

Olsen, John

Fra: Bodini, Mirella <Mirella.Bodini@forsvarsbygg.no>
Sendt: 30. april 2014 12:36
Til: Olsen, John
Kopi: Gundersen, Knut O; Grimsgaard, Per; Kjellin, Agnete
Emne: VS: Kristiansand kanonmuseum
Vedlegg: Avtale NFV - Kanonmuseet.pdf

Hei igjen John,

Som gjentatt i flere mailer så kan je någ bare vise til inngått avtale, som også legger noen føringer for bruk av profilering.

Slik jeg har skjønnt det er det inngått avtale mellom NFV og stiftelsen Kanonmuseet, og deretter er det inngått avtale mellom stiftelsen Kanonmuseet og Vest-Agder-museet hvor VAM slutter seg til eller «går inn i» avtalen mellom NFV og Kanonmuseet. Slik jeg tolker det skal VAM følge avtalens pkt. 14 på side 7 mht. markedsføring og profilering. Det er ikke gjort unntak for dette i avtalen mellom VAM og stiftelsen Kanonmuseet. Korrigjer meg om dette er feil.

Arenatoppen har en fast plassering, på toppen og fra marg til marg, avvik fra dette vil ikke være i tråd med korrekt arenaprofilering, og korrekt forståelse av denne bruken. Arenatoppen ble i sin tid utviklet med tanke nettopp på at den skulle smidig la seg innføre i allerede eksisterende profilering til de enkelte aktørene. Hvis aktørene i ettertid utvikler nye profileringselementer/ny visuell kommunikasjon, så bør jo arenatopp-implementering ligge som en forutsetning for endelig grafisk uttrykk.

Med vennlig hilsen

Mirella Bodini
Kommunikasjonssjef
Forsvarsbygg nasjonale festningsverk

Tel.: 815 70 400
Mobil: +47 91 84 11 56
Faks: +47 23 09 78 03
E-post: mirella.bodini@forsvarsbygg.no
Internett: www.forsvarsbygg.no

Besøksadresse: Grev Wedels plass 5, 2. etg
Postadresse: Pb 405 Sentrum, 0103 Oslo
Sentralbord: 815 70 400

Fra: Olsen, John [<mailto:j.olsen@vestagdermuseet.no>]
Sendt: 28. april 2014 11:33
Til: Bodini, Mirella
Kopi: Gundersen, Knut O; Grimsgaard, Per; Kjellin, Agnete
Emne: SV: Kristiansand kanonmuseum

Hei Mirella

Takker for svar – og vel overstått påske. Jeg synes det er flott at NFV er opptatt av å synliggjøre arenaene, der har vi et felles mål! – Det jeg henviste til var (jf. avtalen), det som ble tatt opp i forbindelse med kontraktsinngåelse. I det møtet var for øvrig NFV var svært opptatt av at arenanavnet skulle være Kristiansand kanonmuseum.

Akkurat som dere, er vi opptatt av at museet skal fremstå samlet – og det er også grunnen til at vi har lagt ned mye penger og ressurser i å utvikle og holde fast ved designprofilen – noe vi mener er dekket inn i avtaleverket.

Jeg er enig i at den negative varianten er mer diskret. Det problematiske for oss er imidlertid at den skal plasseres på toppen. Det bryter med vår designmanual på vesentlige punkter. Tillater meg å vise til løsningsforslagene vi sendte over sist og håper disse kan danne grunnlag for en ordning som kan fungere for begge parter. Jeg tillater meg også å sende over plakaten for Lindesnes fyr, som er en del av Kystverksmusea, og hvor man har funnet en slik løsning som vi forespør om.

Som nevnt tidligere har vi satt av midler til både skilting og markedsføring i form av brosjyrer osv. Vi håper å kunne komme i gang med dette, slik at midlene kan nyttes i 2014, vi må imidlertid lande en omforent løsning for design før vi kan gå videre med dette arbeidet.

Ser frem til å høre fra deg.

Med beste hilsen
John Olsen

John Olsen
Direktør // Vest-Agder-museet
Odderøya 17
4610 Kristiansand
93 00 75 67

Fra: Bodini, Mirella [<mailto:Mirella.Bodini@forsvarsbygg.no>]
Sendt: 14. april 2014 13:59
Til: Olsen, John
Kopi: Gundersen, Knut O; Grimsgaard, Per; Kjellin, Agnete
Emne: SV: Kristiansand kanonmuseum

Hei John!

Jeg må først skynde meg å korrigere deg ørlite; vårt mål er ikke at NFV skal bli tydelig markert, ei heller at NFV logoen skal fremkomme. Det er ARENAENS profilering vi er opptatt av at skal synliggjøres, og dette er en vesensforskjell ☺

Det handler om å se arenaene under ett og i et nasjonalt perspektiv, spille på synergier og arbeide med en overordnet merkevarebygging for de nasjonale festningsverkene totalt sett. Jeg kan ikke annet enn å gjenta det som står i min mail under knyttet til avtale og generelle føringer for profilering.

Gjennom mailen din får jeg kanskje et lite inntrykk av at dere ikke har vurdert den negative varianten, som jeg har tilbudt dere...? Den er merkbart mer diskret og lar seg lett implementere. I likhet med den sorte så skal denne plasseres på toppen og fra marg til marg i alle produksjoner.

Jeg vedlegger den her som png fil slik at dere med letthet kan se den. Til grafisk anvendelse ligger det flere formater på vår webside, som anvist i min forrige mail.

Ønsker alle en god påske, og hører gjerne fra deg igjen like over,
Mvh

Mirella Bodini
Kommunikasjonssjef
Forsvarsbygg nasjonale festningsverk

Tel.: 815 70 400
Mobil: +47 91 84 11 56
Faks: +47 23 09 78 03
E-post: mirella.bodini@forsvarsbygg.no
Internett: www.forsvarsbygg.no

Besøksadresse: Grev Wedels plass 5, 2. etg
Postadresse: Pb 405 Sentrum, 0103 Oslo
Sentralbord: 815 70 400

Fra: Olsen, John [<mailto:j.olsen@vestagdermuseet.no>]
Sendt: 10. april 2014 13:07
Til: Bodini, Mirella
Kopi: Gundersen, Knut O; Grimsgaard, Per; Kjellin, Agnete
Emne: VS: Kristiansand kanonmuseum

Hei Mirella!

Takker for svar på vår henvendelse! Synd dere ikke hadde mulighet for å komme hit – men har forståelse for fulle kalendere, det er en velkjent situasjon.

Akkurat som dere, er også vi opptatt av merkevarebygging. Jeg har derfor videresendt ditt svar til de hos oss som arbeider med markedsføring og design. Legger ved deres svar nedenfor. Som de også er inne på, oppfatter vi at avtalen rundt design er nokså klar – og dette punktet var også sentralt i gjennomgangen med Knut Gundersen, før signering av avtalen. Dere var da opptatt av at NFV sin logo skulle med, samt at navnet «Kanonmuseet» skulle brukes. Vi er normalt svært restriktive med å inngå avtaler om at andres logo skal brukes på vårt materiell og ved alle de andre avdelingene (unntatt også Setesdalsbanen), er dette ikke akseptert. Vi oppfattet imidlertid at dette var viktig for dere, og gjorde derfor et unntak. På samme måte som dere var opptatt av disse to aspektene var vi, og jeg, opptatt av at VAMs designmanual skulle være styrende innenfor det området som er definert som «Kristiansand kanonmuseum». Jeg oppfattet å få forståelse og aksept for dette fra deres side. Vi ønsker å finne løsninger hvor NFV blir tydelig markert, men det må skje innenfor museets designmanual. Jeg har i den anledning lyst å vise til skiltene som NFV selv satte opp i fjor sommer/høst, hvor logo er plassert nederst (vedlagt), noe som ville være en god løsning for oss. Vi ønsker å være løsningsorienterte og har derfor lagt ved utkast til en brosjyre som vi mener ivaretar begge institusjonenes interesse. Til sammenligning legger jeg også ved brosjyren fra Setesdalsbanen.

Ser frem til å høre fra dere i forhold til å komme frem til en god løsning.

Med beste hilsen

John Olsen

Ad. bruken av VAMs designprofil. Vi vil gjøre oppmerksom på følgende. Tidlig på 2000- tallet begynte de største museene i Vest-Agder arbeidet med en konsolideringsprosess og i 2006 ble Vest-Agder-muset etablert som et IKS bestående av 7 avdelinger, hvor av noen besto av flere besøkssteder. Det første fellestiltaket som ble gjennomført var utarbeiding av en designprofil. Det skjedde gjennom en nasjonal konkurranse. Designprofilen er styrebehandlet og implementert i hele Vest-Agder-museet fra 2007 og står sterkt. Med andre ord er merkevarebygging av Vest-Agder-museet noe vi har jobbet lenge med og logoen er godt innarbeidet i regionen. Vest-Agder-museets logo er en av de viktigste virkemidlene i prosessen merkevarebygging, både visuelt, gjenkjennbart og samlende. At ingen elementer skal plasseres over, eller til høyre for denne er et bærende element.

Hvis vi lar en - eller alle de aktørene som ønsker – få lov å avvike fra å bruke det overordnede profilelementet, så vil det få en negativ konsekvens for merkevarebyggingen og for hele kredibiliteten rundt den felles merkevarebyggingen av Vest-Agder-museet.

I 2012 ble Kristiansand Kanonmuseum del av Vest-Agder-museet. I den anledning ble det undertegnet en driftsavtale, hvor det under punkt 3.3 *Markedsføring, logo og merkevarebygging* står følgende: *”Markedsføring av Kanonmuseet skal skje i henhold til VAMs designmanual. Navnet ”Kanonmuseet” skal være en del av museumsnavnet. Felles logo med Nasjonale Festningsverk skal gå igjen på VAMs brosjyrer, skilter og hjemmesider m.v. Det skal være gjensidige henvisninger (linker) på VAMs og NFs internettsider”*

Det er en selvfølge for Vest-Agder-museet at Nasjonale Festningsverks logo skal være en del av Kristiansand Kanonmuseums profilering. Den vil få en sentral plassering i henhold til Vest-Agder-museets designprofil.

Agnete Kjellin
Per Grimsgaard

John Olsen
Direktør // Vest-Agder-museet
Oddeøya 17
4610 Kristiansand
93 00 75 67

Fra: Bodini, Mirella [<mailto:Mirella.Bodini@forsvarsbygg.no>]

Sendt: 25. mars 2014 15:32

Til: Olsen, John

Kopi: Gundersen, Knut O

Emne: SV: Kristiansand kanonmuseum

Hei John,

Tusen takk for at du tar kontakt!

Vi er veldig opptatt av å ha en ryddig dialog på dette viktige temaet og jeg setter pris på initiativet ditt.

Takk for invitasjon til møte, men jeg beklager å måtte takke nei, det blir nok noe for ressurskrevende i en veldig hektisk arbeidshverdag. Jeg vet at du har vært en del i kontakt med Knut Gundersen hos oss, som er nærmeste kontaktledd, og at du sånn sett er informert om bakgrunnen for bruk av arenatoppen på alt materiale – noe som også er avtalefestet.

Merkevarebygging av festningen er noe vi har jobbet lenge med og hvor resultatene nå begynner å materialisere seg. Arenatoppen er en av de viktigste virkemidlene ift merkevarebyggingen, veldig visuell, gjenkjennbar og samlende.

Hvis vi lar en - eller alle de aktørene som ønsker – få lov å avvike fra å bruke det overordnede profilelementet, så vil det få en negativ konsekvens for merkevarebyggingen og for hele kredibiliteten rundt den felles merkevarebyggingen av festningsverkene.

Kristiansand kanonmuseum, i likhet med alle andre aktører, må forholde seg til dette som en del av avtalen.

Rent visuelt vil jeg neste si at i akkurat dette tilfellet vil arenatoppen legges seg ganske naturlig i det øvrige grafiske uttrykket og ikke 'belemre' deres egen logo. Arenatoppen er utviklet nettopp med tanke på å kunne kombineres med alle enkelt-aktørers egne logoer.

Vi har åpnet for en mer fleksibel bruk av logoen. Dvs vi utviklet i fjor en negativ logo, som kan brukes som alternativ i de tilfeller hvor det ifølge aktørene er helt umulig å få til den sorte, ordinære. Negativ logo, betyr at fargene byttes om: sort skrift og hvite kanter. Fremdeles skal det gå fra marg til marg og over hele toppfeltet.

I dette tilfellet så vil jeg fra et faglig ståsted uten tvil si at sort, ordinær arenatopp er mest hensiktsmessig. Men, dere er velkommen til å teste ut den negative varianten selvfølgelig, og den lastes ned på samme sted som den sorte. <http://www.forsvarsbygg.no/festningene/Profilprogram/>

Vi må gjerne ta en telefonsamtale om temaet og kan avtale et tidspunkt for det om du ønsker, - jeg har lite kapasitet før mot slutten av neste uke.

For øvrig er det fint om Knut kan se materialet deres før trykk for evt å kunne korrigere, han er den nærmeste til å følge dette opp fra vår side.

Jeg skulle gjerne ha kommet til Kristiansand, ikke minst for å se museet, og jeg håper anledningen byr seg en annen gang.

mvh

Mirella Bodini
Kommunikasjonssjef
Forsvarsbygg nasjonale festningsverk

Tel.: 815 70 400
Mobil: +47 91 84 11 56
Faks: +47 23 09 78 03
E-post: mirella.bodini@forsvarsbygg.no
Internett: www.forsvarsbygg.no

Besøksadresse: Grev Wedelsplass 5, 2. etg
Postadresse: Pb 405 Sentrum, 0103 Oslo
Sentralbord: 815 70 400

Fra: Olsen, John [<mailto:j.olsen@vestagdermuseet.no>]

Sendt: 17. mars 2014 14:43

Til: Bodini, Mirella

Emne: Kristiansand kanonmuseum

Viser til tidligere kontakt

Etter at Kristiansand kanonmuseum ble en del av det konsoliderte Vest-Agder-museet sommeren 2012, er vi opptatt av å kunne komme videre med utviklingen av Kanonmuseet, her under skilting, oppgradering av utstillinger m.v. Jeg oppfatter at vi ikke helt har landet det som gjelder grafisk uttrykk og forholdet mellom de to designmanualene. Jeg håper vi kan lande det på en god måte. Det enkleste er trolig at vi treffes til et møte og får sett på mulige løsninger over bordet. Vi vil gjerne invitere deg hit til Kristiansand, om du har mulighet for det, da kunne vi også eventuelt befart museet samtidig. Om ikke kan vi ta en tur inn til Oslo. Sekundært kunne også et telefonmøte ha vært mulig, men holder en knapp på et tradisjonelt møte.

I forhold til trykk av årets brosjyre hadde det vært bra om vi kunne fått til et møte før påske.

Med beste hilsen
John Olsen

John Olsen
Direktør // Vest-Agder-museet
Oddeøya 17
4610 Kristiansand
93 00 75 67