

**ØLFESTIVAL  2016**  
**DESIGNMANUAL**

# KONCEPTBESKRIVELSE

## MODERNE TRADITIONALITET

Vi har valgt en festival som kører på nogle mere traditionelle værdier i forholdet til mange andre festivaler. Øllet har i mange år været en stor del af den danske kultur, og det har vi forsøgt at respektere igennem vores design. Til gengæld synes vi sagtens man kan vise noget traditionelt på en moderne og cool måde. Det har vi også forsøgt på da vi har valgt at markedsføre festivalen til et yngre publikum. Derfor har vi lavet en hjemmeside som med en stilren og moderne tilgang viser folk en drik som har været nationaldrikken i mange år.

## ØLLETS KVALITET

På vores hjemmeside har vi brugt billeder og film til at vise øllets kvalitetsegenskaber. Vi bruger close-ups og slowmotion-effekter til nærmest at glorificerer øllet. Vores farveskala til hele den visuelle identitet er også inspireret af selve øllets farve, fra det mørke brun/rødlige til det helt lyse gyldne øl.

## OVERSKUELIGHED

Overskuelighed er et gennemgående nøgleord i vores design, og vi har implementeret det på alle vores produkter i processen. Vi har brugt store flader og billeder til at give et afbræk i tekst, og ikoner til at visualisere tekstens indhold, så man hurtigt og overskueligt kan finde netop det man vil læse.

## LOGO



Vi har beholdt manden, eller entusiasten som vi kalder ham, fra Ølentusiasternes nuværende logo, da vi synes at hans positur og holdning på en rigtig fin måde viser hvad formålet med organisationen bag er. Logoet viser en mand, der holder et lille glas øl. Han holder det oppe i luften og ser nærmest beundrende på det. Vi har fremhævet glasset ved, at indholdet i glasset er farvet i en klassisk øl-farve, og toppen med en hvid farve, for at vise skummet i øllen. Man kan tydeligt se mandens begejstring og entusiasme for indholdet i glasset. Størrelsen på glasset og mandens måde at holde det på understøtter værdien med at nyde det gode ved øllen - kvalitet frem for kvantitet.

Farverne på logoet passer ind i farveskalaen på øl. Fra den dybe, røde border til den mørke, brune farve manden, eller entusiasten, er i. Og så den lyse, gyldne farve på baggrunden. Alle kan farverne findes i forskellige nuancer i øl. Vi har valgt at lave et nyt logo både til entusiasterne og et decideret til festivalen, og holdt det i samme farver og stil, for at skabe en ny visuel identitet der går i et med vores website. Entusiasternes logo er holdt i en oval form med et banner i den nederste halvdel. Denne form kan lede tankerne hen på et øl-mærkat. Selve festivallens logo har vi lavet aflangt nærmest som et banner, da det så dermed nemt kan benyttes i toppen af forskellige elementer såsom plakater.



## DON'TS

Disse don'ts gælder også for festival-logoet.



Byt ikke rundt på farverne i logoet så de er i "negativ" af den originale. Farven på manden, rammen og banneret skal være mørkere en farven på baggrunden og teksten.



Benyt ikke clipping mask på logoet.



Brug ikke farver udenfor farveskemaet.



Skalér ikke logoet i forkerte dimensioner.

## RESPEKTAFSTAND



Når logoet placeres, skal det placeres med en lille respektafstand. Afstanden kan ses til venstre.

Den er afmålt efter den ovale ramme om logoet, og afstanden skal dermed være samme bredde som rammen fylder.

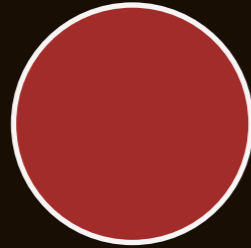
Denne afstand har vi valgt, da det giver en smule luft mellem elementerne, men ikke for meget. Derudover sørger det også for at banneret på logoet, som stikker lidt ekstra ud i bredden, dermed ikke bliver ramt af andre elementer.

Vi har gjort brug af afstanden på forsiden af hjemmesiden og på billetterne og medlemskortet i webshoppen. Til venstre kan man se medlemskortet, og de sorte streger der er trukket igennem, illustrerer hvordan respektafstanden kommer til udtryk.

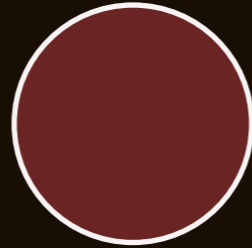


Afstanden mellem logoet og teksten behøver ikke at være præcis til linjerne, men den må ikke være mindre end det.

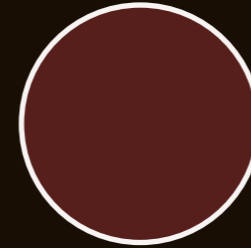
## FARVEVALG



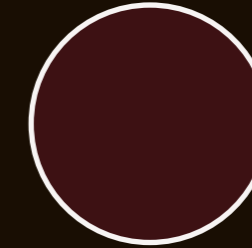
RGB: (139,47,45)  
CMYK: (20,86,83,19)  
HEX: #8b2f2d



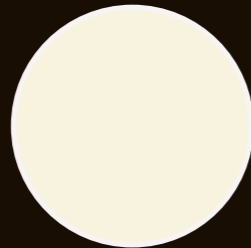
RGB: (92,40,40)  
CMYK: (37,72,67,42)  
HEX: #5c2828



RGB: (76,36,33)  
CMYK: (42,65,63,48)  
HEX: #4c2421



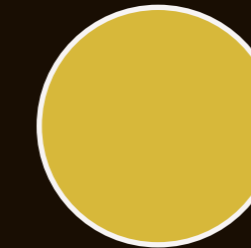
RGB: (55,24,25)  
CMYK: (48,58,54,60)  
HEX: #371819



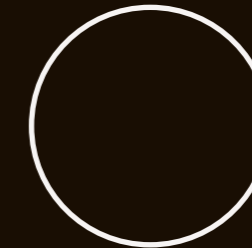
RGB: (245,242,222)  
CMYK: (3,2,11,0)  
HEX: #f5f2de



RGB: (230,225,122)  
CMYK: (8,4,60,0)  
HEX: #e6e17a



RGB: (211,186,64)  
CMYK: (10,17,97,2)  
HEX: #d3ba40



RGB: (28,21,9)  
CMYK: (54,47,51,68)  
HEX: #1c1509

Farveskalaen er, som vi også var inde på i logo-afsnittet, inspireret af de forskellige nuancer af øl. Vi bruger en lys, gullig og gylden farve som baggrund i logoet og flere steder på vores website. Denne farve er inspireret af det helt lyse øl.

De mørke brunlige/røde nuancer som vi gør endnu mere gennemgående brug af, er inspireret af de lidt mørkere øl. Derudover har vi også valgt af denne nuance er meget rødlig, da det kan symbolisere hygge, varme og også repræsentere lidt af den danskhed, som festivalen også gerne vil stå for. Vi har også på forsiden en video, hvor farverne igen er tæt på den farveskala vi har valgt.

Til vores baggrunde på siden har vi også nogle mørke brune nuancer, igen for at lede tankerne hen på de mørkere øl. Der er et par steder også brugt en gullig-beige farve til baggrund, for at symbolisere det lyse øl, og give en synlig kontrast mellem de sidder der adskiller hinanden.

# TYPOGRAFI

**KØB DIN BILLET ALLEREDE NU**

Studerende? Få 20% studierabat på din billet med rabatkoden "STUD2016". Koden indtastes ved kassen. Studiekort fremvises med billetten ved indgangen, ellers forfalder rabatten og det resterende beløb betales.



 <p><b>LOKATION</b></p> <p>Ølfestivalen finder i 2016 igen sted i Lokomotivværkstedet på Otte Busses Vej 5A i 2450 København SV i Maj måned. Torsdag d.19. fra 15-23. Fredag d.20. fra 12-23 og lørdag d.21 fra 11-21. Københavns Hovedbanegård er nærmeste station for rejser med regional og intercitytog, og S-togsstationerne Enghave Station og Dybbølsbro Station ligger begge i gåafstand.</p>	 <p><b>ALKOHOLPOLITIK</b></p> <p>Synligt benyttede vil ikke blive lukket ind på Ølfestivalen. Vi forbeholder os ret til at sige "tak for i dag", hvis nogle af Ølfestivalens gæster bliver til gene for andre gæster eller vores udstillere. For at komme ind på Ølfestivalen skal man være 18 år eller derover. Børn under 18 har kun adgang i følge med forældre eller værge. Vagterne til Ølfestivalen er uddannede til at yde førstehjælp. Sikkerheden er derfor helt i top.</p>	 <p><b>POLETTER</b></p> <p>Betalingsmidlet på Ølfestivalen er poletter, som kan købes sammen med billetten til en særlig rabatpris, som kan ses længere nede på siden eller ved at klikke på menupunktet "Køb Billet". Desuden kan der købes poletter på Ølfestivalen. Det er muligt at købe netop det antal poletter man har behov for. På festivalen er enhedsprisen pr. polet 12,50 kr.</p>	 <p><b>MEDLEMSSKAB</b></p> <p>Medlemmer af Danske Ølentusiaster får rabat i form af 5 ekstra poletter til smagsprøver. De 5 rabat-poletter får du udleveret mod forevisning af gyldigt medlemskort. Melder du dig ind og betaler dit medlemskab under Ølfestivalen får du naturligvis de 5 rabatpoletter med det samme.</p>
---	---	---	--

## KEEP CALM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Vi har valgt KeepCalm-medium til logoteksten og til teksten på de billet mock-ups vi har kreeret. Denne skrifttype faldt vi for, da den er solid og letlæselig, men alligevel har sit eget udtryk.

## CABIN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Cabin har vi valgt til vores overskrifter og brødtekst på websitet. Igen har vi haft fokus på at det skulle være en letlæselig tekst til formålet, men vi har valgt det skulle være en sans serif, da det passede bedre til det bløde og moderne udtryk vi gerne ville have frem. Cabin fremstod også tilpas seriøs i sit udtryk til at vi kunne anvende den. Cabin anvendes med CAPS på overskrifter på forsiden for at skabe en tydelig identitet ned gennem siden.

## FOTOSTIL(VIDEOSTIL)



Vi bruger lidt fotos og video på vores site. Forsiden viser en video hvor der er fokus på øllet og dets ingredienser. Info-grafikken indeholder også billeder af forskellige øltyper.

Fælles for stilen i videoerne og billederne er at vi har forsøgt at ramme ind i vores farveskala, og at sørge for at øllet er i fokus og gerne bliver glorificeret en smule. Dette er gjort ved at fjerne unødvendige elementer i baggrunden og indstille fokus på øllen. Omgivelserne skal komplimentere det fyldte glas.