

OPGAVEBESKRIVELSE

Jeg har valgt at lave et årligt magasin som fortæller om Kunstmuseum Brandts kommende udstillinger samt faciliteter som mit trykte produkt. Produktet er en videreudvikling af en avis vi lavet for 2 år siden som viste sig at være en succes. Magasinet skal vække interesse, formidle kunstviden og nyheder omkring museets kommende program. Magasinet skal sælge produkter såsom éntre billetter, årskort, kaffe i vores café og produkter fra museets shop. Magasinet skal afspejle mit eget re-design af museet samt den vigtige professionelle profil gæsterne forventer af museet.

MÅLGRUPPE

Jeg har valgt at fokusere mit re-design og magasin på et yngre segment end den nuværende strategi. Ifølge segmenteringsværktøjet ConZoom har jeg målrettede mit magasin mod City-singlerne.

City-singlerne bor i storbyer eller større provinsbyer. To tredjedele er under 35 år, de fleste uden børn, og dem der har, har småbørn. Mange er under uddannelse eller arbejder i gode stillinger, men næsten halvdel en forsørges af det offentlige, da de endnu ikke har fået fodfæste på arbejdsmarkedet. Indkomsten ligger derfor under landsgennemsnittet, men de beskæftigede arbejder målrettet på at avancere.

Formuen er lille, ofte placeret i bolig- eller uddannelsesopsparing. Gruppen tilhører typisk middelklassen, primært på grund af deres uddannelsesniveau.

Transport sker sjældent i bil – de fleste bruger cykel eller kollektiv trafik.



Lang uddannel-
se, men lav
købekraft

Alternative og
kreative

Moderne-
fælleskabsori-
enterede

Velorienterede
med et højt
kulturforbrug

Nej til gluten -
ja til klimaven-
lig kost

Benytter kol-
lektiv trafik og
cykler

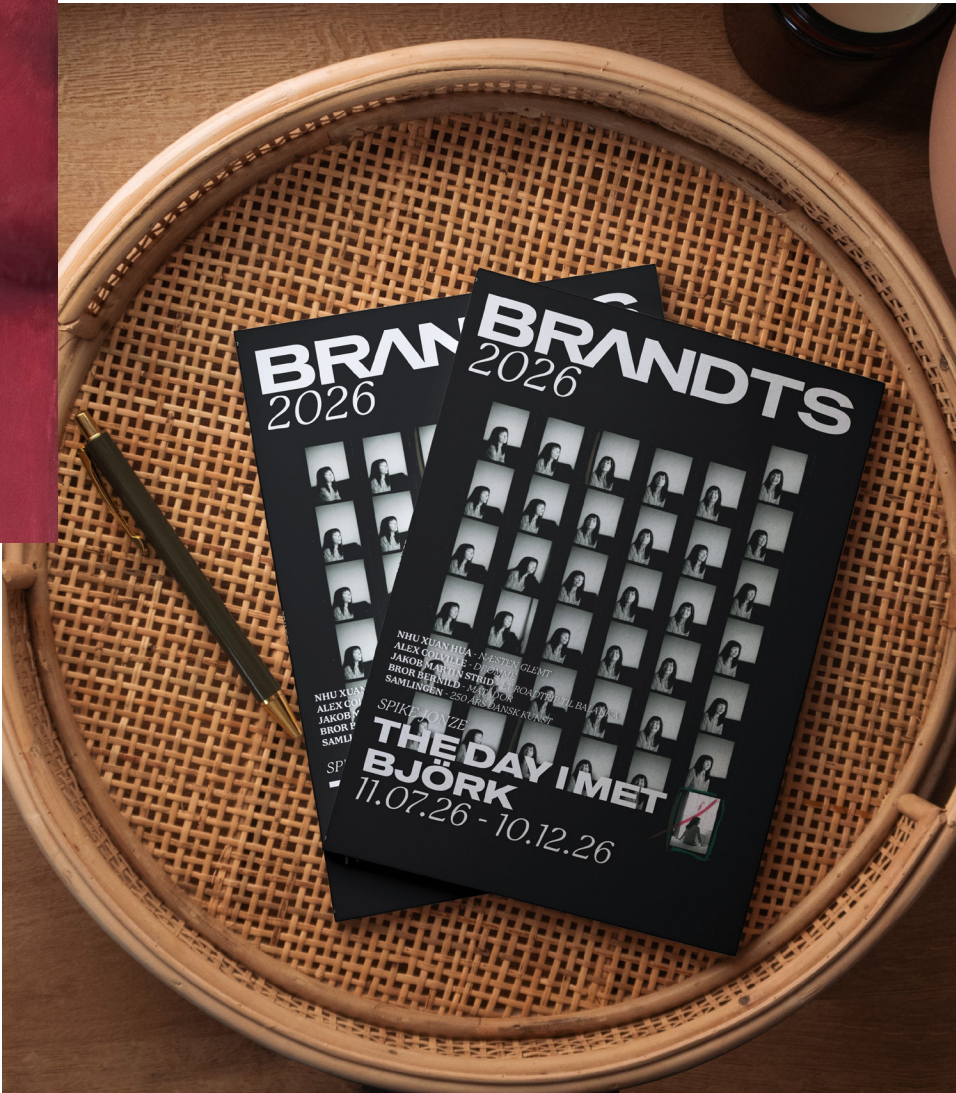
MEDIE OG FORMAT

Magasinet udkommer én gang årligt i oktober/november så den kan sælge et årskort eller to til det kom-
mende udstillings år.

Den er i A4-størrelse (210x297.mm) så den nemt kan tages med under armen eller ned i tasken. Den kan
købes i museet løst, ellers kommer den sammen med købet af et årskort. Er du allerede årskort holder vil
du automatisk få den tilsendt med posten kvit og frit.

For at understrege museets sans for kvalitet og design er magasinet trykt med et lækkert tykt glossy cover
på 250 grams papir. Siderne er tynde og glossy så billederne af kunsten fremstår skarpt og troværdigt.

Magasinets tykkelse er også overskuelig da den kun er på 56 sider.



TYPOGRAFI OG OMBRYDNING

DOKUMENT OPSÆTNING

Magasinet er lavet i InDesign og har målene 210x297 - svarende til et A4.

Dokumentet har et margin på 10.mm i top, inderside og yderside. Bunden har et mål på 9,733 så den flugter med grundlinjenettet. Der er 5.mm bleed på opfordring fra trykkeriet.

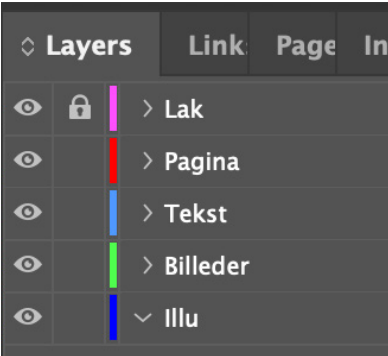
Grundlinje nettet starter ved 12,1.mm og gentager på hvad der svarer til 10.pt.

Magasinet har også en ryg, som gør at forsiden har ekstra 3,7.mm i bredden. Det er gjort med knappen Edit page size i Pages panelet.

Magasinet er trygt og sat op med ICC-profilen FOGRA39.

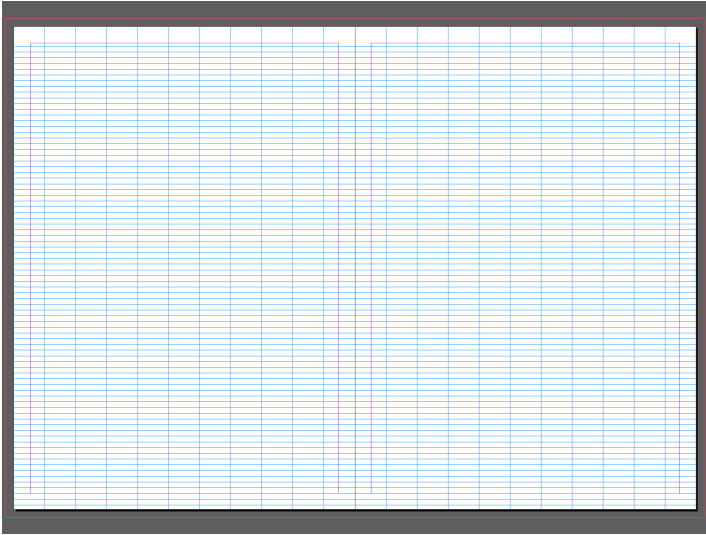
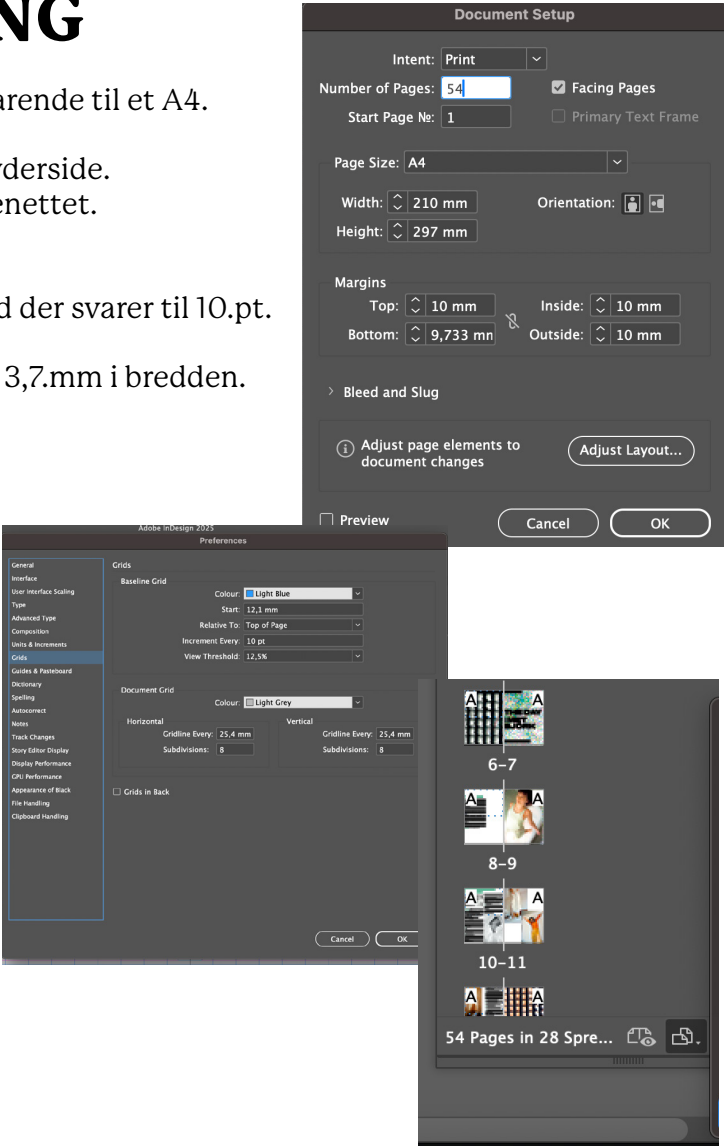
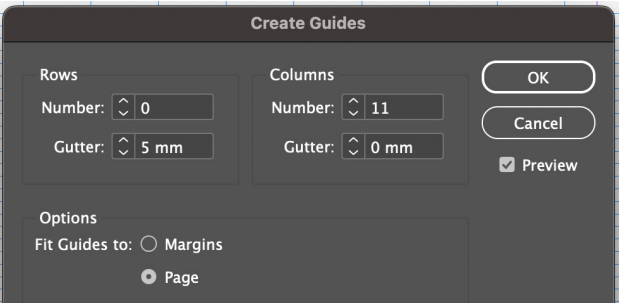
LAG

Jeg har benyttet mig af 5 lag i mit InDesign dokument. Et til lakeringen som indeholder en spotfarve, en til pagina, en til tekst, en til billeder og en til illustrationer.



GRID

Jeg ville gerne have et grid der havde mange muligheder både horisontalt og vertikalt. Derfor har jeg designet et grid der horisontalt følger grundlinjenettet, men med 11 kolonner vertikalt. For at understrege museets sans for kvalitet og design er magasinet trykt med et lækkert tykt glossy cover på 250 grams papir. Siderne er tynde og glossy så billederne af kunsten fremstår skarpt og troværdigt.

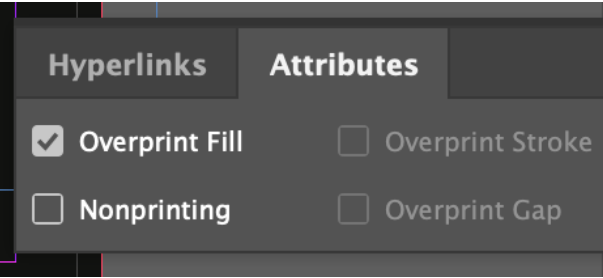
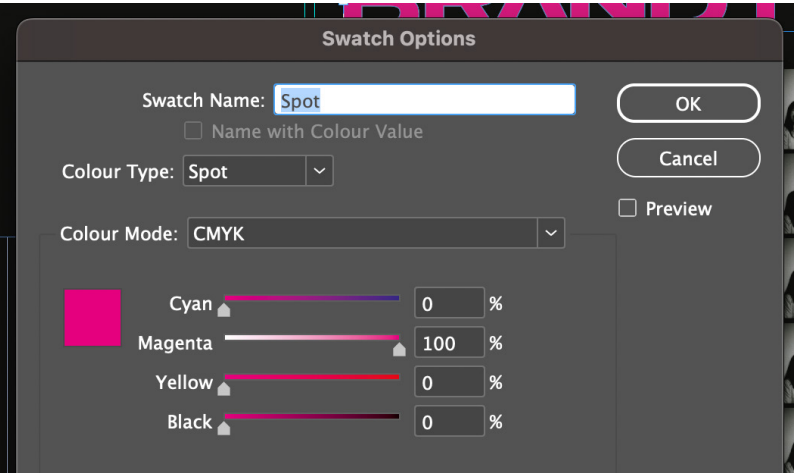
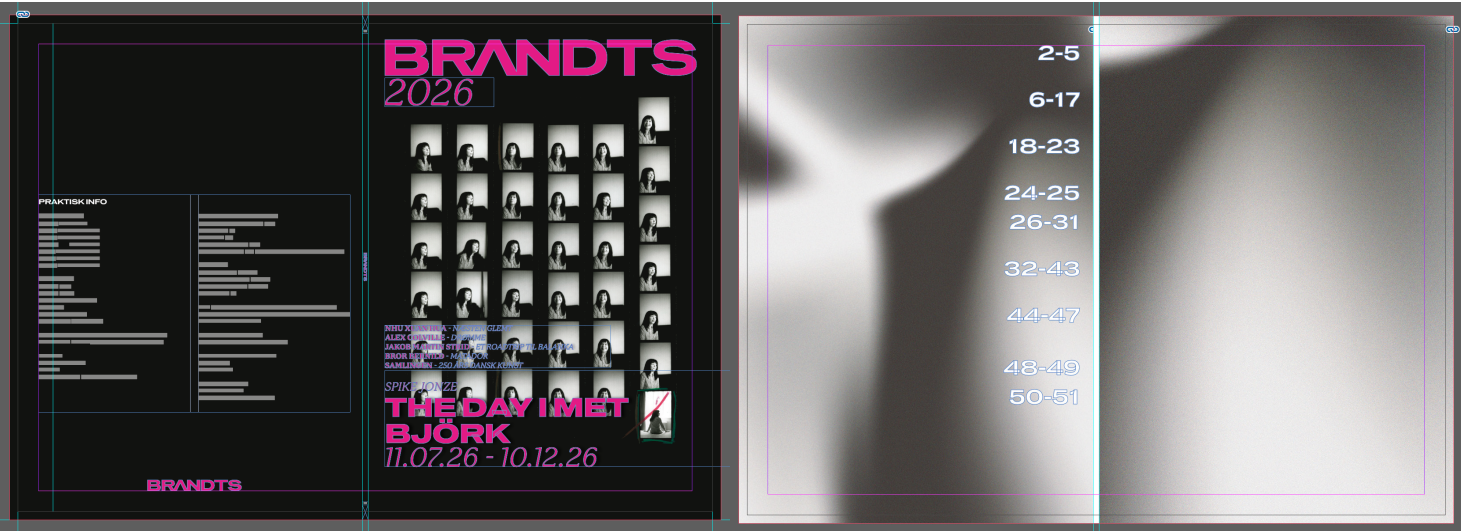


OMSLAG

Magasinet er trykt hos Strandbygaard som digital tryk. Omslaget er trykt på 250g silk papir med mat kachering og lak på teksterne. Siderne er trykt på 130.g silk papir.

Da magasinet har ryg er der tilføjet 3,7 mm på omslaget, samt en hvid bund for at limen sidder bedre fast. Lakken bliver difeneret ved en spot farve som kan ses på magenta farven.

Noget om trykprocessen, bestillingen og tidsfristen



TYPOGRAFI OG OMBRYDNING

SKRIFTTYPER

Jeg vidste af erfering at der skulle være to slags typografier i designet. En der var meget moderne og grotesk, og så en der spillet godt op imod den, men som kunne være mere poetisk og rolig i udtrykket. Derfor landet jeg på de to fonte Sztos (der også bruges i logoet) og P22 Mackinac Pro. De er begge Adobe fonte, og Sztos er så ny at den kan justeres i tykkelse og bredde i Adobes egne programmer. Det er nemlig en variabel font.

P22 Mackinac Pro Book

P22 Mackinac Pro Book Italic

P22 Mackinac Pro Medium

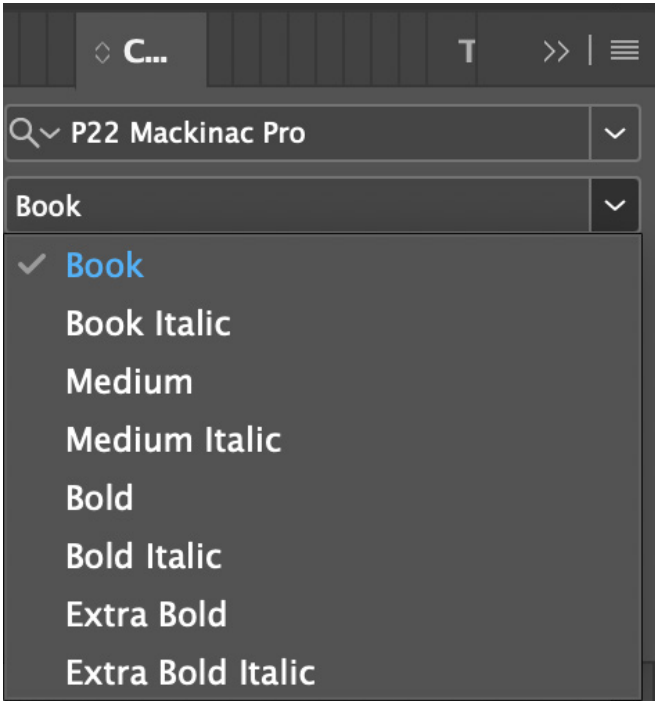
P22 Mackinac Pro Medium Italic

P22 Mackinac Pro Bold

P22 Mackinac Pro Bold Italic

P22 Mackinac Pro Extra Bold

P22 Mackinac Pro Extra Bold Italic



Sztos Weight

Sztos Regular

Sztos Bold

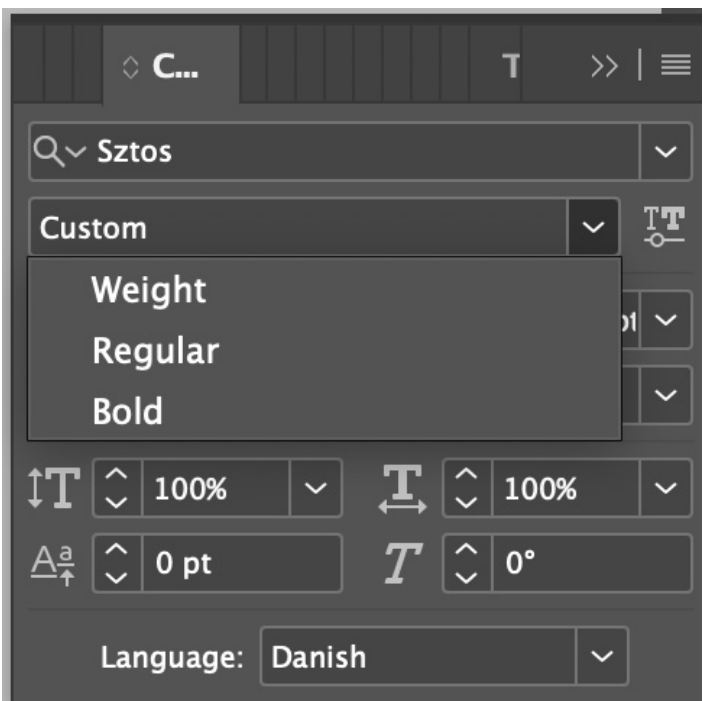
Sztos: Weight: 100 Width: 200

Sztos: Weight: 400 Width: 200

Sztos: Weight: 250 Width: 150

Sztos: Weight: 700 Width: 160

Sztos: Weight: 700 Width: 100



TABULERING

Jeg har lavet menukortet som en tabel. Til det har jeg brugt tabuleringer. Tabellen er delt op i mad og drikke, derunder følger kategorierne hvor varene står på en række og priserne på sine egne.

MAD		DRIKKE	
BRANDTS SALAT <i>Frisk grøn kål vendt i citronvinaigrette, belugoliser, ovenbagt hakkuldogresskar med garsm masala, pecannudler, feta og topet med granatæble</i>		KAFFE <i>Vores kaffe er fairtrade og CO2 neutral. Alle varianter er med dobbeltskud</i>	
Kylling	117,-	Espresso	34,-
Laks	117,-	Espresso Macchiato	38,-
Vegetar	98,-	Americano	38,-
		Cappuccino	44,-
PANINI <i>Serveres med en frisk salat</i>		Latte	44,-
Panini m. skinke & ost	79,-	Cortado	38,-
Panini m. spicy kylling	79,-	Flat White	42,-
Panini m. veggie caprese	79,-	Ice Latte	42,-
Berne Panini (serveres med agurker)	42,-	Stempelkande	88,-
Inkl. økologisk juice	58,-	Tilbeh af sirup	+ 5,-
SMØRBRØD <i>3 stk. for 88,-</i>		VARMT	
Avocado: Serveres med olivenolie, purøg, citron & piment d'espelette	64,-	Varm chokolade	42,-
Reddedehummas: Hytteost, syltede rødlæg, spirer & rodfrugtschips	64,-	Matcha Latte	60,-
Hønsesalat: Kyllingeoverlår, mayo, creme fraiche, hvide asparges, bacon, æbletern og frisk purøg	64,-	Matcha Is Latte	60,-
Laksemousse: Varmroget laks, mayo, creme fraiche, agurketer, dild og citron.	64,-	Chai Latte	42,-
		Te	35,-
BRØD		KOLDT	
Dagens bolle	28,-	Lemonade	38,-
Scone	35,-	Økologisk saft fra Adelhardt	36,-
Chokoladebolle	25,-	Æblemost	36,-
Croissant	25,-	Sodavand	36,-
Pain au chocolat	25,-	Danskvand	36,-
Chokoladecroissant	25,-	Kildevand	20,-
Tilbeh af smør/ost/marmelade	+ 7,-		
KAGE		DRINKS	
Dagens kage	45,-	Espresso Martini	84,-
		Brandts Spritz	84,-
		Dark n' stormy	84,-
		Gin & Tonic	84,-
		Rum & Cola	84,-
		Aperol Spritz	84,-
		ØL	
		Pilsner / Classic	37,-
		Anarkist	52,-

MELLEMRUBRIKKER

Mine mellemrubrikker er lidt specielle da de er centeret imens brødteksten holder fast for- bagkant. Designmæssigt giver det magasinet en moderne og original fremtoning men også en nem og læsevenlig vejledning i designet. Mellemrubrikken har skriftstørrelse 9.pt med 6.pt i linjeafstand.

Space Before: 1 mm	Space After: 0,353 mm
--------------------	-----------------------

Basic Character Formats

Font Family: Sztos

Font Style: Custom

Size: 9 pt

Leading: 6 pt

Kerning: Metrics

Tracking: 0

Case: Normal

Position: Normal

☐ Underline

☒ Ligatures

☐ No Break

☐ Strikethrough

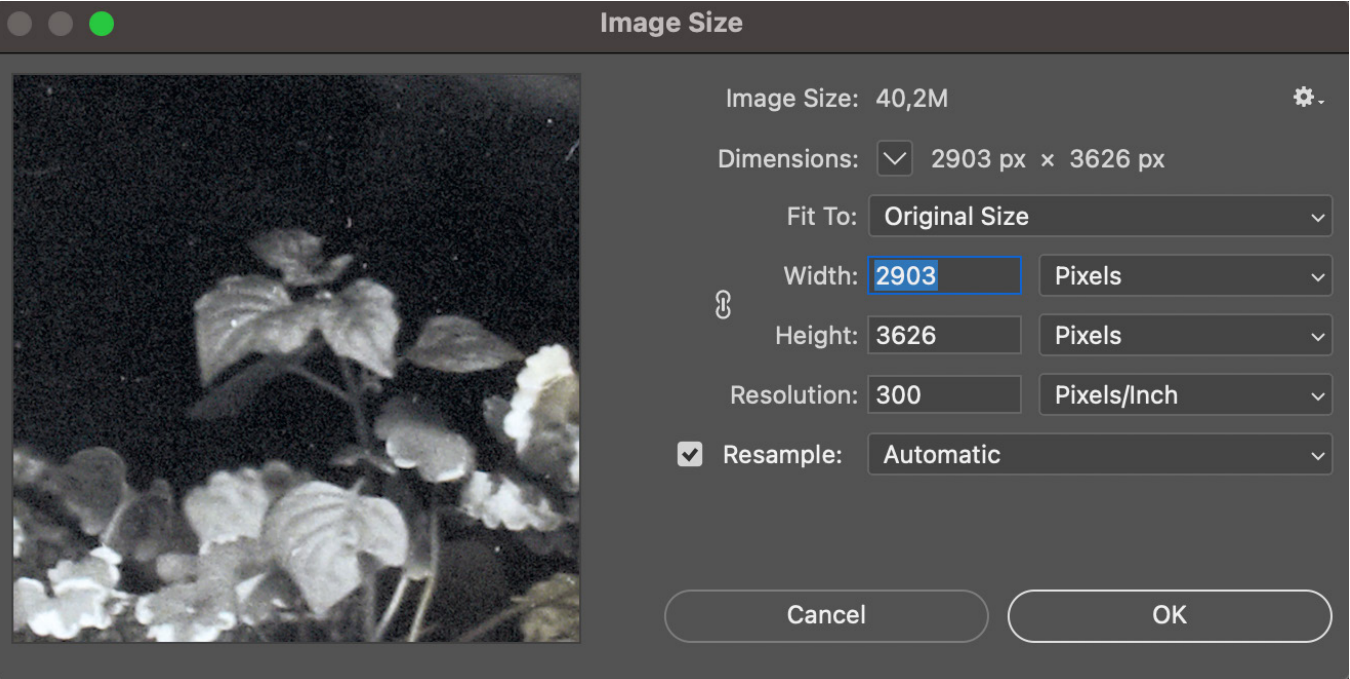
Stilhed og Spænding

Dette afsnit fremviser Colvilles evne til at indfange det, der ikke bliver sagt. Her finder vi værker som *'Horse and Train'* (1954), hvor en hest og et tog er på kollisionskurs. Scenen er ladet med spænding, men den faktiske handling forbliver uforløst. Maleriets komposition minder om en drøm, hvor elementer ofte er sammenstillet på mærkelige og ulogiske måder. Colvilles brug af symboler er et andet centralt tema i udstillingen. Fra hunde og fugle til vand og horisonter er hans billeder fyldt med elementer, der fungerer som metaforer for menneskets indre verden.

GRAFISK OG BILLEDBEHANDLING

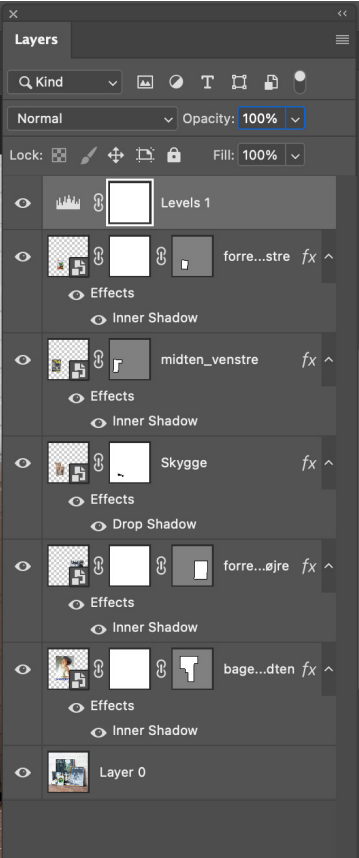
Alle billeder er billedbehandlet så de fremstår tro mod originalerne hvorimod fotos til feks. caféen fremstår ens. Jeg har på alle billeder brugt levelse for at sørge for billederne står kontrastfyldte og ikke brænder ud.

Jeg har redigeret størrelsen på alle billeder og sørget for de er 300.ppi.



SAMMENKOPIERING

Jeg har brugt meget tid på at lave realistiske mockups til salg-plakaterne for at se om designet fungerer i kontekst. For at lavet mockuppet har jeg gjort billederne til smart objects, ændret deres perspektiv så de passer på rammerne, lavet en maske på dem og fjernet billederne der ligger inde over. Jeg har også tilføjet glas refleksion på dem for realisme og tilføjet noget drop shadow.

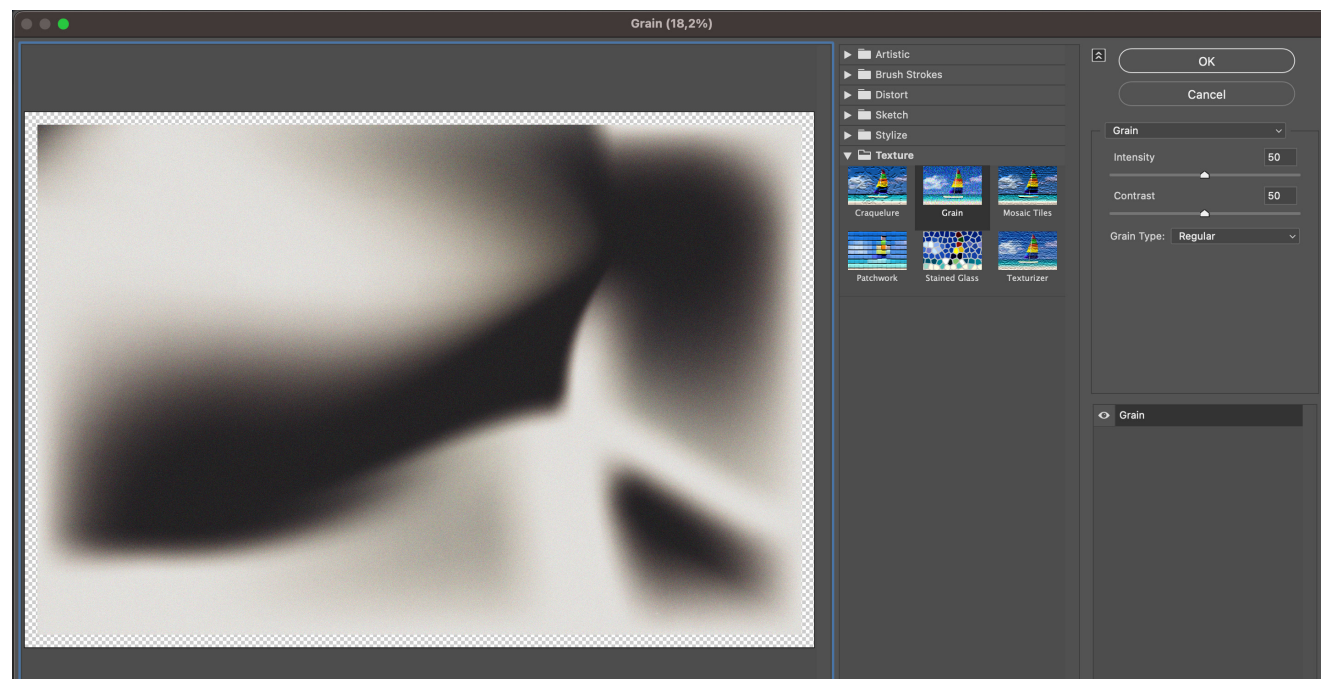
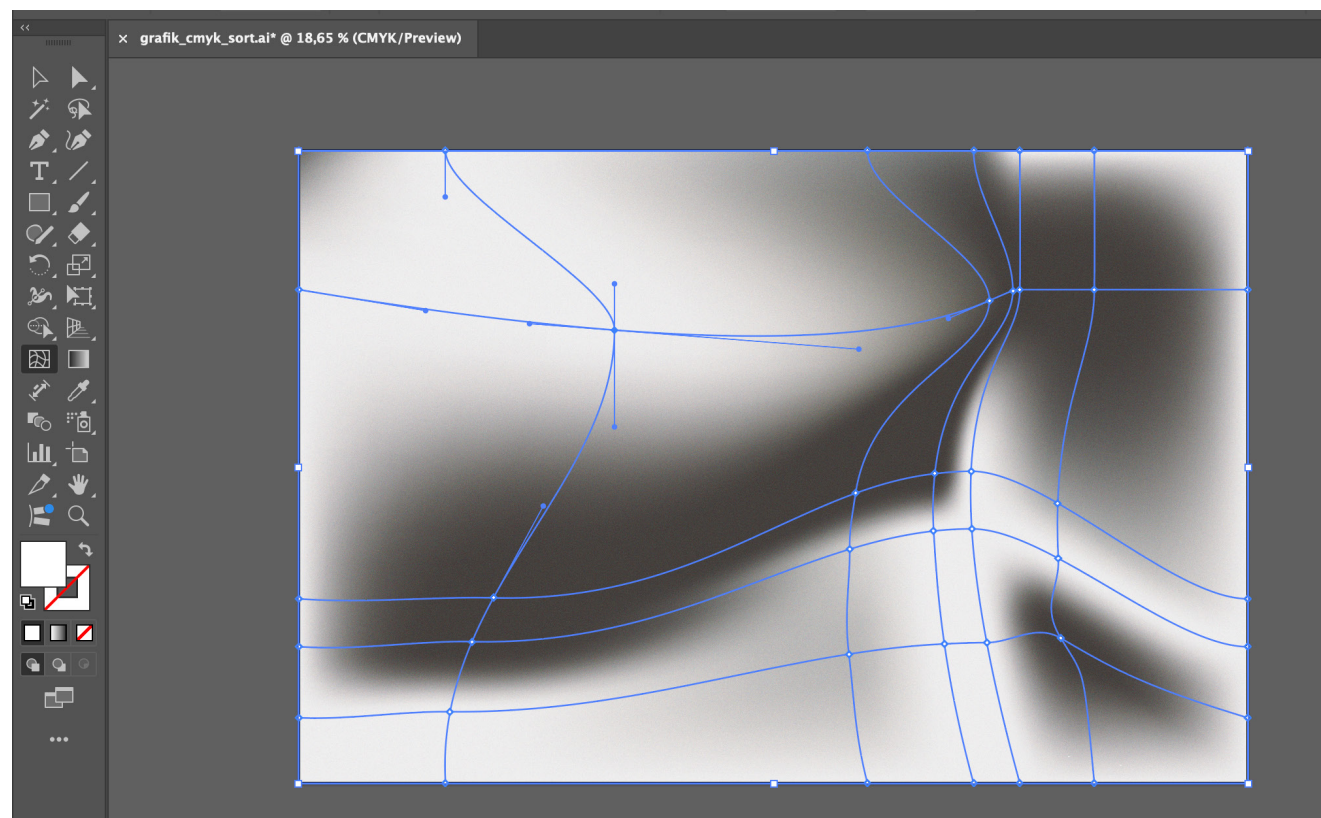


GRAFIK

ILLUSTRATION

Hvis der er behov for en spændende overflade eller et billed ikke må beskæres, så kan der benyttes en 'mesh grafik'. Det er en grafik lavet i Illustrator med Mesh tool, hvor farverne kan ændres til en pippetet farve fra signaturværket.

En mesh grafik kan godt se lidt metallisk ud, derfor tilføjes der noget Grain til grafikken så den får noget tekstur og liv i sig.

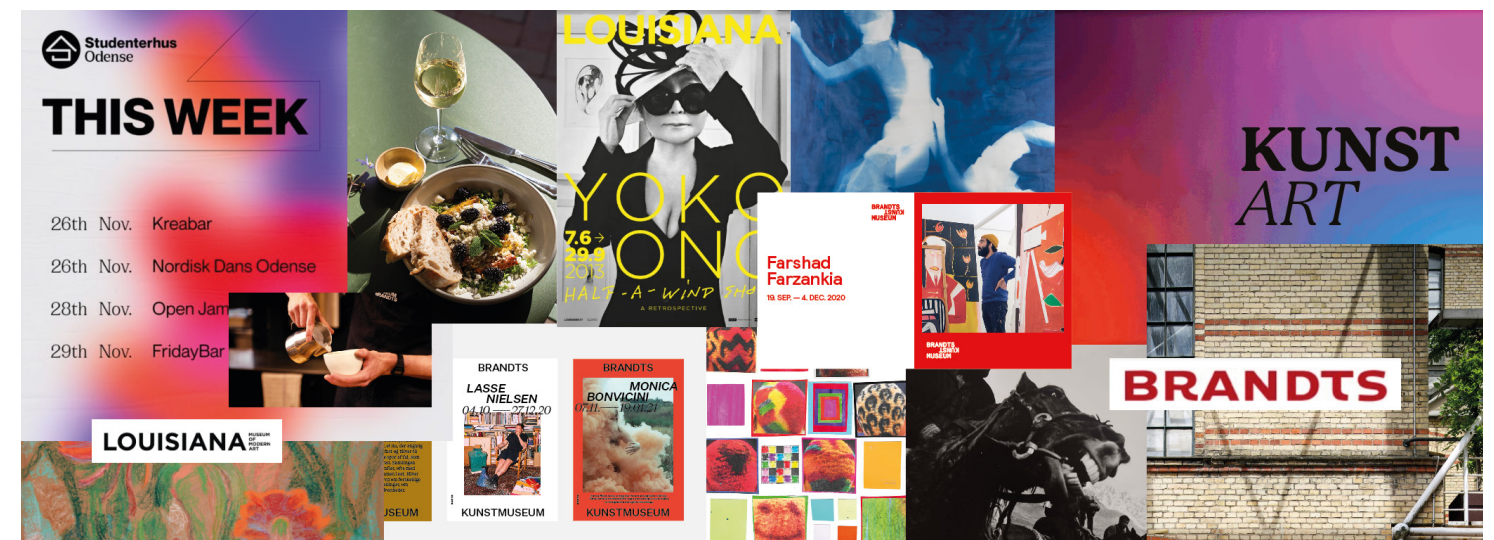


GRAFISK DESIGN

Som det første ville jeg gerne skille mig af med ordet 'Kunstmuseum' i navnet på museummet. Jo kortere jo bedre, og i folkemunde bliver stedet kaldt 'Brandts'. Jeg er bevidst om at det kan skabe forvirring blandt folk når de gerne vil hen til Brandts Klædefabrik, men jeg mener vi burde omfavne vores fordel ved at ordet 'Brandts' bliver assosiceret med os. Derfor burde vi også bruge det.

Jeg ville gerne lave et design der havde mere end én skrifttype, bedre mulighed for at bruge farver, og et design der var beregnet til at være let at læse og forstå.

Men vigtigst af alt, så ville jeg lave et design der var konkurrencedygtigt overfor de større kunstmuseer såsom Aros og Louisiana. Derfor mener jeg at læsningen kunne være et design der var mere højtråbende, nutidigt og moderne.



LOGO

Logoet faldt hurtigt hen på et typografisk logo, da det også skal fungere på plakater for museet, så var det vigtigt at folk kan se hvor plakaten er fra, uden at kende logoet. Navnet 'brandts' er kort og kontakt, derfor passede det godt til at blive lav i højden men blive trukket ud i bredden.

Jeg faldt hurtigt for fonten Sztos, som er en flot, dynamisk og moderne font som jeg lavet mine egne redesign ved. Jeg bandt f.eks. R'et, A'et og N'et sammen. Og fjernede den horisontale streg i A'et.

BRANDTS



KUNSTMUSEUM BRANDTS

KUNSTMUSEUM BRANDTS



KUNSTMUSEUM BRANDTS