på en klar og genkendelig måde og kan anvendes både enkeltvis og samlet for at skabe sammenhæng i kommunikationen.

Finans Danmark rød



Befolkningen



Finanssektoren



04 **Brand i praksis**

Landets sande tilstand

Program

Kl. 10.30-11.00

Ankomst og registrering samt kaffe og netværk

Kl. 11.00-12.15

Ny strategi til en ny virkelighed
Lancering af ny strategiproduktion v/ Lars Gerl Løse, adm. direktør, Finans Danmark
Finans Danmarks direktion præsenterer hovedlinjerne i den nye strategi

Kl. 12.15-13.15

Frakost & netværk

Kl. 13.15-14.00

Et politisk realitycheck af den finansielle sektor
Ved værkstøt fra podcasten "Magten" på DR
Rita Glud Munksgaard, politisk analytiker i DR
Thomas Just-Dam, tidligere særlig rådgiver for Helle Thorning-Schmidt
Jacob Bruun, tidligere særlig rådgiver for Lars Løkke Rasmussen

Kl. 14.00-15.15

Konkurrenceevne og regelforenkligning - udfordringer og muligheder
Keynote v/ Jørgen Rørdam, professor, CBS
Paneldebat: Hvordan gør det med regelforenkligning? Keynote om det europæiske perspektiv v/ Thomas Broering Jørgensen, generaldirektør, Den Europæiske Centralbank

Kl. 15.15-15.30

Afslutning og tak for i dag
v/ Lars Gerl Løse, adm. direktør, Finans Danmark

01.10.2026

2

Især unge i København er udfordrede af høje priser og renter

Region	Øvrige	Svært at finde noget, der lever op til forventninger, krav og budget	Min økonomi rækker ikke til et lån i banken	Udbuddet er småt	Jeg har ikke råd pga. priser og renter
København og Frederiksberg	35	8	14	21	2
Københavns omegn	24	12	10	19	3
Odense, Ålborg og Aarhus	25	5	7	21	4
Resten af landet	20	8	9	21	4

01.10.2026

3

Befolkningen

2024

Punkter

- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia ut mollit anim id est laborum.

2025

Punkter

- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

01.10.2026

4

Lorem ipsum dolor sit amet

Befolkningen

• 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 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.

01.10.2026

5

”

Hver gang indskudsloftet på aktiesparekontoen bliver hævet, strømmer nye investorer til.

01.10.2026

6

Overimplementering af regulering i den finansielle sektor hæmmer låne- og vækstmuligheder

01.10.2026

Tre gode tal

75 mia. kr.
i lorem ipsum

8 mia. kr.
i lorem ipsum dolar

Op til 5 mia. kr.
i lorem

01.10.2026

8

Sårbarheder i det danske betalingsmarked

A

Manglende viden, information og uddannelse svækker evnen til at reagere hurtigt og effektivt

B

Utilstrækkeligt fælles beredskab på tværs af markedet

C

Høj markeds koncentration, mangel på alternativer og teknologiforældethed

D

Utilstrækkelig implementering og brug af tekniske løsninger, der kan anvendes til betalinger under nedbrud

01.10.2026

9







Unge – gæld, forbrug og opsparing

Marts 2026





