Tilbudsindhentning om fælles visuel identitet og designmanual

Destination Trekantområdet ønsker tilbud på en fælles visuel retning for Destination Trekantområdet og Hjertet af Jylland / The Heart of Jutland. Bureauet skal opdatere de to visuelle udtryk og samle retningslinjerne i én designmanual. Vi bruger allerede AI i vores produktion af materialer. Designmanualen, de dokumenterede layouts og de grafiske filer skal derfor udformes, så vi kan genbruge faste designelementer og udskifte indhold i vores egne værktøjer, samtidig med at vi bevarer det visuelle udtryk.

Ordregiver

Destination Trekantområdet • Åstvej 10b, 7190 Billund • CVR 41887583

Kontaktperson for tilbud og spørgsmål: Iben Schorling • irs@tdto.dk • tlf. 2171 8408

Baggrund og formål

Destination Trekantområdet (DTO) er det fælles turismesamarbejde mellem Billund, Fredericia, Kolding og Vejle. Vi arbejder på tværs af de fire kommuner for at udvikle og synliggøre området, især på de internationale markeder. Vi arbejder med markedsføring, presse og samarbejde med turismeerhvervet. Vi udvikler også oplevelser på tværs af kommuner og destinationer og deltager i større fælles udviklingsprojekter.

Vi samarbejder med kommunerne, attraktioner, overnatningssteder og andre lokale turismeaktører. Sammen udvikler vi tilbud til gæsterne, deler viden og skaber synlighed for områdets oplevelser. Vi holder oplæg og faciliterer møder og arrangementer. Vi formidler også vores arbejde i årsberetningen, partnerskabsfolderen, indbydelser og nyhedsbreve.

Hjertet af Jylland / The Heart of Jutland (HOJ) er vores brand over for gæster, men bruges også til præsentationer mv. Destination Trekantområdet (DTO) er afsender, når vi kommunikerer som organisation, blandt andet i dialogen med kommuner, aktører og partnere. Vi ønsker at opdatere og udvide den eksisterende HOJ-designguide til en fælles manual, så vi kan skabe materialer, der hænger visuelt sammen, samtidig med at de to identiteter bevarer deres særpræg.

Til orientering

Destination Trekantområdet arbejder også med Jutland Collective og LEGOLAND® Billund Resort. Begge brands ligger uden for opgavens omfang.

Jutland Collective er et selvstændigt brand med egen visuel identitet, der henvender sig til det internationale marked for møde- og erhvervsturisme. Brandets designmanual vedlægges som baggrundsmateriale.

LEGOLAND® Billund Resort er et fælles brand for et markedsføringssamarbejde mellem Billund, Fredericia, Kolding og Vejle kommuner, områdets attraktioner og Billund Lufthavn. Formålet er at tiltrække danske og internationale børnefamilier ved at præsentere områdets oplevelser samlet.

Opgaven omfatter

Område	Opgave
Hjertet af Jylland / The Heart of Jutland (HOJ)	Bruges til markedsføring til gæster i Danmark og udlandet. Foreslå en opdatering af det visuelle udtryk med afsæt i VisitDenmarks aktuelle Danmarksbrand. Vurdér, om den eksisterende farvepalette skal opdateres. Det eksisterende logo bevares.
Destination Trekantområdet (DTO)	Bruges, når organisationen selv er afsender. Opdater det visuelle udtryk for DTO, og vis, hvilke elementer der skaber genkendelighed på tværs af DTO og HOJ. Det eksisterende logo bevares.
Partnerskaber	Destination Trekantområdet er afsender på partnerskabsmaterialerne. Bureauet skal med udgangspunkt i den nye designmanual vise et forslag til partnerskabsfolderens visuelle udtryk.

Bureauet skal opdatere de visuelle udtryk for DTO og HOJ og skabe en tydelig visuel sammenhæng mellem dem. Materialerne skal være genkendelige som en del af samme organisation, samtidig med at de to afsendere bevarer deres særpræg.

Beskriv, hvilke elementer der binder identiteterne sammen, fx typografi, farver, grafiske former, billedstil eller layoutprincipper. Vis, hvor udtrykket skal variere alt efter afsender og målgruppe, og hvordan vi håndterer partnerlogoer og flere afsendere.

DTO skal kunne omsætte manualen til skabeloner og færdige materialer, med bl.a. AI-understøttet produktion. Kampagnemateriale udvikles særskilt.

Leverancer

Designmanual

Lever én opdaterbar designmanual og en PDF-version med søgbar tekst. Manualen skal indeholde et kort opslag om valg af afsender og beskrive logovarianter, frizoner, minimumsstørrelser, farvekoder til skærm og tryk, typografi, billedstil, tone of voice, grafiske elementer, layout, kontrast og læsbarhed.

Anvendelse på tværs af formater og kanaler

Vis med illustrative eksempler, hvordan de fælles designprincipper anvendes i præsentationer, publikationer, nyhedsbreve, indbydelser, sociale medier, brevpapir og tryksager som roll-ups, visitkort og merchandise. Beskriv også, hvordan den visuelle identitet bruges i video, fx i intro og outro.

Vis Hjertet af Jylland (HOJ) som afsender på Instagram og Destination Trekantområdet (DTO) som afsender på LinkedIn. Vis ét enkeltopslag og én karrusel for hver kanal, og angiv, hvilke designelementer der ligger fast.

Dokumentér mindst seks forskellige layouts, som DTO kan godkende og bruge til selv at bygge genbrugelige skabeloner, også til AI-understøttet produktion. Brug gerne de illustrative eksempler ovenfor som grundlag. Layouts kan fx omfatte forskellige slidetyper, en publikationsside, et nyhedsbrev, opslag på sociale medier og et visitkort.

Vis med en skitse til en forside og ét opslag, hvordan designmanualens retningslinjer kan anvendes i partnerskabsfolderen. Vis, hvordan layout, typografi, billeder og eventuelle partnerlogoer spiller sammen med Destination Trekantområdet som afsender.

For hvert af de dokumenterede layouts skal bureauet angive, hvilke designelementer der ligger fast, og hvor tekst, billeder, grafer og andet indhold kan udskiftes. Angiv relevante mål, placeringer, afstande, proportioner, skrifttyper og farver samt regler for billedbeskæring og tilpasning af indhold.

Typografi og dokumenthierarki

Definér et sammenhængende typografisk hierarki til længere faglige publikationer, rapporter, strategier og analyser. Det skal omfatte dokumenttitel, undertitel, fire til fem overskriftsniveauer, brødtekst, manchetter, billed- og figurtekster, kildeangivelser, fodnoter, citater, punktopstillinger og typografi til tabeller.

Angiv skrifttype, størrelse, vægt, farve og relevante linje- og afsnitsafstande for hvert element. Beskriv også layoutprincipper for forsider, almindelige dokumentsider, sidehoveder, sidefødder, tabeller, figurer og fremhævede tekstbokse. Retningslinjerne skal være konkrete nok til, at DTO selv kan bygge genbrugelige dokumentskabeloner i Microsoft Office og andre produktionsværktøjer.

Grafiske filer og licenser

Lever logoer og øvrige genbrugelige grafiske elementer som selvstændige filer i egnede formater, fx SVG til vektorgrafik. Lever også et kvadratisk ikon til browserfaner og sociale profiler.

Vedlæg en oversigt over licenser og tredjepartsmateriale. Eventuelle skrifttypelicenser, der tilkøbes til brug i tryk, på web eller i video, skal indgå i leverancen.

Overdragelse og godkendelse

Overdrag designmanualens redigerbare original, PDF-versionen, de grafiske filer og licensoversigten. Ved godkendelsen gennemgår bureauet med DTO, hvordan DTO vælger afsender, bruger de fælles designelementer og omsætter retningslinjerne til skabeloner og materialer.

DTO skal kunne vedligeholde, ændre og bygge videre på materialet samt genbruge det i egne produktionsværktøjer, herunder AI-værktøjer. DTO skal desuden kunne dele de aftalte filer med bureauer og relevante partnere.

Tidsplan og kontraktperiode

Milepæl	Tidspunkt
Spørgefrist	10. december 2026 kl. 12.00
Frist for levering af tilbud	14. december 2026 kl. 12.00
Besked om valg	17. december 2026
Opstart og evt. workshop	Aftales efter kontraktindgåelse
Endelig overdragelse og godkendelse	Aftales efter kontraktindgåelse

Aflevering og behandling af tilbud

Send tilbuddet som én samlet PDF til Iben Schorling, irs@tdto.dk. Beskriv eventuelle forbehold samlet.

Tilbudsskabelon og pris

Punkt	Det skal tilbuddet indeholde
Opgaveforståelse	Jeres forståelse af HOJ, DTO og partnerskabsmaterialerne. Beskriv jeres tilgang til at opdatere HOJ med afsæt i Danmarksbrandet fra VisitDenmark, og forklar, hvordan I vil skabe visuel sammenhæng mellem materialerne for DTO, HOJ og partnerskaberne.
Løsningsbeskrivelse	Beskriv, hvordan I vil udvikle den fælles visuelle retning, opbygge designmanualen og gøre reglerne konkrete, så DTO kan bruge dem i sin AI-understøttede produktion. Giv to konkrete eksempler fra forskellige formater, fx en PowerPoint-præsentation og et opslag på sociale medier. Vis for hvert eksempel, hvordan DTO kan bruge de leverede filer og layoutbeskrivelser til at udskifte indhold med hjælp fra AI, mens logoets placering, typografi og layout ligger fast.
Proces og tidsplan	Faser, milepæle, møder, feedback, godkendelser og forventet bidrag fra DTO.
Team og erfaring	Navngivet team, roller og op til to relevante cases med en kort beskrivelse af teamets bidrag.
Pris og forbehold	Fast samlet pris ekskl. moms for de beskrevne leverancer. Angiv eventuelle licenser, løbende omkostninger og forbehold særskilt.

Kontraktmæssige forhold

Betaling, endelige rettighedsvilkår, håndtering af fortroligt materiale og adgang til DTO's systemer aftales i kontrakten.

Relevante bilag

HOJ-designguiden fra 2022, Partnerskabsfolder 2026, DTO's Årsberetning & Nøgletal 2025 og et nyhedsbrev samt Jutland Collectives brandmanual kan hentes her som reference for opgaven.

LEGOLAND® Billund Resort hjemmeside: her.

Find VisitDenmarks aktuelle brandmanual her.