

## Relancering af Djøfs brand

Djøf er dannet af medlemmerne – for medlemmerne, og vores vigtigste opgave er at varetage medlemmernes interesser. Det gør vi ved at arbejde for medlemmernes vilkår i arbejdslivet, ved at understøtte deres faglige og karrieremæssige udvikling og ved at være medlemmernes og fagenes stemme i den offentlige debat.

Men verden forandrer sig, og djøfernes arbejdsliv er i konstant bevægelse. Den virtuelle arbejdsplads supplerer nu den fysiske, den lineære karriere afløses af multifase-arbejdslivet, og kravene til fortsat kompetenceudvikling stiger. For blot at nævne nogle af de bevægelser, der fylder.

Og i foreningen Djøf bevæger vi os med medlemmerne. Først og fremmest skal vores fokus altid være på medlemmernes behov – i dag og i fremtiden. I det seneste år har Djøf i dialog med medlemmerne derfor kigget fremad og tegnet retningen for den fagforening, som Djøf gerne vil udvikle sig til.

### Farvel til det blå logo

Efter knap 20 år med Djøfs velkendte, blå logo går vi nu i luften med et nyt, enkelt logo. Det bliver i sort og hvid med plads til masser af leg og farver udenom. Og med stort D i Djøf for at give navnet vægt.

Djøfs 107.000 medlemmer er forskellige i uddannelse, alder, drømme og ambitioner. Den energi og mangfoldighed, som medlemmerne repræsenterer, inviterer vi nu ind i vores visuelle udtryk ved at sætte strøm til en bred palet af nye farver og geometriske former. Det bliver anderledes levende og interessant at gå på opdagelse i.

**Djøf** Hent [logopakke](#)

Djøfs nye brand bliver nu udrullet i alle vores medlemskanaler, i vores hus og i vores produkter. Det vil ske hen over de næste måneder. Derfor kommer vi i en overgangsperiode til at leve med, at det visuelle udtryk nogle steder er med nyt logo og nye farver, mens det andre steder er gammelt logo og gamle farver. Fx på vores hjemmeside, som skifter til nyt design i etaper.

---

Ref. LBR/-  
lbr@djoef.dk

---

08.04.2022

---

Djøf  
Gothersgade 133  
1123 København K  
33 95 97 00

---

djoef@djoef.dk  
djoef.dk

## Djøf agenda

Men et nyt visuelt udtryk gør det ikke alene. Den reelle værdiskabelse ligger i at fortsætte udviklingen af vores politiske positioner og medlemstilbud, der bringer Djøf tættere på medlemmet og medlemmet tættere på Djøf. Med relanceringen af brandet lancerer vi også Djøf agenda, hvor vi tematiserer alt det, der fylder i djøfernes arbejdsliv, og tager fat i de helt store dagsordner. Den første Djøf agenda sætter luppen på det foranderlige arbejdsliv, når vi deler og debatterer, hvad nye trends og vilkår på arbejdsmarkedet giver af muligheder for medarbejdere og arbejdspladser – og hvad det kræver at få det bedste ud af det.

Vi følger strømningerne, undersøger tendenserne, kigger i krystalkuglen, regner på tallene, spørger eksperterne og blander os i debatten. Alt sammen for at kunne tilbyde det ypperste til vores medlemmer på alle hylder.

Nogle aktiviteter kræver medlemskab af Djøf, men vi inviterer også andre interesserede til at tage del i samtalen og i flere af vores aktiviteter.

Djøf agenda vil derfor gennemsyre mange af vores tiltag det næste lange stykke tid og ikke mindst manifestere sig i konkrete aktiviteter som [Djøf festival i København](#) i maj, [Djøf lykkelab i Aarhus](#) til juni og den primært virtuelle [Djøf lederkonference](#) i april.

Relanceringen af brandet vil også blive markeret eksternt, hvor både medlemmer og andre vil møde Djøf agenda på digitale bannere, annoncer i de store dagblade, bagsider af busser i Aarhus og København, skilte ved busstoppesteder, stilladsreklamer m.m.

Hent eksempler på de [kreative elementer i miljø her](#)

Landingpage: [djoef.dk/agenda](https://djoef.dk/agenda)

## Med andre ord

Djøf agenda er et nyt koncept, der samler den rådgivning og de ydelser, vi allerede er gode til i Djøf. Og som udbygger dem til en større og mere samlet pakke. Som en naturlig udvikling på alt det, vi gør – og står for. For vi yder selvfølgelig stadig den samme excellente rådgivning og udbyder de bedste arrangementer, mentorordninger, netværk, karrieresparringer, kurser og uddannelser.

## Bag relanceringen

Forud for relanceringen af Djøfs brand ligger et grundigt analysearbejde, som relanceringsstrategien er bygget op omkring, og som efterfølgende har resulteret i ny visuel identitet og konceptet Djøf agenda. Arbejdet har været i gang i cirka 1 år, drevet af en intern arbejdsgruppe, direktion og bestyrelse. Djøf har haft et tæt samarbejde med reklamebureauet Boye & Spellerberg om udvikling og eksekvering af ny visuel identitet og brandstrategi.

---

Ref. LBR/-  
lbr@djoef.dk

---

08.04.2022

---

Djøf  
Gothersgade 133  
1123 København K  
33 95 97 00

---

djoef@djoef.dk  
djoef.dk