



Brand guidelines

2026 | V.1



Standouts

Visuelle identitet

Dette dokument giver dig en introduktion til vores visuelle identitet og vejledning på et overordnet niveau til, hvordan du skaber et dynamisk, men samtidig konsekvent udtryk på tværs af forskellige kontaktpunkter.

I dokumentet finder du værktøjerne, et udvalg af konceptuelle skitser, udforskninger og de første implementeringer af vores værktøjskomponenter. Du får også vejledning i vores typografi, farver og hvordan de anvendes – alt sammen for at skabe et sammenhængende udtryk på tværs af vores platforme.

Hvis du har spørgsmål, bedes du kontakte Standouts brand- og marketingteam.

Bemærk: Dette er Standout A/S ejendom og må ikke distribueres uden for organisationen, medmindre det er nødvendigt.

01 Brand introduktion

1.1 Vi er det rigtige valg	04
----------------------------	----

02 Logo & vandmærke

2.2 Logointroduktion	05
2.2 Logo	06
2.3 Logo sikkerhedsafstand	08
2.4 Ukorrekt brug af logoet	09
2.5 Brandmark	10

03 Farvepalette

3.1 Farvepalette introduktion	11
3.2 Primær palette	12
3.3 Sekundær palette	13
3.4 Spotfarver	14
3.5 Brug af farver	15

04 Typografi

4.1 Introduktion til typografi	16
4.2 Primær brand typografi	17
4.3 Sekundær brand typografi	18

05 Social assets

5.1 Social assets	19
-------------------	----

06 Billedstil

6.1 Introduktion til paletten	20
-------------------------------	----

07 Tone of voice

7.1 Introduktion til Tone of voice	21
7.2 Tone of voice oversigt	22

Vi er det rigtige valg

Et samarbejde med Standout skal altid føles som en professionel og værdiskabende investering. Vi bygger vores brand på troværdighed, kvalitet og dyb faglighed, så vores kunder ikke blot får en løsning, men en gennemtænkt strategi og relevant indsigt, der flytter deres forretning.

Vi skaber tryghed gennem fuld gennemsigtighed, dokumenterede resultater og en specialiseret viden om digitale løsninger og marketing. Ambitionen er klar: Standout skal være det naturlige og rigtige valg for virksomheder, der søger en partner, hvor gennemslagskraft og tryghed går hånd i hånd.”

Logo & mærke

Standout-logoet er kernen i vores brandidentitet. Det kombinerer det moderne symbol med en ren, klassisk typografi, der tilsammen skaber et design som er simpelt, distinkt og nemt at genkende.

Selve logomærket er et nik til vores mangeårige DNA og historie i form af den stribede elefant der tidligere har været varemærke for Standout, som nu indgår i logoet, som et minimalistisk, geometrisk element. Logomærket er skarpt optegnet, men med bløde kurver for at symbolisere Standouts tilgang til vores arbejde og kunder - rene linjer med den menneskelige tilgang.



Standout primær logo - Mørk



Standout primær logo - Hvid



Logo sikkerhedsafstand

For at sikre ensartethed, læsbarhed og synlighed skal dette specifikke område omkring logoet holdes frit. Området defineres ud fra bredden på hovedlinjen i logoets "t".

Dette udgør ligeledes minimumsmarginen til sidekanter eller false, samt kanter på sociale medier, etiketter eller emballage.

Ukorrekt brug af logoet

Respekter altid logoets integritet.

Du må ikke strække, forvride, ændre farver eller modificere dets proportioner. Sørg for at overholde friarealet omkring logoet samt de foreskrevne størrelsesretningslinjer for at sikre konsistens og brand-genkendelse.

Korrekt brug holder brandet stærkt og genkendeligt.



Indram ikke logoet



Vip ikke logoet



Ændr ikke logoets grundfarve



Forvræng ikke logoet



Implementer ikke skygge



Ændr ikke logoets komposition

Brandmark

Elefant-symbolet fra vores logo er brandmarket for Standout og kan bruges som et visuelt element i kommunikationsmidler.

Brandmarket må gerne skaleres op og ned så det passer til format og visuelle udtryk, og kan anvendes i de to samme farver som hvad der er anvist for logoet.

Brandmarket har ligesom logoet faste proportioner og må derfor ikke beskæres, drejes, gøres smallere/bredere, omtegnes eller på anden måde ændres.

Brandmarket skal så vidt muligt kun optræde én gang pr. flade/side.

Brandmarket er et selvstændigt visuelt element og skal derfor så vidt muligt ikke indrammes eller indtegnes i andre figurer.

Da Brandmarket kan indsættes i mange forskellige formatter, må dette sættes frit på formatet.



Farvepalette

Vores farvepalette er en hjørnesten, der definerer Standouts visuelle tilstedeværelse. Ved at arbejde med en destilleret og monokromt afstemt palette arbejder vi med et skarpt fokus, der gør det muligt at opbygge en nuanceret og unik identitet. Farverne skal bruges i et spændingsfelt mellem det imødekommende monokrome og hårdt opskårne flader – en kontrast, der sikrer både modenhed og dynamik i vores udtryk.

Fordi paletten er så tæt kurateret, er en konsekvent overholdelse af dens retningslinjer essentiel for vores brand-integritet. En disciplineret brug af farverne er ikke blot et spørgsmål om æstetik, men selve forudsætningen for, at vi kan sikre øjeblikkelig genkendelighed og skabe et klart visuelt hierarki. Ved at anvende paletten som foreskrevet, værner vi om Standouts professionelle udtryk og sikrer, at vores budskaber altid står stærkt og sammenhængende på tværs af alle platforme.

Primær palette

Formålet med vores primære farvepalette er at sikre genkendelighed. Disse farver er de dominerende farver i vores brand og design, og en af dem skal altid være til stede når der udarbejdes designs til Standout.

Farverne kan anvendes i lysere nuancer, hvis det er til UX-brug eller lignende, men bør ved større designflader bruges i 100%.

Elfenben

HEX: #f3f0e6
RGB: 243 / 240 / 230
CMYK: 2 / 3 / 7 / 0

Sort
diamant

HEX: #242320
RGB: 36 / 35 / 32
CMYK: 68 / 64 / 68 / 70

Nordisk rav

HEX: #E1CAA2
RGB: 225 / 202 / 162
CMYK: 7 / 17 / 36 / 0

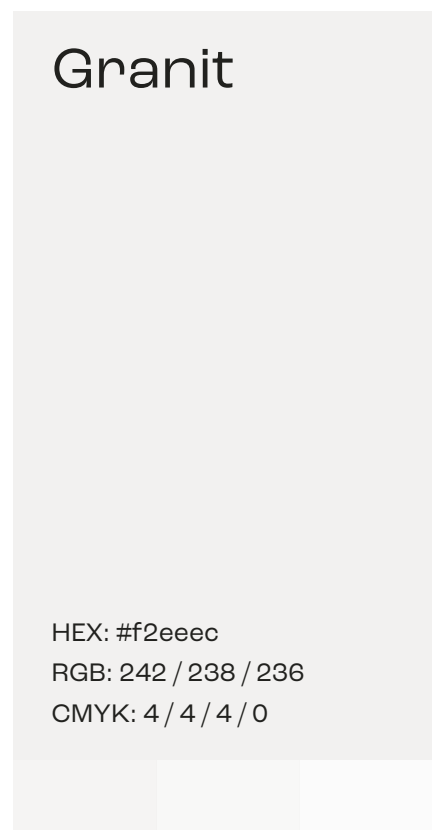
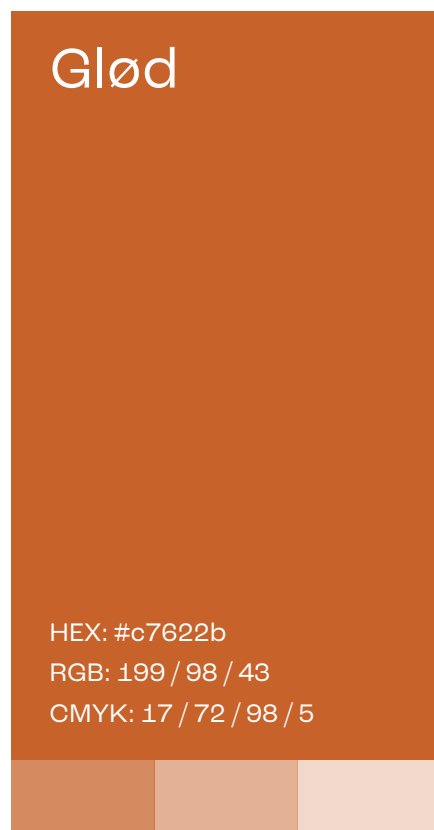
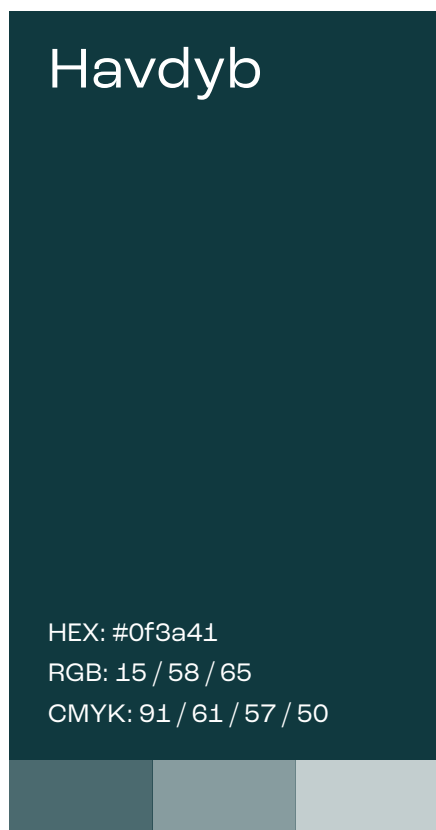
Fjordis

HEX: #FFFFFF
RGB: 255 / 255 / 255
CMYK: 0 / 0 / 0 / 0

Sekundær palette

Formålet med vores sekundære palette er at supplere den primære palette med dybde, finesse og variation. Brug den sekundære palette til diskret fremhævelse, brugervejledning eller organisering af dit layout, specielt ved fx rapporter eller kreativer.

Sekundære farver kan også anvendes i lysere nuancer, alt efter relevans for element eller layout.



Spotfarver

Formålet med vores spotfarver er primært at angive fejl, advarsler eller succes i vores digitale design og brugeroplevelser, hvor vi især henvender os til kunder og tydeligt skal bruge farvernes signalværdi.

Spotfarver bør primært anvendes til detaljer og kan ikke bruges i nuancer (tints).

Nåleskov

HEX: #599986
RGB: 89 / 153 / 134
CMYK: 67 / 23 / 53 / 3

Polarblå

HEX: #5080be
RGB: 80 / 128 / 190
CMYK: 72 / 45 / 1 / 0

Ravglød

HEX: #f5ea8d
RGB: 245 / 234 / 141
CMYK: 5 / 3 / 56 / 0

Nordisk
koral

HEX: #ed7364
RGB: 237 / 115 / 100
CMYK: 2 / 69 / 58 / 0

Brug af farver

Elfenben

Elfenben bruges som den primære baggrundsfarve til online design og tryksager. Den er forbeholdt til flader.

Sort diamant

Sort diamant bruges som baggrundsfarve til udvalgte flader for at skabe opmærksomhed, samt som tekstfarve på lyse baggrunde.

Nordisk rav

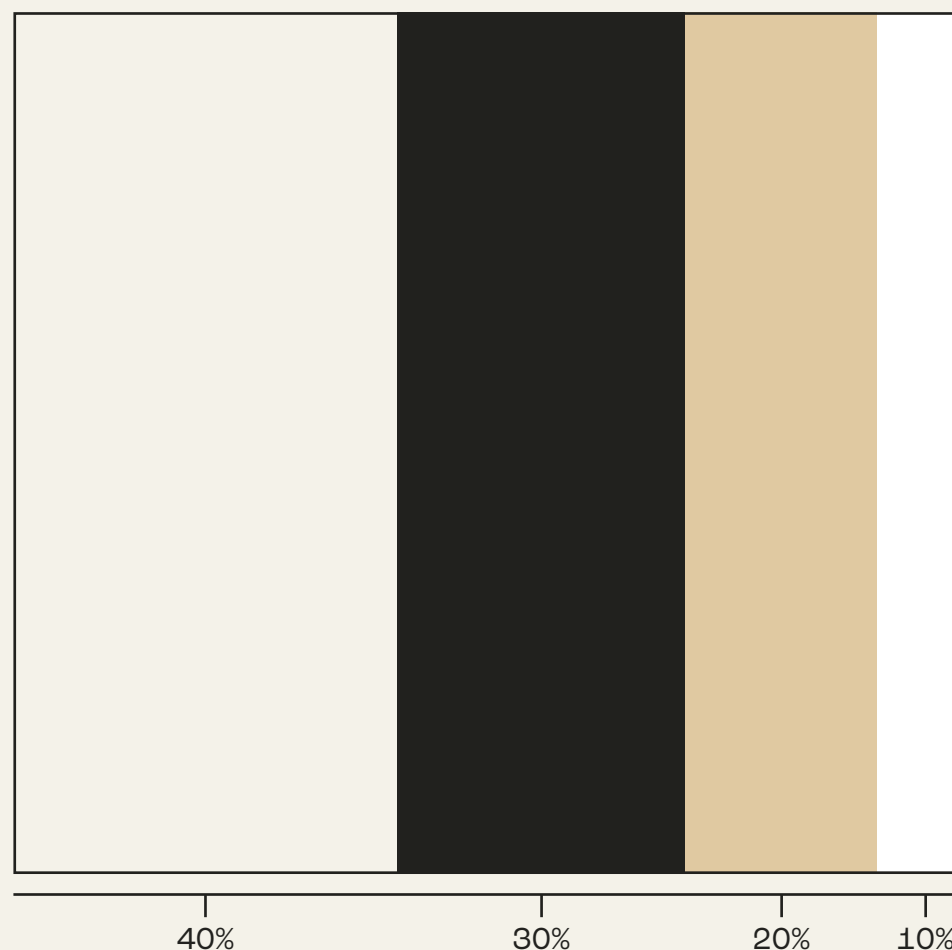
Nordisk rav bruges til udvalgte overflader og baggrunde, og må kun bruges i forening med Sort diamant, for at sikre en harmonisk farvesammensætning og fremtoning.

Fjordis

Fjordis bruges til tekst og visuelle elementer, når disse er placeret på Sort diamant, for at sikre læsbarhed og tydelige elementer.

For at bevare Standouts visuelle identitet skal denne farvefordeling anvendes ved alt design- og trykarbejde.

Det sikrer, at vi altid fremstår professionelle og genkendelige.



Typografi

Vores typografi er med til at forme og styrke vores brands look and feel, ved en bevidst forenkling af det visuelle sprog. Ved udelukkende at benytte én gennemgående typografi skaber vi en kompromisløs rød tråd og en ubesværet genkendelighed på tværs af alle platforme.

Styrken ligger i det stringente valg og ved at variere størrelser og afstande fremfor at skifte skrifttype, opnår vi et visuelt hierarki, der føles både moderne og helstøbt. Det sikrer, at vores budskab altid står i centrum, indpakket i et roligt og sammenhængende design, der ikke behøver unødige dikkedarer for at skille sig ud.

Aa

Roc Grotesk

Specifikationer

Sans-Serif	Open type
Modern grotesk	Adobe Fonts

Skrifttyper

Regular 400

Aa

Medium 500

Aa

Bold 700

Aa

Brand typografi - Generelt

En nøglesten i den visuelle identitet er Roc Grotesk, der med sit karakteristiske snit forener det funktionelle med det moderne. For at bevare et let og nutidigt udtryk er den primære vægt, som bruges; Regular. Denne anvendes til brødtekster og de fleste overskrifter. Når den lettere vægt dominerer, sikres der en visuel ro og luft, der gør indholdet let at afkode uden at virke tungt eller overvældende.

Ved fokuspunkter, bruges Medium og Bold. Disse bruges strategisk til at markere vigtige pointer, fremhæve overskrifter eller guide øjet mod specifikke budskaber og call-to-actions. Ved at reservere de kraftige typer til de områder, der kræver ekstra autoritet, skabes der en klar kontrast.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz Æ æ Øø Åå
1234567890

Aa

Hanken Grotesk

Specifikationer

Sans-Serif Open type
Modern grotesk Google Fonts

Skrifttyper

Regular 400

Aa

Medium 500

Aa

Bold 700

Aa

Brand typografi - Sekundær online

Hanken Grotesk er valgt som sekundær typografi ved værktøjer der ikke kan indlæse den primære typografi, som fx Googles værktøjer. Fonten sikrer optimal læsbarhed og et harmonisk alternativ til Roc Grotesk.

Med sit stringente, skandinaviske ophav forener den det funktionelle med det tidløse, hvilket skaber en harmonisk og brugervenlig oplevelse i alle digitale læsekontekster.

Ligesom ved vores primære skrifttype skal regular primært bruges til brødtekst og overskrifter, imens medium og bold bruges til fokuspunkter.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz Æ æ Øø Åå
1234567890

Social assets

Denne stil udgør fundamentet for Standouts tilstedeværelse på tværs af sociale platforme. Formålet er at skabe øjeblikkelig genkendelighed gennem et udtryk, der balancerer mellem højteknologisk autoritet og skandinavisk minimalisme.

På sociale medier, hvor støjen er stor, skiller Standout sig ud ved at bruge ro, mørke kontraster og et skarpt fokus på kernebudskabet.



Billedstil

Autenticitet, Professionalisme & Fokus

Standouts visuelle identitet er bygget på balancen mellem det personlige møde og den tekniske ekspertise. Vores billedstil og grafiske udtryk skal altid efterlade modtageren med et indtryk af gennemsigtighed, professionalisme og ro. Vi kommunikerer som den erfarne guide, der skærer igennem støjen og skaber klarhed for kunden.

Tone of voice

Standout er rådgiveren i rummet.

Vi hjælper virksomheder med at træffe bedre digitale beslutninger.
Vi lytter, men vi siger også tydeligt, hvad der virker – og hvad der ikke gør.

Målet er, at kunden tænker:
“De har ret.”

Hvordan vi skal opfattes

Vores tone skal afspejle:

Ambition

Intelligens

Tryghed

Vi skriver til beslutningstagere – ikke begyndere.

Sådan skriver vi

Vi skriver:

Klart

Præcist

Rådgivende

Uden unødvendige fagord

Vi forklarer komplekse ting enkelt.

Hvis en formulering kræver forklaring, skal den skrives om.

Struktur

Overskrifter

Korte

Tydelige

Konkluderende

Brødtekst

Forklarer

Rådgiver

Skaber overblik

Vores kant

Vi må gerne udfordre.

Men vi gør det sagligt og respektfuldt.
Vi forklarer – vi provokerer ikke.

Det vi undgår

Vi bruger ikke:

Buzzwords

Bureau-floskler

Generiske formuleringer

"Smarte" statements

Hvis teksten kunne stå på et hvilket som helst bureau-site, er den forkert.

Kort opsummering

Standout skriver:

Som en rådgiver

Med faglig tyngde

Uden buzzwords

Med fokus på forretning

