



MitID Visuel Identitet



## Forord

Formålet med denne designmanual er at sikre et ensartet og professionelt udtryk i udarbejdelsen og vedligeholdelsen af grafisk og generel visuel produktion og kommunikation for MitID og MitID Erhverv.

Designmanualen præsenterer rammerne om det grafiske udtryk og giver klare retningslinjer for brug af den visuelle identitet for MitID og MitID Erhverv.

Designmanualen vedrører MitID og MitID Erhverv. Der findes dog også en særskilt designmanual for logoet til MitID Erhverv, samt ikoner for serviceområderne under NemLog-in3.

# Designkoncept

MitID er hyperkompleks teknologi i sin mest simple form. Både fordi man nemt og hurtigt skal kunne bruge det hver dag - eller intuitivt vide hvordan man gør, selvom man bruger det mere sjældent.

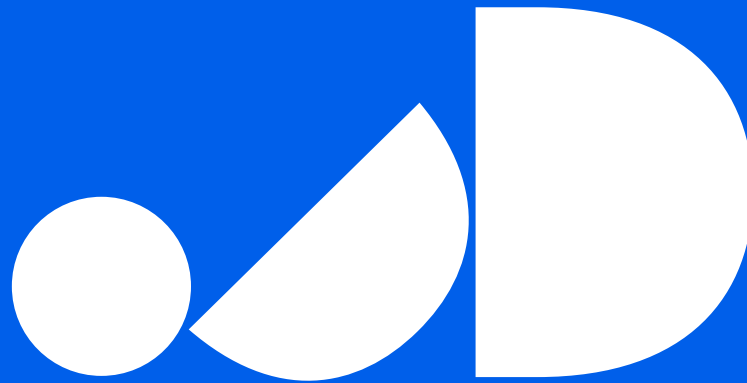
Den mangfoldighed skal cementeres og repræsenteres i det visuelle udtryk. Det er vigtigt.

MitID er kritisk infrastruktur som el i kontakten og asfalt på vejen. Vi bruger det hele tiden, uden at tænke over det - og sker det, er det oftest fordi, det pludselig ikke virker. Det er typisk også her, vi finder ud af, hvor vigtigt det er.

Vi kan ikke undvære MitID. Det skal ikke misforstås som arrogance. For MitID er ganske empatisk i sit udtryk. Men der er også en stolthed i MitID's identitet; over at være en vigtig brik (og app), i et af verdens bedst digitaliserede samfund.

Et samfund, hvor sikkerhed og tryghed i lige så høj grad skal findes on- som offline. I vores digitale hverdag er der brug for noget, man kan være sikker på. En konstant, der skaber tryghed dér, hvor vi har mest brug for det. Derfor skal MitID's design også betrygge os i vores digitale liv og stå som visuel garant for den højeste sikkerhed.

# Grundelementer







## Grundelementer

Mit 

Logo

Aa

Typografi

Farver



Illustrationer



Ikoner



Billedstil

## Grundelementer

### Logo

#### MitID

Logoet symboliserer i al sin enkelhed en personlig og sikker ID-løsning. Det er meningen, at logoet skal stå alene.

#### Kontrast

Logoet bør stå i klar kontrast til baggrunden. Den blå version bruges på lyse baggrunde eller billeder, og den hvide bruges på blå eller mørke baggrunde.

#### Gør ikke

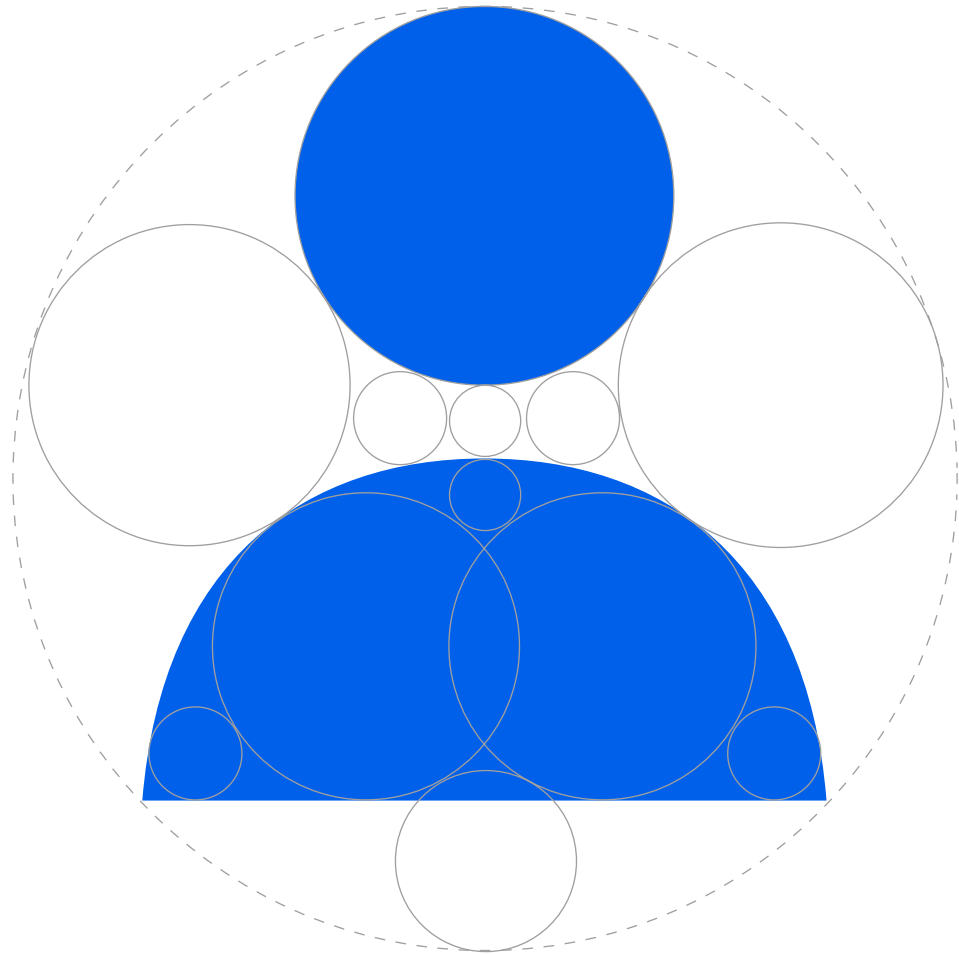
Logoet må ikke ændres eller gentegnes på anden måde. Tidligere versioner bør aldrig anvendes.

The image shows the MitID logo in white on a solid blue background. The logo consists of the word "Mit" in a sans-serif font, followed by a stylized icon of a person with a circular head and a semi-circular body, and then a large capital "D".The image shows the MitID logo in blue on a light gray background. The logo consists of the word "Mit" in a sans-serif font, followed by a stylized icon of a person with a circular head and a semi-circular body, and then a large capital "D".

## Grundelementer

### Logo

Den stringente og rene symmetri i "ludobrikken" signalerer i al sin enkelhed kvalitet, troværdighed og seriøsitet. Dets bløde formgivning rummer et dynamisk visuelt afsæt og skaber en platform for nye muligheder og dimensioner.



## Grundelementer

### Logo

#### Sociale medier/app

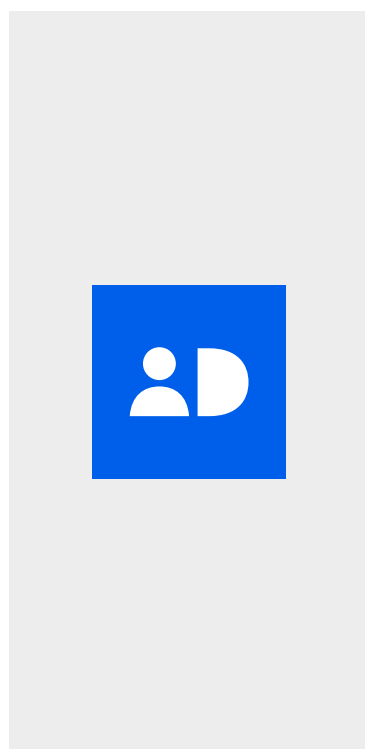
En simplificeret version af logoet – kun ID i en blå kvadrat – er lavet til bl.a. sociale medier, browser ikon, app logo mv. samt alle de steder, hvor der er behov for en kvadratisk version af logoet.

#### Minimumstørrelse

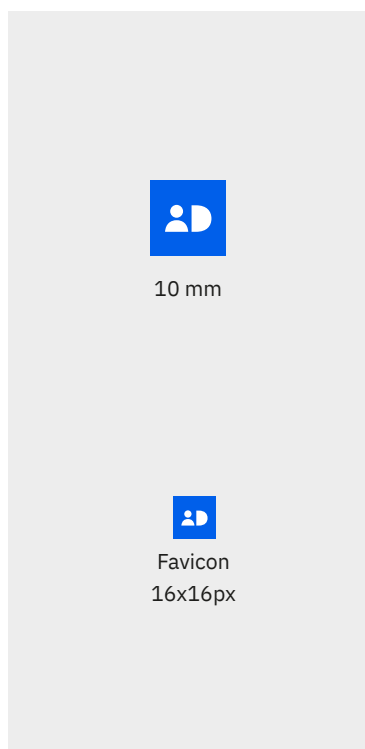
For at bevare læsbarheden er der defineret minimumstørrelser.

#### Respektafstand

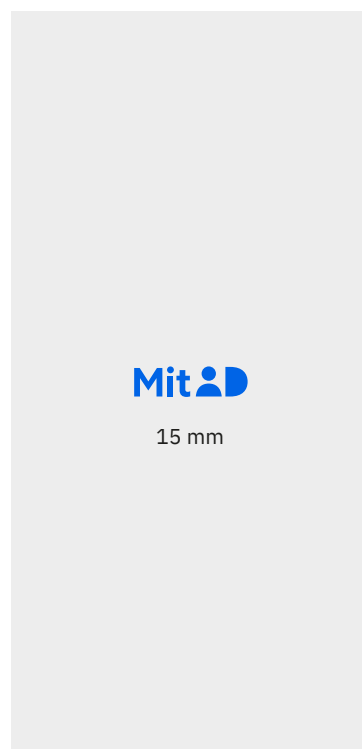
Den definerede respektafstand til logoet sikrer optimal afkodning og tydelighed.



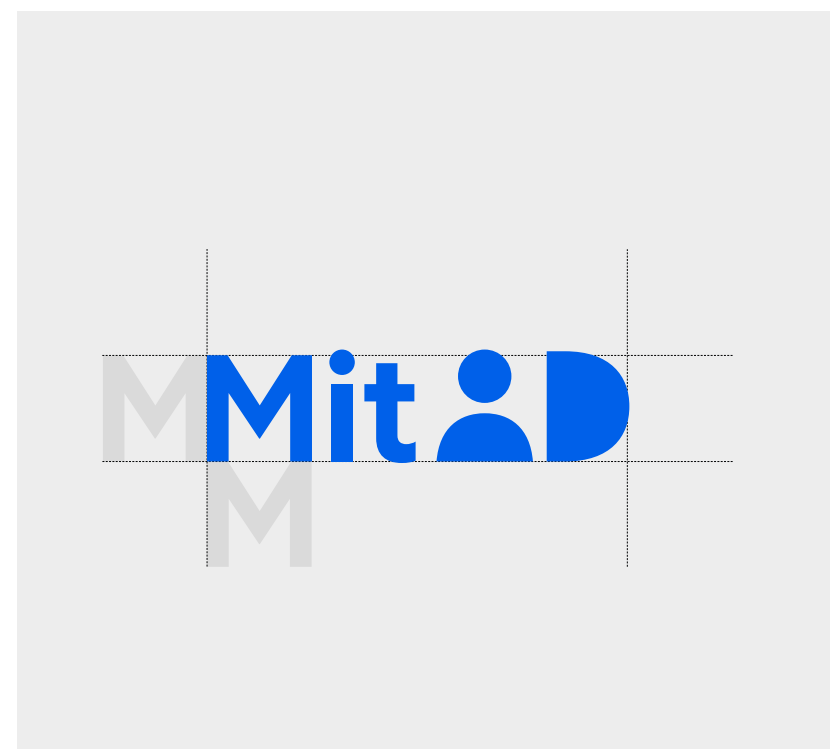
Profilbillede  
(SoMe, app mv.)



Minimumstørrelser



Minimumstørrelser



Respektafstand



Når logoet optræder på billeder, skal man altid sørge for, at respektafstanden til logoet ikke indeholder elementer, der forstyrrer dets genkendelighed. Logoet placeres altid på en rolig baggrund.



## MitID Erhverv

Logoet tager udgangspunkt i ludobrikken og D'et fra det oprindelige MitID logo for at skabe en genkendelighed og kobling til MitID. Disse er så highlightet med en blå cirkel.



## Grundelementer

### Logo // Subbrands

#### Kontrast

Logoet bør stå i klar kontrast til baggrunden. Den blå version bruges på lyse baggrunde eller billeder, og den hvide bruges på blå eller mørke baggrunde.

#### Gør ikke

Logoet må ikke ændres eller gentegnes på anden måde. Tidligere versioner bør aldrig anvendes.





## Grundelementer

### Logo // Subbrands

#### Minimumstørrelse

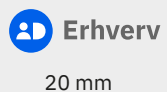
For at bevare læsbarheden er der defineret minimumstørrelser.

#### Respektafstand

Den definerede respektafstand til logoet sikrer optimal afkodning og tydelighed.



Profilbillede  
(SoMe m.v.)

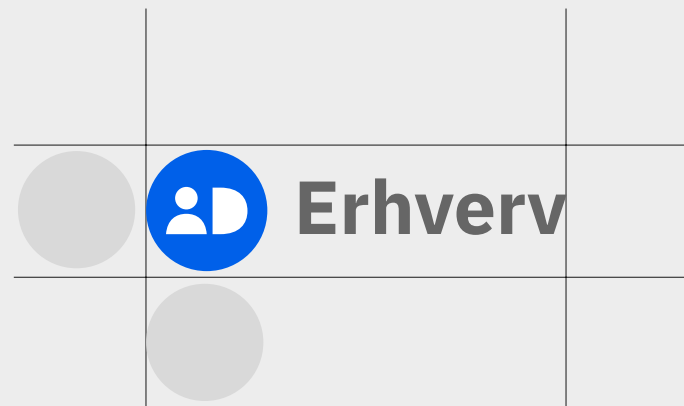


20 mm



Favicon  
16x16 px

Minimumstørrelser



Respektafstand

**Typografi**

Make words

**m o v e**

IBM Plex Sans

Thin

NemID

Regular

bliver

Medium

til

Bold

MitID

**Overskrift**

IBM Plex Sans Medium

**Under-overskrift**

IBM Plex Sans Light

**Sektions overskrift**

IBM Plex Sans Medium

**Brødtekst**

IBM Plex Sans Regular

# MitID – et sam- fundsansliggende

De danske banker og den offentlige sektor er gået sammen i et fællesskab om at udvikle en ny adgang til digital selvbetjening med navnet MitID.

Den nye løsning giver adgang til netbanken, Digital Post og meget mere.

Navnet MitID signalerer, at vi får en fleksibel løsning, der kan tilpasses min hverdag og mine behov. Løsningen vil stadig være forbundet med en meget høj grad af sikkerhed, og brugervenlighed er også et højt prioriteret parameter.

**Overskrift**  
Calibri Bold

# MitID – et samfunds- anliggende

**Under-overskrift**  
Calibri Light

De danske banker og den offentlige sektor er gået sammen i et fællesskab om at udvikle en ny adgang til digital selvbetjening med navnet MitID.

**Sektions overskrift**  
Calibri Bold

**Den nye løsning giver adgang til netbanken, Digital Post og meget mere.**

**Brødtekst**  
Calibri Regular

Navnet MitID signalerer, at vi får en fleksibel løsning, der kan tilpasses min hverdag og mine behov. Løsningen vil stadig være forbundet med en meget høj grad af sikkerhed, og brugervenlighed er også et højt prioriteret parameter.

**Overskrift og tekst på billede**

Tekst på billeder skal være letlæselig. Man bør derfor kun anvende korte sætninger og store punkt-størrelser. Billede og tekst skal fungere godt sammen. Billedet er ikke bare baggrund for teksten - man skal kunne se motivet.

MitID er dit nye personlige ID.  
Brug det til alt det, du før har  
brugt NemID til.



### Anbefalede brødtekststørrelser

Brødtekst skal være letlæselig. Derfor bør linjernes længde minimum være 30 enheder (inklusive mellemrum), helst være på 50-55 enheder (inklusive mellemrum) og må aldrig overstige 70 enheder (inklusive mellemrum) i snit.

Her ses eksempler på anbefalede brødtekststørrelser i spalter med bredden 63 mm.

Brødtekst er altid venstrestillet.

Fugit rest et volor sintur ratur? Millitae maximusa audipsae non cone nis evelectes velit et voluptati cum nos inc-temped etum et volupta tiandi omnima consed ut doluptur asitatie volorem ipsandam necta dus, sit eum quatem delestium escilit ionsequia.

### Quia quod eum

volo moluptas nimaionsecto volorem di simperum faccullese prae si venist, te porit eost, tem est eumquid mi, everepe lestis earum quia quod eum autes et do- lor restiis quidis pererci psundis cimusam ad eaque poreum aut quiant, is aut et od ut dolore, et arcim.

Maxim illent ut quas et ut alitae. Ut pa que nos necatio. Cea cumquis sinctum ex eum quam, so- lores doluptatur ma voluptate perchilissum vitasit dolecat ionsedictat.

### Omnitatur res nis sapitio

Orepudandem dusciis itasima gnimus et acepu- dae nis ea cus reptiur modis dolupta ssintem sequia dit autatiasiti occum, omnitatur res nis sapitio nsequo tenienducia doluptam, quamus- daes magnati aerepti occupatam asperi que la quis dus eveniae sit labore ma in peditatus rest ulpa id quiamen daecum fuga. Nam in rat ent quidempos adis exero to bea quidelenimus sequi invendia vendus utatur repero consequ atessed itatur, aut estotat quisqui cus auditatem int. Lupta dolor aliatum, odi que od que nienditem nosan- dios volupta temporios sam fugitem porenda ecti- ons equati coria in peliant omnimin.

10 pt / Auto leading 140% (14 pt)  
Spalte bredde 63 mm giver ca. 40 enheder pr. linie  
Brødtekst: IBM Plex Sans Regular  
Mellemrubrik: IBM Plex Sans Bold  
Mellemrubrikker har samme størrelse som brødteksten.

8 pt / Auto leading 140% (12 pt)  
Spalte bredde 63 mm giver ca. 50 enheder pr. linie  
Brødtekst: IBM Plex Sans Regular  
Mellemrubrik: IBM Plex Sans Bold  
Mellemrubrikker har samme størrelse som brødteksten.

# Farver



**PMS 1485C**



## Grundelementer

### Farver

#### Primære farver

MitID's farvepalette er funderet i den blå brandfarve, MitID-blå.

#### Farvedosering

På tværs af alle platforme skal designet forankres i den blå brandfarve.

Highlight-farven komplimenterer den blå, og sammen giver de et mere dynamisk og komplet udtryk.

## MitID

**R:** 0  
**G:** 96  
**B:** 230

**C:** 86  
**M:** 62  
**Y:** 0  
**K:** 0

#0060e6

**PMS** 285C

## Highlight

**R:** 254  
**G:** 173  
**B:** 99

**C:** 0  
**M:** 41  
**Y:** 63  
**K:** 0

#FAAD63

**PMS** 1485C

## Grundelementer Farver

### Neutrale og blue tones

Neutrale og blue tones er begge udviklet ud fra UX scheme og skal benyttes med omtanke. Derudover er det vigtigt at sikre, at eventuelle farvekombinationer er webtilgængelige.

#### Neutrale

<b>R:</b> 25 <b>G:</b> 25 <b>B:</b> 25  <b>C:</b> 77 % <b>M:</b> 67 % <b>Y:</b> 61 % <b>K:</b> 84 %  #191919 PMS Black 6 C	<b>R:</b> 51 <b>G:</b> 51 <b>B:</b> 51  <b>C:</b> 69 % <b>M:</b> 60 % <b>Y:</b> 56 % <b>K:</b> 66 %  #333333 PMS 447C	<b>R:</b> 102 <b>G:</b> 102 <b>B:</b> 102  <b>C:</b> 56 % <b>M:</b> 45 % <b>Y:</b> 45 % <b>K:</b> 33 %  #666666 PMS 4195C
<b>R:</b> 204 <b>G:</b> 204 <b>B:</b> 204  <b>C:</b> 23 % <b>M:</b> 17 % <b>Y:</b> 18 % <b>K:</b> 1 %  #CCCCCC PMS 2330C	<b>R:</b> 235 <b>G:</b> 235 <b>B:</b> 235  <b>C:</b> 9 % <b>M:</b> 7 % <b>Y:</b> 7 % <b>K:</b> 0 %  #EBEBEB PMS 663C	<b>R:</b> 247 <b>G:</b> 247 <b>B:</b> 247  <b>C:</b> 4 % <b>M:</b> 2 % <b>Y:</b> 3 % <b>K:</b> 0 %  #F7F7F7 PMS 656C

#### Blue tones

<b>R:</b> 0 <b>G:</b> 76 <b>B:</b> 184  <b>C:</b> 100 % <b>M:</b> 65 % <b>Y:</b> 0 % <b>K:</b> 0 %  #004CB8 PMS 2388C	<b>R:</b> 0 <b>G:</b> 58 <b>B:</b> 143  <b>C:</b> 100 % <b>M:</b> 82 % <b>Y:</b> 13 % <b>K:</b> 2 %  #003A8F PMS 2146C	<b>R:</b> 0 <b>G:</b> 28 <b>B:</b> 68  <b>C:</b> 73 % <b>M:</b> 58 % <b>Y:</b> 34 % <b>K:</b> 75 %  #001C44 PMS 282C
<b>R:</b> 142 <b>G:</b> 192 <b>B:</b> 250  <b>C:</b> 47 % <b>M:</b> 17 % <b>Y:</b> 0 % <b>K:</b> 0 %  #8EC0FA PMS 283C	<b>R:</b> 200 <b>G:</b> 224 <b>B:</b> 253  <b>C:</b> 25 % <b>M:</b> 7 % <b>Y:</b> 0 % <b>K:</b> 0 %  #C8E0FD PMS 2707C	<b>R:</b> 242 <b>G:</b> 247 <b>B:</b> 254  <b>C:</b> 7 % <b>M:</b> 2 % <b>Y:</b> 2 % <b>K:</b> 0 %  #F2F7FE PMS 649C

\*OBS! Se fodnote

## Grundelementer

### Farver

#### Sekundære farver

Udover de primære farver har vi en sekundær farvepalette med fire farver. Disse farver kan bruges på alt kommunikationsmateriale, digitale platforme, såvel som i kampagner og printmateriale.

#### Specifikationer

Bemærk, at der kan være forskel i specifikationerne fra farve til farve, fra skærm til print og fra bestrøget papir til ubestrøget papir.

**R: 251**

**G: 89**

**B: 123**

**C: 0 %**

**M: 70 %**

**Y: 35 %**

**K: 0 %**

**#FB597B**

**PMS 1777C**

**R: 104**

**G: 210**

**B: 223**

**C: 45 %**

**M: 0 %**

**Y: 15 %**

**K: 0 %**

**#68D2DF**

**PMS 3105C**

**R: 73**

**G: 188**

**B: 163**

**C: 81 %**

**M: 0 %**

**Y: 50 %**

**K: 0 %**

**#49BCA3**

**PMS 7465C**

**R: 277**

**G: 44**

**B: 64**

**C: 50 %**

**M: 72 %**

**Y: 0 %**

**K: 0 %**

**#875BA3**

**PMS 2081C**

## Grundelementer Illustrationer

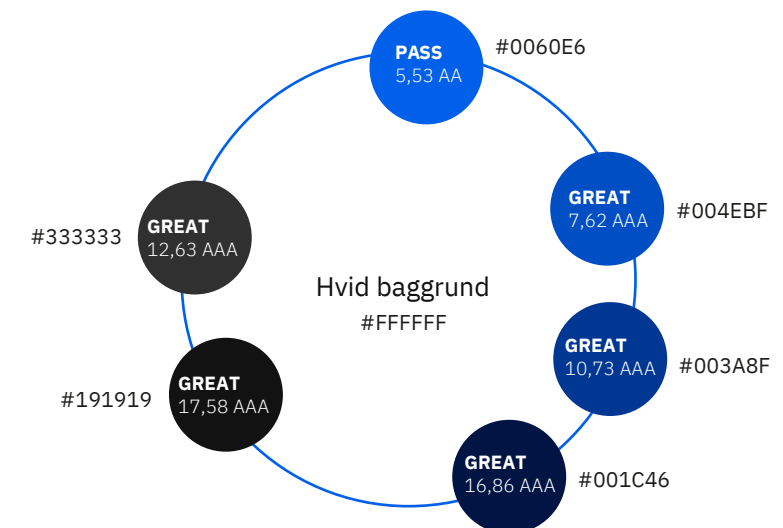
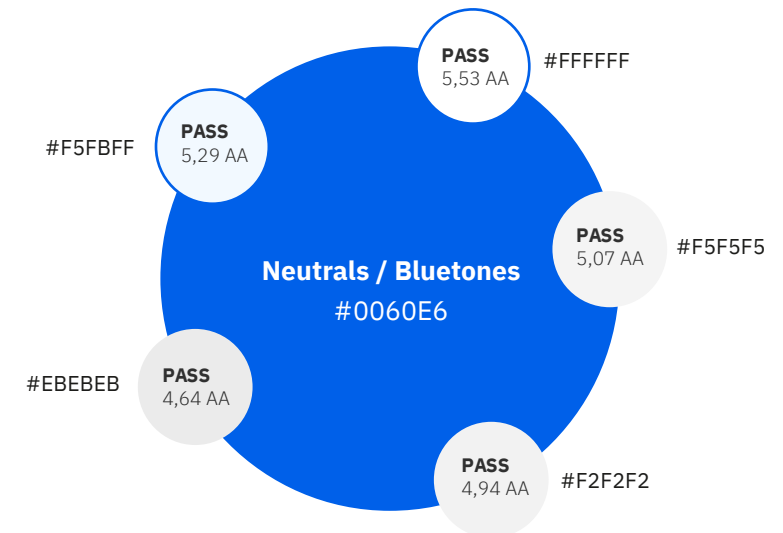
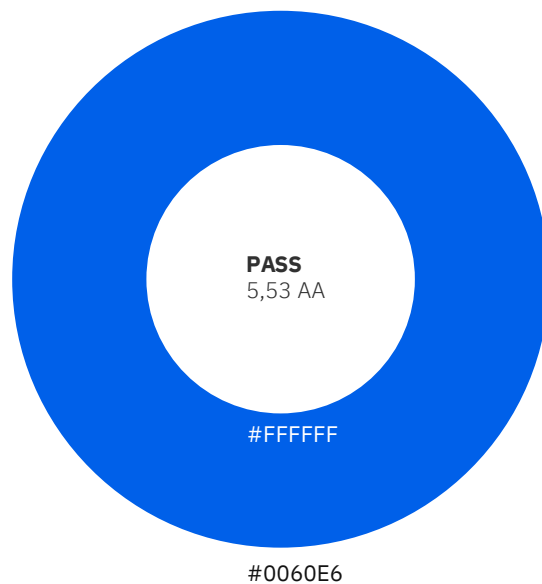
### Webtilgængelighed

Webtilgængelighed i design, interface og indhold m.m. har til formål at sikre tilgængelig for alle internettets brugere, uanset deres fysiske, kognitive og digitale evner eller de teknologiske hjælpemidler de måtte bruge.

### Kombination

Det er derfor kritisk, hvorvidt kombinationen af farver til fx. en tekst eller en baggrund overgår tilgængelighedsgrænser defineret af W3C og dermed tilgængelighed for brugere med synshandicap.

Den rette kombination skal leve op til Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 (AA). Det kræver en minimumskontrast på: 4,5:1. Se desuden bilag med farvetest.



## Grundelementer

### Farver

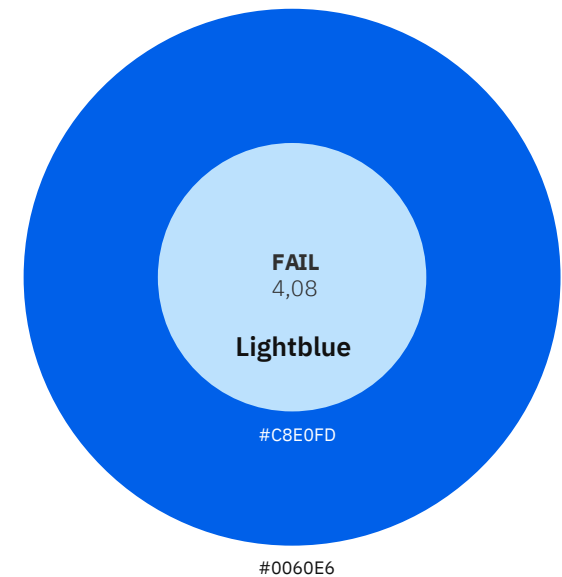
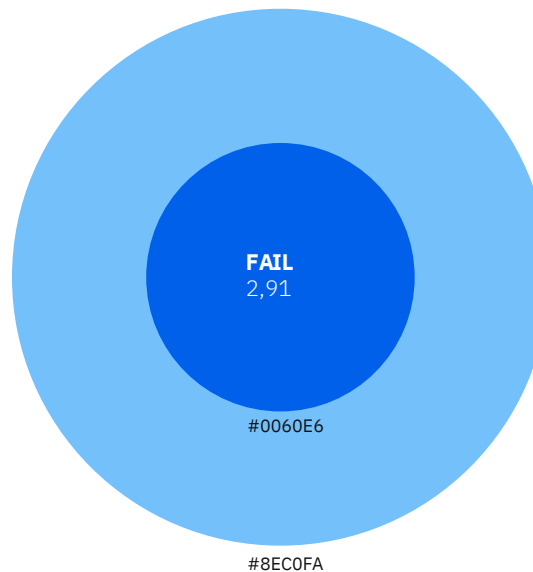
#### Valg af farver

Det er vigtigt at understrege, at ikke alle farvekombinationer kan eller vil være WCAG compliant. Det betyder ikke, at de ikke kan benyttes, men det er vigtigt, at kombinationerne bruges i den rette kontekst og placeres efter brugerens/læserens behov. Fx. må kritisk information aldrig sammensættes

med en af de nedenstående kombinationer, med mindre man gør brug af stroke, da farveblinde i visse tilfælde ikke vil kunne afkode indholdet.

#### Stroke

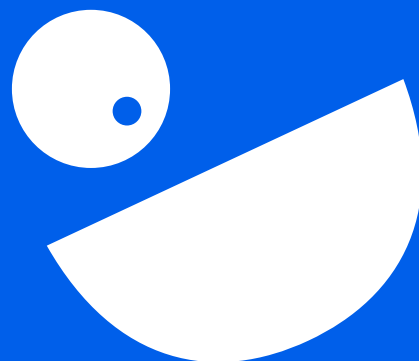
Ved brug af fx. highlight- eller lightblue-farven er der mulighed for at benytte "stroke" i komplekse illustrationer til optimering og forbedring af webtilgængeligheden. Se afsnit vedr. illustrationer.



#### \*Brug af highlight

Se afsnit "illustrationer" vedr. brug af highlight- og lightbluefarver.

# Illustrationer



## Grundelementer

### Illustrationer

#### Former

Illustrationsstilen tager udgangspunkt i elementerne fra logo, tilsat lidt ekstra, og ud fra denne simple grundsten kan der bygges endeløse former og objekter.

#### Formål

Illustrationerne for MitID har to formål. Dels skal de bruges til at vække opmærksomhed og vise en tydelig brand-identitet. Derudover skal de sikre høj brugervenlighed og intuitiv forståelse for produktet. Første formål er særligt designfokuseret, mens

andet formål er mere UI-fokuseret. Derfor er der en udvikling i illustrationernes kompleksitet, afhængigt af formål. Se næste side. Så vidt muligt opfordres der til en minimalistisk tilgang til al illustrationsudvikling for at sikre et ensrettet udtryk på tværs af platforme, devices og medier.



## Grundelementer Illustrationer

### Forskellige behov

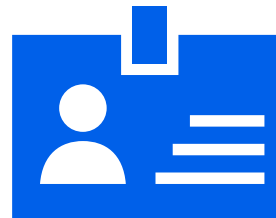
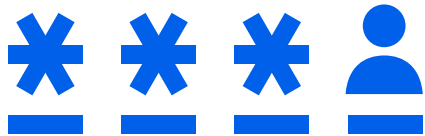
Der er forskellige behov for detaljering i illustrationerne, afhængigt af formålet. I udgangspunktet bruges den minimalistiske stil særligt til illustrationer med brand-formål frem for UI-formål. Hvis der i brugerperspektiv er behov for at vise større kompleksitet, fx interaktion, flere lag eller lignende, kan man bevæge sig op i kompleksitet og tilføje flere lag (detaljeret) eller endda highlight- eller lightbluefarve (kompleks).

### Designprincipper

- Benyt altid "filled" ikoner
- Benyt ludobrik fra MitID-logo i illustrationen, når det giver værdi
- Ingen brug af slagskygger
- Flatdesign med mulighed for overlap til dybde
- Benyt minimalistisk stil som udgangspunkt
- Brug MitID blå. Tilføj kun highlight- eller lightbluefarverne ved komplekse illustrationer
- Benyt stroke/subtraction for at sikre webtilgængelighed, når der udvikles "detaljeret" og "komplekse" illustrationer

### Farver

Illustrationerne benytter primært den blå brandfarve. Derudover kan highlight- og lightbluefarverne benyttes til komplekse illustrationer. Dog bør disse farver ikke anvendes til main focal-points. Sekundære farver er ikke tilladt.



## Designprincipper for ikonudvikling

### Minimalistisk

Benyt den blå brandfarve samt det modulære system.

### Detaljeret

Benyt til stadighed det modulære system, men flere og andre former må gerne tilføjes så forståelsen er entydig.

### Kompleks

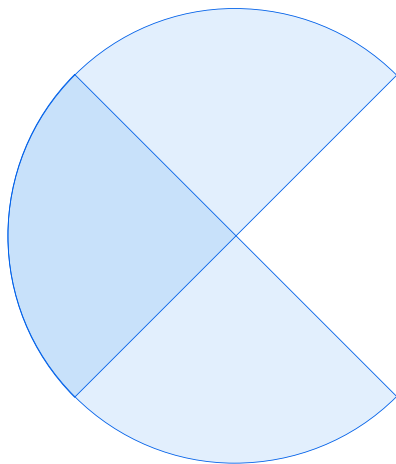
Her tillades bl.a. brug af flere farver



## Grundelementer Illustrationer

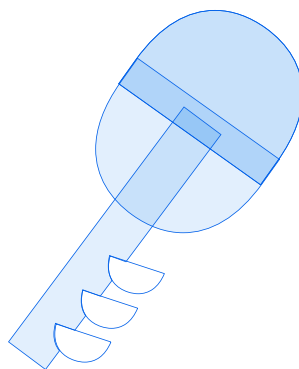
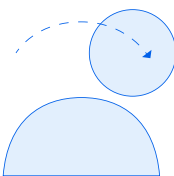
### Modulært system

Komplekse former bygges ved at sammensætte flere simple former.

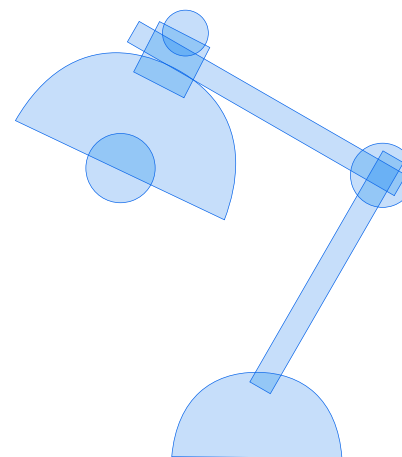


2 halvcirkler overlapper og danner  
en "pac man" lignende karakter

Hovedet på ludobrikken  
flyttes mod højre



Bilnøgle. Sammensat af  
mange forskellige former.



Lampe. Ligeledes  
sammensat af mange  
forskellige former.

## Grundelementer Illustrationer

### **Et element af overraskelse**

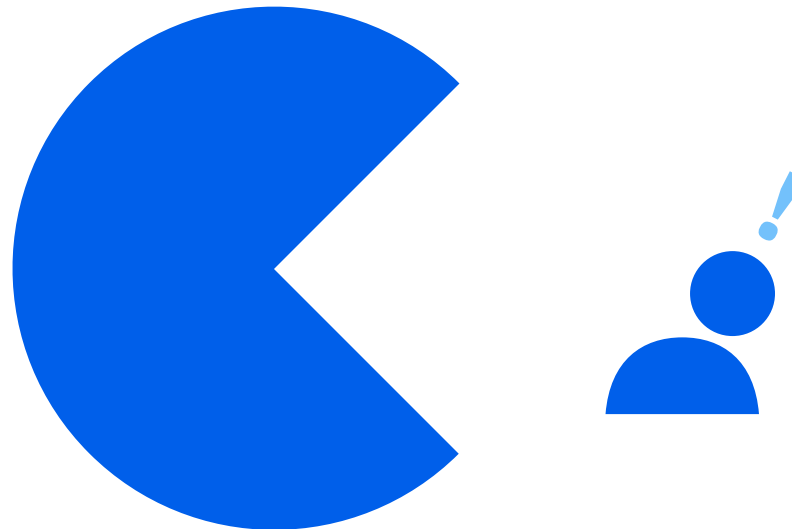
En illustration skal begynde med en idé. Et klart koncept kan eksemplificeres med ret få elementer.

Gør illustrationerne interessante ved at tilføje et element af overraskelse eller et uventet twist. For eksempel ved at lege med skalaen på elementer eller ved at tilføje mindre detaljer og objekter, så man kan gå på opdagelse i i illustrationen.

### **Hold det simpelt**

En vellykket illustration bør ikke være kompleks – faktisk indeholder de bedste illustrationer meget få elementer til at udtrykke et koncept eller en ide. Hvert enkelt element bør have en lav grad af detaljering.

MitID kan være  
en stor mundfuld  
for nogen..



## Grundelementer

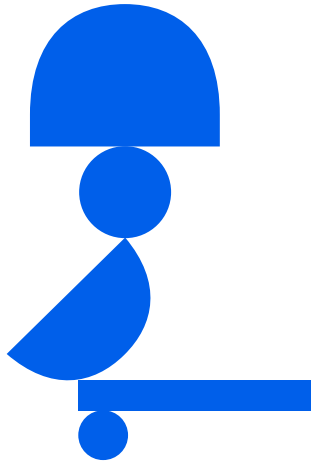
### Illustrationer

#### Primære formål

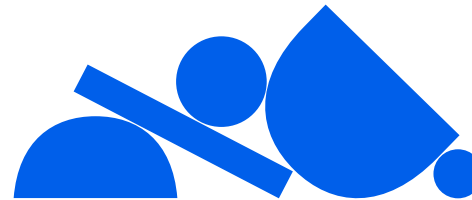
Illustrationsstilens primære formål er at opfylde behovet for at skabe opmærksomhed om et budskab, en agenda eller andet, samt at gøre det komplekse simpelt. Derfor er stilen holdt minimalistisk - men med rum for, at der kan bygges ganske komplekse ikoner ud fra de simple grundelementer.

#### Hero grafikker

Illustrationerne skal derfor primært benyttes i hero- eller infografiksammenhæng (hvor fokus er mere på illustrationsformål end UI-formål), og bør, visuelt, være af speciel høj kvalitet.

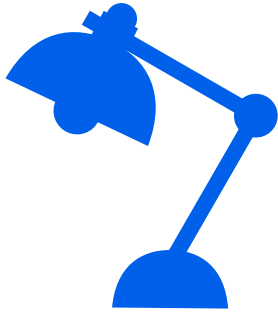


MitID er til et  
liv i balance



Og til når det er  
tid til forandring

Grundelementer  
**Illustrationer**



Når designet skal sikres



Når livet giver mening



Når sikkerhed spiller en rolle



Når snebolden ruller



Når livet skal ligge på hjul



Når der skal siges farvel

## Grundelementer

### Illustrationer

Her er illustrationsstilen vist i en sammenhæng,  
hvor brand og design er i fokus.



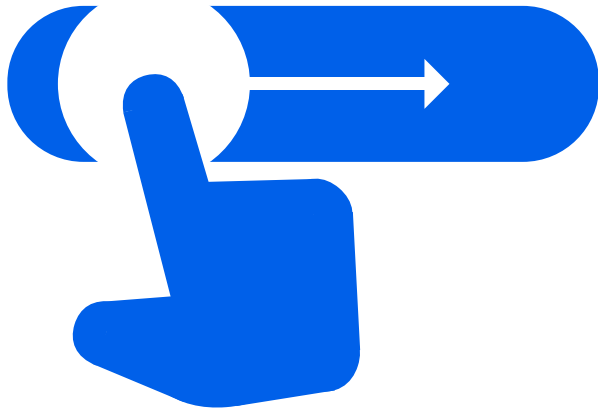
## Grundelementer

### Illustrationer

Udover formålet med at sikre opmærksomhed og brand-identitet har illustrationerne også et brugervenlighedsperspektiv, hvor rammerne for illustrationsstilen udvides. Illustrationerne vil nemlig også skulle bruges i app- og UI-sammenhæng, hvor der er større krav til intuitiv og utvetydig forståelse. På denne måde kan MitID-universet fortælle en større historie og samtidig gøre brug af mere komplekse, men stadig unikke, illustrationer.

#### Tag hånd om det..

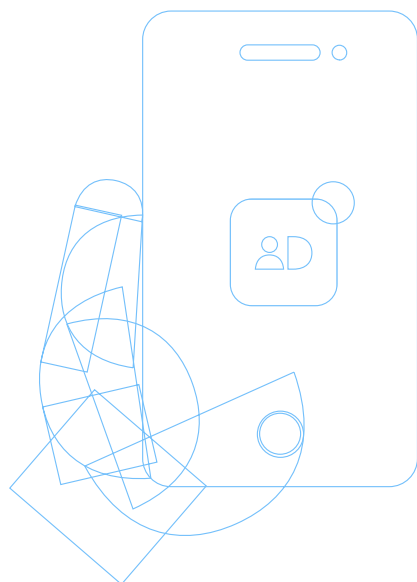
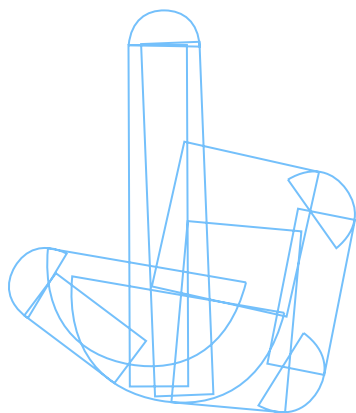
Et bærende element i UI illustrationerne er ”hånden”, da den aktivt kan og vil vise håndteringen eller en ønsket interaktion. Derfor er hånden blevet udviklet med inspiration fra det modulære system samt principper i MDI Rounded fra Google og kan fungere i en minimalistisk og kompleks form.



Brug af den blå brandfarve



Brug af flere farver



## Grundelementer

### Illustrationer

#### Opbygning

For at sikre konsistens og stringens i nuværende og fremtidige illustrationer har vi udarbejdet nedenstående retningslinjer.

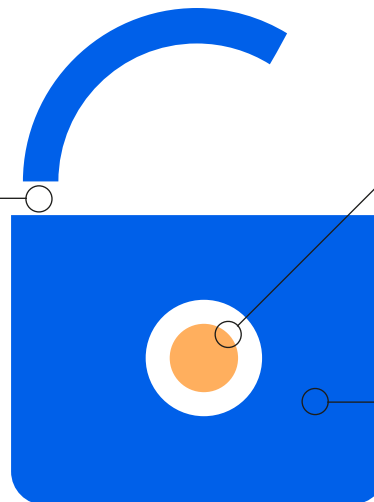
**3.** Brug "shape subtraction" til at sikre niveau, formgivning og forståelsesinddeling af illustrationerne.

Man skal bestræbe sig på en 10% subtraction i højde og/eller bredde for at sikre optimal afkodning.

Fx: Hængelås: 45mm bred.

Subtraction: 4,5 x 4,5 mm

Strokes er ligeledes tilladt ud fra ovenstående, dog altid "expanded" af responsivitetshensyn.



**4.** Nedenstående 2 farver kan dernæst tilføjes i en begrænset dosering, hvis der er behov for at sætte fokus på et specifikt område af illustrationen. Derudover er det vigtigt at benytte "stroke" eller "subtraction" ud fra retningslinjerne i pkt. 3. for at sikre webtilgængelighed.

 #FEAD63

 #C8E0FD

**2.** Benyt herefter MitID-blå som den bærende farve

 #0060E6

**1.** Benyt altid en hvid eller en light-blue baggrund

 #FFFFFF

 #F2F7FE



## Grundelementer

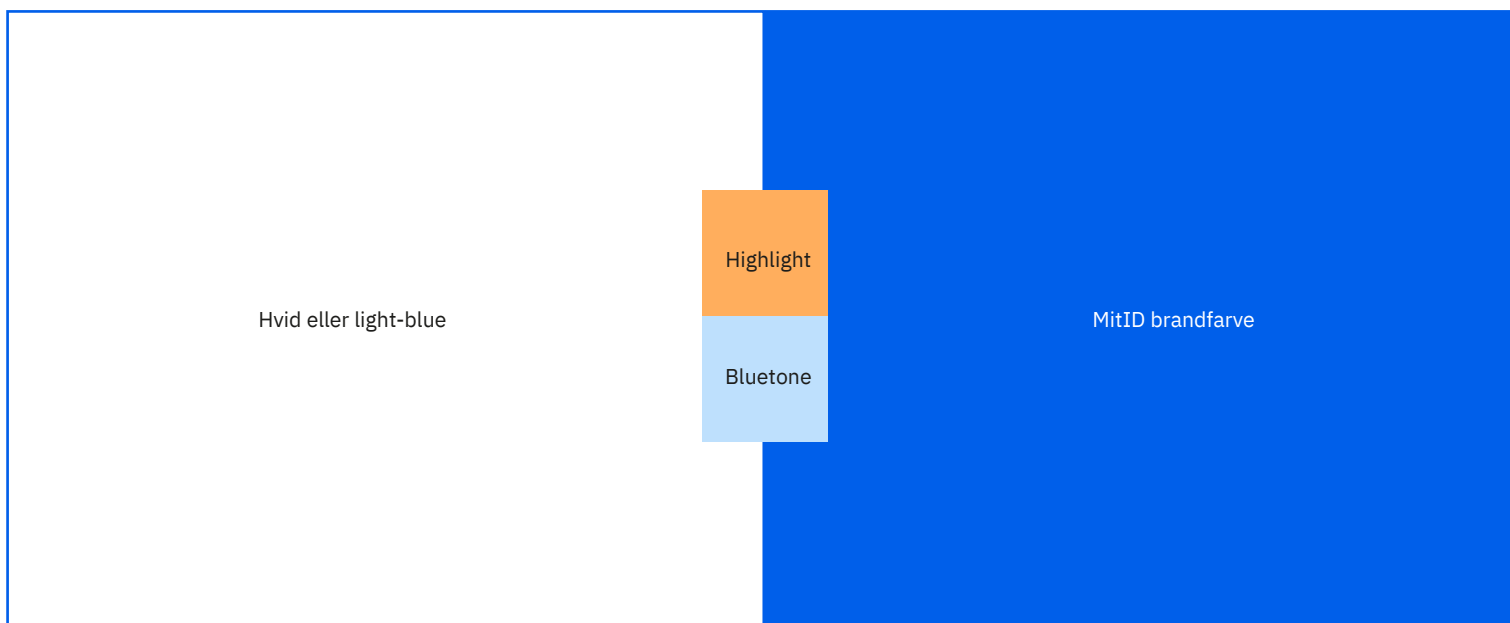
### Illustrationer

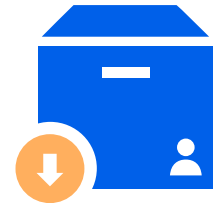
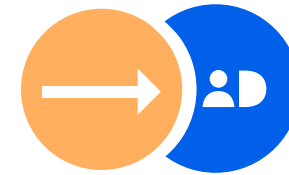
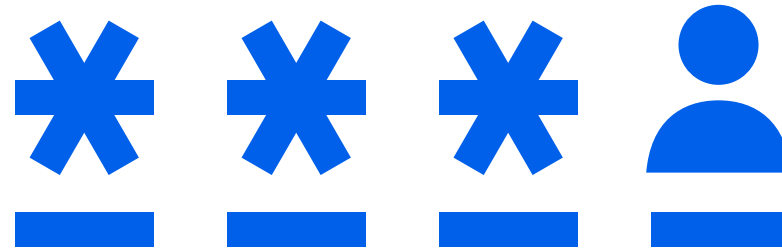
#### Farvedosering (webtilgængelighed)

Som nævnt tidligere er det ikke muligt at sikre en minimumskontrast på: 4,5 ved alle farvekombinationer, hvilket bl.a. gør sig gældende ved brugen af MitID-blå og highlightfarven. Det gør ikke denne sammensætning ubrugelig, men betyder at man i

udviklingen af illustrationer skal fastlægge, hvorvidt illustrationen skal indeholde vigtige focal-points. I så fald skal de synliggøres ved brug af hvid eller ved brug af en stroke rundt om farven. Highlightfarven og bluetone er derfor primært forbeholdt dekorative formål.

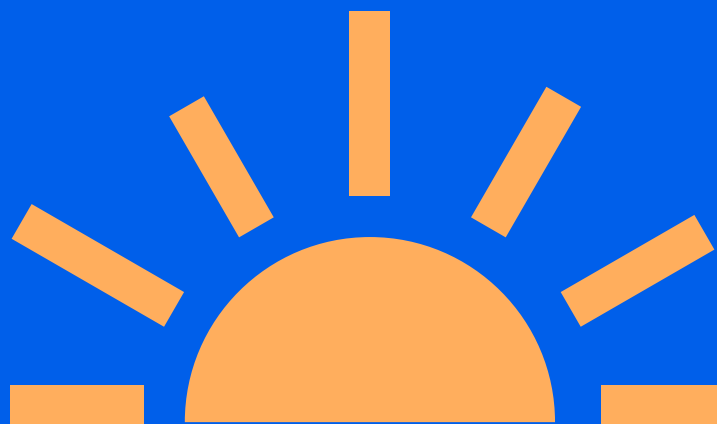
#### Farvedosering







# Ikoner



## Grundelementer

### Ikoner

En gennemarbejdet ikonografi forstærker brandets visuelle udtryk og produkt, herunder dets tjenester og værktøjer. Ikoner kommunikerer kernens idé og produktets hensigt på en enkel og brugervenlig facon.

Hvert ikon er visuelt adskilt, dog kræves den samlede ikonografi ofte, for at et brand forenes gennem koncept og udførelse.

MitID's retningslinjer er udgangspunktet for at sikre ikonografien og tilhørende kernelementer afspejles retvisende.



## Grundelementer

### Ikoner

MitID gør brug af Google Material Design rounded ikoner (MDI). MDI sørger for et symmetrisk og ensartet udseende, hvilket samtidig sikrer læsbarhed og klarhed, selv i små størrelser. I stil med illustrationerne er der en række forudindstillede standarder og nøgleformer: cirkel, firkant, rektangel, ortogonale og diagonaler. Disse universelle og enkle elementer er udviklet til at forene ikonerne og systematisere deres placering på ikongitteret. Ikongitteret

varetager stringens og fleksibel placering af grafiske elementer.

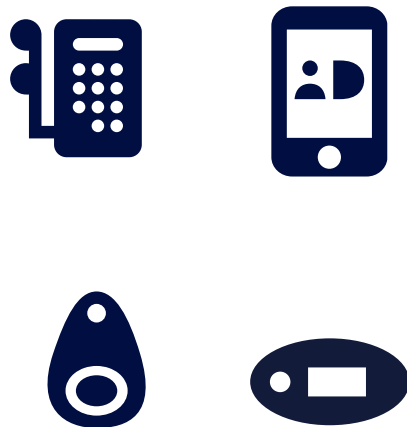
Det er ligeledes vigtigt kun at benytte MDI i "lille" skala, hvor der kun er få pixels til rådighed. MDI må derfor ikke benyttes til illustrative formål, da ikonerne ikke må skaleres op til store størrelser.

Læs meget mere på: [www.material.io](http://www.material.io)

#### MitID krav til brug af MDI

- Benyt altid "Rounded"
- Filled eller outlined versioner
- Mørkeblå og MitID-blå er tilladt

### Nydesignede ikoner til MitID



### MDI Rounded





# Tabeller & Diagrammer





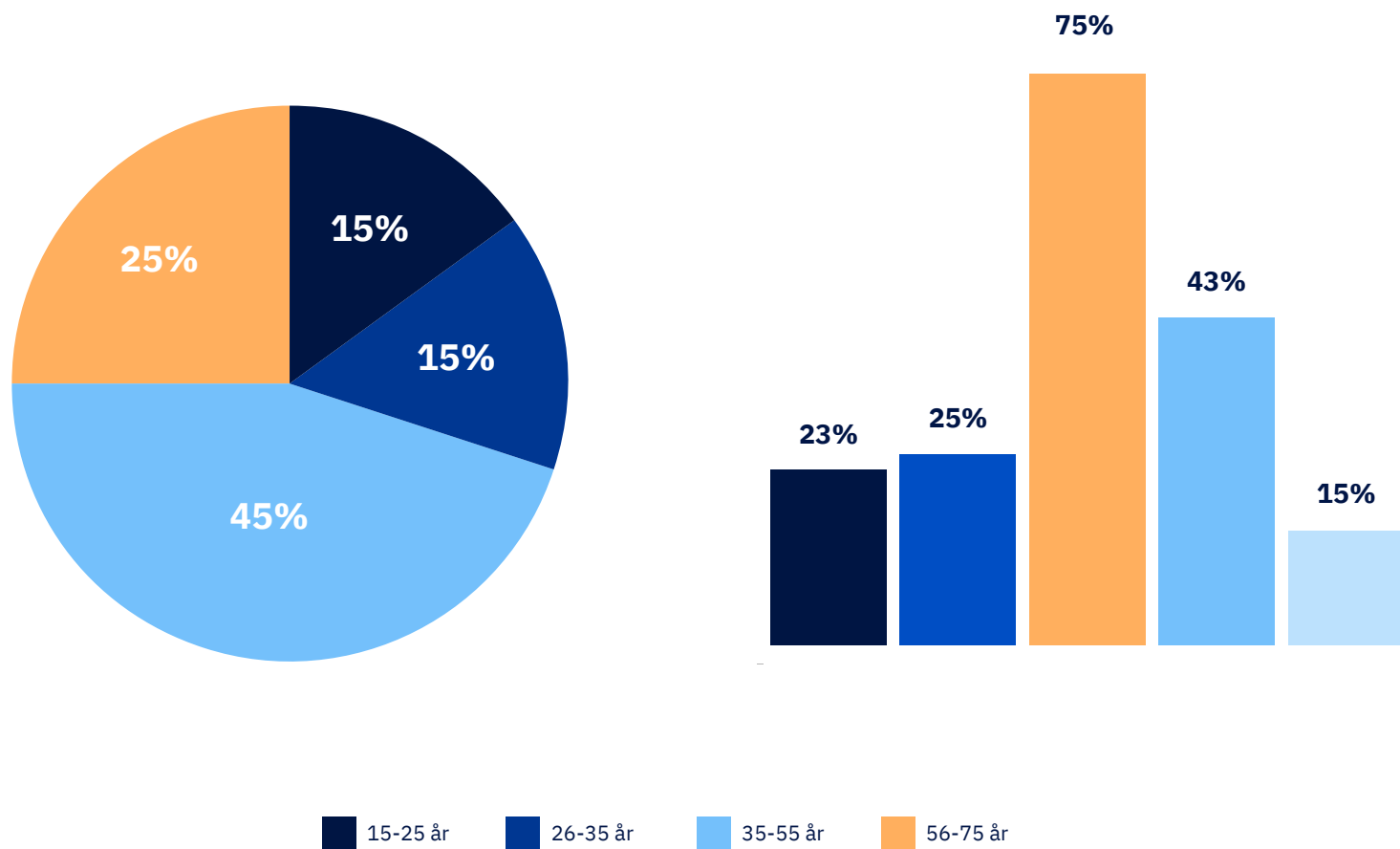
## Grundelementer

### Tabeller & Diagrammer

Diagrammer og tabeller bør holdes så minimalistiske som muligt. De helt simple kurver, søjler, cirkler m.m. genereres f.eks. i PowerPoint eller Excel.

#### Farver

Benyt kun bluetones farver om muligt, samt highlightfarven, når et element i graferne skal fremhæves. Hvis der er brug for yderligere farver, kan den sekundære farvepalette tages i brug.



# Billedstil





Grundelementer  
**Billedstil**



## Grundelementer

### Billedstil

#### Art direction

Alle billeder skal art directes ud fra en historie, en fortælling eller en scene samt med den fælles grundfortælling for MitID og MitID Erhverv for øje. Det er samtidig vigtigt at fotografere fra flere vinkler.

#### Dynamik

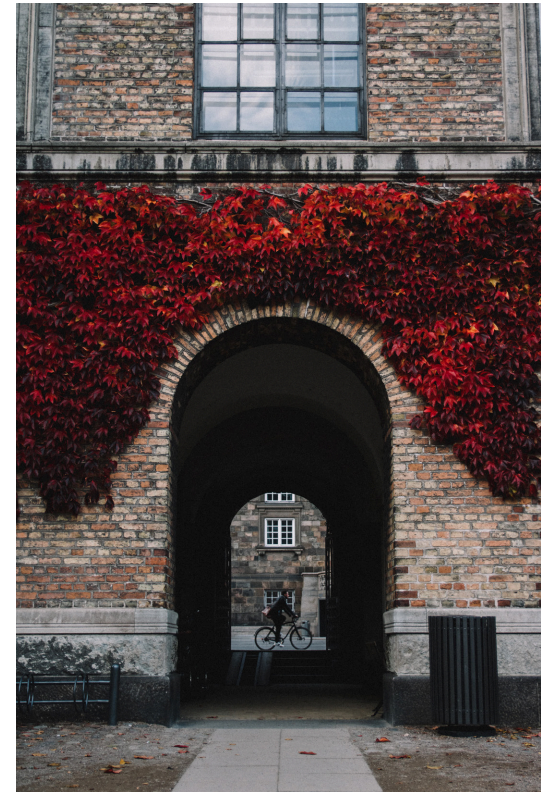
Tag altid situationsbestemte billeder fra forskellige vinkler. På den måde skabes et ikke-repetitivt, dynamisk udtryk på tværs af platforme – eksempelvis på busbagsider, MitID.dk og plakater. Førnævnte fremgangsmåde muliggør produktion af mindre film, der kan bruges i digital kommunikation samt i kampagneøjemed.

#### Symmetri

Alle kompositioner skal, hvis muligt, indeholde en symmetri og/eller følge "rule of third", "centerframing" eller andre grundprincipper. Det sikrer et optimalt fokus og skaber et hvilested for øjet.



Eksempel på en komposition, hvor rule of third er i brug



Eksempel på en komposition med tydelig symmetri

## Grundelementer

### Billedstil

#### Motiver

Det er vigtigt, at billedstilen og motiverne afspejler dagligdagssituationer samt de mange forskellige faser af livet. Alt fra en gåtur med hunden, til livet som senior eller som nydansker, køb af bolig, det sidste farvel eller den længe ventede ferie. Altså realistiske motiver, der beskriver det naturlige liv på godt og ondt.

#### Realisme

Opsummeret bør MitID altid reflektere hverdags-situationer i Danmark i billederne. Scenarierne skal være i øjenhøjde samt dokumentarisk udformet.

#### Vær til stede

Vi viser både mennesker alene og i selskab med andre – men altid synligt nærværende i den givne situation. Personerne skal hvile i sig selv, være naturlige, sympatiske og imødekommende.

#### Aktivitet

Brug billeder af mennesker i færd med en aktivitet, når det er muligt, og som virker realistisk ift. at portrættere alle mennesker i Danmark.

#### Hold fokus

Fx. fordybelse i samtaler og nærhed mellem mennesker, eller i tiden vi bruger alene på refleksion.

#### Mangfoldighed

Billederne skal vise det bredest mulige udsnit af målgrupperne og altid et mangfoldigt udsnit af befolkningen, både hvad angår køn, kønsidentitet, alder, etnicitet, seksualitet og befolkningsgruppe. Konteksten, dvs. miljøet og omgivelserne, er – som udgangspunkt – altid det nutidige danske samfund og Danmark.

Det inkluderer unge og ældre, danskere og ny-danskere, selvkørende og udfordrede brugere.

En solid afvejning af motiver og tekst skal sikre den rette empatiske balance, således at billederne understøtter teksten, og omvendt, men samtidig ikke lader budskaberne kamme over, så de opfattes nedladende.

#### Erhverv

Billeder målrettet erhvervsbrugere skal vise de forskellige typer af erhvervs-målgrupper, således

at såvel administratoren i en større virksomhed og den selvstændige kan finde sig selv i den visuelle stil. Tilmed skal aktiviteterne i billederne afspejle erhvervsbrugeres personlige diversitet og således inkludere den ansatte foran den stationære pc på arbejdspladsen og iværksætteren med smartphone på farten.

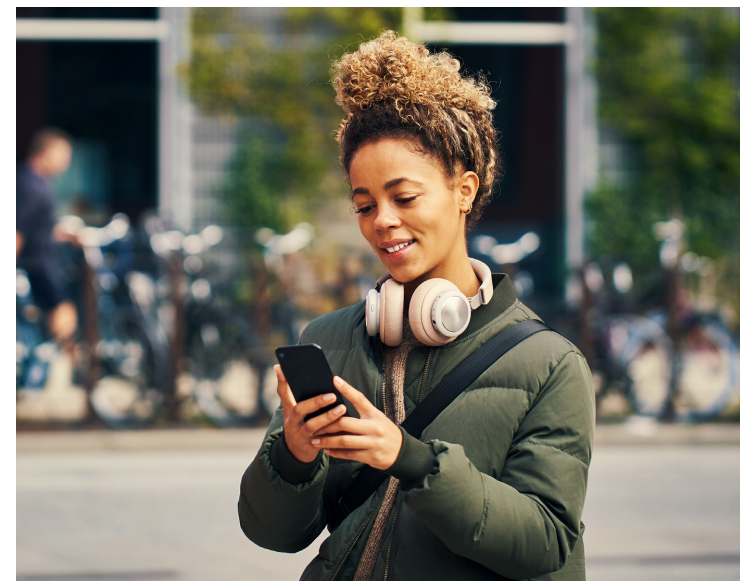
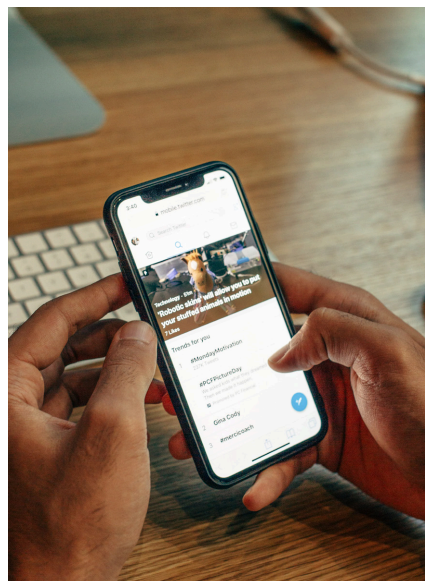


### Devices

Da MitID er et digitalt funderet produkt, kræver det et visuelt digitalt engagement. Det gøres ved at bruge billederne, hvori der er en synlig digital aktivitet eller håndtering af et kendt device, fx smartphone, tablet og computer, MitID kodeviser, MitID app mv.

Det er vigtigt, at billeder, der indeholder devices og/eller en digital aktivitet, bruges med omtanke, og kun når det er en nødvendighed. Det sikres ved førnævnte fokus/fordybelse. Fx. hvis fokus i kompositionen er en digital aktivitet, er det vigtigt og nødvendigt at vise et device, hvorimod hvis fokus fx. er nærvær med familien, vil et device ofte være overflødigt og kan i nogle tilfælde mudre budskabet.

Generelt vises indholdet på skærmen af deviceet ikke, da vi ønsker, at brugeren og situationen er i fokus. Der vil dog også være behov for at vise indholdet, fx at brugeren swiper i MitID-appen eller besøger MitID Erhverv. I de tilfælde hvor det kræves for at vise en konkret handling eller site-besøg, vil der blive vist close-ups af skærmene sammen med en bruger. Her vil skærmen være i fokus (modsat øvrige billeder), og brugeren vil fungere som "statist".





## Grundelementer

### Billedstil

Her er et eksempel på en dokumentarisk/naturlig komposition. Situationer, hvor emnet/modellen foretager sig noget, der virker naturligt og i tråd med deres liv og dagligdag.



## Grundelementer

### Billedstil

#### Tone og stil

Komposition og motiv skal være enkle og rene. Benyt gerne billeder med meget luft og ro, og undgå billeder, hvor der sker ”for meget”, hvilket skaber ubalance.

#### Kontrastforhold

Sørg for et naturligt kontrastforhold i billederne. Dvs. eventuelle højlys, der ’brænder ud’, og sorte områder uden ’tegning’ i skal undgås. Undgå samtidig overdreven brug af kunstig belysning samt markante skygger.

#### Lyssætning

Benyt altid naturligt lys eller naturlig lyssætning. Undgå ligeledes kunstigt lys blandet med dagslys fra vinduer.

#### Optik

Valg af optik (linse) til kamera skal baseres på ønsket om at opnå uskarphed i for- og baggrund. Vidvinkel bør undgås.

#### Billedbehandling

Benyt lav farvemætning (lav saturering), kontrast med lyse mellemtoner og varmt højlys. Brug samme indstillinger til alle billeder for at opnå et ensformigt udtryk, når flere billeder benyttes sammen.

#### Geografi

Det overordnede udtryk på tværs af platforme skal føles inkluderende. Dvs. at vi geografisk repræ-

senterer hele Danmark, inklusiv Hjerter-Danmark/ Kyst-Danmark. Undgå et dominerende storbyudtryk.

#### Temaer

By / Land / Natur / Hus og have / Lejlighed / Sommerhus / Singler / Par / Børnefamilier / Familier med voksne børn / Seniorer / Erhverv / Industri / Landbrug / Iværksætteri / Fritid / Nydanskere / Kyst-Danmark / Teenagere / Mangfoldighed / Empati / Digitalisering / Digitale produkter

#### Farver

Billedernes farver skal generelt holdes neutrale i udtrykket, dog gerne med små, stærke farveaccenter. Disse accenter skal gerne hentes fra farvepaletten. Undgå at billederne bliver for larmende i farveudtrykket ved ikke at have mere end én stærk farveaccent. Og undgå højt saturerede billeder.

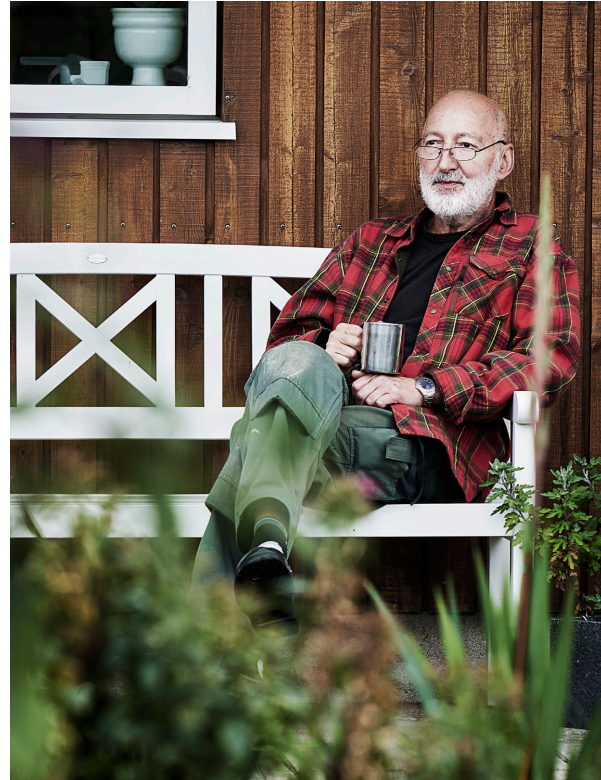
#### Rettigheder

Der bør benyttes professionelle fotografer – hvad end det er direkte eller gennem bureauer – og dermed frikøbe rettighederne til alle billeder. Således sikrer MitID, at andre firmaer ikke bruger samme billeder, og samtidig er der ingen eller minimal administration af rettigheder efterfølgende.



















## Grundelementer

### Billedstil

#### PLEASE don't!

Her er en række bud på, hvad der ikke passer ind i MitID's billedstil.

**Motiverne, personerne og situationen skal føles og opleves som dansk** – også selvom der evt. måtte være brug for et feriebillede.



#### Undgå tykke metaforer.

Nøgler, nøglehuller, bankbokse, kuglepenne/underskrifter, kørekort, pas osv.



**Undgå person/personer, der kigger direkte i kameraet** og hvor øjne, tænder, hud og farve er markant efterbehandlede i Photoshop.



**Undgå sort/hvid** (greyscale) samt tydeligt opsatte "studiefotos".



**Supergrafik**



## Grundelementer Supergrafik

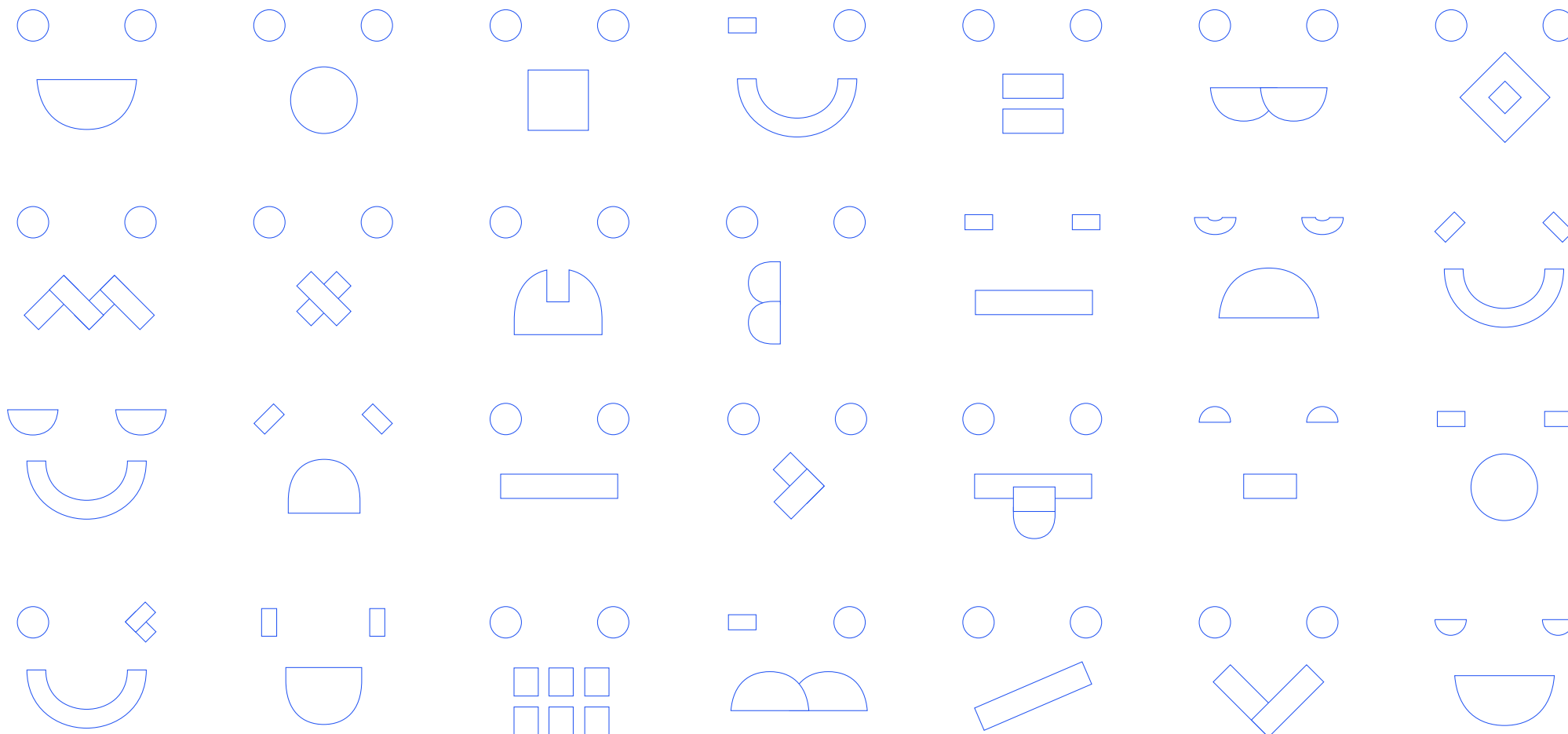
### Smil!

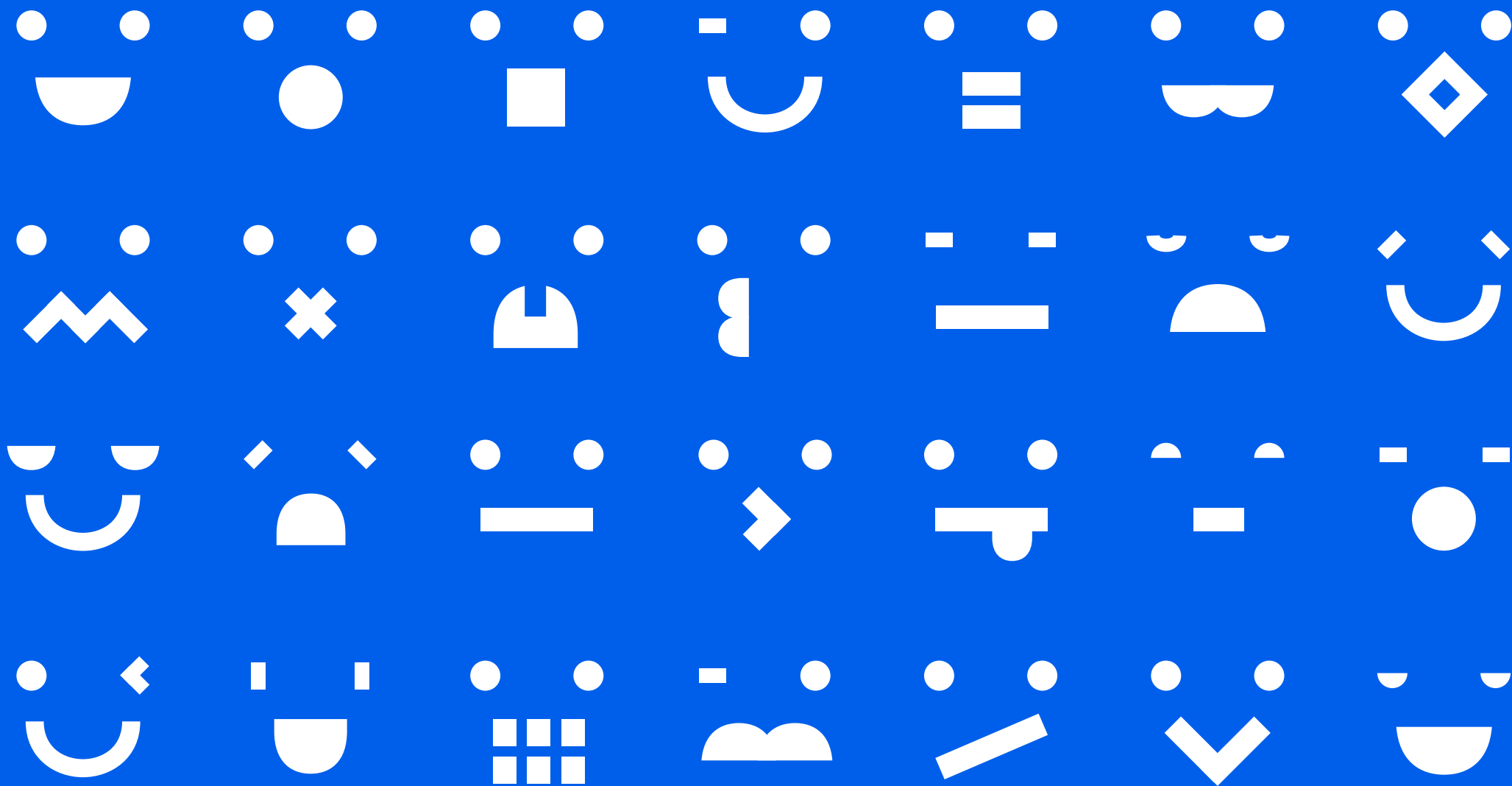
Smiley'en er i dagens Danmark et kurant element. Det er endda nærmest ilde set ikke at bruge smiley'en som en form for forventningsafstemning i kommunikationen mellem mennesker. Dét, kombineret med bredden og mulighederne i

grundelementerne, gør smiley'en oplagt til brug som supergrafik. Matematisk og praktisk indeholder formgivningen endeløse variationer, hvilket kan supplere og forstærke alle typer af budskaber.

### Opbygning

Alle smileys opbygges vha. en minimalistisk formgivning med udgangspunkt i MitID-bomærket. Der kan evt. suppleres med elementerne angivet i afsnittet om "illustrationer" i designmanualen for MitID. Derudover er kun MitID-blå og hvid tilladte farver.





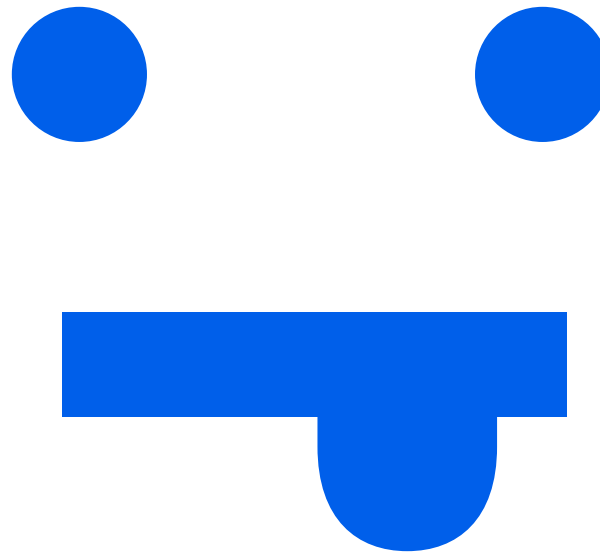


## Grundelementer Supergrafik

### Brug

Supergrafikken kan bruges i såvel brand- som kampagnesammenhæng. Den har ikke et UX-formål, men kan bruges illustrativt og til at brande MitID som en empatisk, inkluderende og moderne løsning.

Den kan således bruges på web, fx MitID.dk, til fysiske elementer så som foldere/pjecer og i øvrige kampagnematerialer og merchandise.







Til nu og alt det nye







