



Fremskrittspartiet

**Profilmanual
2021**

Innholdsfortegnelse

Formål og konsept	3
Formål	3
Hva består grafiske retningslinjer av?	3
Hvem skal bruke de?	3
Konseptet	3
Logo	4
Logobruk	4
Hovedlogo	4
Logofarge	4
Sikker avstand	5
Logoens minstestørrelse	5
Logoversjoner	6
Farger	7
Våre farger og bruk	7
Primærfarger	7
Sekundærfarger	7
Web-farger	7
Fargekombinasjoner	8
Universell utforming	9
Typografi	10
Skriftfamilien	10
Typografi-layout	11
Grafiske elementer	12
Tekstbokser	12
Bruk av titler og bakgrunnsfarger	13
Fler enn én tittel	14
Bruk av elementer på sosiale medier	15
Eksempler i bruk	16
Bruk av elementer på print	17
Eksempler i bruk	18
Kampanjeuttak	20
Standsmateriell, strøartikler og tekstiler	22
Fotospråk	23
Et (godt) bilde sier mer enn tusen ord	23
Viktig å huske	24
Retningslinjer for redaksjonelle foto	24
Redaksjonelle filmsnutter	24
Film/Video	25

Formål og konsept

Formål

Formålet med grafiske retningslinjer er å ivareta, videreutvikle og til enhver tid profesjonalisere Fremskrittspartiets identitet og kommunikasjon. For å oppnå den overordnede målsetningen om at partiet skal se helhetlig og likt ut i hele landet er det sentralt at vi har en grafisk profil som benyttes av alle organisasjonsledd. For å sikre gjenkjennelighet og bygge merkevare er det avgjørende at det visuelle uttrykket er likt i hele landet.

Hva består grafiske retningslinjer av?

Våre grafiske retningslinjer er en verktøykasse for alle som arbeider for og med partiets identitet. Hensikten er å fremstå samlet og helhetlig - både internt og eksternt. Den visuelle identiteten inneholder logo, farger, fonter, bilder og grafiske elementer. Ved at profilen vår går igjen som en blå tråd i all vår kommunikasjon, skaper vi et helhetlig uttrykk som gjør at vi lettere setter avtrykk og gjenkjennes.

Hvem skal bruke de?

All offisiell kommunikasjon, intern og eksternt, skal baseres på disse retningslinjene. Derfor har alle ansatte, tillitsvalgte, og andre som publiserer tekst og grafikk i trykte og digitale medier for Fremskrittspartiet et ansvar for å etterfølge denne plattformen.

Konseptet

Fremskrittspartiet jobber kontinuerlig for å skape en enklere hverdag for folk flest. “En enklere hverdag” er en enkel og direkte beskrivelse av partiets strategi, politikk og argumentasjonsplattform.

“En enklere hverdag” er noe vi alltid skal strekke oss etter for å vise hva vi jobber og står for.

Alle ønsker som fraviker fra det som beskrives i denne profilmanualen, må legges frem og godkjennes av generalsekretæren. Slike henvendelser rettes til markedssjef Helge Fossum, hef@frp.no

Logo

Logobruk

Det er viktig at logoen alltid opererer i sin originale form, evt. i de logoversjonene som er gitt.

1. Logoen skal ikke legges mot forstyrrende flater.
2. Logoen skal ikke strekkes eller klemmes.
3. Det skal ikke legges skygger eller andre effekter på logoen.
4. Fargen skal ikke endres.
5. Avstands- og størrelsesforholdet mellom eplet og ordbildet skal ikke endres.
6. Logoen skal ikke skråstilles.
7. Det skal ikke lages mønster av logoen. Unntak må avklares med generalsekretær v/markedssjefen.
8. Det skal ikke benyttes forkortet versjon av logoen.
9. Det skal ikke lages lokale varianter av logoen.



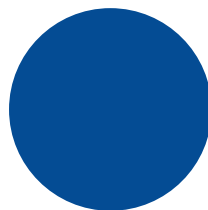
Fremskrittspartiet

Hovedlogo

Fremskrittspartiets hovedlogo består av et eple plassert til venstre for ordbildet «Fremskrittspartiet». Ordbildet skal aldri benyttes alene uten eplet. Men eplet, kan imidlertid benyttes alene. Dette blir beskrevet senere.

Fremskrittspartiets logo er merkevarebeskyttet.

Der hvor Fremskrittspartiet er avsender, skal alltid logo benyttes, både på digitale og analoge flater.



CMYK 99 / 73 / 9 / 0
RGB 4 / 76 / 148
HEX #024C93
PMS —

Logofarge

Logofargen beskrevet her skal kun brukes på det typografiske i logoen og skal ikke brukes noe annet sted i den grafiske profilen.

Logo

Sikker avstand

Fremskrittspartiets logo er det viktigste gjenkjennbare elementet partiet har, og skal alltid være godt synlig.

Logoen må plasseres slik at den aldri kommer i konflikt med andre elementer.

En enkel regel er å tenke halvparten av logoens høyde som en avstandsmåler for å sikre tilstrekkelig luft.



Logoens minstestørrelse

For at logoen alltid skal være tydelig og lesbar, er det satt en minstestørrelse for logo, både til trykte og digitale medier.

Minstestørrelse print



Minstestørrelse digitalt



Logo

Logoversjoner

Logoen skal som hovedregel benyttes i sin helhet, men noen ganger kan det være aktuelt å benytte eplet alene, da dette er et sterkt symbol for partiet.



Fremskrittspartiet



Eplet skal ikke under noen omstendigheter endres på. Dersom logoen skal brukes i negativ vil eplets farge bestå slik det er i originalen (se under).



Fremskrittspartiet

Noen ganger kan det være behov for at logoen må operere i negativ versjon, f. eks der hvor bakgrunnen er mørk. Den grå bakgrunnen bak logoen er IKKE en del av logoen.

Farger

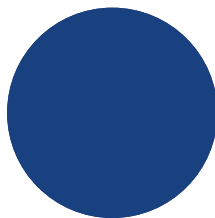
Våre farger og bruk

Farger er en viktig del av Fremskrittpartiets identitet. Paletten som benyttes forsterker partiets posisjon om å være et sterkt og selvstendig alternativ til Arbeiderpartiet.

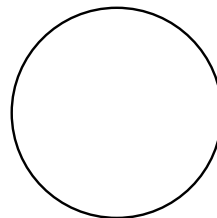
For FrP er det naturlig å benytte seg av en blå hovedpalett – med et hint av rødt. Den nye og oppdaterte mørke blåfargen er den dominerende fargen som utgjør hovedinntrykket i designet – i kombinasjon med hvitt.

Fargene kan også brukes i transparenter, da hovedsakelig 75%, 50% og 25%.

Primærfarger

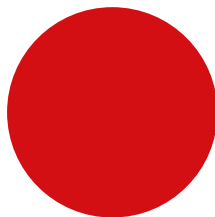


Hovedblå
CMYK 100 / 80 / 20 / 4
RGB 9 / 54 / 127
HEX #09367F
PMS —

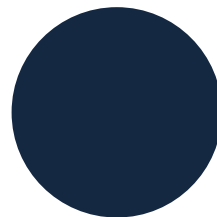


Hvit
CMYK 0 / 0 / 0 / 0
RGB 255 / 255 / 255
HEX #ffffff
PMS

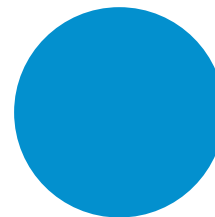
Sekundærfarger



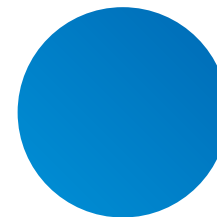
Rød
CMYK 5 / 100 / 100 / 5
RGB 218 / 8 / 18
HEX #da0812
PMS Pantone 485



Mørk blå
CMYK 100 / 82 / 45 / 49
RGB 21 / 40 / 65
HEX #022743
PMS —

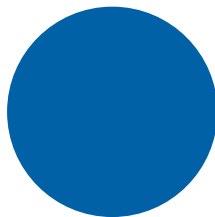


Lys blå
CMYK 79 / 29 / 2 / 0
RGB 3 / 144 / 206
HEX #0091CE
PMS —



FrP Gradient
Fra
CMYK 100 / 15 / 0 / 0
Til
CMYK 100 / 50 / 0 / 0

Web-farger



Web-blå
CMYK 100 / 50 / 0 / 10
RGB 0 / 98 / 167
HEX #0061a7
PMS —

Farger

Fargekombinasjoner

Under har vi laget eksempler til fargekombinasjoner. Det er viktig å huske på at blåfargene kan oppfattes som like, og det er derfor viktig å bruke farger med god kontrast til hverandre.

Universell utforming

Universell utforming er utforming slik at så mange som mulig kan delta aktivt uavhengig av funksjonsevne, slik at spesialløsninger unngås. Hovedløsningen skal være brukbar for alle.

Når det utvikles materiell på web prioriterer vi universell utforming. Sjekk alltid at fargene har tilstrekkelig kontrast til bakgrunnen. *WCAG AA er vårt minstekrav.*

Sjekk kontrast på www.webaim.org

Headeringer



Grafiske elementer



Universell utforming

Universell utforming handler om at alle skal kunne delta i samfunnet, og at offentlig informasjon og innhold må være utformet på en slik måte at det kan benyttes og forstås av flest mulig, uavhengig av funksjonsnedsettelse.

Bufo skriver på sine nettsider at «Målet med universell utforming er å gjøre samfunnet enklere å orientere og bevege seg i for så mange som mulig. Å klare seg selv og ta aktiv del i samfunnet blir for de aller fleste sett på som et viktig gode. Det er en menneskerett å få delta i samfunnet. Universell utforming er en måte å oppnå dette på.».

Derfor skal Fremskrittspartiet ta hensyn til universell utforming i produksjon av materiell i alle flater. Vi skal sørge for at vi oppfyller de krav som stilles, og at all visuell utforming er tilfredsstillende med tanke på kontrastkrav, størrelser og andre momenter som påvirker synlighet og tilgjengelighet i innholdet.

Det krever at partiet blant annet:

- Sørger for at kontrastkrav opprettholdes i diverse grafisk utformet materiell slik som annonser, plakater, rollup, grafikker og lignende. Det vil si at man må tenke over både fontstørrelse, fonttykkelse og fargevalg for å sørge for at teksten er lett synlig og tilgjengelig.
- Har stor nok font når man bruker tekst som bilde, dette for å unngå at teksten blir uskarp ved forstørrelse av innhold.
- Sørger for alternativ tekst på web. Dette vil si at det legges ved en ekstra tekst i koding på nettsidene slik at det er mulig å få opplest en beskrivelse av hvilke bilder/illustrasjoner som finnes i innholdet.
- Alltid tekste videoer i offisielle flater som frp.no og partiets kanaler i sosiale medier. Tekstingen bør følge internasjonale standarder med tydelig hvit font på sort gjennomskiktig bakgrunn. Teksting skal ikke ta vekk oppmerksomheten fra det som skjer i videoen, men supplere innholdet og beskrive det som sies til enhver tid.

Tips!

- **Husk luft** rundt tekst og elementer
- **Tenk over størrelse på skrift** og fonter (skrifttyper)
- **Størrelsesforholdet** – slik at ikke alt er like stort
- **God avstand** mellom ord, setninger og avsnitt for å få god lesbarhet
- Plassering av elementer
- Ta høyde for **kontraster** når vi velger farger
- Gjør orienteringen i teksten enkel
- Ikke bruk for lange setninger – del heller opp i **kolonner**
- Unngå versaler (store bokstaver) og kursiv/Italic (hellende skrift) i store mengder
- Unngå understreking av tekst
- **Tydeliggjøring** av viktig informasjon
- Tekst på bilder der mye skjer minker lesbarheten

Typografi

Ettersom *Leitura Sans* og *Roman* normalt sett ikke er installert på alle maskiner, kan det i enkelte situasjoner være behov for en sekundærtypografi– eksempelvis i Powerpoint-presentasjoner, e-poster, brev o.l.

Som sekundærtypografi er Arial og Times New Roman brukt. Arial er et klassisk, tidløst skriftsnitt som finnes installert på de fleste maskiner. Det samme gjelder Times New Roman, som egner seg godt i mengdetekster.

Skriftfamilien

Som skriftsnitt skal vi benytte Leitura. Leitura er en «superfamilie», som både har en sans serif– og en serifversjon. Disse snittene er designet for å brukes sammen, slik at vårt typografiske bilde fremstår konsekvent og helhetlig.

Leitura Sans fremstår tidsriktig, men likevel tidløs. På print kan alle vektene benyttes, se eksempler på bruk i malverket.

Leitura Roman er spesielt designet med tanke på det redaksjonelle formatet, og passer derfor ypperlig i mengdetekster / brødtekster.

Det er også designet webfonter av begge snittene, slik at de fungerer godt på digitale flater. På web skal det ikke benyttes Leitura Sans Grot 1, kun vektene Grot 2 og oppover.

Leitura Sans

En enklere hverdag. For folk flest.
A a B b C c D d E e F f G g H h

Leitura Roman

En enklere hverdag. For folk flest.
A a B b C c D d E e F f G g H h

Typografi

Typografi-layout

En typografisk layout i redaksjonelle saker må være tydelig, brukervennlig og ha et visuelt skille for å vise hierarkiet i teksten; overskrift, ingress, brødtekst og sitat.

I trykte og digitale publikasjoner hvor Fremskrittspartiet er avsender skal Leitura Sans og Leitura Roman brukes. Sekundærtypografien skal kun benyttes der hvor Leitura ikke er tilgjengelig, så som i e-poster, brev o.l.

Forslaget vist her skal gi et bilde av hvordan typografihierarkiet er tenkt. Til hver publikasjon må det vises skjønn slik at helhetsinntrykket blir best mulig. God lesbarhet er den viktigste faktoren i skrevne tekster.

Leitura Sans
Grot 3
26/30pt

Overskrift fra Fremskrittspartiet

Leitura Sans
Grot 2
11/14pt

Piendiam haribus sapis aut eic tem repedig enecuptam que eum ullicitat lit aliquis solorepudae et et eos quiaturem. Andebisc ipsanderunt pori si doluptate nimeniminus nis elest mint. Occaborerunt re con reri bero volorernam quiam, quis res ut ut la vernat ullaccus estibus, aut audaerae.

Leitura
Roman 2
9/12pt

Piendiam haribus sapis aut eic tem repedig enecuptam que eum ullicitat lit aliquis solorepudae et et eos quiaturem. Andebisc ipsanderunt pori si doluptate nimeniminus nis elest mint. Occaborerunt re con reri bero volorernam quiam, quis res ut ut la vernat ullaccus estibus, aut audaerae.

Leitura Sans
Grot 3
9/12pt

Dette er en mellomtittel

Piendiam haribus sapis aut eic tem repedig enecuptam que eum ullicitat lit aliquis solorepudae et et eos quiaturem. Andebisc ipsanderunt pori si doluptate nimeniminus nis elest mint. Occaborerunt re con reri bero volorernam quiam, quis res ut ut la vernat ullaccus estibus, aut audaerae.

Grafiske elementer

Tekstbokser

Tekstboksene vil med sin enkelhet og slagkraft være med på å bygge identitet på tvers av profilflater, og fungere godt digitalt. I kombinasjon med en klar og sterk farge vil dette tydeliggjøre budskapet om enkelthet i partiprogrammet.

For å definere marginene på boksen rundt headinger bruker man bredden til en X, i samme størrelse og vekt som headingen er satt i. Unngå å blande vektor i headinger.



XLorem ipsum
dolor sit ametX



Lorem ipsum
dolor sit amet

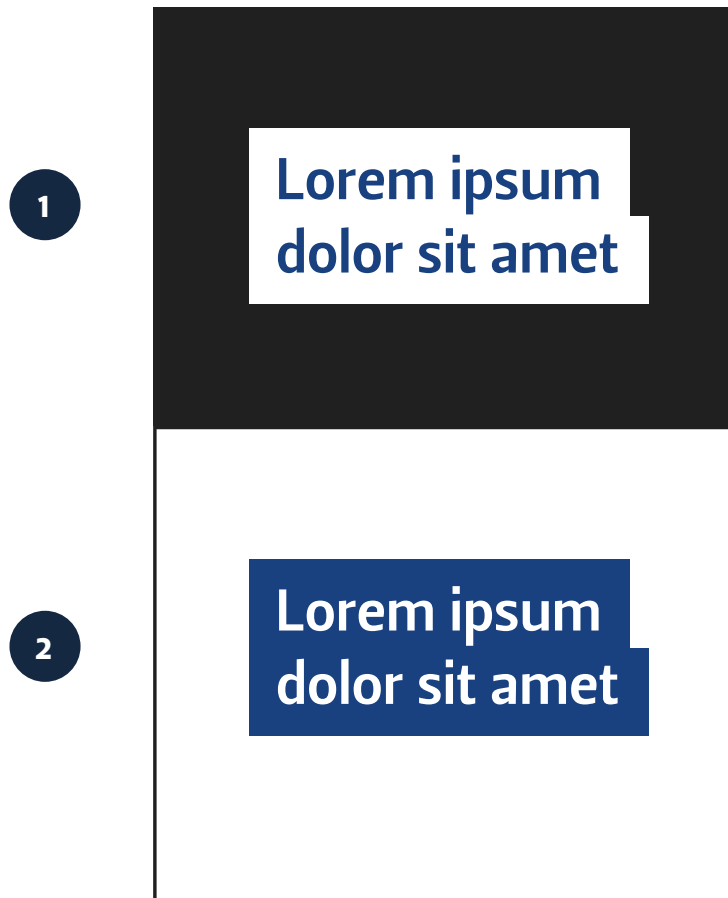
Grafiske elementer

Bruk av titler og bakgrunnsfarger

På mørkere bakgrunner brukes kombinasjonen hvit bakgrunn med blå tekst. (1)

På lysere bakgrunner brukes kombinasjonen blå bakgrunn med hvit tekst (2)

På bildebakgrunner, hvor fargene kan variere i lyst og mørkt, brukes den kombinasjonen som gjør at headingen tiltrekker seg mest mulig blikkfang og skiller seg best ut fra bakgrunnen.



Grafiske elementer

Fler enn én tittel

Ved bruk av tittel og undertittel (1) skal blåfargen være bakgrunnen på hovedheadingen. Den hvite blir da bakgrunn for undertittel. Teksten bør, så langt det lar seg gjøre, være midstilt.

Ved bruk av punchline skal bakgrunnsfargen være rød (2)

1



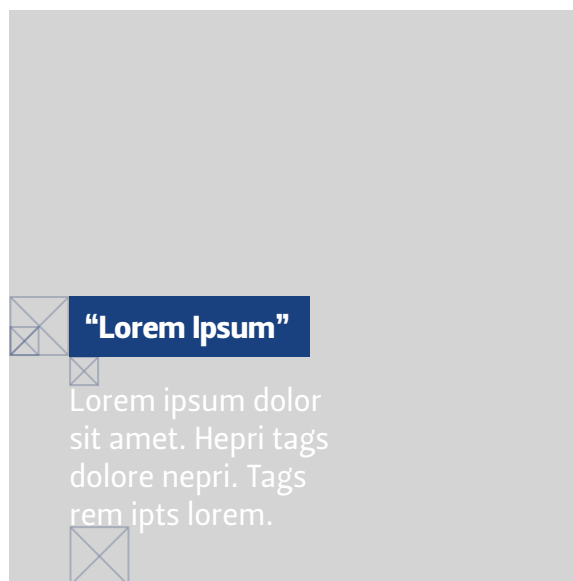
2



Grafiske elementer

Bruk av elementer på sosiale medier

Eksempelene under setter grunnlaget for størrelsesforhold og minimums-avstander ved bruk av de grafiske elementene på sosiale medier.



Grafiske elementer

Eksempler i bruk Digitalt



Grafiske elementer

Bruk av elementer på print

Eksemplene under setter grunnlaget for størrelsesforhold og avstander ved bruk av de grafiske elementene på print.



Grafiske elementer

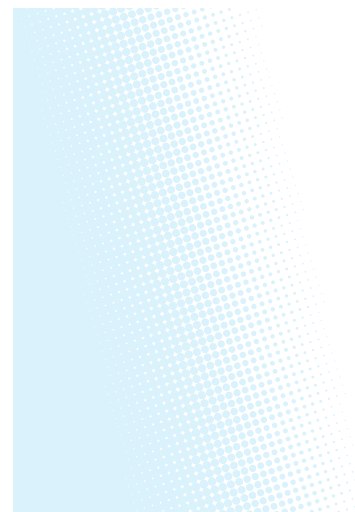
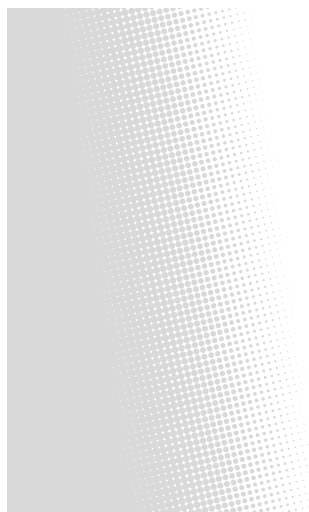
Eksempler i bruk Print



Grafiske elementer

Fremskrittspartiet har et prikkete mønster vi kaller raster. Rasteret er et subtilt tilleggselement i kommunikasjonen vår, og skal ikke brukes på en slik måte at det tar oppmerksomheten fra resten av innholdet.

Rasteret skal brukes i lavere opasitet som 25%. Egnede bruksområder for raster er som dekorelement på skjerminnhold, i presentasjoner og i trykkproduksjoner. Rasteret skal som hovedregel ikke brukes som fremtredende element i digital kommunikasjon.



Kampanje- uttak

Helside Avis

En enklere hverdag

FrP sier nei til eiendomsskatt

For folk flest
Les mer på frp.no

Fremskrittspartiet mener at boligen din skal være et hjem, ikke et skatteobjekt. Vi vil fjerne lov om eiendomsskatt, slik at du slipper å bli utsatt for dobbeltbeskatning på en allerede dyr bolig.

Du har fra før av betalt inn dyre avgifter når du kjøper en bolig, og du betaler den med penger du allerede har skattet av. Det er enklere hverdag. Paritetem poruptatit ut asintia doloraer-
sped modi acescil lorporeraes
acculla boerriorunt adipsam.
Antonum conest alparum
aut venis rae vendist ionserit
ommolorrunt quost, sinusanis
dolupti oreped que qui auda

dignit ea a is eum, vellendipsa
veni vollupta volo que pore
nempore luntio doloresur,
utempore veliae maxime non-
sequas volupta tintota tuscil et,
sita verit aditibusam evelent
adi antium Us experspis dolesti
debiest tintot dolorem aut per-
ruptatur molent.

Volenit quam fugiasp eratent
hilluptiori odit laute volorro
quo volut que volutem pele-

nem et hil in corum id et quis
et is dolorro in conestrum
nos delent animusa nos re aut
voles adiatet latonsequam que
coressus, vondaer ovidunt que
etur ab idem est elest id quame
laboreiur molorro voluptur
sum fugitia nisciae aliqui opti-
bea cor asplemolorro voluptur
sum fugitia nisciae aliqui opti-
bea.

 Fremskrittspartiet

AdShel

En enklere hverdag

FrP sier nei til eiendomsskatt – fordi den er usosial

Les mer på frp.no

 Fremskrittspartiet

Rollup

En enklere hverdag

FrP sier nei til eiendomsskatt

– fordi den er usosial

Fremskrittspartiet mener at boligen din skal være et hjem, ikke et skatteobjekt. Vi vil fjerne lov om eiendomsskatt, slik at du slipper å bli utsatt for dobbeltbeskatning på en allerede dyr bolig. Du har fra før av betalt inn dyre avgifter når du kjøper en bolig, og du betaler den med penger du allerede har skattet av.

 Fremskrittspartiet

Kampanje- uttak

Facebookpost



Standsmateriell, strøartikler og tekstiler

Fremskrittspartiets materiell for standsutstyr, strøartikler, tekstiler og ferdigproduserte brosjyrer er tilgjengelig i nettbutikken www.frpbutikken.no

Partiets materiell skal følge profilmanualen også her. Materialet følger fargepaletten beskrevet i profilmanualen, og tilpasses hvert enkelt produkt for å sikre best mulig synlighet, gjenkjennelighet og merkevarebygging. Det er for eksempel behov for en annen type blå på partytelt enn det er i brosjyrematerialet.

Materialet som ligger i nettbutikken er gjeldende for hvilke farger som går til hvilket produkt. Ved behov for lokal produksjon av materiell kan generalsekretæren v/markeds-sjefen kontaktes for bistand med design og fargepalett. Under følger eksempel på bruk av ulike deler av paletten til ulikt materiell.



Drops
FrP-blå og FrP-rød



Beachflag
FrP lysblå



Drikkebeuger
FrP blå med raster

Fotospråk



NB!

Bilder vist i grafiske retningslinjer er kun eksempler og skal ikke benyttes i kommersielle sammenhenger uten fotografens samtykke.

Et (godt) bilde sier mer enn tusen ord

Foto er et av de viktigste virkemidlene vi har for å illustrere et budskap, vekke følelser og engasjere. I Fremskrittspartiets kommunikasjon spiller bilder en svært viktig rolle, og det er derfor viktig at vi har et bevisst forhold til vårt fotospråk og fanger foto som hjelper oss med å fortelle vår historie og vårt budskap. Vi skal alltid sørge for å ha rettigheter til de bildene vi bruker, og ha et gjenkjennbart uttrykk uavhengig av om vi fotograferer en person, et objekt eller et landskap.

Fotografier av mennesker gir alltid et spesielt blikkfang. Derfor skal vi bruke mest mulig foto av ekte mennesker i ekte omgivelser. Det vil si at vi skal unngå oppstilte foto fra utenlandske bildebanks, og fange ekte hverdagsøyeblikk som folk flest kan kjenne seg igjen i. Vi skal være forsiktig med å bruke bilder av andre kjente politikere, enkeltpersoner og også barn, og alltid sørge for å ha samtykke til bruk av de bildene vi tar.

Når det gjelder kandidatfoto skal vi sørge for å ha ulike vinkler og utsnitt slik at vi kan bruke bildene våre i et bredt spekter av materiale. Vi skal sørge for å både være tett på og på avstand slik at vi kan få ulike uttrykk til ulike budskap.

Når vi ikke ønsker eller trenger å ha mennesker i bildene våre skal vi også her sørge for å ha motiver som er gjenkjennbart for folk flest. Hvis vi ønsker å illustrere matglede på sykehjem er det nødvendig at vi har et motiv som viser matvarer vi finner i norske butikker, og ikke melk og juice du finner i butikken i utlandet.

Det kan benyttes ulike motiver, og det er fint med variasjon så lenge vi opprettholder vår blå tråd i vårt fotospråk. Fellesnevneren for alle våre bildevalg er at de skal forsterke budskapet, fortelle vår historie og vise ekte folk og ekte omgivelser i gjenkjennbart miljø for folk flest.

Fotospråk



Viktig å huske

- Bilder fra bildebanks må velges med omhu for å unngå det «amerikanske» uttrykket bilder fra bildebanks ofte har.
- Bildene vi velger skal helst være ekte norske bilder, eller se norske eller nordiske ut. Det er for eksempel greit å bruke bilde av et svensk hus som ligner på norsk arkitektur, mens det vil være vanskeligere å bruke et britisk murhus.
- Alle bilder som skal benyttes må kjøpes ut med alle nødvendige rettigheter. I våre malverk enten det er for digitalt eller printet materiale legger vi alltid på grafiske elementer. Vi må derfor sørge for å ha tillatelse til å både redigere og beskjære bildene vi bruker, og samtidig lov til å publisere i de flater vi skal bruke innholdet i.
- Bildene skal ha naturlig og ekte farger, men det er tillatt å justere farge, tyngde og dybdeskarphet slik at motivene fremstår med best mulig kvalitet. Det er også lov å bruke bilder i sorthvitt. Overeksponerte, undereksponerte eller overredigerte bilder skal ikke brukes.
- Man skal ikke benytte bilder med for lav oppløsning til bruk i de ulike flatene. Dersom bildet har synlige bildepunkter/piksler når materialet er i full størrelse er kvaliteten ikke bra nok. Bildet skal være klart og tydelig uten noen form for kornete uttrykk.

Retningslinjer for redaksjonelle foto

For redaksjonelle bilder er det viktigste at hendelsen som beskrives illustreres på en best mulig måte. Skal vi prate om samferdsel er det viktig at elementer knyttet til dette politiske området kommer frem slik som bil, asfalt eller buss. Disse fotografiene skal vi etterstrebe å få tatt på stedet og i øyeblikket. Det er samtidig viktig å være aktivt til stede og planlegge sine foto, og samtidig prøve å forutse hva som bør dekkes. Våre fotografer må være på hugget når vi tar redaksjonelle foto, slik at vi klarer å fange øyeblikkene i det noe faktisk skjer. Bildene må ellers være i høyoppløselig format slik at de kan benyttes i både trykte og digitale medier.

Redaksjonelle filmsnutter

Det samme gjelder for filmsnutter som for redaksjonelle bilder nevnt over. Vi skal være proaktive og kvalitetsbevisste. I tillegg er det viktig å tenke over at alle videoer publisert i våre flater skal tekstes, så fotograf må tenke over sine utsnitt og plassering av objekter slik at ikke nødvendig teksting hindrer eller utfordrer oppmerksomheten knyttet til selve filmsnutten.

Film/video

Film er og blir historiefortelling. Og en god film er alltid bygd på en god historie. En film utvikles som alle andre kreative virkemidler med hensikt å oppnå et mål. Noen filmer skal bevege eller bevisstgjøre. Andre skal provosere, engasjere eller informere. Alle filmer skal på sin helt spesielle måte påvirke seeren.

Historien er bærende, men historiens evne til å oppnå ønsket adferd påvirkes av hvordan den kreativt er løst i konteksten av hvor den skal vises, og hvor lang visningstid vi faktisk har. En kort snutt på Facebook krever andre virkemidler og grep enn et øyeblikk på Snap, en teaser på Facebook, en lengre fremvisning på et internt arrangement eller en reklamefilm på TV.

For å lykkes med film i dag er det avgjørende å forstå de kreative virkemidlene som faktisk er «film». Eller da bevegelig bildet. Kampen om oppmerksomheten der ute er enormt. Og ofte sloss vi om plassen i den minste enheten. Nemlig mobilen. På farta, og på mobilen funker ikke lange «spillefilmer». Skap bevegelse som beveger! Husk at film er mye mer enn «bare» film.