
PORTFOLIO

Grafisk Design

H1 - JANNIE KJÆR HØJGAARD

HOLD: 16hf01mgH1

Dokumentation

Opgaven - Grafisk Design:

InHouse Graphic fik til opgave at designe forslag til Kirkens Korshærs julekampagne 2015 (medio nov. - ultimo dec.)

Derefter ville KK komme og udvælge de forslag, de måske gerne ville have os til at arbejde videre med. Formålet med julekampagnen var at samle penge ind til madbilletter til brugerne af varmetuerne i Aarhus, så de kunne få et gratis måltid mad.

Målet var at samle penge nok ind til, at kunne bespise brugerne af varmetuerne hele vinteren indtil 1. marts 2016.

Kampagnen blev udarbejdet i et team bestående af Line Lundstrøm, Nikolai Ullits Dreholt og mig.

Designkrav:

- Design af postkort/flyer eller lign. tryksag, der forklarer kampagnen enkelt og tydeligt og med god henvisning til, hvordan man donerer pr. SMS eller MobilPay.
- Design af til og fra kort, der skulle gives som tak til faste givere, frivillige samt sælges i KK's butikker
- Holde sig til KK's designmanual angående farver og frirum fra logo til kant
- Info omkring Kirkens Korshær skulle indgå på kampagne materialet
- Deadline d. 30. oktober 2015, så det kunne nå til tryk og lanceres til medio nov.

Afsender:

Kirkens Korshær – Aarhus.

Målgruppe:

Folk med overskud på kontoen og lyst til at hjælpe de svage og udsatte i Aarhus.

Primært kvinder mellem 45-65 år.

Budskab:

At man ved hjælp af donation kunne hjælpe de udsatte i Aarhus med et gratis måltid mad for 25 kr. i vinterperioden.

Ide:

Vores ide med udarbejdelsen af julekampagnen, var at vi både ville lave postkort og plakat, som reklame-middel for madbilletterne.

Derudover ville vi gøre madbilletterne fysiske, så man ville kunne købe en og give videre som en gave, til en udsat på gaden i Aarhus.

Bagpå madbilletterne ville man tilmed kunne skrive sit navn på som giveren af gaven.

Modtageren kunne derefter bytte madbilletten til et måltid mad i en af varmetuerne i Aarhus.

Vi ville med vores ide tale til folks følelser, og give folk en følelse af glæde og psykisk tilfredsstillelse ved at give noget fysisk (som madbilletten) videre.

En win-win situation, hvor altså både modtager og giver ville få noget ud af det.

Stil og Stemning:

Vi lavede en grafisk og illustrativ kampagne.

Med farvevalget og illustrationerne, gav det materialet en stemning af jul.

Procesbeskrivelse

Ideudvikling:

- Brainstorm
- Research
- Inspirationssøgning på nettet
- Skitser i hånden og på computer
- Slogan udvikling
- Billedbehandling og justering i Photoshop ved design af forskellige forslag til kampagnen
- Design af illustrationer/ikoner i Illustrator
- Løbende kontakt med Kirkens Korshær
- Valg af endeligt forslag - arbejde videre med det
- Kampagnen udarbejdes i Illustrator
- Elementerne samles til sidst i Indesign
- Tilretninger fra kunden
- Konvertere til CMYK profil inden tryk: Fogra39 (ISO 12647-2:2004)
- Prøveprint for at se, om der skal justeres i materialet
- Produktionsfiler færdiggøres og sendes KK
- Udarbejdelse af mockups af kampagnen til IHG
- Screendumps foretages løbende

Programvalg

Photoshop er benyttet til billederedigering igennem ideudviklingen.

Illustrator er benyttet til illustration af juleikoner og opsætning.

Indesign er benyttet til opsætningen af alt materialet til slut.

Kvalitetsvurdering

Jeg er glad og stolt over at have været med til at lave en kampagne for et rigtig godt formål.

Når det så er sagt, var det desværre et lidt op-ad-bakke projekt.

Kirkens Korshær startede ud med at være rigtig positive over for vores idéer og valgte, at vi skulle arbejde videre med kampagnen for dem. Men de kom dog med en del rettelser hen ad vejen.

De tog desværre ikke idéen til sig med de fysiske madbilletter. De var bange for, at det kun ville blive de bedrestillet, som ville modtage dem og ikke de ud-satte, der var for svage til at vise sig i bybilledet ved f.eks. at sælge „Hus Forbi“.

Så madbilletterne blev i stedet for et rent visuelt reklamemiddel på plakaterne for, at man kunne donere madbilletter ved at SMS'e en kode eller via MobilPay.

Vores slogan skulle også ændres fra „Folk hjælper da hinanden - gør de ikke?“ til „Er der mad til en mer?“. Det var vi meget imod, da vi ikke mente, dette nye slogan havde samme gennemslagskraft som vores, hvor vi med vilje prøvede at prikke til folk samvittighed. Vi ville have folk til at tænke over sloganet og tænke: „Jo, selvfølgelig gør vi det“, for derefter at købe/donere en madbillet.

Samtidig havde vi tænkt næstekærlighed ind i vores slogan, nu da det jo var en kampagne til KK.

Da kampagnen i år fra KK's side var bestemt til at skulle være synlige og tilstede i bl.a. forskellige virksomhedskantiner i Aarhus, synes vi, deres sloganforslag ”Er der mad til en mer?” var misvisende og desværre let at misforstå.

Vi mente, at stod man i madkøen med sin fyldte tallerken, og så sloganet ”Er der mad til en mer?”, kunne folk i stedet misforstå det og føle dårlig samvittighed over, at have fyldt for meget på deres tallerken, så der måske ikke ville være mad nok andre.

Ligeledes ville KK have mere info tekst generelt om dem og deres arbejde på materialet, end vi mente var nødvendigt.

Postkortene havde vi tænkt både kunne bruges som reklame for julekampagnen, oplysning om KK og som et julepostkort, der ville kunne skrives på og sendes. Men alt det info tekst KK ville have med bagpå, ødelagde det lidt visuelt, og samtidig muligheden for at kunne bruge det til et postkort, der kunne skrives på.

KK ændrede også deres priser i sidste øjeblik fra 20 kr. til 25 kr. for et måltid mad, så en del rettelser har der også været undervejs.

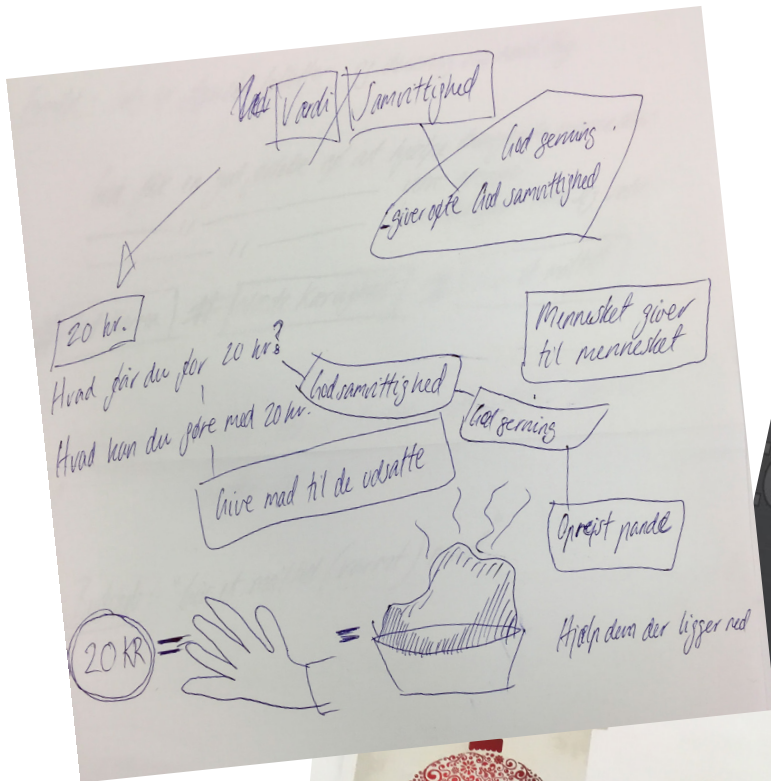
KK kom med et ideforslag om at lave til og fra kortene dobbelt størrelse af vores oprindelige designforslag, og i Deres sekundære farver i stedet for kun lilla, som vi havde startet ud med i vores forslag.

Dette gav et flot farvesammenspil og blev et super godt resultat, så det endte De med at gå med.

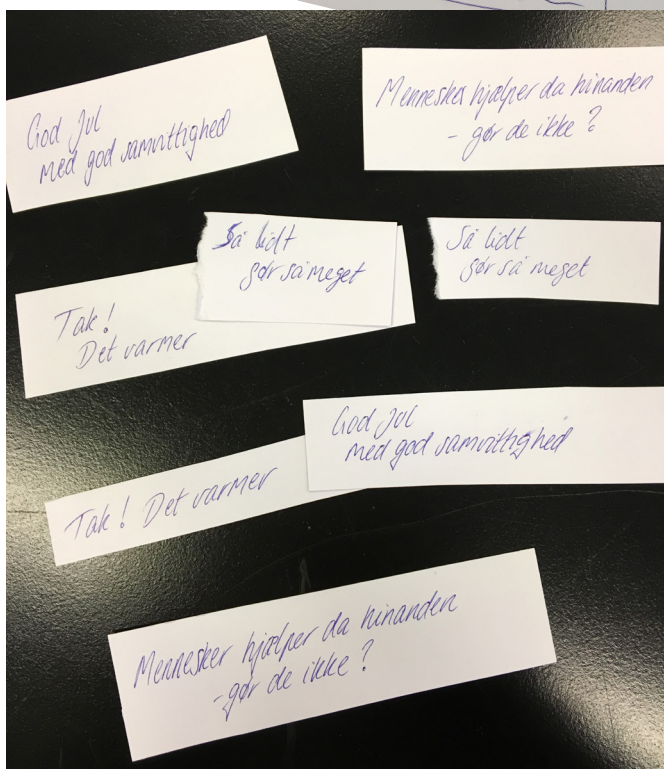
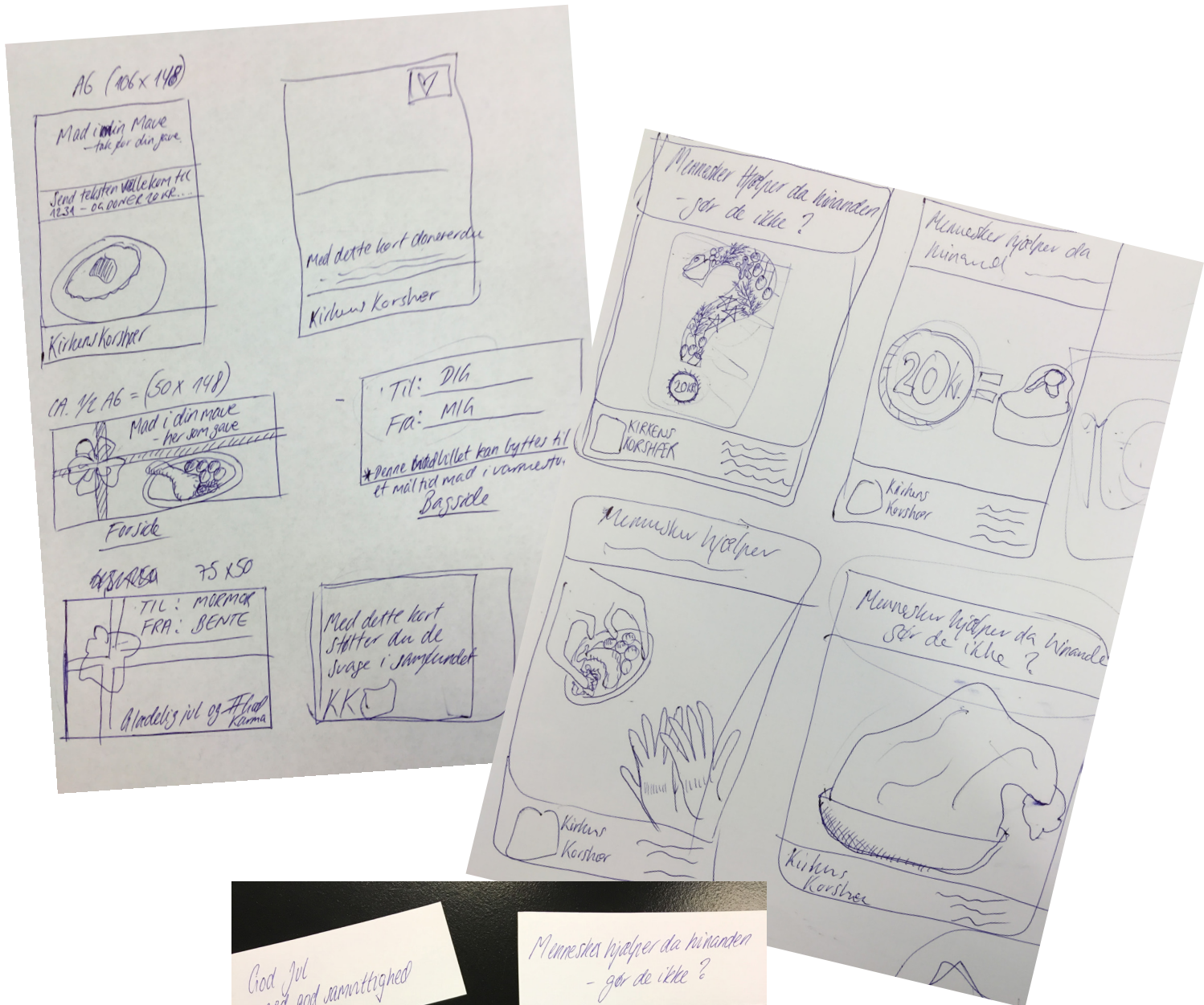
Alt i alt var det en blandet følelse, da kampagnen var færdig og godkendt.

På grund af ændring af slogan og at KK ikke tog idéen til sig med de fysiske madbilletter, så føltes slut resultatet ikke helt som vores teams design af kampagnen længere.

IDEUDVIKLING // BRAINSTORM & MOODBOARD

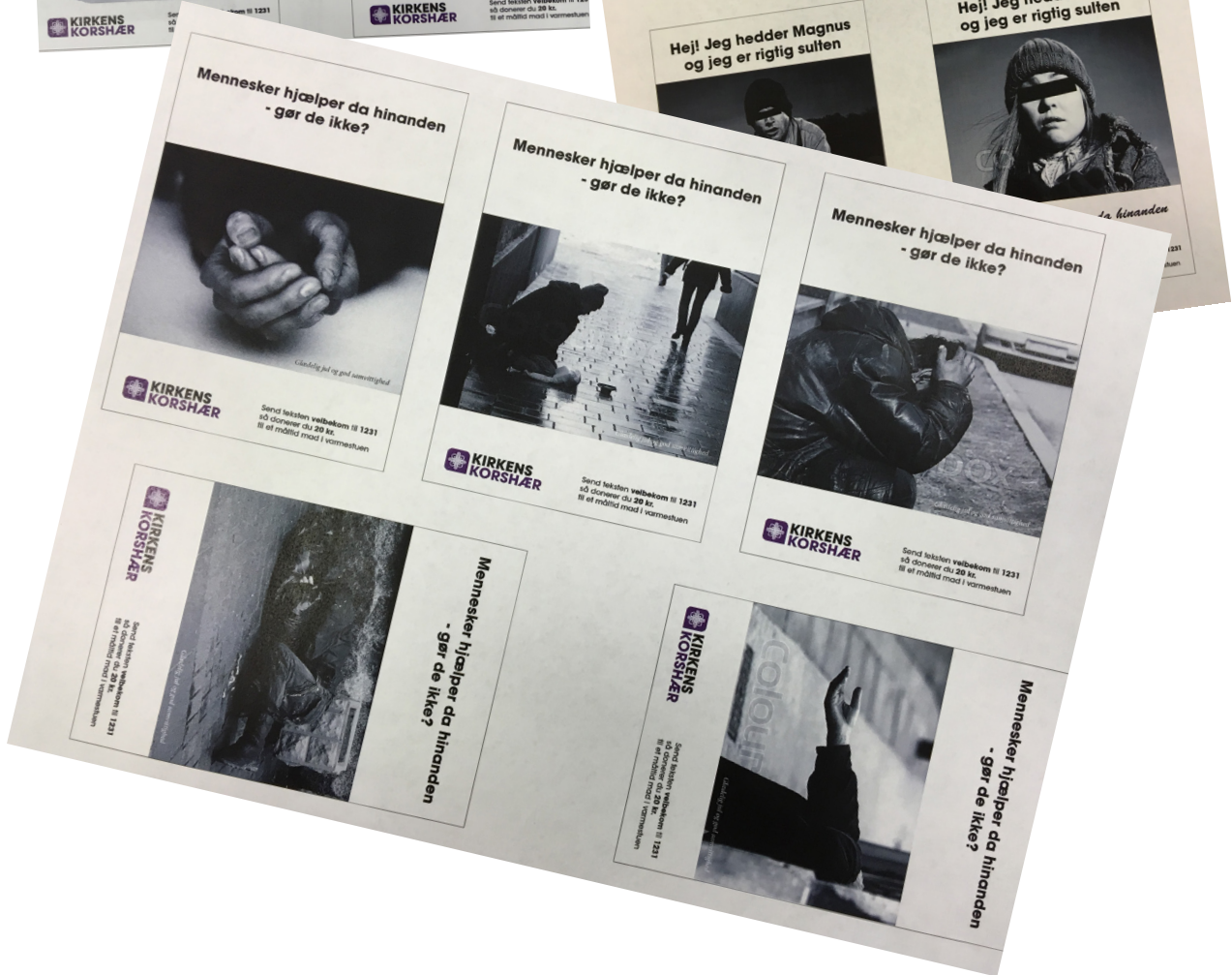
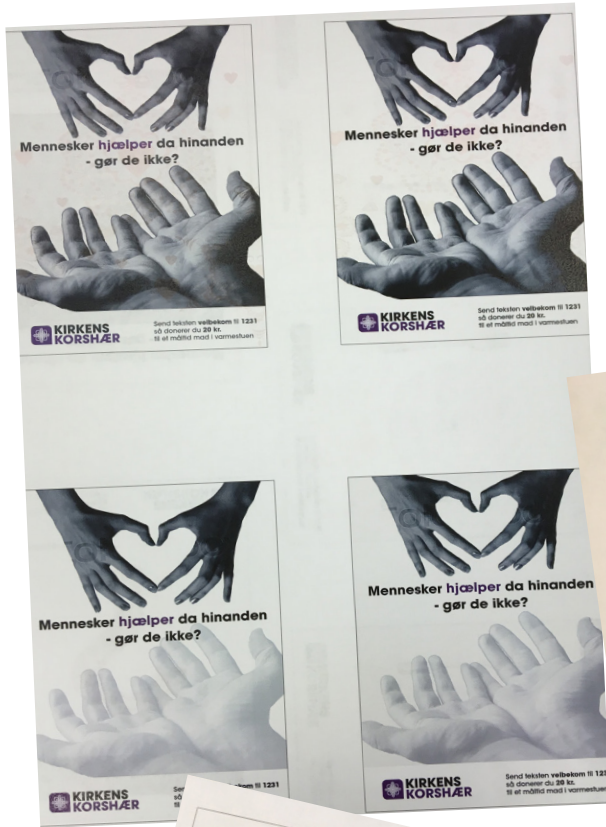


IDEUDVIKLING // SKITSER & SLOGAN



Efter rigtig mange slogan forslag, valgte vi 8 ud i første omgang, men valgte til sidst at gå med "Folk hjælper da hinanden - gør de ikke?"

IDEUDVIKLING // POSTKORT & PLAKAT



IDEUDVIKLING // KAMPAGNEMATERIALE

**MENNESKER
HJÆLPER
DA HINANDEN
GØR
DE IKKE?**

Send teksten velbekom til 1231 så donerer du 20 kr.
til et måltid mad i døgnvarmestuen

**KIRKENS
KORSHÆR**

MADBILLET
Denne billet kan indløses til
et måltid mad
i en af Kirkens Korshærs varmestuer

1 MÅLTID
Denne billet kan indløses til et måltid mad
(en af Kirkens Korshærs varmestuer)

MADBILLET
Denne billet kan indløses til
et måltid mad
i en af Kirkens Korshærs varmestuer

MADBILLET
Denne billet kan indløses til
et måltid mad
i en af Kirkens Korshærs varmestuer

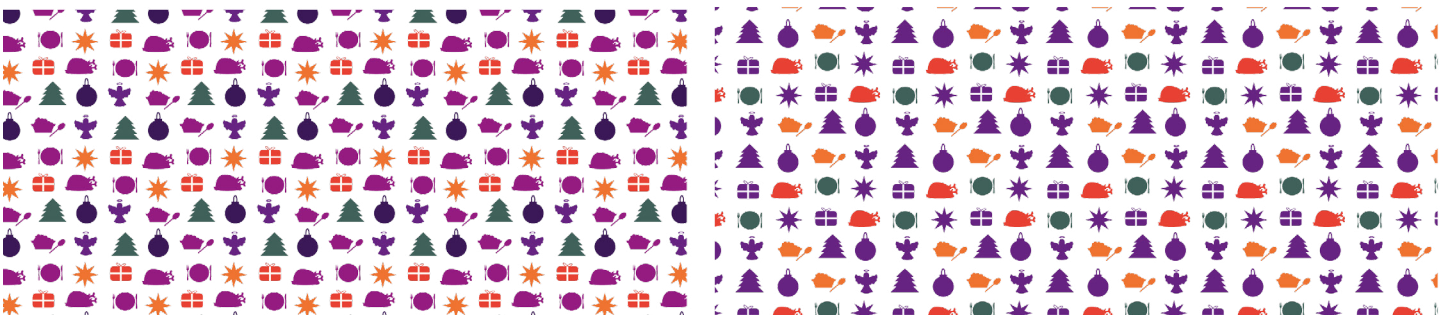
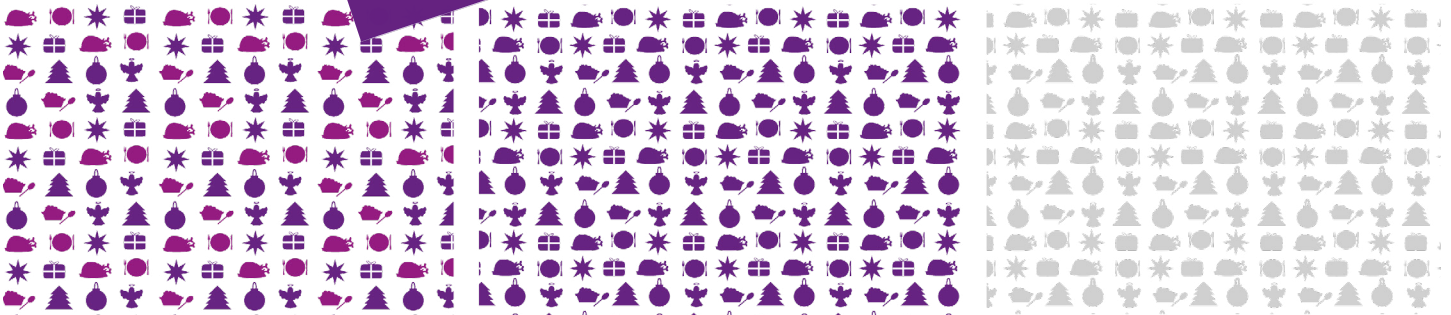
MADBILLET
Denne billet kan indløses til
et måltid mad
i en af Kirkens Korshærs varmestuer

MADBILLET
Denne billet kan indløses til
et måltid mad
i en af Kirkens Korshærs varmestuer

Til: _____ Dig _____
Fra: _____

Glædelig jul
og velkomme

Christmas tree icon, Angel icon, Gift box icon, Star icon, Christmas ornament icon



DE 4 DESIGN PARAMETRE

Form/Format:

Vi tænkte meget over at få mest muligt ud af et ark, når kampagnen skulle sættes op til tryk for dermed at mindske spildet af papir for dem.

Derfor valgte vi nogle formater, der gik op i hinanden.

Plakat: A3

Postkort: A6

Madbillet: ca. 1/2 postkort

Til og fra kort: ca. 1/2 madbillet

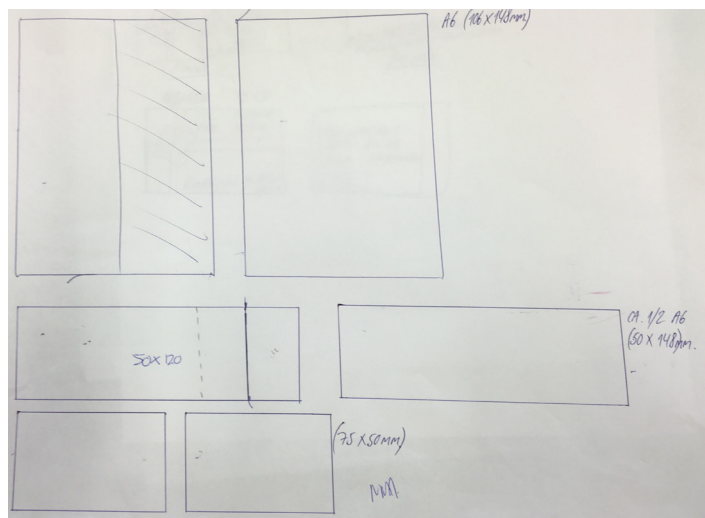


Illustration:

Line tegnede juleikonerne, som vi valgte at bruge i den vores spørgsmålstegn i sloganet samt på vores til og fra kort, så det dermed gav en stemning af jul.



Farve:

Vi holdte os til Kirkens Korshærs lilla primærfarve til plakat, postkort og "madbillet":

CMYK: 75-100-0-0

RGB: 102-36-131

#: 662483

Pantone: 526 C

NCS-S: 4050-R5OB

RAL: 4008



Til og fra kortene fik Kirkens Korshærs sekundære farver:

CMYK: 85-100-10-40

RGB: 67-40-91

#: 43285B



CMYK: 0-85-80-0

RGB: 231-72-60

#: E7483C



CMYK: 0-65-85-0

RGB: 237-118-58

#: ED763A



CMYK: 85-60-70-0

RGB: 71-101-94

#: 47655E



Typografi:

Fontvalget på vores materiale var ITC Avant Garde Gothic Book, Medium og Bold, da det er den font Kirkens Korshær bruger. Derudover bruger De også Arial.

KK har defineret en respektafstand omkring Deres logo svarende til højden på et K (fra den størrelse logoet er i på pågældende element) rundt om hele logoet. Så det samme brugte vi selvfølgelig på vores materiale.

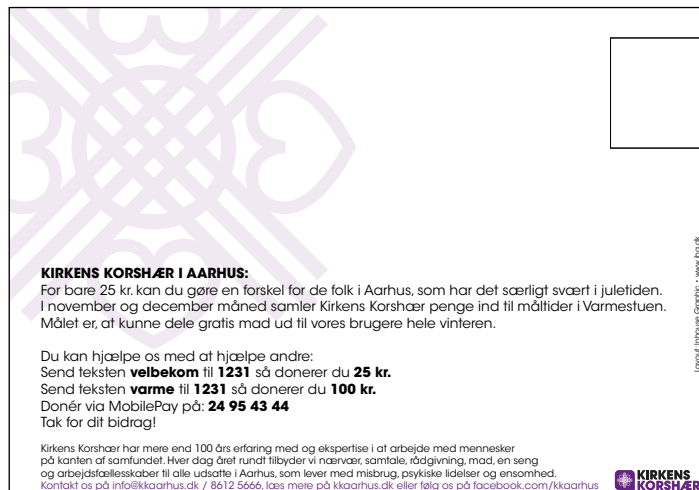


FÆRDIGT DESIGN



 **KIRKENS KORSHÆR**

Til og fra kortene endte med at blive 5 forskellige dobbeltkort i Kirkens Korshærs sekundære farver.



Postkortene havde vi tænkt både kunne bruges som reklame for julekampagnen, oplysning om KK og som et julepostkort, der ville kunne skrives på og sendes. Men alt det info tekst KK ville have med bagpå, ødelagde det lidt visuelt og samtidig muligheden for at kunne bruge det til et postkort, der kunne skrives på.

Madbilletterne blev desværre ikke til fysiske spisebilletter, men i stedet for bare til visuelt reklamemiddel på plakaterne.



GIV ET MÅLTID MAD

For bare 25 kr. kan du gøre en forskel for de folk i Aarhus, som har det særligt svært om vinteren. I november og december måned samler Kirkens Korshær penge ind til madbilletter i varmestuerne i Aarhus. Målet er at kunne dele gratis mad ud til vores brugere hele vinteren.

Du kan give en madbillet ved at sende en SMS med teksten **velbekom** til **1231** eller give 4 måltider for 100 kr. ved at skrive **varme**. Tak for dit bidrag!

I over 100 år har Kirkens Korshær været tilstede blandt ensomme, hjemløse, psykisk syge, misbrugere og udsatte familier. Vi ønsker at møde mennesker i sjenhede, selv når de ligger ned.

Se mere på kkaarhus.dk eller følg os på facebook.com/kkaarhus

 **KIRKENS KORSHÆR**

