

GREEN FRIDAY

PARTNER KIT



INDHOLD

0	-	INDLEDNING	S. 2
1	-	SOME	S. 3
2	-	SAFE AREA	S. 6 - 8
3	-	FB EVENT	S. 9
4	-	FARVER	S. 10
5	-	BRANDASSETS	S. 11

INDLEDNING

GREEN FRIDAY er Københavns fælles alternativ til Black Friday, hvor genbrug, reparation, bytte- og affaldsminimering gøres synligt og tilgængeligt i byen gennem kunst- og kultur-oplevelser, workshops, aftenåbent i genbrugs-, reparations- og refurbishvirksomheder.

PARTNER KIT er skabt i fællesskab på tværs af GREEN FRIDAY's arbejdsgruppe. Den fungerer som et arbejdsredskab for GREEN FRIDAY's partnere og aktører i forbindelse med festivalen. Den skal være med til at sikre ensartethed i det visuelle udtryk på tværs af platforme, formater, events o.a. Principperne gør sig gældende for både digitale medier.

1 SOME

Eksempel på posts -fra ingen til meget grafik.
Disse kan bruges som single posts eller som variationer i karruseller

Basis-posts kan bruges i langt de fleste tilfælde

Variationer hvor tekst eller grafik fylder mere



Rent billede



Navnetræk og dato



Ord - centreret



Tekst - centreret



Navnetræk, dato og assets

Variationer hvor tekst eller grafik fylder mere



Navnetræk, dato og assets



Ordleg på farvet baggrund



Navnetræk, dato, ord og asset



Navnetræk, dato og assets



Hero post med navnetræk og dato

1.2 OPBYGNING

NAVNETRÆK OG DATO

Navnetrækket (GREEN FRIDAY) placeres altid i øverste venstre hjørne. Datoen (27 nov. 2026) placeres ned-
erst i højre hjørne

Navnetræk og dato skal altid have samme størrelse.

BEMÆRK: Der er templates i mappen:

Navnetræk_dato_placering

Det er ikke påkrævet at navn og dato altid er til stede.
Bare det fremgår tydeligt at Green Friday er afsender i
copy teksten.

Hvis teksterne står på et billede - brug da en
diskret drop shadow. Hvis teksten står på en
farvet baggrund - brug da IKKE drop shadow

TEKSTER OG BUDSKABER

Budskaber placeres midt i billedet, og teksten cen-
treres. Budskaber skrives Altid med VERSALER.
Anvend altid korte tekster med præcise budskaber.
Uddybende og længere tekster bruges i selve opslaget
copy.

Hvis der er behov for flere budskaber, fordeles de i en
karrusel med én del af sætningen pr. billede.

Lav altid så korte og præcise sætninger så muligt.

Beskær billedet så det fungerer optimalt ift.
tekstens placering i midten



1.3 TEKST & STREG

Ved korte tekster og overskrifter, er der mulighed for at
tilføje en "understregning". Stregen kan anvendes til at
fremhæve enkelte ord

Stregens tykkelse =
bjælkens højde



Stregen kan optræde i alle GREEN FRIDAY's farver.

Teksternes linjeafstanden = tekststørrelsen + 2 pt
Eksempel: tekst 24 pt. = linjeafstand 26 pt.

UNDERSTREGNING

Stregen er midterstillet under ordret og flugter med
ydrepunktet i typografien. Stregen centrerer mellem
linjerne



OVERSTREGNING

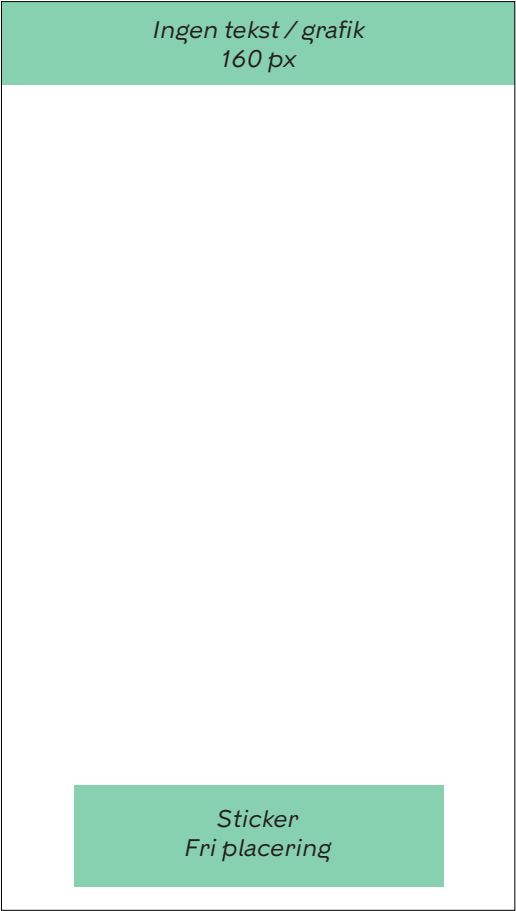
Stregens længde og placering ved overstregning



2 SAFE AREA

VIGTIGT!
Typografien Kbh er vedlagt i projektmappen. Der findes desuden templates til SoMe opslag i mappen der hedder SoMe_templates

Organisk reel / story



Navnetræk



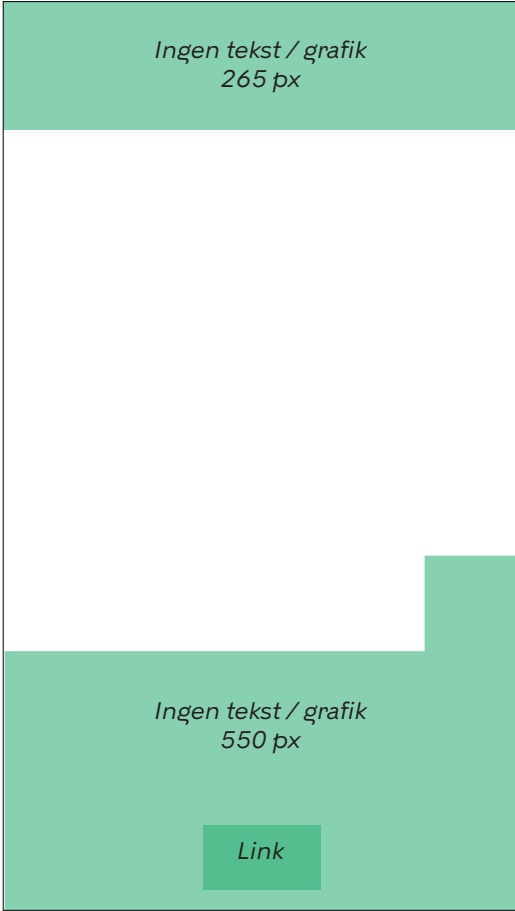
Arrangementsbillede

Budskabstekst - centreret med understregning. Skrives ALTID i versaler

Datoen er her placeret over sticker'en.

VIGTIGT!
Typografien Kbh er vedlagt i projektmappen. Der findes desuden templates til SoMe opslag i mappen der hedder SoMe_templates

Annonce reel / story



Navnetræk



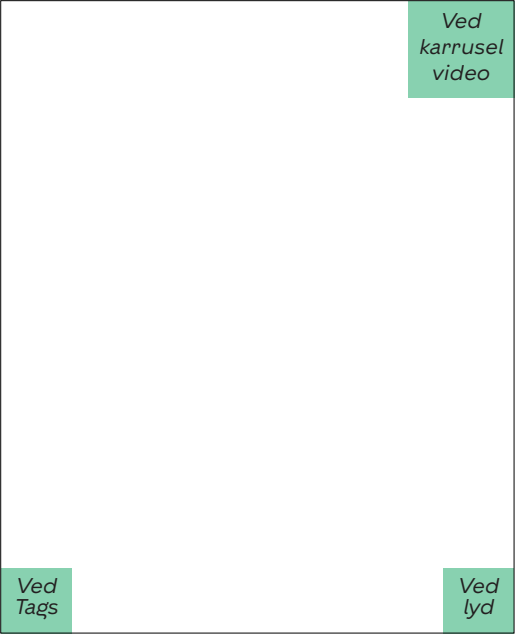
Arrangementsbillede

Budskabstekst - centreret med understregning. Skrives ALTID i versaler

Her er datoen placeret til venstre pga. safe area

VIGTIGT!
Typografien Kbh er vedlagt i projektmappen. Der findes desuden templates til SoMe opslag i mappen der hedder SoMe_templates

Organisk 4.5 format
Instagram post / karrusel



Navnetræk



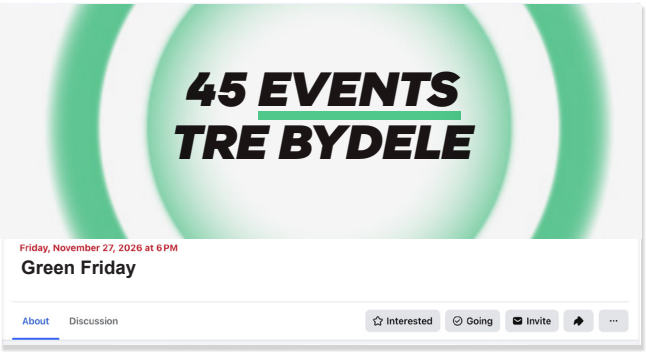
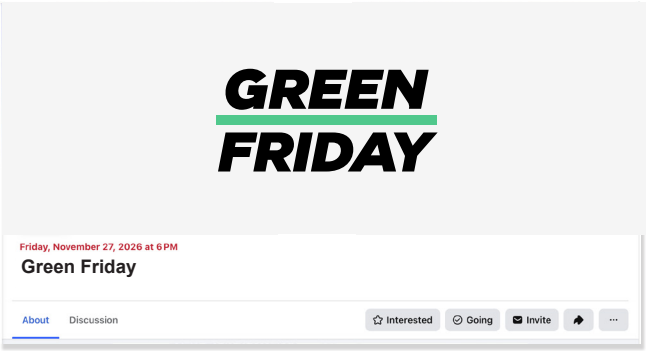
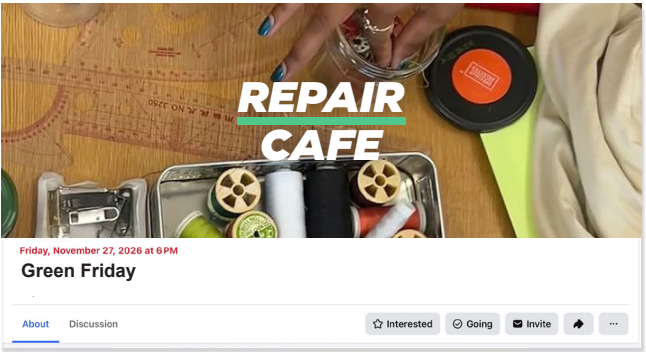
Arrangements-
billede

Budskabstekst -
centreret med
understregning.
Skrives ALTID i
versaler

I tilfælde hvor der
er lyd, kan datoen
evt. flyttes til ven-
stre eller op

3 FB EVENT

Eksempler på hvordan
Facebook events kan se ud



4 FARVER

Farvepaletten består af tre farver, der sammen skaber en høj grad af genkendelighed. De tre farver, er som udgangspunkt, altid til stede i GREEN FRIDAY's produkter. Dog kan der være undtagelser fx ved SoMe single posts.

GF Mint Grøn
C64 M0 Y58 K0
R80 G200 B140
#50c88c
PANTONE 2412C

GF Hvid
R245 G245 B245
C3 M2 Y2 K0
#f5f5f5

GF Sort
R0 G0 B0
C10 M10 Y10 K100
#000000

5 BRANDASSETS

Der findes fire brandassets. Disse refererer til konkrete tematikker ifb. med bæredyghed (Genbrug, Upcycling) og taler samtidig ind i en større fortælling om vores fælles verden (Jorden, Klima og Solen).

GREEN FRIDAY's brandassets kan bruges sammen eller hver for sig. På den måde, kan det enkelte produkt tale ind i en relevant tematik. Fx ved markedsføring af events, som workshops, byttemarked, talks, koncerter.



1. HERO asset - Genbrug

2. Jorden / Klima

3. Børn / Humor

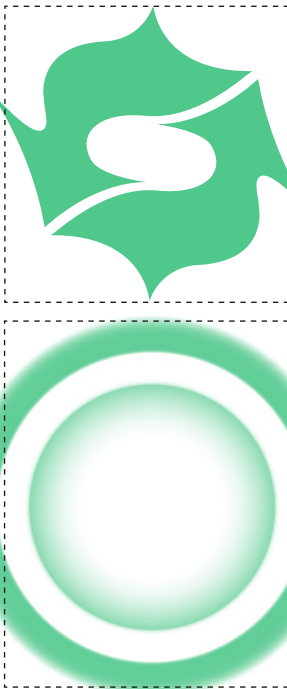
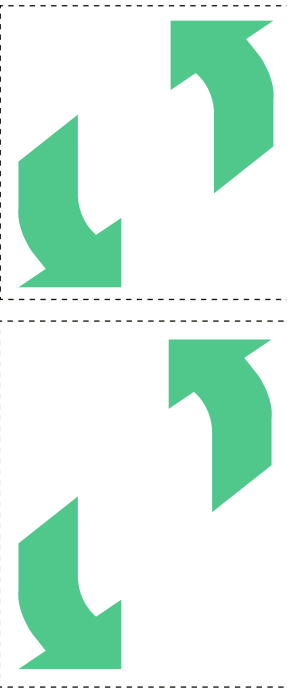
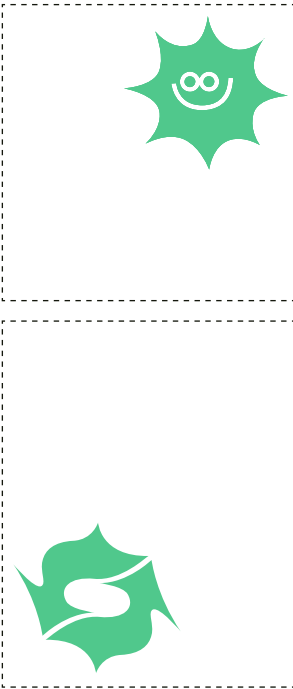
4. Upcycling

Assets kan placeres frit i formatet og tilpasses billedets komposition. De kan gå helt til kanten eller trækkes ud over formatets ramme, så kun dele af assettet er synligt.

Assets kan også skaleres ned og bruges som mindre grafiske detaljer for at skabe variation og dynamik.

Asset skal altid fremgå tydeligt, og må ikke beskæres, så man ikke kan se hvad det er.

Upcycling-pilene kan trækkes fra hinanden og placeres individuelt, så de tilpasses formatet og kompositionen.



SPØRGSMÅL

Spørgsmål kan rettes til KK Design

*Line Rotne Bessmann
IK8Z@kk.dk*

*Anders Christiansen
XI4T@kk.dk*