
Juni 2017

CORPORATE VISUAL IDENTITY OG KAMPAGNE-MANUAL



Indledning

I denne KEA CVI (Corporate Visual Identity) og kampagne-manual beskriver vi, hvordan vi anvender de studerende på KEA i vores kommunikation.

Fortællingen om KEA skal altid iscenesætte den enkelte studerendes personlige måde at udfordre det bestående på.

Vi skriver ikke længere “Challenge The Ordinary” ved vores logo eller andre steder. Vi gør det – det udleves og bevises gennem de studerende og deres projekter, ambitioner og evner. Det er sådan, man tænker – og lærer at tænke på KEA. Det er den ånd, man møder, når man møder kommunikationen med KEA.

Da “Challenge The Ordinary” kommunikeres gennem de studerende, bortfalder sætningen ved logoet, der til gengæld bliver enklere og får en tydeligere placering.

Payoff fuldtid:

Du skal ikke bare vide. Du skal kunne.

- teoretisk og praksisnært

Her taler vi om både det teoretiske og det praksisnære indhold i uddannelserne. Vi lover, at du kan noget ekstra end gennem de rent teoretiske uddannelser. Du kan føre teorierne, drømmene ud i livet.

Payoff deltid (kompetence):

Styrk din viden og kunnen.

- fokus på den personlige kompetenceudvikling
- teoretisk og praksisnært

For deltidsstudierne – efteruddannelserne – er der behov for at kommunikere på et plan, hvor de folk, man møder, søger at styrke deres personlige kompetencer.

Efter år på arbejdsmarkedet er man mere fokuseret på at udvikle sig selv og dermed blive en større kapacitet på sin eksisterende eller kommende arbejdsplads.

Portrætter

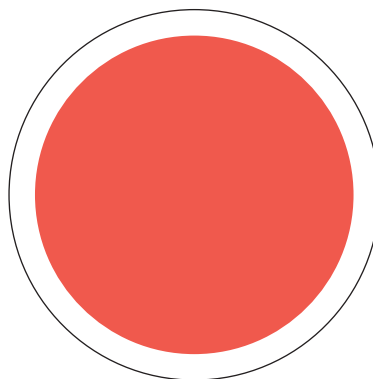
Vi bruger ægte studerende på KEA. Det er afgørende, at de har en naturlig og ægte udstråling med positiv energi, eftertænksomhed, ambition og opfindsomhed.

Hver person står foran en farvet baggrund, som matcher deres påklædning. Det giver en ro, der fremhæver personen, og et visuelt udtryk, der skaber sammenhæng på tværs af portrætterne.



Farver

For at skabe to selvstændige universer for KEA Fuldtidsstudier og KEA Kompetence bruges en gennemgående farve for hver.

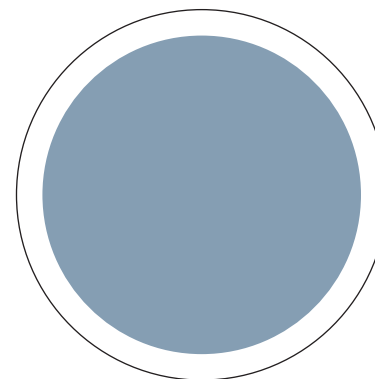


For KEA Fuldtidsstudier
bruges KEA rød

C=0 M=80 Y=70 K=0

R=234 G=80 B=69

Pantone 485 C



For KEA Kompetence
bruges en blågrå

C=50 M=30 Y=20 K=0

R=134 G=159 B=180

Pantone 5435 C

Kampagne-logo

I kampagne-elementerne bruges logoet i en farvet kasse for at opnå maksimal visuel genkendelighed og læsbarhed på tværs af formaterne.

Vi bruger kampagne-logoer til reklame, i salgsmateriale og ved arrangementer med ekstern synlighed.



KEAs officielle / corporate logoer

KEA logoet anvendes på virksomheders dokumenter eller i andre tilfælde, hvor KEA skal repræsenteres som institution.



Dansk version



Engelsk version

Mindstestørrelse

Logoerne bør ikke anvendes i mindre størrelser end de viste.

Uden tekst (kun til digital brug)

Logoerne må anvendes uden tekst på digitale platforme, i tilfælde hvor teksten ville blive ulæselig.



24 x 9 mm



28,6 x 13 mm



25 x 10,9 mm



29 x 15 mm



uden tekst



uden tekst

KEA Typografi

KEA's primære skrifttype er **Helvetica Neue LT Std.**

Alternativt kan Arial* bruges i stedet for Helvetica regular. Alternativet for den kondenserede version af Helvetica er Arial Narrow*.

*De alternative skrifttyper bør kun anvendes i tilfælde, hvor det er påkrævet at bruge system-skrifttyper. For eksempel i PPT-præsentationer, Word-skabeloner og e-mail signaturer.

A 1 &
B 2 ?
C 3 #

Helvetica Neue LT Std
Regular
35 to 96

A 1 &
B 2 ?
C 3 #

Helvetica Neue LT Std
Condensed
27 to 107

Tekststil (eksempel)

Forskellige skriftsnit føjer dynamik til teksten, hvilket gør den nemmere og mere tiltrækkende at læse.

1. Hovedtitel

Helvetica Neue LT Std

77 Bold Condensed

Størrelse: 30pt

2. Titel

Helvetica Neue LT Std

77 Bold Condensed

Størrelse: 14pt

3. Brødtekst

Helvetica Neue LT Std

55 Roman

Størrelse: 9pt

1 —•—•—• **DU SKAL IKKE BARE
VIDE. DU SKAL KUNNE.**

2 —•—•—• **FONTS CAN CREATE MOOD AND ATMOSPHERE**

3 —•—•—• An ius libris evertitur, ne vix graeci reformidans. Te nam mundi populo viderer, cum nominavi facilisis eu, modus nostrum omnesque eu pro. Mea ea integre adversarium, pri sale inermis at, suavitate gubergren definitionem eu mei. Pri mutat tamquam an. Sumo consul usu te.

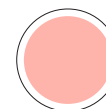
Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

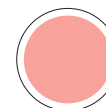
Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



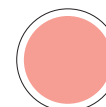
Alexander



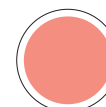
Pantone 169 C
RGB: 255, 180, 170



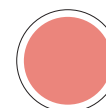
C=0 M=44 Y=30 K=0



C=0 M=47 Y=33 K=0



C=0 M=55 Y=42 K=0



C=4 M=59 Y=44 K=0

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Frank



Pantone 7448 C
RGB: 76, 55, 75



C=60 M=64 Y=42 K=19



C=61 M=67 Y=44 K=25



C=66 M=70 Y=48 K=37



C=69 M=75 Y=50 K=49

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



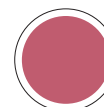
Christina



Pantone 198 C
RGB: 223, 70, 97



C=17 M=71 Y=38 K=1



C=22 M=76 Y=44 K=3



C=25 M=79 Y=48 K=5



C=28 M=81 Y=52 K=10

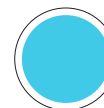
Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

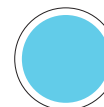
Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



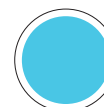
Elisabeth



Pantone 305 C
RGB: 89, 203, 232



C=53 M=0 Y=6 K=0



C=60 M=0 Y=8 K=0



C=65 M=4 Y=9 K=0



C=73 M=15 Y=10 K=0

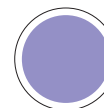
Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

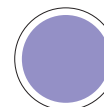
Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



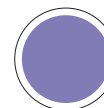
Jolan



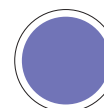
Pantone 2094 C
RGB: 142, 127, 174



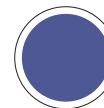
C=43 M=42 Y=0 K=0



C=53 M=52 Y=3 K=0



C=61 M=56 Y=0 K=0

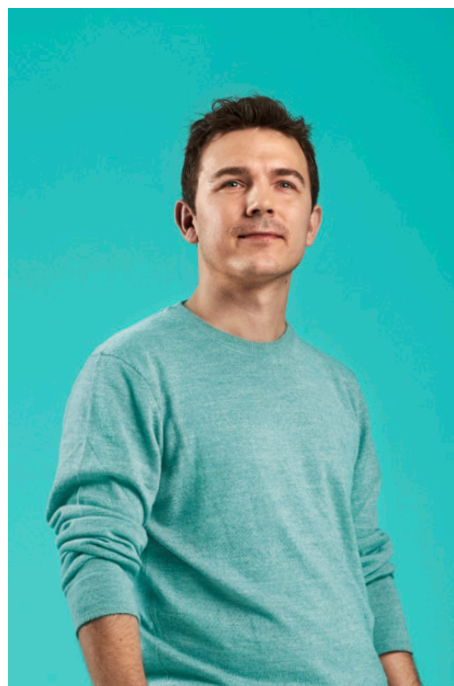


C=81 M=74 Y=16 K=0

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Jannik



Pantone 7472 C
RGB: 92, 184, 178



C=54 M=0 Y=27 K=0



C=60 M=0 Y=32 K=0



C=81 M=0 Y=39 K=0



C=94 M=0 Y=48 K=0

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Linda



Pantone 2377 C
RGB: 49, 84, 112



C=68 M=35 Y=17 K=40



C=84 M=54 Y=29 K=28



C=100 M=39 Y=0 K=63



C=94 M=24 Y=0 K=85

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Allan



Pantone 2328 C
RGB: 120, 103, 72



C=50 M=42 Y=67 K=16



C=47 M=49 Y=73 K=33



C=0 M=8 Y=58 K=77



C=35 M=38 Y=86 K=77

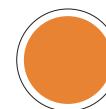
Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Jonas



Pantone 7413 C
RGB: 237, 139, 0



C=0 M=34 Y=76 K=0



C=0 M=45 Y=94 K=0



C=1 M=60 Y=98 K=4



C=2 M=56 Y=100 K=3

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Hannah



Pantone 7732 C
RGB: 0, 122, 62



C=68 M=0 Y=71 K=18



C=79 M=0 Y=89 K=22



C=89 M=0 Y=96 K=30



C=80 M=17 Y=76 K=51

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Alexander



Pantone 338 C
RGB: 110, 206, 178



C=50 M=0 Y=31 K=0



C=64 M=0 Y=50 K=0



C=84 M=0 Y=59 K=3



C=80 M=25 Y=70 K=10

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Christina



Pantone 2256 C
RGB: 86, 194, 113



C=57 M=0 Y=62 K=0



C=71 M=14 Y=78 K=0



C=79 M=0 Y=89 K=22



C=84 M=30 Y=100 K=26

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Signe



Pantone 2387 C
RGB: 7, 98, 200



C=88 M=56 Y=0 K=0



C=75 M=44 Y=0 K=0



C=97 M=74 Y=0 K=10

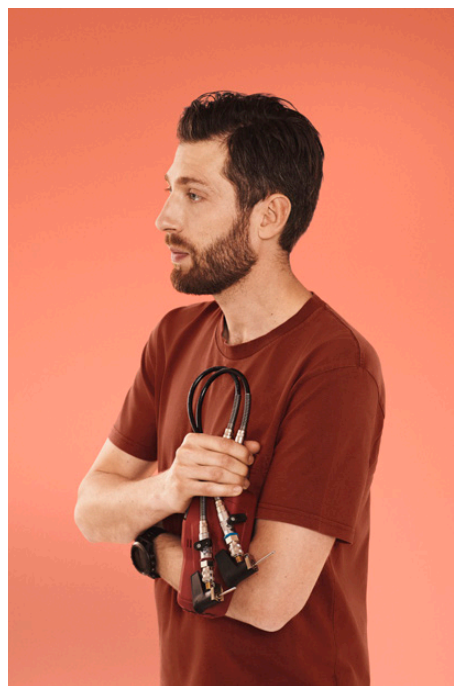


C=100 M=85 Y=0 K=12

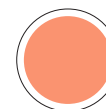
Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

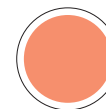
Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



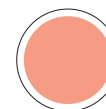
Tim



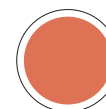
Pantone 2023 C
RGB: 250, 147, 112



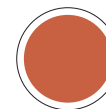
C=0 M=54 Y=56 K=0



C=0 M=47 Y=44 K=0



C=11 M=67 Y=70 K=0



C=16 M=72 Y=80 K=6

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Cindy



Pantone 212 C
RGB: 240, 78, 152



C=0 M=84 Y=10 K=0



C=0 M=76 Y=16 K=0



C=16 M=94 Y=48 K=6



C=20 M=100 Y=60 K=22

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Nasir



Pantone 121 C
RGB: 253, 215, 87



C=1 M=13 Y=78 K=0



C=0 M=8 Y=72 K=0



C=4 M=21 Y=82 K=0



C=10 M=27 Y=90 K=0

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Mogens



Pantone 7626 C
RGB: 198, 53, 39



C=5 M=90 Y=87 K=12



C=3 M=72 Y=65 K=1



C=9 M=96 Y=97 K=26



C=11 M=97 Y=100 K=36

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

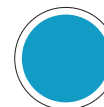
Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Jeanet



Pantone 7461 C
RGB: 0, 125, 186



C=83 M=29 Y=14 K=0



C=87 M=37 Y=15 K=1



C=91 M=43 Y=16 K=1



C=95 M=50 Y=17 K=1

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Claus



Pantone 7486 C

RGB: 188, 220, 147



C=28 M=2 Y=47 K=0



C=33 M=2 Y=58 K=0



C=39 M=2 Y=65 K=0



C=45 M=4 Y=73 K=0

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Anne



Pantone 1787 C
RGB: 244, 54, 76



C=0 M=92 Y=67 K=0



C=0 M=74 Y=44 K=0



C=13 M=86 Y=67 K=0



C=17 M=100 Y=91 K=16

Sekundære farver

I kampagne-elementerne bruges en farve defineret af baggrunden på billederne.

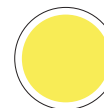
Farverne bruges f.eks. til baggrund i brochuren og i grafiske elementer som f.eks. skemaer og kasser.



Rikke



Pantone 100 C
RGB: 246, 235, 97



C=3 M=2 Y=78 K=0



C=0 M=4 Y=64 K=0



C=10 M=16 Y=76 K=0



C=14 M=22 Y=86 K=0

Annoncer

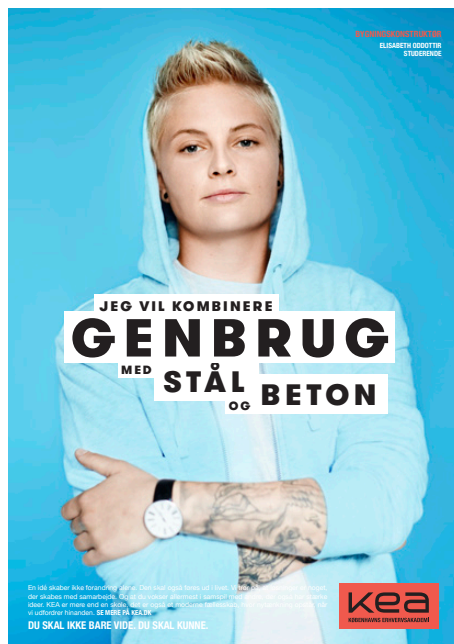
I annoncerne går de nye billeder helt til kant.

Citat-blokken placeres et centralt sted uden at gå i clinch med detaljer på billedet.

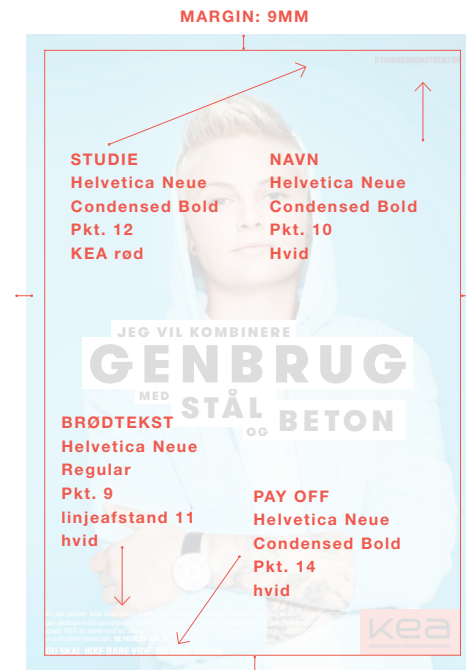
Al anden tekst følger KEAs corporate guidelines.

Logo placeres nederst i højre hjørne.

Dermed er det kun, når det er de studerende, der udtaler sig, at der bruges grafiske elementer fra kampagnen. Andre elementer skal følge Corporate Visual Identity.



Eksempel på annonce



Mål og skrift størrelser
Annonce A4 format

Citater

Citaterne bruges, når det er en studerende, der henvender sig til modtageren.

Citat skrifttype

Citater skrives med skrifttypen GT Walsheim Black, kun i majuskler.

Tekstblokke

Skriften står altid i en hvid tekstblok. Afstanden fra skrifttypen til kanten af blokken varierer i størrelse for at skabe et dynamisk look.

Fremhæv

Fremhæv ord, der er vigtige i forhold til den studerendes projekt eller studieområde.

Kontrast

Skab god kontrast mellem små og store ord, men så det stadig hænger sammen.



Eksempel på citat

Juni 2017

KEA - CORPORATE VISUAL IDENTITY OG KAMPAGNE-MANUAL

34

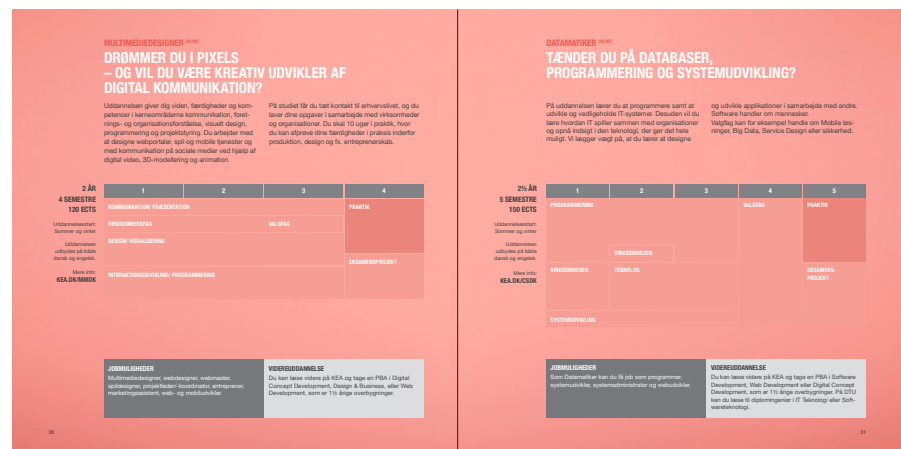
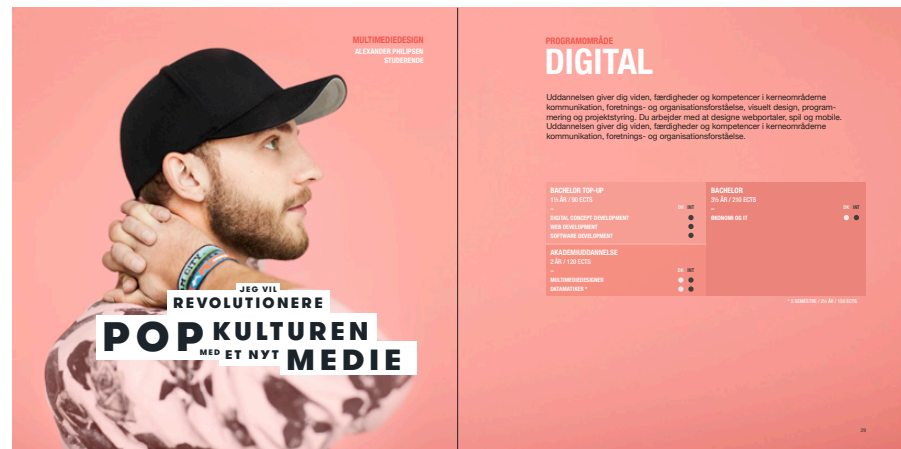
Brochure

Eksempler på farvebrug og formatering af citat i brochuren.

Typografi

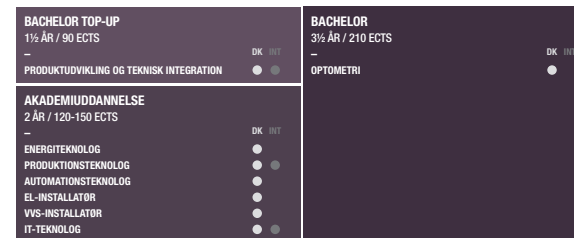
Helvetica Bold Condensed bruges til overskrifter og mellemrubrikker.

Til brødtekst bruges Helvetica Regular.



Skemaer og fotocollager

I skemaer og i billedcollager bruges samme afstand på 0,75 mm, så der opleves en sammenhæng i sammen-sætningen af elementer på tværs af opslagene.



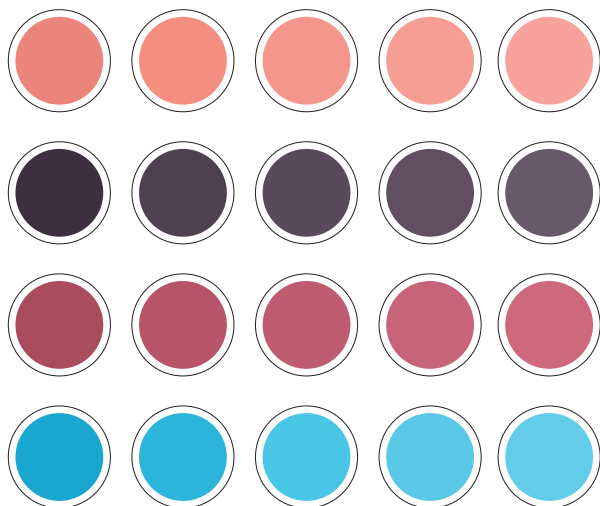
Eksempel på skema



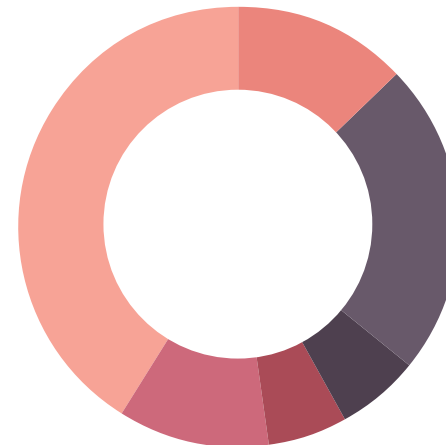
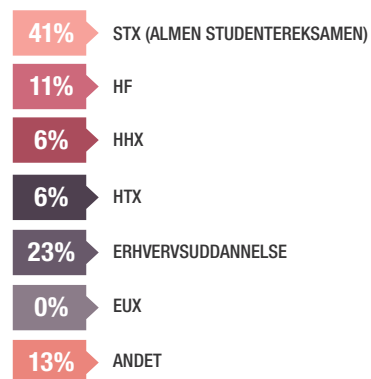
Eksempel på collage

Infografik

Til infografik tages der udgangspunkt i de farver, der kommer fra portræterne for hhv. KEA fuldtidsstudier (vist her) og KEA Kompetence, som supplement til KEA rød:



BAGGRUND



Kilde: Studentertilfredshedsundersøgelse 2015

PowerPoint-skabelon

Der er forskellige valgmuligheder for PowerPoint slides: Enkel hvid baggrund, farverig baggrund og glidende slides med de forskellige portrætter.

Formålet med de forskellige skabeloner til slides er, at de skal gøre det lettere at opbygge en præsentation og tilpasse den til indholdet. Derfor kan man frit vælge imellem de skabeloner, der passer bedst til en præsentation, og slette de øvrige.

Man bør benytte de skrifttyper, der findes i systemet (system fonts), så det er let for alle at redigere i en præsentation.

Det valgte format er 4:3, så det er muligt at vise præsentationen gennem en projektor.

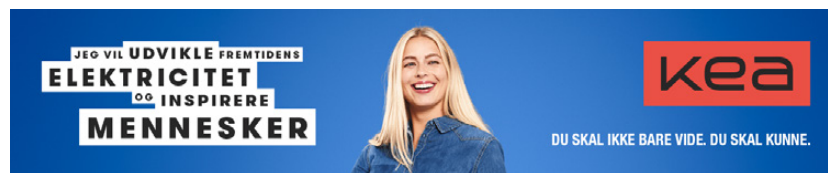
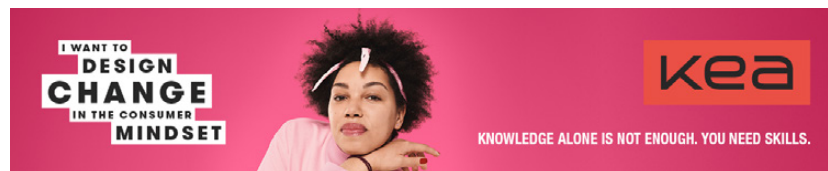
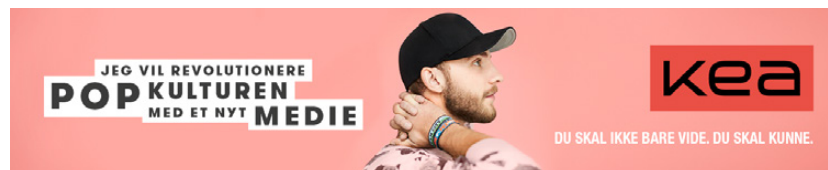
PowerPoint-skabelonerne (dansk og engelsk) findes på Fronter.



Mailsignaturer

Der findes flere forskellige signaturer, der promoverer fuldtidsuddannelserne (Digital, Design, Byg og Teknik), og fire, der promoverer deltidsstudierne (Kompetence).

Signaturerne ligger på Fronter sammen med en vejledning i opsætning på mail.

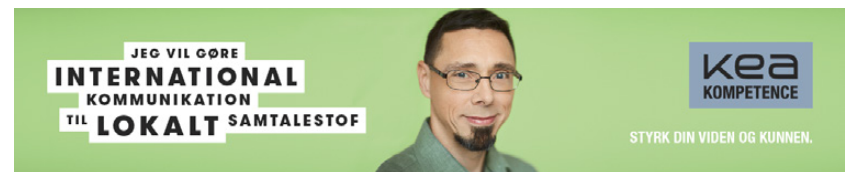
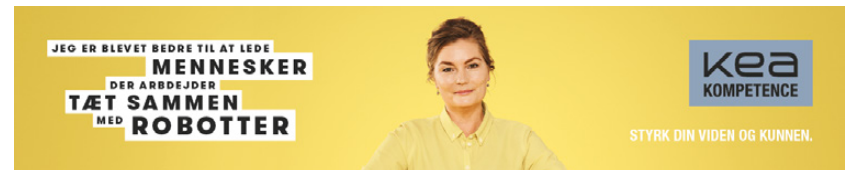


Nogle eksempler af mailsignaturer - Fuldtid

Mailsignaturer

Der findes flere forskellige signaturer, der promoverer fuldtidsuddannelserne (Digital, Design, Byg og Teknik), og fire, der promoverer deltidsstudierne (Kompetence).

Signaturerne ligger på Fronter sammen med en vejledning i opsætning på mail.



Mailsignaturer - Deltid

Visitkort

Lederen på det pågældende program-område eller center afgør, hvem der kan få visitkort, da udgiften ligger hos den enkelte leder.

Efter den formelle godkendelse får man adgang til linket til visitkort (i ledelsesrummet på Fronter). Her vælger man enten corporate- eller kampagne-udgave af visitkortet og indsætter sine personlige oplysninger.

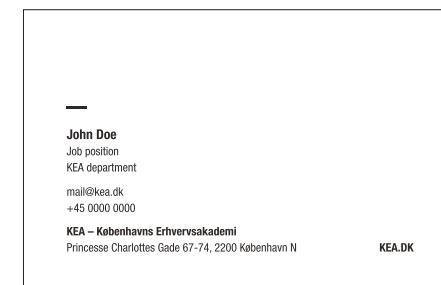
Corporate-udgaven af visitkortet har det officielle KEA logo, og formatet er horisontalt.

Kampagne-udgaven af visitkortet har kampagne-logo, og formatet er vertikalt. Der er fire forskellige farver at vælge imellem.

Begge udgaver fås på dansk og engelsk.



Kampagne version (Eksempel)



Corporate version (Eksempel)

Juni 2017

KEA - CORPORATE VISUAL IDENTITY OG KAMPAGNE-MANUAL

41

Roll-ups

Der findes 4 forskellige roll-up sæt for fuldtidsuddannelserne, som kan bruges til at promovere KEAs forskellige programområder på messer og ved forskellige arrangementer. De måler 100 x 200 cm.

Skriv til kommunikation@kea.dk, hvis du ønsker at låne dem – gerne 5 dage før et arrangement.



Roll-up sæt 1

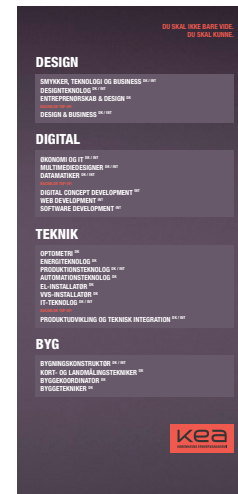
Roll-ups



Roll-up sæt 2



Roll-up sæt 3



Roll-up sæt 4



Juni 2017

TAK FOR DIN TID

