

# Designveiledning

<b>Logo</b>	<b>3</b>
<b>Fargepalett</b>	<b>8</b>
<b>Typografi</b>	<b>9</b>
<b>Universell utforming</b>	<b>13</b>
<b>Vekting mellom bilde og illustrasjon</b>	<b>16</b>
<b>Bildestil</b>	<b>17</b>
<b>Illustrasjonsstil</b>	<b>19</b>
<b>Grafiske elementer</b>	<b>20</b>
<b>Film</b>	<b>24</b>
<b>Animasjon</b>	<b>29</b>
<b>Oppsett</b>	<b>30</b>
<b>Underprofiler</b>	<b>45</b>
<b>Helsepersonell</b>	<b>46</b>
<b>Foreldre og barn</b>	<b>50</b>
<b>Ungdiabetes</b>	<b>54</b>

**HOVEDLOGO**

Logoen er den viktigste bestanddelen i Diabetesforbundets visuelle identitet. Den skal alltid brukes i sin opprinnelige form og farge. Det skal aldri forandres på innbyrdes størrelser, avstander, fonter eller annet. Det skal aldri brukes effekter som skygger, 3D-effekter eller lignende. Logoreglene gjelder for alle flater inkludert trykk, digitale flater, skilt, effekter osv.

# diabetesforbundet

### NEGATIV LOGO

Logoen kan brukes i negativ (hvit) versjon, når man har en mørk bakgrunn. Man skal etterstrebe å bruke hovedlogoen så langt det lar seg gjøre, men i tilfeller der dette ikke er mulig, kan man bruke hvit logo.

### SORT LOGO

Logoen skal aldri brukes i sort på forbundets materiell og i sammenheng med den grafiske profilen. Bruk av sort logo er kun ved særskilte tilfeller og skal alltid godkjennes av kommunikasjonsavdelingen.

### ALTERNATIV LOGO TIL SOSIALE MEDIER

Hovedlogoen bør alltid brukes, uansett flate. Unntaket er på sosiale medier, eller andre flater der plassen er begrenset. Da bør den alternative logoen over to linjer benyttes.

### ENGELSK LOGO

Den engelske logoen skal brukes på materiell med en internasjonal målgruppe eller i annen internasjonal sammenheng, der all annen informasjon også formidles på engelsk.



**diabetes**forbundet

**diabetes**forbundet

**diabetes-**  
forbundet

**diabetes**association  
Norway

**LOGO FOR LOKALLAG**

Diabetesforbundets lokallag har sine egne logoer. Disse logoene er bygget opp av Diabetesforbundet-logoen med navnet på lokallaget under. Det skal alltid være samme forhold mellom størrelsen på logoen og tekststørrelsen i lokallagnavnet.

Lokallagene skal hovedsakelig benytte den brede versjonen av logoen på sitt materiell. Der hvor plassen er begrenset og man ikke kan opprettholde beskyttelsessonen skal den smale versjonen brukes - for eksempel som profilbilde på sosiale medier.

**diabetes**forbundet

NORDLAND

**diabetes**forbundet

FREDRIKSTAD OG OMEGN

**diabetes**forbundet

ARENDAL, FROLAND OG GRIMSTAD

**diabetes-**  
forbundet

NORDLAND

**diabetes-**  
forbundet

FREDRIKSTAD OG OMEGN

**diabetes-**  
forbundetARENDAL, FROLAND  
OG GRIMSTAD

### MINSTE LOGOSTØRRELSE

På trykket materiell er minste tillatte logo-størrelse 35 mm bredde. I spesielle tilfeller som krever enda mindre størrelse, eksempelvis på en kulepenn, kan denne regelen brytes. I disse tilfellene er det viktig å ha dialog med trykkeriet og gjerne lage prøvetrykk. Avvik fra minimumsstørrelsen skal godkjennes av kommunikasjonsavdelingen.

På digitale flater tilsvarer minste tillatte logo-størrelse 100 piksler bredde. Denne regelen skal følges, unntatt på sosiale medier. Dette fordi man som regel ikke kan kontrollere hvor små bildene blir. Dermed er det heller viktig å fokusere på nok luft rundt logoen, fremfor minimumsstørrelse.

Trykk ————— **diabetesforbundet**  
35 mm

Digitalt ————— **diabetesforbundet**  
100 px

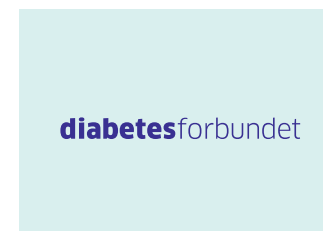
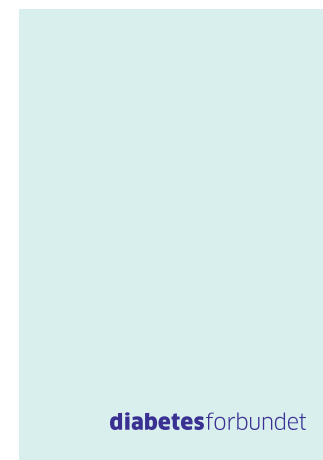
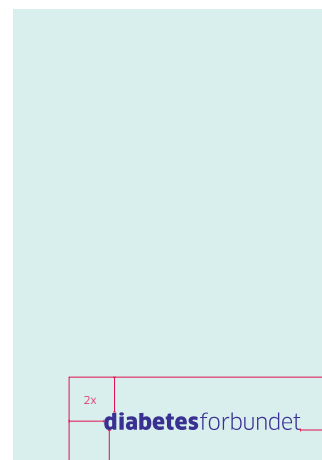
**BESKYTTELSESSONE**

For å sikre at logoen kommer til sin rett og ikke blir forstyrret av andre elementer, skal det alltid være en minimum avstand til andre objekter, en såkalt beskyttelsesone. Avstanden fra logoen til andre objekter skal aldri være mindre enn 2 X.

**PLASSERING**

Logoen skal plasseres på en ren flate som har god kontrast til logoen. Den kan plasseres på bilder, men skal da plasseres på en lys og rolig del av bildet som ikke konkurrerer med logoen og som har god kontrast til denne.

Logoen skal fortrinnsvis plasseres nederst i høyre hjørne av bildet eller flaten som inneholder tekst. Dersom det er lite eller ingen tekst i formatet/tekstflaten kan logoen plasseres midtstilt i formatet.



## FARGEPALETT

Fargene til Diabetesforbundet er en forenkling av forbundets gamle fargepalett, og skaper en overgang fra gammel til ny identitet. Fargene gir Diabetesforbundet et seriøst uttrykk, samtidig som de er friske og positive. Dette gir en trygg og vennlig inngang til informasjon om Diabetes.

Hovedfargene skal brukes bevisst. Det helhetlige uttrykket skal være lyseblå og lilla, med de andre fargene som aksentfarger. Det er spesifikke regler for fargebruk i tekst. De kan du lese [her](#).

Fargene skal alltid benyttes i 100 % valør i all kommunikasjon. De eneste stedene det er tillatt å bruke fargene prosentvis er i illustrasjoner, for å skape dybde, og i grafer og annen infografikk ved behov.

<b>Lilla</b> Pantone Violet C Pantone 273 U CMYK 96 / 100 / 0 / 0 RGB 57 / 48 / 146 HEX #393092		<b>Lys blå</b> Pantone 649 C Pantone 649 U CMYK 15 / 0 / 6 / 0 RGB 217 / 239 / 238 HEX #D9EFEE		<b>Grønn</b> Pantone 561 C Pantone 561 U CMYK 85 / 0 / 54 / 52 RGB 0 / 104 / 88 HEX #006858
				<b>Havblå</b> Pantone 7703 C Pantone 632 U CMYK 86 / 0 / 25 / 22 RGB 0 / 148 / 163 HEX # 0095A4
<b>Gul</b> Pantone 130 C Pantone 129 U CMYK 0 / 30 / 95 / 0 RGB 253 / 185 / 36 HEX #FDB924	<b>Lys gul</b> Pantone 9141 C Pantone 9141 U CMYK 0 / 1 / 10 / 0 RGB 255 / 248 / 231 HEX #FFF8E7	<b>Medium blå</b> Pantone 636 C Pantone 636 U CMYK 52 / 0 / 25 / 0 RGB 116 / 203 / 200 HEX #74CBC8	<b>Rød</b> Pantone 1935 C Pantone 199 U CMYK 0 / 100 / 57 / 5 RGB 225 / 19 / 79 HEX #E1134F	<b>Sort</b>
				<b>Hvit</b>



Det er ikke anledning til å benytte andre fonter enn de fonter som er gjengitt i denne designveiledningen.

**HOVEDFONT: CLAN OT**

Clan OT skal benyttes på all kommunikasjon hvor Diabetesforbundet er avsender på trykte og digitale flater.

I overskrifter og mellomtitler skal Clan OT Medium benyttes. I brødtekst skal Clan OT Book benyttes.

**STØTTEFONT: ARIAL**

Arial brukes i alle Microsoft Office programmer. Den følger med i Office-pakken og man kan derfor sikre at dokumentet fremstår likt på alle maskiner. I brødtekst benyttes regular, og på titler og mellomtitler benyttes bold.

Clan OT Medium

Clan OT Medium

Clan OT Regular

# Overskrift

## MELLOMTITTEL

Brødtekst sequae pernatis voloria et endaepe ligendit facidun totatem porrum, abo. Evelita vent exerescil molutem. Idebis ilitas repudit eium que dolorit atectur aut omnia volupta plit, illanto dessunt, consequodit as cone solupta sperro odiscii squatusam eat volorro tem est moditat qui sequias ex eaqui aut qui volest undae esed quam ut faccupat ateste solupitio beatent voluptassi sequisi maionseces delitint aut aut aborum duntem ut haruptatem vidus dolores porum venis volo tem solecuptatur mo des poremporem harum aute

**FONTER TIL ANDRE SPRÅK**

Clan OT er ikke kompatibel med spesialkarakterer fra andre språk. Ved behov der man ønsker å nå ut til publikum gjennom et annet språk, er det ulike fonter som støtter ulike språk. Ta kontakt med kommunikasjonsavdelingen for å få tilgang til fontene.

**ARABISK**

AdobeArabic

**TAMIL**

Tamil MN  
Tamil Sangam MN

**TIGRINJA**

Nyala

**TYRKISK**

Open Sans

**URDU**

Nafees

**VIETNAMESISK**

Open Sans

**DEKORFONT**

Utrecht er Diabetesforbundets dekorfont. Den fremstår mer organisk enn Clan OT og finnes i både regular og italic.

Denne fonten kan brukes der det er behov for et uttrykk som skal fremstå særskilt vennlig eller appellere til følelser. Noen eksempler kan være materiell med fokus om mental helse, eller likepersoner. Dekorfonten skal brukes med omhu, og skal ikke prege flaten der den er benyttet i særlig grad; - hoveduttrykket til Diabetesforbundet skal alltid fremstå ubestridig på flaten/i materialet.

I hovedprofilen kan den brukes som sitater, eller en fremhevet setning. For materiell rettet direkte mot barn, kan Utrecht også benyttes som overskrifter. Dekorfonten kan også brukes i illustrasjoner. Den skal da fremstå integrert i illustrasjonen, og ikke brukes som en tittel.

Bruken av dekorfonten skal avklares med kommunikasjonsavdelingen.

Utrecht Regular

Aa Bb Cc Dd 0 1 2 3 4 . . ! ? ‹ ›

*Utrecht Italic*

*Aa Bb Cc Dd 0 1 2 3 4 . . ! ? ‹ ›*

DEKORFONT - EKSEMPEL



**Lorem ipsum dolor sit amet**

Consectetur adipisicing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

**diabetesforbundet**

**Lorem ipsum dolor sit amet**

Consectetur adipisicing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

**diabetesforbundet**



**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit**  
- NAVN NAVNESEN



**LOREM IPSUM DOLOR**

LOREM IPSUM DOLOR

**LOREM IPSUM DOLOR**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

**Lorem ipsum dolor sit amet**

Consectetur adipisicing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

**diabetesforbundet**



**LESBARHET**

Diabetesforbundet har mange medlemmer med nedsatt syn. Det er derfor meget viktig at all kommunikasjon har god lesbarhet. Dette oppnås ved å følge reglene for universell utforming når det gjelder farge, og å unngå for liten skriftstørrelse. Vi anbefaler å lese og følge retningslinjene til [Difi \(uu.difi.no\)](http://uu.difi.no) for universell utforming.

**VERDT Å VITE**

Ved universell utforming etter WCAG-standarden måles kontrasten etter lysstyrke i fargene. Denne kontrasten er ikke alltid ideell i praksis. Den bør ikke diktere fargevalg, men heller bli benyttet som en retningslinje for valg av farge.

Brukertester viser i noen tilfeller at lesbarheten oppleves mer optimal med en lavere kontrast, slik som i eksempelet til høyre. Dette på tross at hvit tekst ikke møter kriteriene. Disse brukertestene er utført med både mennesker med normalt syn, og mennesker med nedsatt synsfunksjon, deriblant fargeblindhet. Det er derfor viktig å bruke skjønn i tillegg til retningslinjene for universell utforming.

**AA-KRITERIER:**

Stor tekst: 3:1

Normal tekst: 4.5:1

**AAA-KRITERIER:**

Stor tekst: 4.5:1

Normal tekst: 7:1

Stor tekst regnes som enten,

**14 punkt eller større, fet**

eller

**18 punkt eller større**



Fargekombinasjoner som møter minimumskravet for universell utforming kan likevel fremstå som mindre optimale. Man bør benytte skjønn når man setter sammen fargekombinasjoner. Det er **godkjente fargekombinasjoner** for Diabetesforbundets fargepalett som tar hensyn til dette.

**Lett å lese****IKKE GODKJENT**

Kontrastforhold: 3.3:1  
Minimumskrav 4.5:1

**Vanskelig å lese****GODKJENT**

Kontrastforhold: 6.3:1  
Minimumskrav 4.5:1

**TEKSTFARGE**

Overskrifter skal alltid være lilla i forbundets kommunikasjon. Mellomtittler kan imidlertid være både lilla og sort, men hver farge skal brukes konsekvent gjennom hele formatet. Brødtekst skal være svart på hvit, lys blå eller lys gul bakgrunn. Husk at hovedinstrykket til Diabetesforbundet skal være lilla og blå. Dette innebærer at materiell med bare én side (annonser, flyere etc. bør bakgrunnen være lys blå).

Tekstbokser med uthevet informasjon kan være i alle Diabetesforbundets farger. I disse kan man bruke hvilken tekstfarge man vil, så lenge den følger kriteriene for universell utforming. [Her finner du mer om dette.](#)

**Lorem ipsum****Eaqui aut qui volest**

Tatemod eum quideli busciptom quid quasse-  
quae pernatis voloria et endaepe ligendit facid-  
un totatem porrum, abo. Evelita vent exerescil  
molutem. Idebis ilitas repudit eium que dolorit  
atectur aut omnia volupta plit.

**Illanto dessunt**

Consequodit as cone solupta sperro odiscii  
squatusam eat volorro tem est moditat qui se-  
quias ex eaqui aut qui volest undae esed quam  
ut faccupat ateste solupitio beatent voluptassi  
sequisi maionseces delitint aut aut aborum  
duntem ut haruptatem vidus dolores porum.

**diabetes**forbundet**Lorem ipsum****Eaqui aut qui volest**

Tatemod eum quideli busciptom quid quasse-  
quae pernatis voloria et endaepe ligendit facid-  
un totatem porrum, abo. Evelita vent exerescil  
molutem. Idebis ilitas repudit eium que dolorit  
atectur aut omnia volupta plit.

**Illanto dessunt**

Consequodit as cone solupta sperro odiscii  
squatusam eat volorro tem est moditat qui se-  
quias ex eaqui aut qui volest undae esed quam  
ut faccupat ateste solupitio beatent voluptassi  
sequisi maionseces delitint aut aut aborum  
duntem ut haruptatem vidus dolores porum.

**diabetes**forbundet**Lorem ipsum****Eaqui aut qui volest**

Tatemod eum quideli busciptom quid quasse-  
quae pernatis voloria et endaepe ligendit facid-  
un totatem porrum, abo. Evelita vent exerescil  
molutem. Idebis ilitas repudit eium que dolorit  
atectur aut omnia volupta plit.

**Illanto dessunt**

Consequodit as cone solupta sperro odiscii  
squatusam eat volorro tem est moditat qui se-  
quias ex eaqui aut qui volest undae esed quam  
ut faccupat ateste solupitio beatent voluptassi  
sequisi maionseces delitint aut aut aborum  
duntem ut haruptatem vidus dolores porum.

**diabetes**forbundet**Lorem ipsum****Eaqui aut qui volest**

Tatemod eum quideli busciptom quid quasse-  
quae pernatis voloria et endaepe ligendit facid-  
un totatem porrum, abo. Evelita vent exerescil  
molutem. Idebis ilitas repudit eium que dolorit  
atectur aut omnia volupta plit.

**Illanto dessunt**

Consequodit as cone solupta sperro odiscii  
squatusam eat volorro tem est moditat qui se-  
quias ex eaqui aut qui volest undae esed quam  
ut faccupat ateste solupitio beatent voluptassi  
sequisi maionseces delitint aut aut aborum  
duntem ut haruptatem vidus dolores porum.

**diabetes**forbundet**Lorem ipsum****Eaqui aut qui volest**

Tatemod eum quideli busciptom quid quasse-  
quae pernatis voloria et endaepe ligendit facid-  
un totatem porrum, abo. Evelita vent exerescil  
molutem. Idebis ilitas repudit eium que dolorit  
atectur aut omnia volupta plit.

**Illanto dessunt**

Consequodit as cone solupta sperro odiscii  
squatusam eat volorro tem est moditat qui se-  
quias ex eaqui aut qui volest undae esed quam  
ut faccupat ateste solupitio beatent voluptassi  
sequisi maionseces delitint aut aut aborum  
duntem ut haruptatem vidus dolores porum.

**diabetes**forbundet**Lorem ipsum****Eaqui aut qui volest**

Tatemod eum quideli busciptom quid quasse-  
quae pernatis voloria et endaepe ligendit facid-  
un totatem porrum, abo. Evelita vent exerescil  
molutem. Idebis ilitas repudit eium que dolorit  
atectur aut omnia volupta plit.

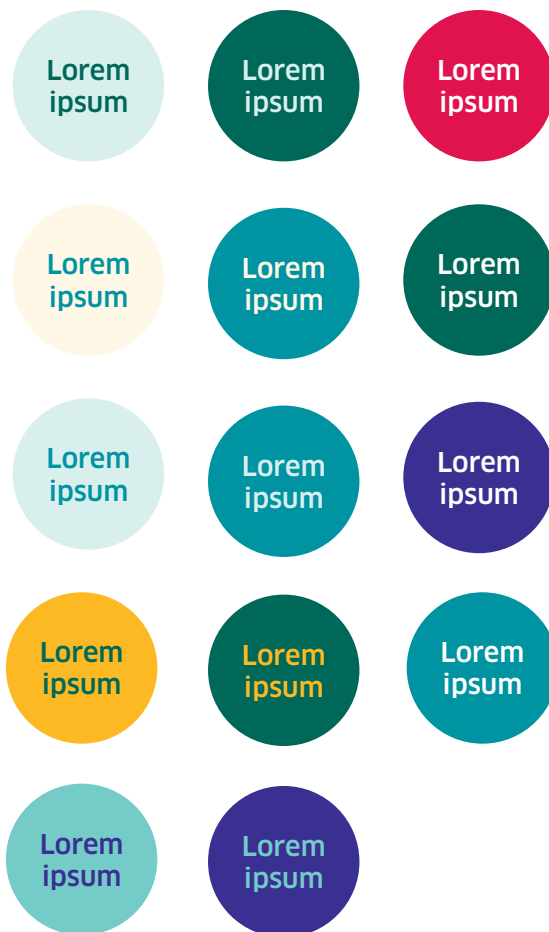
**Illanto dessunt**

Consequodit as cone solupta sperro odiscii  
squatusam eat volorro tem est moditat qui se-  
quias ex eaqui aut qui volest undae esed quam  
ut faccupat ateste solupitio beatent voluptassi  
sequisi maionseces delitint aut aut aborum  
duntem ut haruptatem vidus dolores porum.

**diabetes**forbundet

**TEKSTFARGE**

Diabetesforbundet bruker sirkler og tekstbokser for å fremheve viktig informasjon og «call to action». Disse kan brukes i alle fargene i Diabetesforbundets fargepalett. Fargekombinasjonene vist her følger kravene for universell utforming og kan brukes. Andre fargekombinasjoner er ikke tillat da de ikke har god nok lesbarhet.

**Kontrastforhold møter krav for stor tekst:****Kontrastforhold møter krav for liten tekst:**

**BRUK AV BILDE VS. ILLUSTRASJON**

Bilder og illustrasjoner skal benyttes bevisst etter hva som er mest hensiktsmessig for å formidle budskapet. Man bør fortrinnsvis benytte bilder så langt det lar seg gjøre. Dersom man ikke finner bilder som passer med det man ønsker å formidle, eller det er mer formålstjenlig å benytte illustrasjon, kan man gjøre dette. All bruk av illustrasjoner skal godkjennes av kommunikasjonsavdelingen. Om man ønsker å tegne nye illustrasjoner skal dette alltid avklares med kommunikasjonsavdelingen på forhånd.

**VÆR BEVISST I BRUK AV ILLUSTRASJONER**

Ved hyppig bruk av illustrasjonene vil disse ikke lenger fremstå som et blikkfang og effekten av illustrasjonene vannes ut. Man bør derfor bruke illustrasjoner med omhu, og alltid være bevisst over budskapet man ønsker å formidle.





**MENNESKER**

Diabetesforbundets bildestil har to nivåer. Det første nivået er bilder av mennesker. De skal være vanlige mennesker i en naturlig situasjon med naturlige ansiktsuttrykk. Bildene skal ikke være oppstilt eller ha stockpreg. Det skal etterstrebes å ha mennesker i forskjellig alder, kjønn og etnisitet. Det er viktig å vise mangfold gjennom alder, kjønn, etnisitet og kroppsfasong.

Bilder med mørkere toner komplimenterer profilen og fargepaletten bedre, fremfor lysere bilder. En noe kjøligere, dus tone gjør at bildet står bedre frem sammen med resten av profilen.



**STEMNINGSBILDER**

Nivå 2 i Diabetesfobundet sin bildestil er stemningsbilder. Dette er bilder av natur, nærbilder av hender, matbilder, stilleben, eller andre bilder som setter en stemning. Hender kan vise samhold, et tåkete tjern kan vise melankoli, en åker med en sti gjennom kan vise vekst og en vei inn i fremtiden, en soloppgang kan symbolisere positivitet osv.

Stemningsbildene er med på å bryte opp så det ikke blir for mange portretter rett etter hverandre. Dette bidrar til å skape et variert uttrykk som harmoniserer med portrettene.



**ILLUSTRASJONSSTIL**

Illustrasjonsstilen til Diabetesforbundet skal fremstille mennesker i naturlige former og fasonger, med et forenklet ansikt. Disse er med på å skape et personlig og vennlig preg over Diabetesforbundets visuelle identitet. Det er derfor viktig å følge dette uttrykket så langt det er mulig. Kantlinjen skal være avrundet og tydelig, i lilla farge. Det brukes et prikkemønster for å skape dybde og en bredere variasjon av formene i illustrasjonen. Fargepaletten er begrenset til forbundets farger, men man kan bruke fargene prosentvis slik at man har flere valører å spille på.

**BAKGRUNNER OG TILLEGGSELEMENTER**

Skal man skape en samlet komposisjon kan man benytte seg av å legge på en bakgrunn for å skape en tilhørighet mellom illustrasjonene. For en enklere komposisjon kan man bruke en sirkel. For en mer detaljrik komposisjon kan man bruke en mer abstrakt form med enkle elementer rundt.

**ILLUSTRASJONSSTIL I ANIMASJON**

Illustrasjonsstilen skal også benyttes i animasjon. [Les mer om dette her.](#)

**MERKELAPPER**

Der materiell tilhører et spesifikt tema eller avdeling kan man benytte merkelapper for å tydeliggjøre dette, dersom det ikke fremkommer i overskriften. Det er ingen bestemt plassering av tagen, bortsett fra at den må plasseres utfallende på høyre eller venstre side, og holde god avstand til de andre elementene rundt.

Man kan velge mellom alle fargene i fargepaletten, men det er viktig å passe på at tekst- og bakgrunnsfarge følger kriteriene for universell utforming. [Les mer om dette her.](#)

Det er ikke anledning til å «reservere» en farge for et spesielt tema. Alle farger kan brukes til alle temaer.

E-læring

Diabeteslinjen

Landsmøte 2021

Sommerleir 2020

Diabetesforum 2020

Motivasjonsgrupper

Diabeteskonferansen 2020

E-læring

Diabeteslinjen

Landsmøte 2021

Sommerleir 2020

Diabetesforum 2020

Motivasjonsgrupper

Diabeteskonferansen 2020



Motivasjonsgrupper

**Overskrift**

**>Lorem ipsum dolor sit amet**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et.

**>Lorem ipsum dolor sit amet**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

diabetesforbundet

Diabeteslinjen

**Overskrift**

**>Lorem ipsum dolor sit amet**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et.

**>Lorem ipsum dolor sit amet**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

diabetesforbundet

**IKONER**

Ikonene til Diabetesforbundet består av tykke linjer med avrundede hjørner og ender, og et prikkemønster.

De har en seriøs og funksjonell stil, samtidig som de runde formene gir dem et vennlig utseende og bidrar til å skape et unikt særpreg til Diabetesforbundets profil. Prikkemønsteret skal plasseres så symmetrisk/midstilt som mulig på innsiden av sin form. Ikonene skal i hovedsak brukes i lilla farge, eller hvit på mørk bakgrunn, men det er tillatt å benytte andre profilmfarger dersom det er ønskelig.

Ikonene kan blåses opp og brukes som dekorative elementer, benyttes i infografikk, eller grupperes for å skape en sammenheng relevant til et budskap.

Nye ikoner skal alltid godkjennes av kommunikasjonsavdelingen, og samles inn i ikonbanken til Diabetesforbundet.





### TEKSTBOKSER

Tekst kan plasseres innenfor en farget boks for å skille ut og utheve innholdet. Bruken av tekstbokser skal ikke overdrives og benyttes med omhu. Det er ikke lov å bruke samme form flere ganger på en og samme side/flate. Ved å begrense bruken av tekstbokser blir uttrykket mer ryddig og oversiktlig, samtidig som det bidrar til Diabetesforbundets ønske om å fremstå seriøst og konsekvent.

Ved infografikk og figurer kan man gjøre unntak fra disse retningslinjene og benytte flere like tekstbokser dersom det er behov.

**Lorem  
ipsum  
dolor**

### SINT UTEM EXCEPE VOLUPTAE

Lam et litae prehenimi, quamus dolo voloreicium rehenis cidebisimo dolenet que corrovit que veliqui. Vollupti orehendae doluptatia cust iumquam faceptatiam aut volorib eaquibus.

### IBERRO CON PLIT ACCUS ES SUS

Dollupt aspelis molut quis simolum fugitibeaporum laborehenia denda quiduciet que vit quo dolut pos nis comni bearcia ecatisquunt quae. Idunt optate quas ut expedi am eaquatur aut es con placcum quo cullacculla aped es dolenim intis excerorum voluptatur?

### CEA SERUM SIM ETUM ETUR.

nam etur sam iumque sint. Pelitatus sim rem que dolorep tatiunt volorendi ima voluptatur? Ipsam es quost aborume exceperum, videnditi rernam ipiendanti quam, quatur, volor modit, qui omnimet estrum dolore nonsenet anduci volore officim.

**SNAKKEBOBLE**

Snakkeboblen kan brukes som en tekstboks for å fremheve innhold. Snakkeboblen er et kommunikasjonsuttrykk i seg selv, og skal kun brukes til tekst som er oppfordrende. Bruken av snakkeboblen bør holdes til et minimum og benyttes kun når det er hensiktsmessig.

Snakkeboblen er ikke begrenset til en bestemt farge, således den følger de **godkjente fargekombinasjonene**. Man kan benytte snakkeboblen både som en solid tekstboks, eller med en kantlinje for et luftigere uttrykk. Den kan også tilpasses i bredden, for å gi innholdet nok luft på siden.



**LOGO**

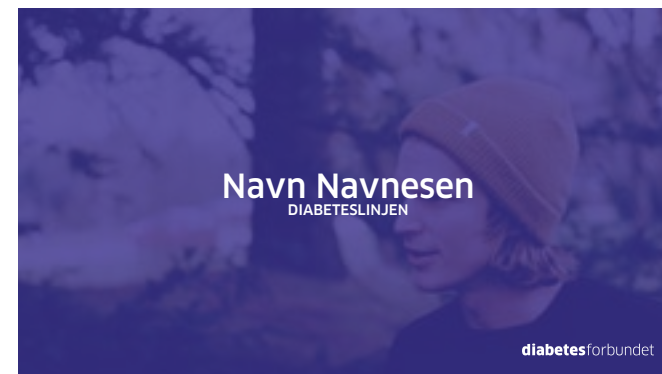
Hovedlogoen skal alltid benyttes, og plasseres nederst i høyre hjørne innenfor beskyttelsessonen. For liggende formater skal logoens bredde være 20 % av formatets bredde. Unntak kan gjøres ved spesielle anledninger for å øke lesbarhet.

Logoen skal være lilla på blå bakgrunn. Ved alle andre anledninger skal den hvite logoen benyttes.

**INTRO**

Dersom videoen er om et spesifikt tema, event, person eller lignende. I starten av en video kan man legge en lilla bakgrunn med 80 % gjennomsiktighet oppå et bilde. Teksten skal være hvit og midstilt, med hvit logo i nedre høyre hjørne.

Man kan også benytte en solid, lys blå bakgrunn med lilla tekst og lilla logo i nedre høyre hjørne.



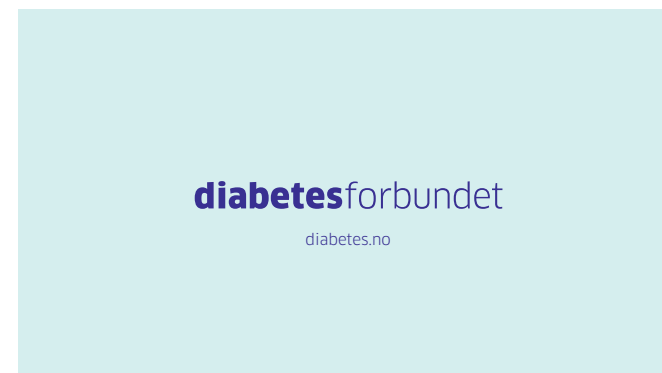


**NAVN**

I et bilde der man skal introdusere en person, som for eksempel en reportasje, kan man benytte lilla tekst oppå en blå bakgrunn med avrundet kant. Den bør helst plasseres til venstre, men kan også plasseres til høyre, eksempelvis dersom det er flere personer i bildet. Relevant info kan skrives under i store bokstaver og mindre skrift.

**OUTRO**

Sluttbildet skal alltid være blå bakgrunn med lilla tekst. Det kan være et budskap, men også med kun logo og henvisning til nettsiden e.l.



**LOGO**

Hovedlogoen skal alltid benyttes, og plasseres nederst i høyre hjørne innenfor beskyttelsessonen. For stående formater skal logoens bredde være 50 % av formatets bredde. Unntak kan gjøres ved spesielle anledninger for å øke lesbarhet.

Logoen skal være lilla på blå bakgrunn. Ved alle andre anledninger skal den hvite logoen benyttes.

**INTRO**

Dersom videoen er om et spesifikt tema, event, person eller lignende. I starten av en video kan man legge en lilla bakgrunn med 80 % gjennomsiktighet oppå et bilde. Teksten skal være hvit og midtstilt.

Man kan også benytte en solid, lys blå bakgrunn med lilla tekst og lilla logo i nedre høyre hjørne.



**NAVN**

I et bilde der man skal introdusere en person, som for eksempel en reportasje, kan man benytte lilla tekst oppå en blå bakgrunn med avrundet kant. Den bør helst plasseres til venstre, men kan også plasseres til høyre, eksempelvis dersom det er flere personer i bildet. Det anbefales å plassere de i ulik høyde for å gjøre plass til lengre navn. Relevant info kan skrives under i store bokstaver og mindre skrift.


**OUTRO**


Sluttbildet skal alltid være blå bakgrunn med lilla tekst. Det kan være et budskap, men også med kun logo og henvisning til nettsiden e.l.



## Har du spørsmål om diabetes?

Vi i Diabeteslinjen kan hjelpe deg.

 [diabetes.no/linjen](https://diabetes.no/linjen)

 815 21 948

**diabetes**forbundet

**diabetes**forbundet

[diabetes.no](https://diabetes.no)

### TEKSTING AV FILM

Alle videoer som produseres bør være tekster for å sikre formidling av innholdet på best mulig måte. Noen seere kan ha utfordringer med formidling kun gjennom lyd, og tekster vil hjelpe de til å forstå budskapet bedre. I tillegg forbedrer tekster av video SEO-en slik at dere kan få bedre synlighet på søkemotorer.

### FONT

Tekster bør være i profillfonten Clan CT, eller i systemfonten Arial dersom Clan CT ikke er tilgjengelig. Bruk Clan OT Medium eller Arial Bold.

### STØRRELSE

Teksten bør være ca. 50 pkt for både stående (1080 x 1920 piksler) og liggende (1920 x 1080 piksler). Teksten plasseres i midten og i nedre sjiktet av formatet. Dersom teksten dekker over noe i videoen som er av vesentlig betydning, flytt teksten lenger opp i formatet i de øyeblikk dette gjelder.

Teksten bør ikke bestå av mer enn to linjer, og maksimum 35-40 karakterer på hver linje.

### BAKGRUNN

En sort boks legges bak hver linje på teksten med ca. 70 % synlighet. Størrelsen på boksen tar utgangspunkt i teksten. Det fungerer fint når boksen er ca. 20 piksler høyere enn tekstens totale høyde, og ca. 40 piksler bredere enn tekstens totale bredde.



**ANIMASJON**

Ved animasjon kan man benytte seg av illustrasjonsstilen og animere denne, eller stilen for ikoner. Dette avhenger av hva man skal formidle gjennom animasjonen.

Om man formidler en fortelling anbefales det å benytte illustrasjonsstilen. Dette kan gjøre fortellingen mer engasjerende og skape en personlig relasjon. Dersom det er mange detaljer i bildet, kan prikkemønsteret sløyfes, som vist på bildet til høyre. Ved å ikke ha kantlinjer i bakgrunnen vil også de viktigste elementene i bildet komme bedre frem.

Dersom man ønsker å formidle mer faktuell informasjon kan man benytte ikonstilen.

Disse kan også animeres ved behov for å skape dynamikk. Ved bruk av ikonstil skal alltid prikkemønsteret være med, da dette er elementer som skal være konsistent med annet materiell fra Diabetesforbundet.

**Høyt og lavt blodsukker****Blodsukkeret er høyt**

**1** Insulin

**2** Aktivitet

**Blodsukkeret er lavt**

**3** Spise eller drikke

**OPPSETT**

Diabetesforbundet har sitt eget oppsett som gjelder for alle kommunikasjonsflater unntatt nettsiden. Det vil si alle forsider, annonser, messemateriell etc. Innsider (f.eks. i brosjyrer, og presentasjoner) trenger ikke følge oppsettet. Oppsettet gir konsistens over alle flater, og gjør det lettere å kjenne igjen Diabetesforbundet som avsender.

Alle flater skal deles i to hvor, den ene flaten er satt av til tekst og den andre flates er satt av til bilde(r).

Flaten kan deles vertikalt eller horisontalt. Det er tillatt å speilvende plasseringen av bilde og tekstfelt (det vil si, bilde på høyre side, tekst på venstre – eller motsatt). Forholdet mellom bildeflate og tekstflate kan varieres slik at det tilpasses til tekstmengde, så lenge det gjøres på måten vist her. Det er viktig at innholdet i tekstflaten får nok «luft» rundt seg, slik at ikke designet fremstår som rotete.

Dersom teksten dominerer store deler av flaten bør man droppe bilde og/eller andre elementer, for å kunne gi nok luft for et ryddig design.



## Diabetesforbundet mener



Alle kommuner må ha lærings- og mestringstilbud



Alle kommuner må ha en frisklivssentral



Kommune og frivillighet må jobbe sammen for å bedre folkehelsen

diabetesforbundet

Diabeteslotteriet 2021

### Kjøp lodd og vinn flotte premier!

Arets diabeteslotteri deler ut over 10 700 premier til en verdi av over 2,3 millioner kroner. Ved å kjøpe lodd er du med å støtte Diabetesforbundets arbeid med å gjøre hverdagen lettere for barn og voksne med diabetes. Vi deler også ut 3 reisegavekort til en verdi av 50 000 kroner.

**Kjøp lodd og bli med i trekningen du også!**

For å vite mer om Diabeteslotteriet, se [diabetes.no/lodd](https://diabetes.no/lodd)

diabetesforbundet



### Velkommen til Diabetesforbundet

Takk for at du har valgt oss. Som medlem er du med på å prege Diabetesforbundet, påvirke politiske beslutninger, skape samhold og engasjement. Du er med på å gi organisasjonen ny energi og enda større muskler i vår daglige kamp for dine rettigheter.

Diabetesforbundet er din uavhengige interesseorganisasjon som jobber for at diabeteshverdagen din skal bli bedre. Vår jobb er å gi deg støtte gjennom god, kvalitetssikret informasjon og tilgang til aktiviteter og møteplasser for kunnskap og mestring. Vi kjemper for rettighetene til alle med diabetes, uansett hvilken diabetesstype du har, og for å spre forståelse og diabeteskunnskap i befolkningen.

Vi er organisasjonen for deg som forventer at en seriøs aktør ivaretar dine interesser. Vi samarbeider med de fremste kliniske miljøene, og vi gir oppdatert informasjon til helsepersonell for å fremme stadig bedre diabetesbehandling. Vi bidrar også til mer forskning på diabetes - innen både behandling, hjelpemidler, forebygging og psykisk helse. For å stimulere til mer diabetesforskning deler vi årlig ut Diabetesforbundets forskningspris.

En brosjyre med oversikt over hvilke tilbud og fordeler du har som medlem ligger ved. Vi håper du synes den er nyttig. Velkommen som medlem!



diabetesforbundet



24.-25. april på Gardermoen

### Vil du lede en motivasjonsgruppe?

Bli med og inspirer andre til en lettere hverdag.

Påmeldingsfrist 16. mars

diabetesforbundet

**INNSIDER**

Innsider skal følge forbundets regler om tekstfarge. På innsider kan man benytte seg av hvit, lys blå og lys gul bakgrunn for å skape variasjon mellom sidene.

Man kan benytte seg av de tre ulike formene for tekstbokser for å skape variasjon og fremheve innhold.

Ikoner skal i hovedsak benyttes i lilla på lys bakgrunn og hvit på mørke bakgrunner. I dette eksempelet er dette fulgt på siste side der ikonene brukes for å vise til telefonnummer og nettside. Øvrig er ikonene brukt som dekorelementer og understreker innhold som allerede er beskrevet med tekst. Her er de brukt i andre profilmfarger.

**Min diabetes-hverdag**

Diabetes for beboere i institusjon – en hurtigguide



diabetesforbundet

**Behandling av diabetes** er mer enn bare behandling av blodsukkeret. Hos disse pasientene er blodtrykk og aldersrelaterte sykdommer også viktig. Dette materialet dreier seg om oppfølging av blodsukkeret, og ikke oppfølging av diabetes i sin helhet.

**Eldre uten komplikasjoner** behøver ikke behandles for å redusere risikoen for komplikasjoner, men for å oppnå best mulig livskvalitet og hverdag. Har vedkommende komplikasjoner, vil målet med blodsukkerbehandlingen være å unngå ytterligere plager, siden høyt blodsukker vil forsterke symptomene ved allerede eksisterende komplikasjoner.

Tenk symptomfrihet!

**Diabetes** er en insulinmangelsykdom, ikke en mat- eller sukkersykdom.

**Bivirkning av insulin:** for mye gir lavt blodsukker, for lite gir høyt blodsukker.

**Type 1-ere** på ha insulin til de fleste måltider, mens **type 2-ere** gjerne klarer seg uten.

**Beboere** på institusjonene skal ikke ha kostrestriksjoner. For å sikre både tilstrekkelig næring, god helse og trivsel, bør hver enkelt få spise hva de selv ønsker og behandles deretter.

**Egenkunnskapen** fra mange år med diabetes bør tas hensyn til så langt det er mulig.

**Symptomer på høyt blodsukker (hyperglykemi)**



- Store urinmengder
- Tørste
- Tretthet
- Tåkesyn
- Tørrhet i munn og slimhinner
- Soppinfeksjon
- Økt infeksjonstendens
- Nedsatt livskvalitet

Obs. Alle symptomer er oppgitt i tilfeldig rekkefølge. Grad og hyppighet av symptomer er helt individuelt.

**Symptomer på lavt blodsukker (hypoglykemi)**



- Tretthet
- Svetting
- Sult
- Skjelving/risting
- Hodepine
- Humørsvingninger
- Uro/angst
- Synsforstyrrelser

Obs. Alle symptomer er oppgitt i tilfeldig rekkefølge. Grad og hyppighet av symptomer er helt individuelt.

**Tilleggsymptomer hos syke og skrøpelige (i tillegg til de vi kjenner fra før)**

<p><b>Hyperglykemi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dehydrering</li> <li>• Urininkontinens</li> <li>• Kognitiv svikt</li> <li>• Forvirring/delir</li> <li>• Uklart syn</li> <li>• Infeksjoner</li> <li>• Vekttap</li> </ul>	<p><b>Hypoglykemi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fall og beinbrudd</li> <li>• Forvirring/delir</li> <li>• Kognitiv svikt</li> <li>• Kardiovaskulære problemer</li> </ul>
---	--

**Tiltak ved hyperglykemi**  
Gi mer insulin eller tabletter

**Tiltak ved hypoglykemi**  
Gi noe søtt å spise eller drikke. Raske karbohydrater

Obs. Alle symptomer er oppgitt i tilfeldig rekkefølge. Grad og hyppighet av symptomer er helt individuelt.



**Raske karbohydrater**  
Gir rask og høy blodsukkerstigning. Eks. sukkerholdig drikke og mat, hvitt mel og hvit ris

**Langsomme karbohydrater**  
Gir langsommere og mindre blodsukkerstigning. Eks. matvarer med grovt mel og fiber, jo grovere jo bedre.

**Mange opplever** å bli fratatt muligheten til egenbehandling av sin diabetes når de får helsehjelp. Husk at de som har hatt diabetes i mange år, har erfaring og ekspertise på egen sykdom. Ingen diabetes er lik.

Bruk denne kunnskapen!

Kontakt oss om diabetes

☎ 815 21 948

💬 diabetes.no/linjen



## Vi speider mot en diabetesfri framtid

Diabetesforbundets forskningsfond støtter norsk diabetesforskning. Selv om det stadig skjer framskritt på forskningsfeltet, er det ennå et stykke igjen til en diabetesfri framtid. Nå trenger vi din hjelp for å støtte enda mer diabetesforskning.

Vipps 200 kroner til 121393. Send SMS til 2160 med kodeord DIA200.


**diabetes**forbundet




## Diabeteslinjen holder åpent hele sommeren

Diabeteslinjen har utvidede åpningstider, også hele sommeren. Der svarer erfarne veiledere, diabetessykepleiere, leger, psykologer, apoteker og klinisk ernæringsfysiolog.

Spør oss gjerne!

 815 21 948

 [www.diabetes.no/linjen](http://www.diabetes.no/linjen)

**diabetes**forbundet

## Lettere i toppen når du bruker kroppen

[diabetes.no/treningstips](http://diabetes.no/treningstips)

**læring : mestring**



**diabetes**forbundet



Foto: Line Hårklau

**Diabeteslotteriet 2021**

## Kjøp lodd og vinn flotte premier!

Ved å kjøpe lodd er du med å støtte Diabetesforbundets arbeid med å gjøre hverdagen lettere for barn og voksne med diabetes.

Kjøp lodd og støtt Diabetesforbundets arbeid du også!

For å vite mer om Diabeteslotteriet, se [diabetes.no/lodd](http://diabetes.no/lodd)

**diabetes**forbundet



## Har du pasienter med problemer i seksuallivet?

**Personer med diabetes kan oppleve utfordringer eller problemer i seksuallivet.**

Mange erfarer at sexhjelpemidler hjelper, derfor tilbyr vi nå dette til medlemspris i nettbutikken. Produktene blir sendt raskt og diskret.

[Se diabetes.no/nettbutikk](http://diabetes.no/nettbutikk) for mer informasjon

**diabetes**forbundet



**Velkommen til Landsmøte 2021**

diabetesforbundet



**Velkommen til Landsmøte 2021**

diabetesforbundet

**Lorem ipsum dolor**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip

diabetesforbundet

**Lorem ipsum dolor**

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip

diabetesforbundet

**Lorem ipsum dolor**

Lorem ipsum  > 
  Lorem ipsum  > 
  Lorem ipsum

diabetesforbundet

**Lorem ipsum dolor**

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip



diabetesforbundet

### SOSIALE MEDIER

Det er viktig at Diabetesforbundet er konsistent på tvers av ulike sosiale medier. Dette gjelder også for de ulike lokallagene og andre kontoer under Diabetesforbundet, som for eksempel Diabeteslinjen.

Diabetesforbundets profilbilde skal alltid ha hvit logo på lilla bakgrunn. Dette vil gjøre at der hvor profilbildet er i liten størrelse, for eksempel på mobil, vil hovedfargen lilla komme tydelig frem. På plattformer som Instagram kan brukere selv velge om de vil ha lyst eller mørkt modus. Ved å ha et profilbilde i Diabetesforbundets ikoniske lillafarge vil denne komme tydelig frem uavhengig av lyst og mørkt modus.

For andre kontoer under Diabetesforbundet, som lokallag og Diabeteslinjen, skal profilbildet være lys blå med lilla logo. Dette er for å skille disse profilene tydelig, i tillegg til å være konsekvent og synes uavhengig av lyst og mørkt modus. Kontoer uten logo skal skrives i Clan Ot Medium og midtstilles.

På headerbilder for Facebook, Twitter, Youtube o.l. skal bakgrunnen være lys blå med lilla logo. Dersom headerbildet skal inneholde annen informasjon gjelder retningslinjene for **oppsett** av trykt materiell.



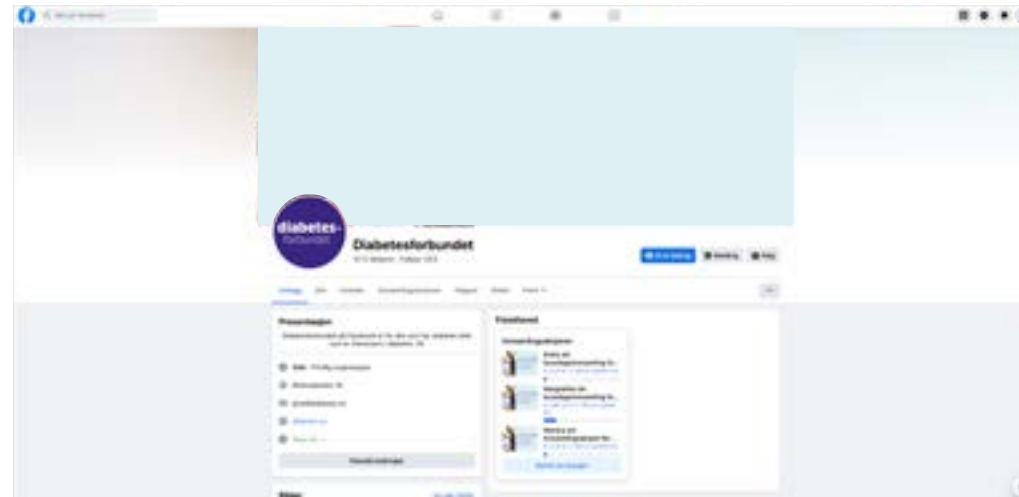
### FACEBOOK PROFILSIDE

Dimensjonene for Facebooks forsidebilder endres stadig. Når man skal oppdatere forsidebilde må man undersøke dagens dimensjoner slik at det vises optimalt for Diabetesforbundets følgere.

Man må også ta hensyn til at forsidebildet vises ulikt på desktop og mobil. På mobil vises en smalere del av bildet. Det er derfor viktig at man sørger for informasjonen vises på både desktop og mobil.

Det er utarbeidet maler i Photoshop som tar hensyn til de ulike beskjæringene. De ulike begrensningene ligger lagvis slik at man kan «skru av og på» synligheten. På den måten kan man dobbeltsjekke at innholdet er synlig på alle plattformer.

Annonser/innlegg med tekst følger retningslinjer for **oppsett** av trykt materiell.



**DO'S AND DONT'S**

Dersom man ønsker å bruke forsidebildet som en profilbærende element uten noe særskilt budskap, så kan man både ha logo på blå bakgrunn, eller logo oppå et bilde, plassert i senter. Dette er imidlertid ikke et must, da forsidebildet vil alltid bli sett i sammenheng med Diabetesforbundets Facebookprofil.

Dersom man ønsker å inkludere en beskjed, påse at informasjonen plasseres i øvre halvdel av bildet, men godt innenfor de ytre rammene. På den måten blir det ikke dekket over av profilbildet på mobilvisning.

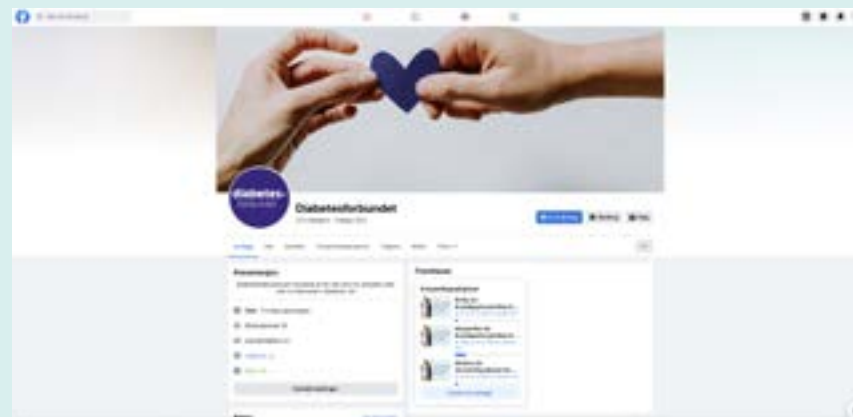
Hold teksten til et minimum og sørg for at den alltid er synlig. Svært få klikker seg inn på forsidebildet for å se det i fullskala og for å få med seg hele beskjeden.



Forsidebilde med bilde og logo i midten



Forsidebilde med et kort budskap i midten

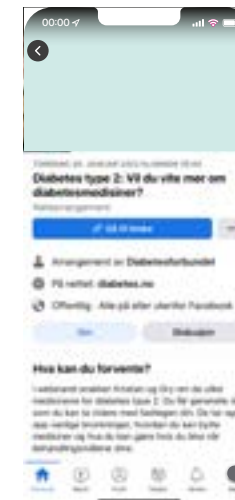
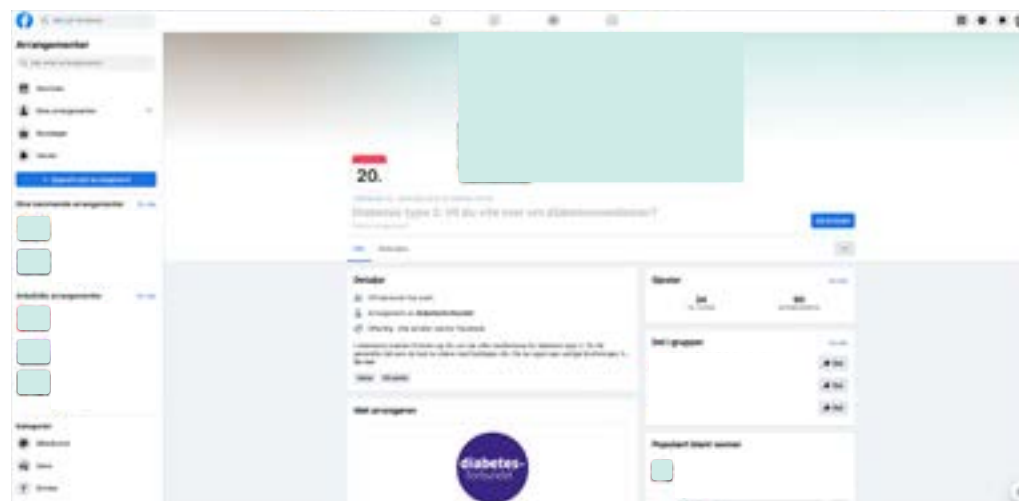


Forsidebilde med kun et bilde

## FACEBOOKARRANGEMENTER

Dimensjonene for Facebooks arrangement-bilder endres stadig. Når man skal produsere et arrangementsbilde må man undersøke dagens dimensjoner slik at det vises optimalt for Diabetesforbundets følgere.

Man må også ta hensyn til at arrangement-bildet vises ulikt på desktop og mobil, samt at det brukes flere steder på nettstedet/appen i ulike formater. Per 2022 er det intet mindre enn fem(!) ulike formater man må ta hensyn til.



Det er utarbeidet maler i Photoshop som tar hensyn til de ulike beskjæringene. De ulike begrensningene ligger lagvis slik at man kan «skru av og på» synligheten. På den måten kan man dobbelsjekke at innholdet er synlig på alle plattformer og gjengivelser.



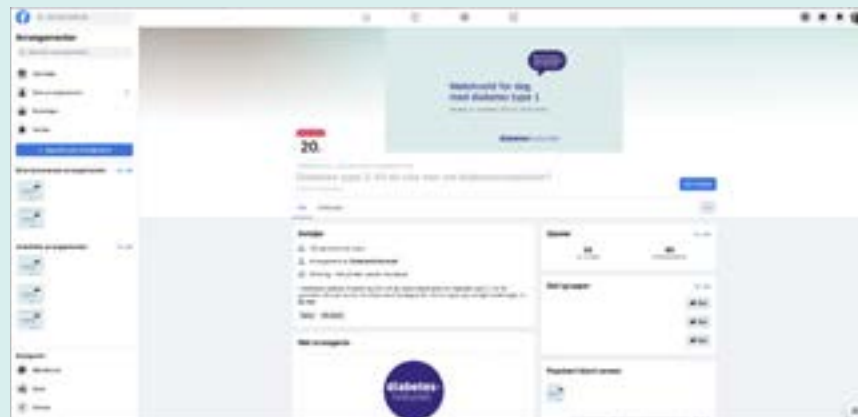
**DO'S AND DONT'S**

Det er utfordrende å produsere et arrangement-bilde hvor all informasjon er synlig på alle flater og alle områder. Her bør man være kritisk til hvilken informasjon som er viktigst.

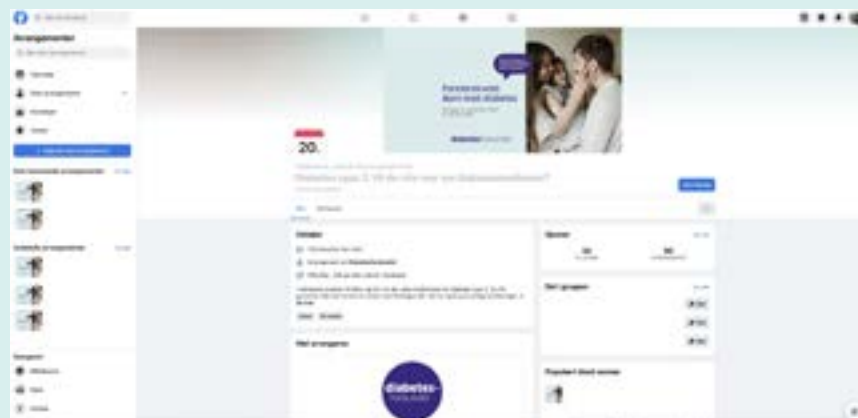
Tema og tidspunkt for arrangementet bør være i fokus, deretter Diabetesforbundet som arrangør. Bilder, eller annen tilleggs-informasjon kommer etter dette i prioriteringsrekkefølge.

Ved bildebruk så bør man plassere bildene slik at hovedmotivet er synlig i toppen av arrangementssiden på desktop og mobil. Hovedmotivet kan beskjæres noe uheldig på de mindre flatene, men det er noe som er vanskelig å unngå når det er så mange formater som tar utgangspunkt i ett og samme bilde. Det trenger man med andre ord ikke ta så nøye hensyn til.

Hold budskapet til et minimum og sørg for at den alltid er synlig. Mye av informasjonen kommer i løpende tekst under bilde, og brukerne er vant til å scrolle ned for å lese seg opp på arrangementet. Det er derfor ikke behov for å overkommunisere på selve arrangementsbildet.



Arrangementsbilde med kun tekst og grafikk



Arrangementsbilde med tekst, grafikk og bilde



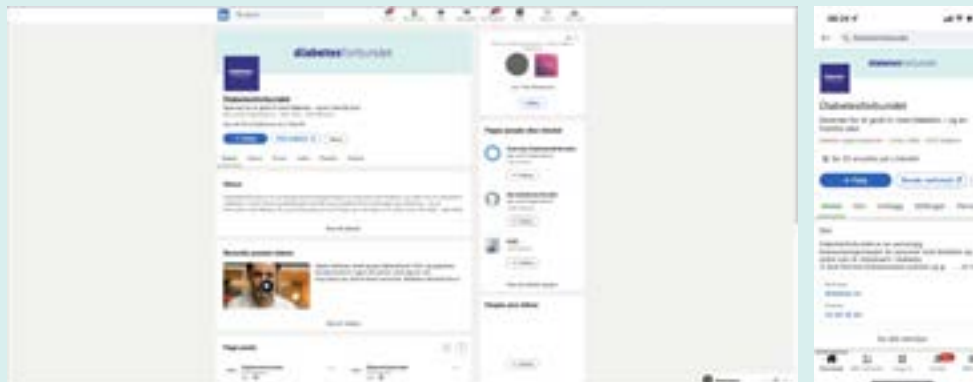
### LINKEDIN FORSIDEBILDE

Forsidebildet på LinkedIn beholder sine dimensjoner uavhengig av hvilken plattform som brukes. Det er imidlertid en variasjon i hvor mye av bildet som dekkes av profilbildet. På mobilversjonen dekkes mer av bildet enn på desktop.

Det er utarbeidet maler i Photoshop som tar hensyn til profilbildet og hvordan det dekker forsidebildet. De ulike begrensningene ligger lagvis slik at man kan «skru av og på» synligheten. På den måten kan man dobbelsjekke at innholdet er synlig på alle plattformer og gjengivelser.

### DO'S AND DONT'S

Dersom man ønsker å bruke forsidebildet som en profilbærende element uten noe særskilt budskap, så kan man både ha logo på blå bakgrunn, eller logo oppå et bilde. Dette er imidlertid ikke et must, da forsidebildet vil alltid bli sett i sammenheng med Diabetesforbundets LinkedInprofil. Skal logoen brukes, sørg for at den alltid følger reglene om clearspace.



Forsidebilde med solid bakgrunn og logo



Forsidebilde med bilde uten logo



### RETNINGSLINJER FOR INSTAGRAM

Instagram er både nyttig og viktig for å nå ut til eksisterende og potensielle medlemmer. Vi har utformet retningslinjer rettet mot instagram. Dette for å skape en dynamisk og spennende profil, som vil engasjere publikum til å involvere seg med Diabetesforbundet.

I korte trekk bør man tenke at man ikke bør si for mye på hvert enkelt bilde man legger ut. Ved å benytte sveip-funksjonen kan man si mye gjennom flere bilder, uten å overflomme ett enkelt bilde. Innlegg bestående av en bildeserie har en tendens til å motta et større engasjement fra publikum, i antall seere og liker-klikk.

### REKKEFØLGE I FEEDEN

For å beholde et variert uttrykk bør man være oppmerksom på rekkefølgen til bildene. Man kan fint legge ut et stemningsbilde for å skape avstand mellom to like bilder.

### PRODUKTBLIDER

Skal det vises frem et produkt, bruk heller et bilde av produktet plassert i et miljø fremfor isolert på hvit bakgrunn. Dette ser pener ut i en overordnet feed, og virker mer personlig.

### OPPLØSNING

Sørg for god oppløsning av bilder og videoer før de legges ut. En minimums-størrelse på 1500x1500 piksler er en god tommelfingerregel.

### BRUK KVADRATISKE BILDER OG VIDEOER

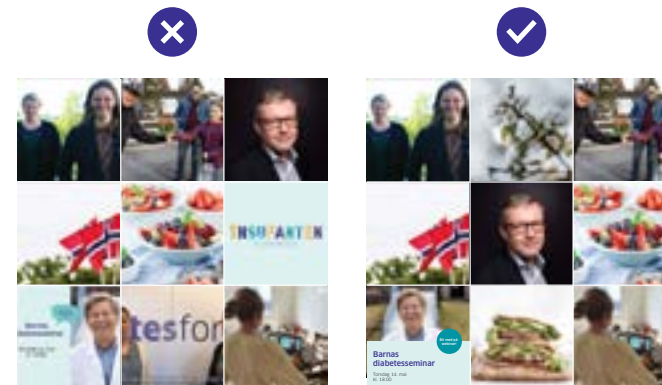
Ved å beskjære innholdet til et kvadrat, vil man sikre at alt innhold er synlig både i selve innlegget og i den overordnede feeden.

### UNNGÅ TEKSTTUNGE BILDER

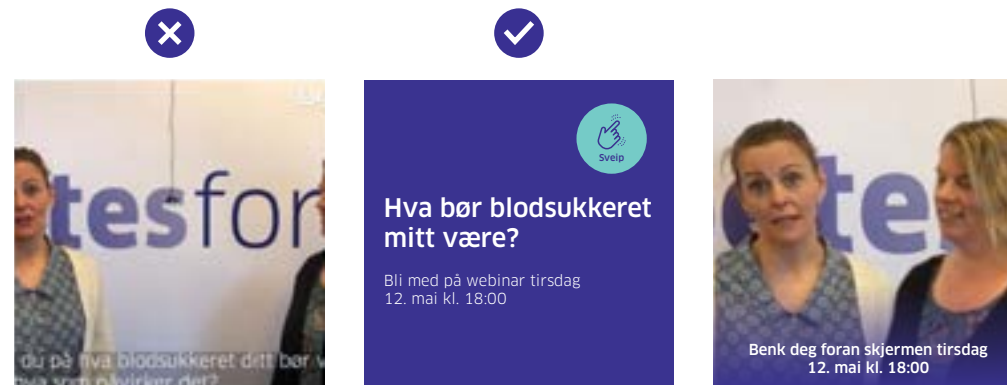
Vi anbefaler å unngå teksttunge bilder. Når publikum blar gjennom instagram, bruker de sjeldent mange sekunder. Det er derfor lurt å holde teksten til et minimum, og prioritere essensiell informasjon. Ønsker man å si mer, kan man bruke sveip-funksjonen og legge til flere bilder. Husk at også mye kan skrives som tekst under bildet også.

### UNNGÅ KOLLASJER

Bildekollasjer kan rote til det helhetlige uttrykket til feeden. Legg heller bildene ut som en bildeserie med sveip-funksjon.



Ved å bruke stemningsbilder mellom like bilder kan man skape et variert uttrykk som engasjerer.



Benytt sveip-funksjonen for alt det er verdt. Bildeserier har en tendens til å skape et større engasjement hos publikum.

### INSTAGRAM STORIES

Instagram stories er et verktøy som man flittig kan ta i bruk for å produsere, gjerne også på farten. Her er kravene for å følge profilmanualen lavere, men det er likevel fint å inkorporere profilelementer dersom man har mulighet til det.

Det er utarbeidet en rekke bilder som man kan laste ned på mobilen, og legge inn på stories. Til høyre er eksempler på Instagram Stories som er utarbeidet med disse bildene, i kombinasjon med Instagrams egne verktøy. Last ned via lenke [her](#) eller scann QR-koden nedenfor.



### HVORDAN LEGGE TIL ELEMENTER

Etter du har tatt/valgt et bilde du vil laste opp på stories så kan du legge inn elementer. For å legge inn elementer som du har lastet ned på mobilen din, trykk på knappen med en smilende post-it lapp, øverst på skjermen.



Bla så nedover menyen til du ser en sirkel med ditt siste bilde på kamerarullen din og et bildeikon over.



Gjenta prosessen for å legge til flere elementer, og flytt, roter og skaler de med fingrene for at storyen skal bli slik du ønsker.

### TYPOGRAFI



For å legge til tekst, trykk på knappen med «Aa» øverst på skjermen.



Velg fontvalg nummer 2. fra venstre.

Skriv ut teksten du ønsker. Det er ønskelig å bruke enten lilla eller hvit tekst, men det aller viktigste er at teksten er lesbar mot bildet. Hvis du vil ha lilla tekst, så må du allerede ha lastet opp et lilla element på forhånd. For å velge farge på teksten, trykk på fargehjulet øverst på skjermen.



Velg så pipetten som dukker opp blant de standard fargevalgene over tastaturet.

Dra fingeren deretter over elementet som du ønsker å kopiere fargen til. Du ser hvilken farge som blir valgt gjennom fargen som dukker opp i den store sirkelen.



**diabetes**forbundet

## YOUTUBE

På Youtube skal man opprette såkalte thumbnails for hver video som lastes opp. En thumbnail er et lite bilde man kan klikke på, før man ser den faktiske videoen. Thumbnails er en viktig del av å skape en konsistent profil på Youtube, samtidig som det øker antall visninger på den aktuelle videoen.

Thumbnailen skal inneholde tittelen på videoen eller en kort relevant tekst om budskapet. Det er viktig å holde teksten kort, slik at teksten får god plass. Dette er viktig for å opprettholde høyest mulig lesbarhet når bildet er i liten størrelse.

For videoer rettet mot barn, kan grafisk element tilknyttet profilen for foreldre og barn benyttes.

### Alternativ 1A:

Hvit tekst på lilla bakgrunn. Her er det tillatt med relevant ikon eller illustrasjon som dekorelement.

### Alternativ 1B:

Lilla tekst på lys blå bakgrunn. Her er det tillatt med relevant ikon eller illustrasjon som dekorelement.

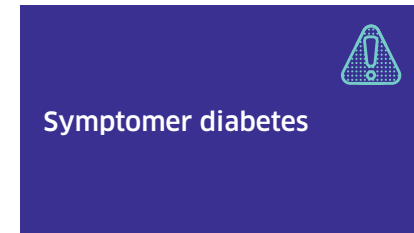
### Alternativ 2A:

Lilla tekst på lys blå bakgrunn. Thumbnailen er todelt med skjermbilde fra videoen på høyre side. Dette er for at publikum kan få en sniktitt på hva de kan forvente å se i videoen.

### Alternativ 2B:

Hvit tekst på lilla bakgrunn. Thumbnailen er todelt med skjermbilde fra videoen på høyre side. Dette er for at publikum kan få en sniktitt på hva de kan forvente å se i videoen.

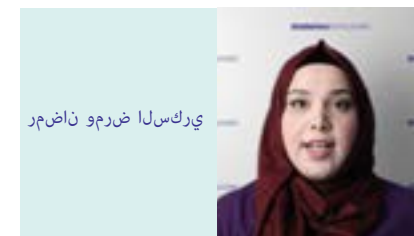
### Alternativ 1A



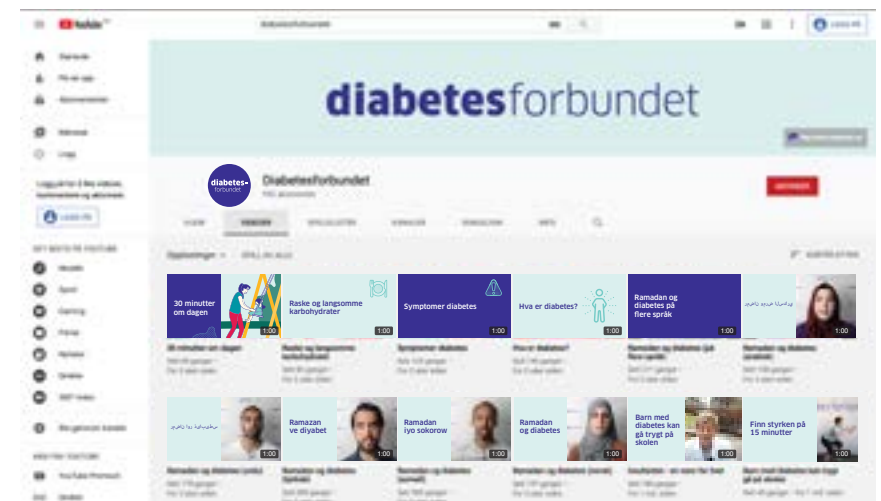
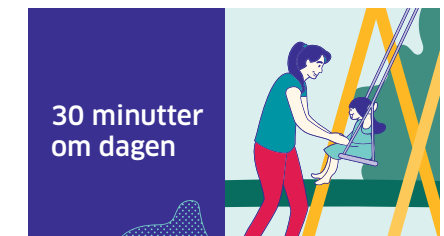
### Alternativ 1B



### Alternativ 2A



### Alternativ 2B



## Underprofiler

## Helsepersonell

**FARGEPALETT**

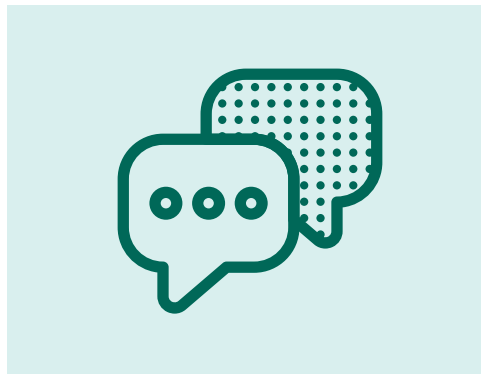
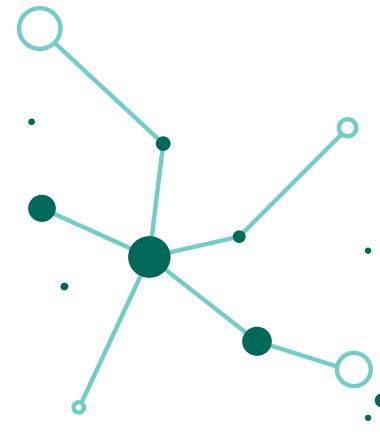
Alt materiell rettet mot helsepersonell skal skille seg ut fra Diabetesforbundets hovedprofil i form av grafisk element og fargepalett. Her vektlegges fargene noe annerledes, der grønnfargen i primærpaletten fremheves for et større bruksområde. Alle titler skal bære denne fargen. Mellomtitler kan være grønne eller sort. Det visuelle uttrykket skal fremstå som lyseblått og grønt, med noe innslag av lilla. De andre fargene kan imidlertid brukes ved behov som annen dekor, illustrasjoner eller infografikk.

<b>Grønn</b> Pantone 561 C Pantone 561 U CMYK 85 / 0 / 54 / 52 RGB 0 / 104 / 88 HEX #006858		<b>Lys blå</b> Pantone 649 C Pantone 649 U CMYK 15 / 0 / 6 / 0 RGB 217 / 239 / 238 HEX #D9EFEE		<b>Lilla</b> Pantone Violet C Pantone 273 U CMYK 96 / 100 / 0 / 0 RGB 57 / 48 / 146 HEX #393092
				<b>Havblå</b> Pantone 7703 C Pantone 632 U CMYK 86 / 0 / 25 / 22 RGB 0 / 149 / 165 HEX # 0095A4
<b>Gul</b> Pantone 130 C Pantone 129 U CMYK 0 / 30 / 95 / 0 RGB 253 / 185 / 36 HEX #FDB924	<b>Lys gul</b> Pantone 9141 C Pantone 9141 U CMYK 0 / 1 / 10 / 0 RGB 225 / 248 / 231 HEX #E1134F	<b>Medium blå</b> Pantone 636 C Pantone 636 U CMYK 52 / 0 / 25 / 0 RGB 130 / 202 / 199 HEX #FFF8E7	<b>Rød</b> Pantone 1935 C Pantone 199 U CMYK 100 / 57 / 0 / 5 RGB 223 / 0 / 68 HEX #74CBC8	<b>Sort</b>
				<b>Hvit</b>

**GRAFISKE ELEMENTER**

Profilen for helsepersonell inkluderer et gra-fisk element som består av sirkler knyttet sammen av linjer. Disse skal brukes svært begrenset og ikke være for fremtredende i sitt bruk. De brukes kun der det er mye luft. Dersom det er lite plass, la heller elementet utgå. Disse skal kun brukes i fargen medium blå og grønn.

Ikonene skal i hovedsak brukes i grønn farge, eller hvit på mørk bakgrunn. Det er lov å bruke ikoner i andre profilmfarger om det er ønskelig, men hovedregelen er at de skal brukes i grønt eller hvitt.





# Eksempel på bruk

## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor

### Lorem ipsum dolor

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

diabetesforbundet



## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

diabetesforbundet

## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

Lorem ipsum dolor

diabetesforbundet

## Foreldre og barn

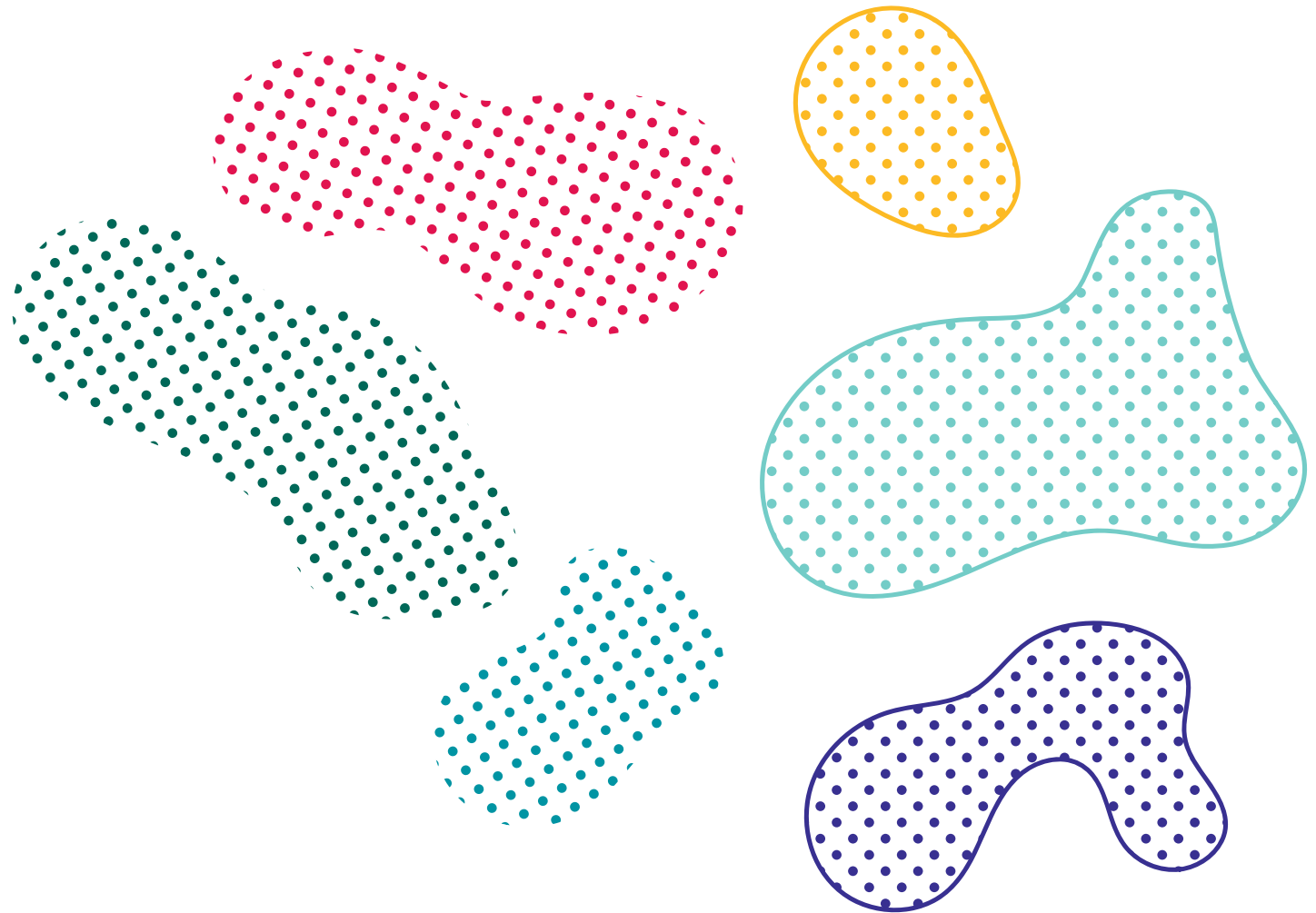
**FARGEPALETT**

Alt materiell rettet mot barn og foreldre til barn med diabetes, skal følge hovedprofilens fargepalett, og vektingen av denne.

<p><b>Lilla</b></p> <p>Pantone Violet C            Pantone 273 U            CMYK 96 / 100 / 0 / 0            RGB 57 / 48 / 146            HEX #393092</p>		<p><b>Lys blå</b></p> <p>Pantone 649 C            Pantone 649 U            CMYK 15 / 0 / 6 / 0            RGB 217 / 239 / 238            HEX #D9EFEE</p>		<p><b>Grønn</b></p> <p>Pantone 561 C            Pantone 561 U            CMYK 85 / 0 / 54 / 52            RGB 0 / 104 / 88            HEX #006858</p>
				<p><b>Havblå</b></p> <p>Pantone 7703 C            Pantone 632 U            CMYK 86 / 0 / 25 / 22            RGB 0 / 149 / 165            HEX # 0095A4</p>
<p><b>Gul</b></p> <p>Pantone 130 C            Pantone 129 U            CMYK 0 / 30 / 95 / 0            RGB 253 / 185 / 36            HEX #FDB924</p>	<p><b>Lys gul</b></p> <p>Pantone 9141 C            Pantone 9141 U            CMYK 0 / 1 / 10 / 0            RGB 255 / 248 / 231            HEX #FFF8E7</p>	<p><b>Medium blå</b></p> <p>Pantone 636 C            Pantone 636 U            CMYK 52 / 0 / 25 / 0            RGB 116 / 203 / 200            HEX #74CBC8</p>	<p><b>Rød</b></p> <p>Pantone 1935 C            Pantone 199 U            CMYK 100 / 57 / 0 / 5            RGB 225 / 19 / 79            HEX #E1134F</p>	<p><b>Sort</b></p>
				<p><b>Hvit</b></p>

**GRAFISKE ELEMENTER**

Profilen for foreldre og barn består av et grafisk element som består av et prikke-mønster inni «celler». Disse skal brukes svært begrenset og ikke være for frem-tredende i sitt bruk. De brukes kun der det er mye luft. Dersom det er lite plass, la heller elementet utgå. Det er ingen begrensning for fargebruk for disse elementene, og de er tillatt i alle farger i Diabetesforbundets fargepalett. Elementene kan benyttes både med og uten kantlinjer.



# Eksempel på bruk

## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor

**Lorem ipsum dolor**  
Consectetur adipiscing  
elit, sed diam nonummy

diabetesforbundet



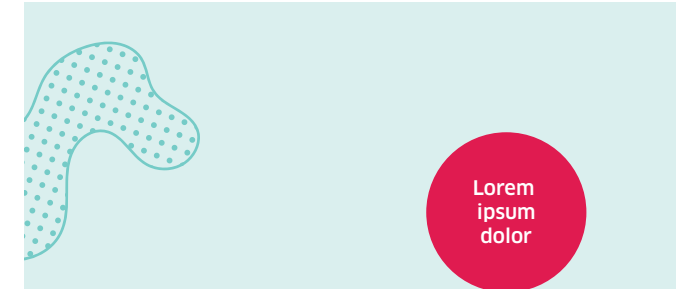
## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

diabetesforbundet



## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

diabetesforbundet

# Ungdiabetes

**LOGO**

For å separere Ungdiabetes med Diabetesforbundet har Ungdiabetes sin egen logo. Denne skal benyttes i alt materiell rettet mot ungdommer.

**BESKYTTELSESSONE**

For å sikre at logoen kommer til sin rett og ikke blir forstyrret av andre elementer, skal det alltid være en minimum avstand til andre objekter, en såkalt beskyttelsessone. Avstanden fra logoen til andre objekter skal aldri være mindre enn X.

**MINSTE LOGOSTØRRELSE**

Den minste tillatte logostørrelse er 25 mm bredde. For ekstremt små størrelser som f.eks kulepennar o.l. er det tillatt med mindre størrelse på logoen. Dette må godkjennes av kommunikasjonsavdelingen før bruk.

# ungdiabetes



ungdiabetes

25 mm

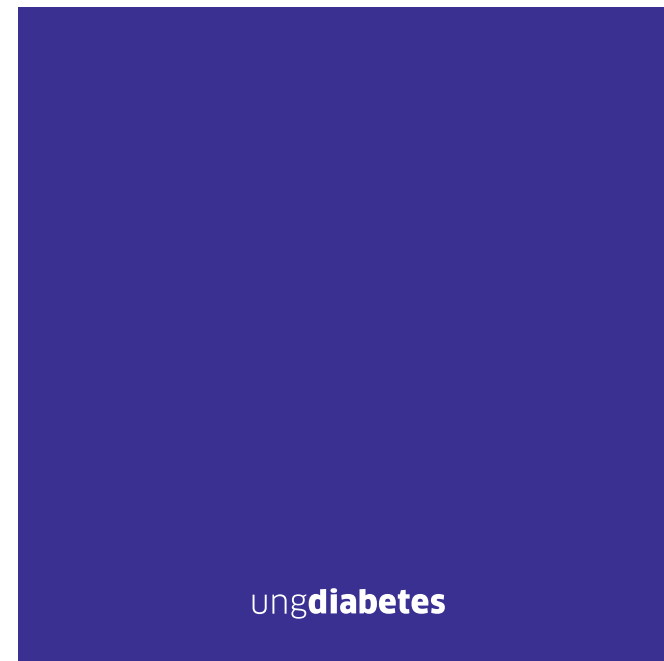
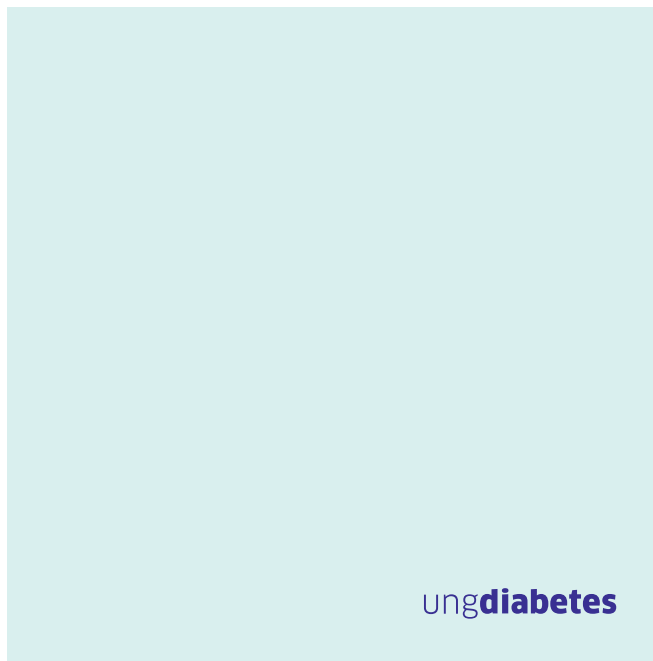
**FARGE**

Logoen skal alltid benyttes i hovedfargen lilla, med unntak på mørke bakgrunner eller bakgrunner der logoen ellers ikke kommer tydelig frem. Da skal den hvite versjonen av logoen benyttes.

**PASSERING**

Logoen skal plasseres på en ren flate som har god kontrast til logoen. Den kan plasseres på bilder, men skal da plasseres på en rolig del av bildet som ikke konkurrerer med logoen og som har god kontrast til denne.

Logoen skal fortrinnsvis plasseres nederst i høyre hjørne av formatet. Dersom det er lite eller ingen tekst i formatet kan logoen plasseres midstilt av formatet.





**FARGEPALETT**

Alt materiell med Ungdiabetes som avsender rettet mot ungdom, skal følge hovedprofilens fargepalett, og vektingen av denne.

<p><b>Lilla</b>                  Pantone Violet C                  Pantone 273 U                  CMYK 96 / 100 / 0 / 0                  RGB 57 / 48 / 146                  HEX #393092</p>		<p><b>Lys blå</b>                  Pantone 649 C                  Pantone 649 U                  CMYK 15 / 0 / 6 / 0                  RGB 217 / 239 / 238                  HEX #D9EFEE</p>		<p><b>Grønn</b>                  Pantone 561 C                  Pantone 561 U                  CMYK 85 / 0 / 54 / 52                  RGB 0 / 104 / 88                  HEX #006858</p>
				<p><b>Havblå</b>                  Pantone 7703 C                  Pantone 632 U                  CMYK 86 / 0 / 25 / 22                  RGB 0 / 149 / 165                  HEX # 0095A4</p>
<p><b>Gul</b>                  Pantone 130 C                  Pantone 129 U                  CMYK 0 / 30 / 95 / 0                  RGB 253 / 185 / 36                  HEX #FDB924</p>	<p><b>Lys gul</b>                  Pantone 9141 C                  Pantone 9141 U                  CMYK 0 / 1 / 10 / 0                  RGB 255 / 248 / 231                  HEX #FFF8E7</p>	<p><b>Medium blå</b>                  Pantone 636 C                  Pantone 636 U                  CMYK 52 / 0 / 25 / 0                  RGB 116 / 203 / 200                  HEX #74CBC8</p>	<p><b>Rød</b>                  Pantone 1935 C                  Pantone 199 U                  CMYK 100 / 57 / 0 / 5                  RGB 225 / 19 / 79                  HEX #E1134F</p>	<p><b>Sort</b></p>
				<p><b>Hvit</b></p>

**GRAFISK ELEMENT**

Ungdiabetes bruker et fargefilter med gradient for å skille seg ut fra resten av forbundets materiell. Denne gradienten legges over bilder av målgruppen. Gradienten består av en valgfri farge fra Diabetesforbundets fargepalett. Gradienten har en vertikal retning der den valgte fargen alltid er 100 % i toppen av bildet, og 0 % i bunn av bildet. For å oppnå korrekt effekt skal det underliggende bildet være i sort hvitt og blending mode/overgangsmodus være «screen/skjerm».

Ungdiabetes benytter også kolasjer på sitt materiell. Her er det viktig å ta hensyn til balanse mellom motivene i kollasjen. Det kan bli uryddig med mange lignende motiver, og det er fint å variere med stemningsbilder for å opprettholde balansen.

100 % valgt farge



0 % valgt farge



## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor



Lorem ipsum dolor

### Lorem ipsum dolor

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

ungdiabetes



## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

ungdiabetes

## Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

### Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

ungdiabetes

