Støtte-konkurrence:

Udvikl en skarp visuel identitet til Sølund Musik Festival

Du der! Dig, der er mester i at udvikle visuelle identiteter, der brander i verdensklasse. Dig, der kan omsætte 31 års succes med musik, kærlighed og fællesskab for mennesker med udviklingshæmning til et træfsikkert grafisk udtryk. Dig, der vil gøre en forskel for Danmarks Vigtigste Festival.

Det er dig - **lige dig** – der kan vinde vores støtte-konkurrence.

What's in it for you

Du bliver den glade ejer af 10 VIP-billetter til et stjernespækket Sølund Musik Festival 2016 med VIP-lounge inklusive mad - værdi ca. 10.000 kr. Derudover får du hædrende plads på festivalens nye hjemmeside, omtale på vores facebookside (hastigt voksende – nu ca. 5.500 følgere), et særligt projekt på din portfolio og en invitation til at komme med på holdet i fremtiden. Og så den der gode fornemmelse af at gøre en forskel, der virkelig batter, for en gruppe fantastiske og – synes vi – oversete medborgere.

Sølund Musik Festival og markedsføring

Vi tør godt påstå, at vi er **mester** i at lave festival. Vi elsker vores publikum. Vores publikum elsker os. Men de seneste års forringelse af ledsagerordningen for mennesker med udviklingshæmning betyder, at det ikke længere rækker, at kunne skabe den fedeste festival. Festivalens overlevelse afhænger nu af, at vi kommer over disken med vores mission til publikum, ledsagerne, bostederne, vores trofaste medhjælpere, vores sponsorer og de danske politikere. Kort sagt – vi skal også være **mester i marketing**.

Der kommer du ind i billedet. Effektiv markedsføring i vores bog handler om at blive kendt og genkendt for det vi er, og den store forskel vi gør. Til det skal vi bruge en skarp visuel identitet, der er **tro mod festivalens unikke DNA.** Den skal rulles ud på vores nye hjemmeside (WordPress med launch i efteråret 2016), på vores nye interaktive pladsguide, i vores kommende medhjælperdatabase, på de sociale medier, pjecer, promo-videoer, festivalplakater, pressemeddelelser, nyhedsbreve osv.

Konkurrences forløb

Udskrevet: 23. februar.

Første deadline: 15. marts. Du mailer et kortfattet **(max 3 sider som pdf-fil)** idéudkast på baggrund af dette konkurrenceoplæg til kommunikationskonsulent Susanne Dencker – susanne@techcare.dk. Udkastet kan indeholde tekst, tegninger, grafik – alt der klart formidler din idé til os. **HUSK:** Navn, adresse, mobil og mail.

Anden deadline: mandag d. 21. marts: Sølund Musik Festivals kommunikationsgruppe vælger vinderen af konkurrencen. Vinderen får personlig besked.

Onsdag den. 23. marts kl. 10.00 mødes kommunikationsgruppen med vinderen på Sølund Musik Festivals kontor i Skanderborg. Sammen lægger vi os fast på, hvad den **færdige designmanual** skal indeholde. Vores idéer fremgår i afsnittet 'Krav' herunder.

Tredje deadline: 15. april (senest): Vinderen af konkurrencen afleverer den færdige designmanual samt de færdige og rentegnede filer (hvilke aftaler vi den 23. marts).

UPS: Vi forbeholder os ret til at forkaste alle forslag. Vi forbeholder os også ret til at bruge og videreudvikle enkeltidéer fra **alle** indkomne forslag.

Keywords

- Sølund Musik Festival - musik, kærlighed og fællesskab.
- Danmarks Festligste Festival.

Krav

Den endelige designmanual – altså ikke idéudkastet til konkurrencen - **forestiller vi os** indeholder følgende elementer klar til implementering hos Sølund Musik Festival.

Logo

Vi er rigtigt glade for vores logo. Det vil vi ikke ændre på. **Men vi skal have det rentegnet, så det kan vises i såvel vinrødt som sort og hvidt.**

Maskot

Frits hedder Sølund Musik Festivals maskot. Det skal han blive ved med. Altså både at hedde Frits og være vores maskot. Vi og vores kernepublikum elsker Frits. Sidst i dette konkurrenceoplæg er der et bilag med eksempler på Frits gennem tiderne.

Her kan du læse historien om ham:

http://solundfestivalen.dk/nyheder2/52-historien-om-frits---festivalens-maskot/#52

Vi skal have Frits med i vores visuelle identitet - som en cool fugl, som en kærlig fugl, som en social fugl, som en musikalsk fugl, som en formidabel fællesskaber og som en fugl, der fortsat kan genkendes som Frits.

Altså skal vi have nogle konkrete (og hvis du vinder, rentegnede) bud på fremtidens Frits.

Typografi og farver.

Forslag til typografi der fungerer godt både på print og online. Og forslag til en farvepalet bestående af 3-4 farver + sort/hvid.

Grafisk facilitering

Vi mangler nogle sølundske ikoner til grafisk facilitering fx til generel navigation på vores nye hjemmeside. Visuel facilitering er særligt vigtig for vores kernepublikum.

Vi drømmer om visualisering af ord/sætninger som ”Du mangler billet”, ”Musik”, ”Du vil i kontakt med os”, ”Du mangler et sted at sove under festivalen”, ”Du mangler en ledsager til festivalen”, ”Du vil være medhjælper”, ”Du vil støtte os”.

Men kig på www.solundfestivalen.dk for tekst, der burde vises som grafik i stedet for.

Websidedesign

En skitsering af et design til vores nye webside (wordpress) med den nye visuelle identitet. På mødet **onsdag d. 23. marts** gennemgår vi de funktionaliteter, som vi vil have tænkt ind i designet. Grundtanken med vores nye hjemmeside er, at www.solundfestivalen.dk skal være kort, klar og klikbar – og selvfølgelig responsiv. Det skal være stedet, hvor vores publikum og interessenter tjekker program, køber billetter, orienterer sig i diverse om pladsen, camping, tjekker kontaktoplysninger, opretter sig som brugerbands, tjekker vores backstage-faciliteter, får lyst til at støtte som medhjælper eller som sponsor, læser om festivalen – dens mennesker og dens mission. Den daglige snak med vores målgrupper gennemfører vi på de sociale medier.

Folder, pjecer, plakater.

Vi skal have nogle konkrete standarder/forslag til, hvordan vi sætter disse op.

Baggrund

Sølund Musik Festival er en af verdens største (ca. 20.000 udviklingshæmmede, ledsagere, sponsorer, medhjælpere, musikere og gratister på pladsen over tre dage) og ældste festivaler for mennesker med udviklingshæmning. Fraset en deltidsansat festivalchef og en håndfuld projektansatte op til festivalen, er festivalen drevet af en dybt engageret bestyrelse (10 m/k), 2.200 trofaste medhjælpere og en række gavmilde og omsorgsfulde sponsorer.

I de første 28 år af festivalens historie, kunne vi melde udsolgt nogle få timer efter billetsalget åbnede. Men for to år siden strammede politikerne grebet om serviceloven. Derved mistede mange af vores kernepublikummer muligheden for at tage på festival, fordi de ikke længere kunne få deres kendte pædagog fra bostedet med som ledsager. Det betød en voldsom nedgang i billetsalg - til festivalen og til overnatning.

TAK OG KONTAKT

Af hjertet **TAK** for at du fulgte med så langt. Har du et **meget** presserende spørgsmål, er du velkommen til at kontakte kommunikationskonsulent Susanne Dencker på susanne@techcare.dk. Men please **kun** hvis du synes, noget i konkurrencebeskrivelsen er helt sort. TechCare sponsorerer Susannes arbejdskraft til Sølund Musik Festival. Hun har derfor meget begrænset tid til snak.

Sølund Musik Festival
Dyrehaven 10 C (Pavillon 3 i kælderen t.h.)
8660 Skanderborg

www.solundfestivalen.dk

Bilag: Frits the fugl gennem tiderne

...for
30.gang!
SØLUND