

Campus Slagelse

Visuel identitet

Over de kommende år skal stationsområdet ved Slagelse Station omdannes til en levende campusbydel. Området skal blandt andet danne ramme for omkring 2.800 studerende og 140 ansatte fra henholdsvis Syddansk Universitet og University College Sjælland.

Et fantastisk projekt der vil flytte Slagelse Kommune helt ind i den uddannelsesmæssige elite, og skabe nye muligheder for vækst og synlighed.

Det vil vi gerne være med til at sikre og give liv.

Sammen med Syddansk Universitet, University College Sjælland og Erhvervsakademi Sjælland i Slagelse samt Slagelse Kommune kan vi skabe unik og gennemslagskraftig identitet for Campus Slagelse.

En identitet der kan danne baggrund for et stærkt brand – allerede før den "nye bydel" summer af liv.

Campus Slagelse

Visuel identitet

Navn - afklaring (del 1)

I forbindelse med den visuelle identitet er spørgsmålet rejst om Campus Slagelse er det mest korrekte og dækkende navn for en levende campusby.

Præsentation på fællesmøde 22. maj 2015

På dagsordenen afsættes 1/2 time til DKpunchlines præsentation af navnets fordele og ulemper. Vi kommer med vores anbefaling på et eventuelt navneskifte, og eventuelle forslag til navne der kan komme i spil under en videre proces.

Arbejdsprocessen (del 1)

Stiles mod fællesmøde 22.5.2015. Primær mål er at få afklaret hvorvidt, der skal ændres på navnet.

Opgaven indeholder

- "Hvad taler imod og hvad taler for"
- Vores anbefaling
- Eventuelt forslag på forskellige navne retninger
- Deltagelse på møde 22. maj 2015

Pris

- Forberedelser til præsentationsmøde - 14 timer

kr. 5.000,-

Campus Slagelse

Visuel identitet

Navnetræk (del 2)

Den videre arbejdsproces med navnet afhænger af beslutningen om et navneskift på fællesmødet den 22. maj 2015 vedtages.

Målgruppe appeal

Navnet skal appellere til målgruppen. Vi vil som i arbejdet med udviklingen af logoet inddrage målgruppen i delprocesser undervejs. Således sikrer vi kvaliteten og forståelsen af navnets signalværdier i forhold til målgruppen og ikke mindst projektet.

Arbejdsprocessen

I arbejdet med at finde navnet stikkes et spadestik dybere for at finde de værdier og kvaliteter, der skal værdisætte projektets signalværdi. Hvilke ord rummer projektet - og hvordan får vi det fortalt i så få ord, at det rammer og indkapsler kernen for projektet? Vi vil arbejde med tagline, som et muligt supplement til navnet.

Opgaven indeholder

- Brainstorm og mindmap.
- Minianalyse af tilsvarende miljø'er med henblik på at finde inspiration og på at afdække branchelighed
- Idéer til forskellige navneretninger og mulige taglines
- Endelig valg af navn og tagline
- Møder, præsentationer og afstemninger

Pris

- Idé, analyse og skitsering - 14 timer
- Navneretninger og endeligt valg - 14 timer
- Projektstyring og præsentationer - 3 timer
- Målgruppe inddragelse - 6 timer

kr. 25.000,-

Logo

DKpunchline

Campus Slagelse

Visuel identitet

Logo

Med afsæt i tilhørsforholdene til SDU, Erhvervsakademi Sjælland, UCSJ og Slagelse Kommune visualiseres et stærkt logo, der kan samle udtrykket i visionen om at være en bydel midt i byen med rum til kreativitet, fordybelse og urban living. Et logo for uddannelse og forskning med styrken til at signalere power og udvikling. Logoet udarbejdes så det i sig selv står stærkt, men også så det styrker sammenhængskraften, når det bruges sammen med interessenternes logoer.

Målgruppe appeal

Logoet skal appellere til målgruppen. Derfor vil vi inddrage studerende, ansatte, borgere og erhvervsliv i delprocesser undervejs i udarbejdelsesprocessen. Således sikrer vi kvaliteten og forståelsen af logoets signalværdier i forhold til målgruppen. Ved at gennemføre tests sikrer vi et bedre produkt og opnår på den måde større forankring og loyalitet over for den visuelle identitet, stolthed og ambassadørånd, og identitetens levetid fremover.

Arbejdsprocessen

At tænke ud af boksen forudsætter en systematik, der leder effektivt fra første idé til endelig implementering af designet. En proces vi har stor og positiv erfaring med at gennemføre, så logoet ikke bare bliver et grafisk element, men et stærkt symbol på projektets vision, mission og værdier.

Opgaven indeholder

- Brainstorm og mindmap.
- Minianalyse af tilsvarende miljø'er med henblik på at finde inspiration og på at afdække branchelighed
- Skitser til forskellige logoretninger
- Udvikling og design af logo.
- Valg af farver og skrifttyper
- Møder, præsentationer og afstemninger
- Levering af elektroniske grafikfiler til offline og online brug

Pris

- Idé, analyse og skitsering - 14 timer
- Design af logo og valg af farver/typografi - 14 timer
- Projektstyring og præsentationer - 3 timer
- Målgruppe inddragelse - 6 timer

kr. 25.000,-

Campus Slagelse

Visuel identitet

Publikation

For at formidle et stort og omfattende projekt på en nærværende og lettilgængelig måde, er det vigtigt at finde ind til projektets grundprincipper. Derudfra kan vi skabe et produkt, der rammer direkte ned i målgruppen, og kan være med til at gøre visioner til realiteter.

Arbejdsprocessen

Med udgangspunkt i SDU, Erhvervsakademi Sjælland, UCSJ og Slagelse Kommunes visioner for Campus Slagelse udarbejdes en publikation, der sætter projektet i den rigtige kontekst i forhold til målgruppen for publikationen. Der arbejdes med de væsentligste grundprincipper, som derefter danner baggrund for den videre formidling - design og storytelling.

Opgaven indeholder

- Skitse på grundprincipper
- Udvikling og design af prospektskitse
- Visualisering via infografikker og fotos
- Projektkoordinering med Campus Slagelse
- Levering af elektronisk Indesign fil

Pris

- Grundskitse og design - 10 timer
- Fotografering (5 billeder) og billedbehandling - 10 timer
- Infografikker - 5 timer
- Projektkoordinering, præsentation og korrekturer - 2 timer

kr. 20.000,-

Campus Slagelse

Visuel identitet

Papirlinie

Interne og eksterne kontaktpunkter er et af de vigtigste grundelementer i en branding-proces. Det er den stille, men effektive påvirkning i hverdagen; i signaturen på en mail, i designet af visitkortet og i den Power Point præsentation, der bliver brugt i mange forskellige kontekster. Vigtigst er dog den lette og tilgængelige designmanual, som kan og skal bruges af alle i og omkring projektet.

Arbejdsprocessen

Helhedsindtryk og sammenhæng i papirlinien skabes via brug af grafiske elementer, logo, typografi og farvevalg. I designfasen med logo vil elementerne til papirlinien forme sig. Principperne for øvrige visualiseringer til plakater, bannere og roll-ups fastlægges ved brug af elementer fra prospektet.

Elementerne skal alle overholde designregler i tilsvarende elementer fra Slagelse Kommune designmanual.

Alle templates gennemtestes, så brugeroplevelsen er optimal og med til at give den visuelle identitet en god start.

Opgaven omkring den visuelle identitet afsluttes med at samle alle elementer i en mini-designguide: logo, typografi, farveskala, billedstil, annoncering, infografikker og grafisk elementer.

Opgaven indeholder

- Design af brevpapir
- Brevpapir udarbejdet som Word skabelon til brug for online korrespondance
- Design af templates til powerpoint, forside, tekstsider, billedesider og bagsider
- Design af principskitser til Plakater/Banner/Roll-up/Postkort/Flyer
- Mini-designmanual med elementerne på den samlede grafiske identitet
- Levering af elektroniske filer

Pris

- Design af papirlinie - 15 timer
- Test - 2 timer
- Mini designmanual - 5 timer

kr. 15.000,-

Campus Slagelse

Visuel identitet

Annoncering - offline og online

Annonceringen skal ses som en del af den samlede brandingproces for Campus Slagelse. Derfor skal der udarbejdes annoncetemplates i et design, der øjeblikkeligt fænger, og hvor den visuelle identitet og designlinje genkendes – også ved et hurtigt view. Off- og online annoncering vil fuldende identiteten, og gøre Campus Slagelse parat til at møde brugere på alle platforme - i genkendelig stil.

Arbejdsprocessen

Annoncer og bannere vil vi udarbejde på baggrund af resultatet af logo og prospekt, og dermed allerede indtænke annonce- og bannerdesignet i den samlede løsning i opstarten af logo- og prospekt design. Helhedsindtryk og sammenhæng skabes via genkendelige elementer fra øvrige designs.

Opgaven indeholder

- Udarbejdelse af principskitser
- Design af annoncetemplates i formaterne: 1/4, 1/2 og 1/1
- Design af templates til topbannere til online brug
- Design af grafiske elementer til Facebook timeline, Google+
- Levering af elektroniske grafikfiler til offline- og online brug

Pris

- Principskitse og design af annoncetemplates - 8 timer
- Udarbejdelse og design af Topbannere og Online elementer - 5 timer

kr. 10.000,-

Campus Slagelse

Visuel identitet

Tidsplan

Projektet opstart aftales ved indgåelse af samarbejdsaftale, og efter indholdet af projektaftalen er afstemt. Alt efter navneskift vil vores bud på en tidsplan være:

Opstart og afstemning af projekt

Uge 22

Navn *

Uge 22 - 26

Forberedelse og møde 22. maj 2015
Idefase med præsentationsmøder og afstemning af retning
Navn med målgruppetest

Logodesign

Uge 22 - 25

Opstartsmøde med Campus Slagelse
Idefase med præsentationsmøder og afstemning af retning
Logodesign med målgruppetest

Uge 31 - 34

Prospekt inkl fotografering

Uge 23 - 26

Idefase med præsentationsmøder og afstemning af retning
Design af 8-siders prospekt, fotografering, research og tekstarbejde

Uge 32 - 34

Annoncer og papirlinie

Uge 27

Idefase med præsentationsmøder og afstemning af retning
Design af annoncer, online elementer, papirlinier

Uge 35

Overlevering og afslutning

Uge 27

Minidesign manualen produceres og overleveres til Campus Slagelse

Uge 36

EVENTUELT: Kickoff møde med præsentation af den visuelle identitet.

Det med småt

Alle priser er angivet ex moms.
Tilbudet indeholder ikke trykte publikationer og effektmålinger.
Den visuelle identitet leveres som elektroniske filer.

Det er os I får mulighed for at samarbejde med

Projektleder og grafisk designer

Trine Dvinge - DKpunchline

Hun er grafiker og kreativ direktør i DKpunchline, som hun startede i 2006. Hun er knivskarp, og har øje for det store perspektiv såvel som for de mindste detaljer. Hun går hele vejen for den gode idé, og hun finder de skæve vinkler og kombinerer dem med de rigtige løsninger. Kreativitet og realisme er hendes udgangspunkt, når hun løser opgaver.

Trine har tidligere arbejdet med grafiske opgaver for Slagelse Kommune, og har derfor et indgående kendskab til designlinjen.

Trine Dvinge er projektleder på opgaven.

Grafisk designer

Hanne Rosenkrantz-Theil - DKpunchline

Hanne er uddannet grafisk designer og har løst mange opgaver for små og store virksomheder. Hun arbejder detaljeorienteret, og er fuldstændig fænomenal, når det handler om det store overblik og det hårde bearbejde.

Anna Ingemann Jensen
Bylivs koordinator
Center for Vækst og Bosætning
Rådhuspladsen 11
4200 Slagelse

TILBUD

Dato: 15.04.2015
Side..... 1 af 1

Visuel identitet til Campus Slagelse

OPGAVEN

Parterne bag visionen om Campus Slagelse ønsker at skabe en stærk visuel identitet. Identiteten skal kunne udbrede kendskab, skabe genkendelighed og ikke mindst samle de forskellige parter og delprojekter i ét samlet visuelt udtryk.

Campus Slagelses nye identitet skal henvende sig til borgere, studerende, og ansatte ved uddannelsesinstitutionerne. Men også investorer, grundejere og andre interessenter vil være målgruppen.

Logoet skal signalere campusmiljø, vækst og læring. Logoet kan med fordel signalere den geografiske placering. Logoet skal ligeledes indpasses i den brede grafiske identitet som Slagelse Kommune har beskrevet i designmanualen. Der bør derfor opnåes en selvstændig visuel identitet med et tydeligt familierelation til Kommunens generelle grafiske udtryk.

Logoet udformes så det kan anvendes på alle platforme - såvel online som offline.

Med i designoplægget vil være følgende elementer:

- 1-3 logoforslag
- Designoplæg til 8-siders publikation
- 3 forskellige designeksempler på annoncer
- Formularlinie – brevpapir, visitkort, kuverter
- Design af banner/roll-up/plakat samt skiltning og flag.

Pris kr. 55.000,- ex moms

Nisted Bruun har stor erfaring med visuelle identiteter og designmanualer. Det er "kongedisciplinen" inden for den grafiske verden og derfor en rigtig spændende opgave. Jeg håber derfor I finder vores tilbud attraktivt og ser frem til at høre fra jer.

Med venlig hilsen

Tina Nisted Ekstrøm
AD'er og kreativ direktør

SLAGELSE KOMMUNE
Anna Ingemann Jensen
Center for Vækst og Plan
Rådhuspladsen 11
4200 Slagelse

København d. 17. april 2015

DESIGN OG UDVIKLING AF VISUEL IDENTITET TIL CAMPUS SLAGELSE

Tak for invitationen til at byde på en ny visuel identitet til CAMPUS SLAGELSE.
Det vil glæde mig at være med til at opbygge en stærk identitet og derved udbrede kendskabet til jeres by og jeres campus.

Designværk er ejet og drevet af undertegnede, og hvis opgaverne kræver det, teamer jeg op med mine kollegaer på RHG3. Det gør at kunderne altid får den bedste ydelse og bedste service – om opgaven er lille eller stor.

Se evt. link:

rhg3.dk
designvaerk.dk

Glæder mig til at høre fra jer!

Med venlige hilsner

Trine Bjerre
grafisk designer

Designværk / RHG3
Rørholmsgade 3
1352 København K
+45 2020 2461

DESIGN OG UDVIKLING AF VISUEL IDENTITET TIL CAMPUS SLAGELSE

START UP

Den bedste designløsning kræver som start en grundig research og et godt analysearbejde. Det vil sige, at vi først indsamler relevant baggrundsstof, besøger de centrale skoler/bygninger/pladser. Eventuel interviewer vi nogle af de involverede parter for at blive opdateret på deres drømme og ambitioner for projektet. På den måde kan vi analysere og udvikle en visuel identitet til Campus Slagelse, som afspejler de rigtige/nye visioner og kerneværdier. Der er inkluderet 2 til 3 møder i tilbuddet.

VISUEL IDENTITET

Alle input og tanker bliver taget med i selve designfasen. Vi analyserer alt indsamlet materiale. Hvem der er interessenter? (investorer, partnere, studerende, designbrugere). Hvem er målgruppen? Vi undersøger konkurrenter, laver visuelle mindmaps som idé generator.

Herefter kommer skitseringsfasen, der danner baggrund for en udvælgelse af de bedste løsninger og idéer.

På et møde præsenteres disse idéer (typisk 1-3 stk.) med tilhørende argumentation.

Herefter besluttet, hvilken retning, der arbejdes videre med.

20.000,00

Logoforslag

Det valgte logo justeres og tegnes færdig. Hvilke farver og størrelser?

Dernæst bliver det indarbejdet på eksempelvis brevpapir og en forside.

Placering og sammenhæng med de 5 parters logoer besluttet.

Herefter præsenteres det endelige oplæg på et møde med efterfølgende godkendelse

18.000,00

Rentegning

Logoet rentegnes og udarbejdes til online/offline brug.

Det vil sige i forskellige størrelser og til brug for tryk og online brug (cmyk/pantone og rgb)

5.000,00

Typografi og farvepalette

Tager afsæt i allerede fastlagt designmanual – og med eventuelle tilføjelser?

DESIGN OG UDVIKLING AF VISUEL IDENTITET TIL CAMPUS SLAGELSE

PUBLIKATION

Design af tryksag (prospekt).

Vi taler først indhold og budskab igennem, og dernæst kan det visuelle univers udvikles.

Hvordan bruges farver, billeder og typografi?

Herefter udarbejdes princip layout til en forside + 2-4 opslag.

25.000,00

ANNONCER

Design af annoncestil, hvad skal med? Hvad vil vi sige?

Budskabet fastlægges og afprøves i det nye visuelle univers.

Design i 2-4 forskellige formater til avis og til web samt topbanner til evt. Facebook.

Elementerne rentegnes og udarbejdes til online/offline brug

15.000,00

BREVPAPIR SKABELON

Design, udvikling af skabelon side 1 og side 2,

rentegning og levering af elektronisk fil til indsætning i worddok.

2.500,00

(Eventuelt)

PLAKAT/BANNER/ROLL UP

Design af serie på 3, med afspring i det fastlagte visuelle univers, rentegnet, pdf klar til tryk

9.000,00

STREAMERS TIL VÆG ELLER VINDUER

Applikation af den visuelle identitet på vinduer eller vægge, design af form og typografi

5.000,00

T SHIRT

Applikation af den visuelle identitet på t shirt eller anden beklædning

3.000,00

DESIGN GUIDE / MINUAL

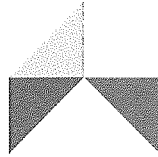
En mindre corporate design manual med retningslinier for brugen af identiteten.

8-12 sider med intro, beskrivelser, mål, eksempler mv.

15.000,00

Tilbudet er inkl. en første justering (korrektur) af designet, men ekskl. tekst, billeder, illustration, korrekturer og moms.

Tilbudet er gældende som en samlet ordre.



Rumfang

Navngivning og
design af
visuel identitet
til Campus Slagelse

.....

Tilbud

11.05.2015

Rumfang



Indhold

.....

1

Baggrund / side 3

2

Løsning / side 4

3

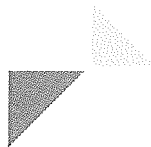
Leverance & økonomi / side 5

4

Referencer / side 7

.....

Rumfang



1

Baggrund

Slagelse Kommunes vision om at styrke uddannelsesmiljøer i kommunen og gøre det attraktivt at studere i Slagelse er ved at blive realiseret. På Campus Slagelse vil Syddansk Universitet, University College og Erhvervsakademi Sjælland således udbyde videregående uddannelser og samtidig profitere af hinandens viden og erfaring.

De fysiske rammer er allerede vedtaget, og visionen ønskes nu også materialiseret ved en gennemslagskraftig visuel identitet, der dels favner og samler de mange delprojekter og dels skaber genkendelighed og opmærksomhed om det nye Campus Slagelse.

Det overvejes om Campus Slagelse vil have glæde af et andet navn, der bedre kommunikerer projektets karakter. Dette er på nuværende tidspunkt ikke besluttet. Beslutningen ønskes truffet på et oplyst grundlag, og det er derfor en del af opgaven at fremkomme med forslag til nyt navn og eventuel pay-off, ligesom rådgivning i forbindelse med navngivning også en del af opgaven.

Det glæder os, at Slagelse Kommune har bedt Rumfang om tilbud på navngivning og design af den visuelle identitet til Campus Slagelse, og det er med stor fornøjelse, vi på de følgende sider beskriver vores tanker om opgaven og afgiver økonomisk tilbud. Sidst i tilbuddet har vi kort beskrevet relevante referencer.

Det er en rigtig spændende opgave, I har præsenteret, og det vil glæde os at samarbejde med jer - vi vil gå til opgaven med kreativitet, høj faglighed og et stort engagement.

Rumfang



2

Løsning

I dette afsnit følger en kort beskrivelse af vores forståelse af opgaven og vores tilgang til en løsning.

Vi læser af jeres skriftlige brief, at I ønsker en visuel identitet, der med gennemslagskraft evner at skabe opmærksomhed om Campus Slagelse. Der foreligger en række potentielle interessenter bl.a. investorer, studerende, undervisere, forskere, kollegauniversiteter samt erhverv og borgere i og omkring Slagelse Kommune. Et stærkt, fælles visuelt koncept vil være et godt afsæt for en samlet branding over for disse.

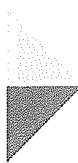
Campus Slagelse er attraktiv dels på grund af Slagelses geografiske beliggenhed med nem adgang og dels fordi hele tre videregående uddannelsesinstitutioner vil befinde sig på den nye campus. Udover det brede uddannelsesudbud vil Slagelse Kommune stille en række faciliteter til rådighed, som dels kan danne bro mellem uddannelserne og dels sikre et innovativt og frugtbart studiemiljø. Der er således tale om et visionært projekt med fire partnere, der til sammen stiller et fremsynet uddannelses- og forskningsmiljø til rådighed.

Det er naturligvis afgørende, at hver enkelt partner i projektet kan se sig selv, og at det visionære projekt skaber grobund for et forstærket positivt omdømme for alle. For at profilere Campus Slagelse, er det imidlertid vigtigt, at der udvikles en fælles visuel identitet, der anvendes, både når der kommunikeres om projektet og om delprojekter.

Vi ser det derfor som en opgave, at den visuelle identitet skaber en stærk platform for al visuel kommunikation, der omhandler Campus Slagelse, og at de enkelte partnere samtidig gives mulighed for at profilere sig.

Herudover er det afgørende, at den visuelle identitet afspejler et seriøst og professionelt uddannelsesmiljø, men vi forestiller os også et levende og dynamisk udtryk, der favner ungdom, læring, udvikling og forskning. Selv nævner I kreativitet og vovemod som rigtig gode pejlemærker for det visuelle formsprog.

For at skabe en fælles forståelse af værdier der skal indgå i udtrykket og et eventuelt nyt navn foreslår vi, at designprocessen igangsættes med et kick-off-møde, hvor I får lejlighed til at nuancere og præcisere jeres forventninger til udtrykket, og vi får mulighed for at bidrage med vores erfaringer og stille afklarende spørgsmål.



3

Leverance & økonomi

Leverancen vil bestå af:

- Kick-off-møde i Slagelse Kommune om projektet, navngivning og det visuelle udtryk. Deltagelse af tre medarbejdere fra Rumfang.
- Forslag til nyt navn og eventuelt pay-off samt rådgivning ift valg af navn.
- Idéudvikling og designoplæg der viser logoforslag og det sammenhængende koncept. Konceptet vises udfoldet på udvalgte kommunikationsmaterialer som fx. prospekt, pjece, annonce, merchandise. Konceptudviklingen tager afsæt i Slagelse Kommunes eksisterende designmanual. Præsentationsmøde hos Rumfang.
- Færdiggørelse og rentegning af logo. Leveres i original, vektoriseret ai-fil i hhv. positiv, negativ og sort/hvid udgave samt i relevante jpg/png formater.
- Dokumentation der giver et overblik over logovarianter, typografi, farvepalet og designelementer. Leveres som pdf-fil.
- Prospekt og brevark som trykklar pdf-fil med mindre andet aftales.
- Projektledelse og procesfacilitering.

Rumfang

Økonomisk tilbud

Præsentation af fordele ved samlet visuel identitet og overvejelser om nyt navn ved møde i Slagelse Kommune	5.000,-
Udarbejdelse af navneforslag og pay-off. Arbejdet sker på baggrund af eksisterende, skriftlige materialer om Campus Slagelse og dialog med kommunens projektorganisation	18.000,-
Udvikling af logo	30.000,-
Udvikling af designoplæg der tager stilling til skrifter, farver og designelementer.	20.000,-
Design af prospekt, 8 sider incl. billedbehandling og to tekstkorrekturer. Opsættes efter manus. Billedleje og -søgning er ikke indeholdt	9.000,-
Design af 2-3 annonceformater, fx. halvsides avisannoncer og bannerannoncer til web	5.000,-
Design af brevkort	3.000,-
Projektledelse og møder	13.500,-
I alt, excl. moms	103.500,-

Tilbud er gældende i 6 måneder. Eventuelle ønsker om ændringer, der fremkommer i udviklingsprocessen, prissættes separat og igangsættes først efter aftale med jer. Eventuelle 3. parts billeder eller illustrationer brugt i designoplæg er ikke indeholdt i tilbud. Eventuelle møder der ikke er nævnt ovenfor samt rettelser efter 2. korrektur afregnes med 790,- kr/time.

.....

6

Referencer

Nedenfor følger et udpluk af relevante referencer.

Campus Carlsberg, 2015

Med afsæt i UCC's visuelle identitet har vi udviklet en visuel subidentitet til branding og markedsføring af UCC's kommende campus på Carlsbergområdet.

Kontakt: Kommunikationskonsulent Julie Berggreen Jensen 41 89 84 06

Professionshøjskolen UCC, siden 2013

Udvikling af visuel identitet herunder bevaring men opstramning af eksisterende logo. Der blev udviklet et levende og stærkt opmærksomhedsskabende grafisk element med henblik at skabe et gennemslagskraftigt udtryk. Leverancen indeholdt endvidere valg af skriffter, sammensætning af farvepalet, udvikling af brevlinje, publikationslinje, powerpointskabeloner, designmanual osv. Se case: <http://rumfang.dk/cases/ucc/>

Kontakt: Kommunikationskonsulent Katja Bender Sebbelov 41 89 70 65

Ingeniørhøjskolen i København, 2000 - 2013 (nu fusioneret med DTU)

Vi har stået for udvikling og gennemførelse af visuelle koncepter til hvervemateriale for hhv. diplomuddannelsen og adgangsgivende uddannelser herunder studiekataloger og outdoor kampagner. Dernæst stod vi for design af corporate kommunikationsmaterialer som fx. årsberetning.

Kontakt: Michael Winther 21 91 48 04

Økonomisk Institut, Københavns Universitet, siden 2011

Med afsæt i Københavns Universitets visuelle identitet har vi udviklet et visuelt koncept til hvervekampagne med gymnasieelever som målgruppe. Udover konceptudvikling indeholdt leverancen design af brochurer, avisannoncer, plakater og kampagnekomponenter til eksisterende hjemmeside. Vi udarbejder fortsat forskellige layoutopgaver inden for konceptet.

Se case: http://rumfang.dk/cases/oekonomisk_institut_ku/

Kontakt: Peter Erling Nielsen 35 32 30 08

Rumfang

Universitetsavisen, Københavns Universitet, 1999-2014

Udvikling af visuelt koncept til Universitetsavisen samt efterfølgende layout 6-9 gange årligt. Universitetsavisen er uafhængig af universitets ledelse og det visuelle koncept er derfor udviklet så det afviger fra universitets visuelle identitet og dermed understreger uafhængigheden.

Se case: <http://rumfang.dk/cases/universitetsavisen/>

Københavns Universitet, Campus Service, siden 2012

Udvikling af designkoncept for to strategipublikationer om Campus Service på KU. Design af ikonbibliotek til brug for kort over campusområder. Assistance til redigering af tekster på Campus Service's del af KU's intranet.

Kontakt: Anders Boe Hauggaard 30 33 08 17

Københavns Universitet, Det Internationale Kontor, siden 1998

I mere end 12 år har vi stået for konceptudvikling og design af en række kommunikationsmaterialer som fx. Study Abroad Guide, pjecer om KU's uddannelser, roll-ups, postkort mv.

Kontakt: Specialkonsulent Anne Bruun 21 51 63 42

Undervisningsministeriet, siden 2010

For Undervisningsministeriet har vi stået for diverse grafiske design- og layoutopgaver herunder visuelt koncept og gennemførelse af hvervekampagne for erhvervsuddannelser.

Med afsæt i Undervisningsministeriets designlinje har vi udviklet logo til Læringskonsulenterne - et nyt initiativ iværksat ifm folkeskolereformen. Til logoet udviklede vi en mindre farvepalet, ligesom vi har stået for design af en profilbrochure.

Kontakt: Kommunikationsmedarbejder Thomas Bech Hansen 33 92 50 05 / 25 65 92 25

Styrelsen for Videregående Uddannelser, 2014

Koncept og layout af interaktiv internetpublikation "Mod nye læringshorisonter" om Staff Mobility på videregående uddannelser. Layout af konferencekatalog "Internationalisering og kvalitet i uddannelserne".

Kontakt: Specialkonsulent Cindy Maria Vinløv 72 31 88 94

Frederikssund Kommune, siden 2010

Udvikling af visuel identitet, websites samt intranet med følgende leverancer: Logo og 5. designelement, typografi og farver, publikationsdesign, annoncedesign, brevlinje, powerpoint, plakater, postkort, merchandise, bildesign, skilte design og designguide. Visuelt koncept til kommunens og institutioners website herunder løsning til selvbetjening, visuelt koncept til intranet, design af stylesheets til web og intranet. Vi står for løbende udvikling af den visuelle identitet.

.....

Rumfang

Se case: <http://rumfang.dk/cases/frederikssund-kommune/>

Kontakt: Nyhedsredaktør Kenneth Jensen 47 35 11 19 / 24 96 37 66

Hillerød Kommune, 2006-07

I forbindelse med kommunesammenlægning stod vi for udvikling af visuel identitet med følgende leverancer: Genfortolkning og retegning af logo valgt i borgerkonkurrence. Udvikling af 5. designelement, typografi og farver, publikationsdesign, annoncerdesign, brevlinje, powerpoint, billedesign, skiltedesign og designguide.

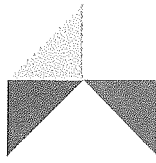
Studievalg København, siden 2005

Med afsæt i eksisterede designguidelines har vi stået for layout af en række materialer som brochurer, øvelsesark og plakater. Vi har endvidere udviklet en serie af tegnede figurer som supplement til den visuelle identitet.

Operations Dagsværk - Sierra Leone, 2013

Udvikling af kampagneidentitet til Operation Dagsværk 2013, der omhandlede diamanindustrien i Sierra Leone. Arbejdet foregik i tæt samarbejde med en gruppe engagerede, frivillige gymnasieelever. Der blev udviklet et kampagnelogo, en farvepalet samt grafiske elementer. En skrift blev redesignet og tilpasset, så vi opnåede et særligt rå udtryk, der indrammede kampagnens budskab. Leverancen indeholdt endvidere brevlinje, plakater, postkort, stickers, muleposer, t-shirts og grafiske elementer til hjemmeside. Se case: <http://rumfang.dk/cases/operation-dagsvaerk/>

Rumfang



Kontakt

.....

Lise Nielsen

D 33 69 20 86 M 20 41 97 10 lise@rumfang.dk

*Rumfang ApS Nørrebrogade 50A 2200 København N T 33 69 20 70 CVR 1747 8648 www.rumfang.dk
Medlem af Danish Design Association ISO 9001:2008 kvalitetscertificeret*

.....