**Folkekirkens Nødhjælp renser fisken i sit logo**

**For første gang i 37 år – siden grafikerikonet Erik Ellegaard Frederiksen i 1977 tegnede fisken som symbol til Folkekirkens Nødhjælp - ændrer organisation den måde, som logo-fisken er tegnet på.**

Folkekirkens Nødhjælp introducerer i dag med lanceringen af ny hjemmeside også nyt logo og visuel identitet på Facebook, Twitter og Instagram.

”Når verden forandrer sig, følger vi med. Hos Folkekirkens Nødhjælp har vi længe ladet mantraet ’digital først’ styre vores kommunikation. De sociale medier er de seneste år blevet Folkekirkens Nødhjælps hovedkanal. Og det gamle frimærkeligende logo var simpelthen for svært at tyde på en mobil. Populær sagt har vi taget skridtet fra frimærke til Facebook,” siger generalsekretær Birgitte Qvist-Sørensen.

Bag det visuelle udtryk står designbureauet StudioMega, nu Kontrapunkt, ved Mikkel Lemvig og Tobias Røder.

”Det var med en vis uro, at vi tog fat på at ændre Erik Ellegaard Frederiksens ikoniske fisk. Vi har derfor gjort den digital tydeligt med stor respekt for Eriks udgangspunkt fra 1977, siger Mikkel Lemvig.

Hjemmeside og sociale medier er allerede på plads med nyt logo, men det kommer til at tage noget tid, inden den nye visuelle identitet er rullet ud på alle Folkekirkens Nødhjælps genbrugsbutikker landet over. Det sker i god ro og orden og økonomisk forsvarligt.

Yderligere oplysninger hos generalsekretær Birgitte Qvist-Sørensen på mobil 29 70 06 23

***Fakta om fisken:***

*Folkekirkens Nødhjælp kendes på fisken, som er et gammelt kristent symbol. I Folkekirkens Nødhjælps logo er fisken placeret midt på en jordklode – eller tallerken, der symboliserer liv til verden, håb for fremtiden og et fællesskab, hvor der er mad nok til alle, når vi deler med hinanden. Logoet med fisken er tegnet i 1977 af grafikeren Erik Ellegaard Frederiksen, der også er kendt for sin udgave af Ima-pigen og var manden bag boghandlernes ugle. Nu er fisken blevet opdateret og tilpasset de digitale medier.*