



Udbudsbetingelser
og
behovsopgørelse
for
Fælles visuel identitet for folkekirken

November 2011

KM-dok nr.: 106876-11



1 Det visuelle fællesskab

På baggrund af en workshop med repræsentanter fra biskopperne, stifternes mediemedarbejdere, Landsforeningen af Menighedsråd, folkekirken.dk samt Kirkeministeriet er der udarbejdet nærværende udbudsmateriale for et udbud, der skal omhandle udviklingen af en fælles visuel ramme, som kan anvendes, når folkekirken kommunikerer til sine medlemmer såvel som til bredere kredse.

En fælles visuel identitet vil have en betydelig værdi, da en sådan er med til at understrege, at folkekirken er den fælles danske kirke.

Det vil være en styrke og en målsætning at anvende en fælles visuel identitet i folkekirkens kommunikation på landsplan, på stiftsplan og lokalt i de enkelte sognemenigheder.

Med en fælles visuel identitet er det hensigten at skabe en genkendelig identifikation af "Den Danske Folkekirke" som afsender af det pågældende budskab, som gøres særligt stærkt, ved at folkekirken er vidt forgrenet og i sit arbejde og udtryk i meget høj grad lokalt funderet og styret.

En fælles visuel ramme skal sende et signal om, at sogne, provstier, stifter og tværgående folkekirkelige institutioner alle er dele af folkekirken og dermed af det kirkelige fællesskab, som 80 % af befolkningen er medlemmer af.

I det følgende beskrives:

- ▶ Den samlede kommunikationsopgave.

Afsnit 2, Udvikling af en visuel platform (side 3)

- ▶ Tildelingskriterier samt krav og anbefalinger vedrørende udformning af tilbud.

Afsnit 3, Udbudsbetingelser (side 4)

- ▶ Den del af den samlede kommunikationsopgave, som nærværende tilbud omfatter.

Afsnit 4, Den udbudte opgave (side 12)

- ▶ Den proces, som udbudsgiver forestiller sig, når kommunikationsopgavens fase 1 - konceptudviklingen - er afsluttet.

Afsnit 5, Den videre proces (side 14)



2 Udvikling af en visuel platform

På baggrund af forarbejderne er det besluttet at igangsætte et projekt med det formål at udvikle en fælles visuel platform for Den Danske Folkekirke.

Den samlede kommunikationsopgave opdeles i 3 faser:

1. Konzeptudvikling
2. Udarbejdelse af designmanual
3. Præsentation og implementeringsfase.

2.1 Konzeptudvikling

Denne vil med inddragelse af relevante parter fra folkekirken omfatte:

- ▶ Identifikation af folkekirkens fælles visuelle udtryk
- ▶ Målgruppesegmentering og kommunikationsniveauer - internt og eksternt
- ▶ Indledende analyse af folkekirkens behov for og brug af forskellige kommunikationsmidler
- ▶ Udarbejdelse af tre konceptuelle forslag på logo- og navnetræk samt overordnet visuel identitet.

2.2 Udarbejdelse af designmanual

På baggrund af det valgte konceptforslag eller kombinationer heraf foretages:

- ▶ Endelig fastlæggelse af folkekirkens behov for og brug af forskellige kommunikationsmidler.
- ▶ Udarbejdelse af designmanual, herunder:
 - ▶ Logo og navnetræk, typografi, farver, billedpolitik, skrifttypefastlæggelse samt layout og skabeloner på materialer m.m.

2.3 Præsentation og implementeringsfase

- ▶ Præsentation og implementering af den udviklede grafiske værktøjskasse til folkekirken på landsplan, på stiftsplan og lokalt.



3 Udbudsbetingelser

Nærværende udbud gennemføres i henhold til Cirkulære om udbud af statslige drifts- og anlægsopgaver [CIR nr. 2 af 13/01/2010].

3.1 Den ordregivende myndighed

Den Danske Folkekirke
c/o Ministeriet for Ligestilling og Kirke
Frederiksholms Kanal 21
1220 København K

CVR. nr. 3098 0182
Hjemmeside: www.folkekirken.dk

Kontaktperson:
Kontorchef Torben Stærgaard
E-mail: ts@km.dk
Telefon: 7020 2585

3.2 Udbudsmaterialets bestanddele

Det samlede udbudsmateriale består af:

- ▶ Opfordringsskrivelse
- ▶ Nærværende udbudsbetingelser, afsnit 3
- ▶ Behovsopgørelsen, afsnit 4
- ▶ Udkast til kontrakt
- ▶ Formular til brug for erklæring om beskyttelse på arbejdspladsen mv.

3.3 Tildelingskriterier

Tildeling af kontrakt vil ske på grundlag af tildelingskriteriet "*det økonomisk mest fordelagtige tilbud*".

Ordregiver vil i den forbindelse lægge følgende kriterier til grund med de anførte vægtninger:

3.3.1 Kompetencer (40 %)

Leverandøren skal i sit tilbud redegøre for sine kompetencer, herunder for højest 3-5 relevante referencer med hensyn til:

- a) udvikling af identitetskoncepter
- b) udvikling og implementering af en kommunikationsplatform (grafisk værktøjskasse)

for større organisationer, virksomheder og/- eller institutioner.

Ved vurderingen af leverandørens *kompetencer* vil den leverandør, som fremlægger de mest overbevisende eksempler, score højest.



Scoren er uafhængig af, om der er 3,4 eller 5 referencer. Eksempler, hvor referencerne med hensyn til identitetskoncepter og kommunikationsplatform er de samme, scorer højere, end hvor der er tale om forskellige referencer for henholdsvis identitet (a) og kommunikationsplatform (b).

3.3.2 Kendskab (20 %)

Leverandøren skal i sit tilbud redegøre for sit kendskab til:

- c) Den Danske Folkekirke, herunder for folkekirkens forkyndelsestradition.
- d) folkekirkens visuelle udtryk i bred forstand, herunder for sit kendskab til folkekirkens grafiske tradition og dennes nutidige udtryk.
- e) folkekirkens samfundsmæssige stilling og organisation, herunder også for sin forståelse af folkekirkens mangfoldighed, frivillighed og folkelighed.

Ved vurderingen af leverandørens *kendskab* vil den leverandør, som demonstrerer det bedste kendskab til ovenstående forhold (c-e), score højest.

3.3.3 Pris og ydelse (40 %)

Leverandøren skal i sit tilbud skitsere et projektforslag, som sikrer gennemførelsen af den udbudte opgave (afsnit 4) inden for budget, der er til rådighed (kr. 600.000) og i henhold til den ønskede tidsplan fra den 9. januar 2012 til 25. maj 2012.

Ved vurderingen af *pris og ydelse* vil der blive lagt vægt på:

- f) En gennemarbejdet projektbeskrivelse med angivelse af relevante processkridt og herunder en angivelse af den indsats og/- eller deltagelse, som leverandøren forudsætter, at kunden skal bidrage med (angivet eksempelvis som antal mødedage)
- g) Et udkast til en realistisk tidplan, hvor leverandørens præsentation af de 3 udviklede koncepter samt overordnet visuel identitet i uge 21 (21.-25. maj) indgår.

Den mest overbevisende og gennemarbejdede projektplan (f) og tidsplan (g) scorer højest.

Det bemærkes, at planerne ikke vurderes efter antal aktiviteter, men derimod efter relevans og sammenhæng i forhold til at udføre opgaven med hensyn til produkt og tidsforbrug.

3.4 Forbehold og alternative tilbud

Ordregiver har udarbejdet vedlagte udkast til kontrakt med bilag.

Tilbudsgiver har inden for de nedenfor angivne rammer mulighed for at tage forbehold over for de enkelte dele af udbudsmaterialet, som indeholder krav eller bestemmelser vedrørende ydelserne og/eller deres udførelse. Ved forbehold skal tilbudsgiveren klart angive, hvad der tages forbehold over for, og anføre, hvilke konkrete formuleringer tilbudsgiveren i stedet vil indgå på, samt eventuel begrundelse herfor, jf. punkt 3.7

Tilbud, der indeholder forbehold over for krav, som ordregiver har angivet, at der ikke kan tages forbehold over for (såkaldte ukonditionsmæssige tilbud), vil ikke blive taget i betragtning.



Tilbudsgiver skal, såfremt der tages forbehold, udarbejde en samlet fortegnelse over sine forbehold. Udbudsgiver ser gerne, at denne fortegnelse indgår i afsnit C, Forbehold *over for udbudsmaterialet*, som foreslået i punkt 3.6

Hver tilbudsgiver er alene berettiget til at afgive ét tilbud.

Der henvises i øvrigt til punkt 3.6 om udformningen af tilbud.

I det følgende er angivet, hvorvidt der kan tages forbehold for de enkelte krav og bestemmelser i udbudsmaterialet.

Behovsopgørelse:

Der kan ikke tage forbehold for den angivne tidsplan, der således er et mindstekrav.

Udkast til kontrakt:

Tilbudsgiver kan tage forbehold over for bestemmelserne i udkast til kontrakt.

Tilbudsgiver skal, såfremt der tages forbehold, udarbejde en samlet fortegnelse over sine forbehold. Udbudsgiver ser gerne, at denne fortegnelse indgår i afsnit C, Forbehold *over for udbudsmaterialet*, som foreslået i punkt 3.6

Udkast til bilag:

Tilbudsgiver kan tage forbehold i forhold til bilagene.

3.5 Skriftlige spørgsmål

Tilbudsgiverne har mulighed for ved fremsættelse af skriftlige spørgsmål at få supplerende oplysninger om udbudsmaterialet og den udbudte opgave.

Spørgsmål - som skal være på dansk - skal fremsættes skriftligt pr. e-mail til kontaktpersonen anført under punkt 3.1, ordregivende myndighed.

Spørgsmål og besvarelser heraf vil i anonymiseret form løbende blive meddelt samtlige tilbudsgivere pr. e-mail. Besvarelse af spørgsmål sker på dansk.

Spørgsmål, der modtages senest 16. december kl. 12.00, vil blive besvaret senest 21. december 2011

Spørgsmål modtaget efter den angivne dato vil også blive besvaret inden udløbet af fristen for afgivelse af tilbud, medmindre spørgsmålets karakter gør det uforholdsmæssigt byrdefuldt at meddele svaret senest seks dage inden udløbet af fristen for afgivelse af tilbud.

Spørgsmål, som er modtaget senere end 21. december 2011, vil ikke blive besvaret.

3.6 Tilbuddets indhold og udformning

Generelt

Tilbud udformes på grundlag af vedlagte udkast til kontrakt med udkast til bilag, der udtrykker de krav og forventninger, som ordregiver har til tilbudsgivers tilbud.

Nogle af bilagene til kontrakten forudsættes udarbejdet/færdiggjort af tilbudsgiver. Bilagene udformes under hensyn til kontraktens forudsætninger om indholdet af de respektive bilag samt de vejledende tekstafsnit, som findes i det enkelte udkast til bilag.



Tilbud skal være på dansk.

Tilbuddet skal afleveres i underskrevet stand.

Tilbud skal indeholde den erklæring, som er angivet nedenfor i punkt 3.8. Tilbud, der ikke indeholder den udbedte erklæring, kan ikke forventes taget i betragtning.

Tilbuddets disposition

Ordregiver ser gerne, at nedenstående disposition følges, men dette er ikke et ufravigeligt krav. Tilbudsgivere, der vælger ikke at følge dispositionen, må selv påse, at deres tilbud indeholder de nødvendige oplysninger mv., herunder de i dispositionen angivne.

Forslag til disposition:

A) Tilbudsgivers kompetencer og kendskab samt resumé af tilbuddet

I dette afsnit redegør tilbudsgiver for sine kompetencer jfr. pkt. 3.3.1 og kendskab jfr. 3.3.2. Desuden bør dette afsnit omfattet en overordnet beskrivelse indholdet af det samlede tilbud, som det kommer til udtryk i de udfyldte kontraktbilag 1 samt 3-5.

B) Udkast til kontrakt med bilag

Udkast til kontrakt.

Udkast til bilag.

Tilbudsgiver skal ved at supplere og udfylde udkast til ovennævnte bilag færdiggøre disse i overensstemmelse med de vejledende afsnit, som udkastene indeholder.

Tilbudsgiver skal ved udarbejdelsen af bilagene så vidt muligt benytte formuleringer, der er egnede til at bære retlige forpligtelser, og ikke formuleringer som eksempelvis *"dette kunne tænkes at gå ud på, at ..."*, *"man kan også tænke sig, at ..."* eller *"sædvanligvis anvendes ..."*.

C) Forbehold over for udbudsmaterialet

Afsnittet bør indeholde en samlet gengivelse af tilbudsgivers eventuelle forbehold over for bilag. Der henvises i øvrigt til punkt 3.4 og 3.7.

3.7 Forbehold

Tilbud skal indeholde en samlet gengivelse af tilbudsgivers eventuelle forbehold og skal angive, hvilke konkrete formuleringer tilbudsgiver vil indgå på samt eventuel begrundelse herfor.

3.8 Erklæring om arbejdspladsen mv.

Tilbudsgiver skal vedlægge erklæring om, at tilbudsgiver ved udarbejdelsen af sit tilbud har taget hensyn til de forpligtelser, der gælder i henhold til bestemmelserne om beskyttelse på arbejdspladsen og om arbejdsforhold i øvrigt på det sted, hvor ydelserne skal præsteres.



Tilbudsgiver har sammen med det øvrige udbudsmateriale modtaget en formular til brug for afgivelsen af denne erklæring.

Såfremt tilbudsgiver er en sammenslutning af tjenesteydere (herunder et konsortium), skal erklæringen afgives af hver enkelt deltager i sammenslutningen.

3.9 Indlevering af tilbud og vedståelse

Tilbud skal være modtaget hos ordregiver på den i pkt. 3.1 angivne adresse

inden tirsdag den 3. januar kl. 12:00

Tilbud, som modtages efter dette tidspunkt, vil ikke blive taget i betragtning.

Tilbudsgiveren skal vedstå sit tilbud i 3 måneder fra tilbudsfristens udløb.

Tilbuddet skal mærkes:

*"Udbud, Visuel identitet - fortroligt att.: Torben Stærgaard
- må ikke åbnes ved intern postfordeling".*

Tilbuddet skal afleveres i en lukket kuvert eller kasse.

Tilbud kan ikke fremsendes pr. e-mail.

Ordregiver ser gerne, at tilbud afleveres i 3 eksemplarer. Af hensyn til kopiering ønskes løsblade (A4-format) og udelukkende med tryk på højresider.

Desuden skal det samlede tilbud forefindes på cd-rom eller dvd - om muligt som én samlet pdf-fil.

3.10 Behandling af tilbud mv.

Tilbudsgiverne har ikke adgang til at overvære åbningen af tilbud eller til at få oplysninger om konkurrenters tilbud.

Ordregiver er ikke pligtig at tilbagelevere tilbud til tilbudsgiver.

Ordregiver anser ikke udbudsforretningen for afsluttet, før kontrakt er underskrevet, og forbeholder sig adgangen til med saglig begrundelse at aflyse udbuddet. Uanset om kontrakten tildeles andre tilbudsgivere, er tilbudsgiver bundet af sit tilbud, indtil ordregiver har indgået kontrakt, men dog ikke længere end vedståelsesfristen i punkt 3.9.

Såfremt kontrakten tildeles en sammenslutning af tjenesteydere (herunder et konsortium), skal deltagerne påtage sig solidarisk hæftelse og udpege en fælles befuldmægtiget.

Tilbudsgivers omkostninger i forbindelse med udbuddet er ordregiver uvedkommende, herunder såfremt ordregiver måtte aflyse udbudsforretningen uden kontraktindgåelse.

3.11 Forhandlingsforbud

Det skal fremhæves, at ordregiver ikke i traditionel forstand vil kunne forhandle med tilbudsgiverne om de afgivne tilbud. Ordregiver vil således holde sig inden for de rammer for forhandling, der blandt andet er givet vejledning om i en erklæring fra Rådet



og Kommissionen i forbindelse med direktiv 93/37/EØF [EFTnr. L 111/114 af 30/4 1994]:

"Rådet og Kommissionen erklærer, at fremgangsmåderne med offentligt eller begrænset udbud udelukker enhver forhandling med ansøgere eller bydende om grundlæggende elementer i kontrakterne, som ikke vil kunne ændres uden fare for konkurrencefordrejning, og der må navnlig ikke forhandles om priser; der må kun finde drøftelser sted med ansøgere eller bydende, når det sker med henblik på at præcisere eller supplere indholdet af deres bud eller de ordregivende myndigheders krav, og i det omfang, dette ikke giver anledning til forskelsbehandling."

Der gælder således snævre grænser for forhandling.

Der vil derfor ikke blive afholdt egentlige kontrakt- eller prisforhandlinger, hvorfor tilbudsgiverne bør drage omsorg for, at deres tilbud er således, at kontrakten i princippet vil kunne indgås uden forudgående drøftelser mellem tilbudsgiver og ordregiver.

Det er derfor yderst hensigtsmæssigt, at tilbuddene er fyldestgørende og behandler alle relevante forhold, indeholder alle nødvendige oplysninger og er præcise i enhver henseende.

3.12 Fortrolighed

Tilbudsgiverne skal iagttage ubetinget tavshed over for uvedkommende vedrørende forhold, som måtte komme til tilbudsgivers kendskab i forbindelse med nærværende udbud. Udbudsmaterialet skal behandles strengt fortroligt, og tilbudsgiver er uberettiget til at anvende dette materiale eller den viden, der opnås, i nogen anden sammenhæng.

Efter afslutning af udbuddet er ordregiver berettiget til at kræve udbudsmaterialet returneret, og tilbudsgiver er i så fald forpligtet til at tilintetgøre/slette enhver kopi heraf.

Tilbudsgiverens opmærksomhed henledes på, at dokumenterne, herunder indkomne tilbud, i ordregivers udbud vil kunne være omfattet af retsregler om adgang til aktindsigt. Det betyder, at konkurrenter m.fl. kan anmode om aktindsigt i tilbud, som afgives. Anmodninger om aktindsigt fra andre virksomheder, der også deltager i udbudsprocessen, skal i henhold til praksis fra Klagenævnet for Udbud afhængigt af omstændighederne imødekommes af den ordregivende myndighed. Det indgår dog bl.a. i bedømmelsen heraf, om den virksomhed, der har afgivet et tilbud, har bedt om, at tilbuddet behandles fortroligt, og har indikeret, hvilke oplysninger/elementer i tilbuddet det drejer sig om.

Ordregiver vil dog under alle omstændigheder være berettiget og forpligtet til at give aktindsigt i det omfang, som følger af lovgivningen.

3.13 Oplysninger om skat, miljøbeskyttelse og arbejdsmiljø

Nedenfor er angivet adresse, internetadresse og telefonnummer mv. for de relevante statslige tjenester, hvor tilbudsgiverne kan indhente oplysninger om 1) skatter, 2) miljøbeskyttelse og 3) sikkerhed på arbejdspladsen samt arbejdsvilkår i Danmark.



1)

Skat, Hovedcentret
Østbanegade 123
2100 København Ø
Telefon: (+45) 72 22 18 18
Telefax: (+45) 72 37 90 01
E-mail via hjemmesiden eller skat@skat.dk
Internetadresse: www.skat.dk

2)

Miljøstyrelsen
Strandgade 29
1401 København K
Telefon: (+45) 72 54 40 00
E-mail-adresse: mst@mst.dk
Internetadresse: www.mst.dk

3)

Arbejdstilsynet
Landskronagade 33
Postboks 1228
0900 København C
Telefon: (+45) 70 12 12 88
Telefax: (+45) 70 12 12 89
E-mail-adresse: at@at.dk
Internetadresse: www.at.dk

Ordregiver stiller ikke særlige krav til arbejdsmiljøet i forbindelse med den udbudte opgave, jf. bekendtgørelse nr. 1109 af 17. december 2001 om pligter efter lov om arbejdsmiljø i forbindelse med udbud af tjenesteydelser.



3.14 Tidsplan for udbudsforretningen

Fredag den 9. december 2011 kl. 12.00

Frist for indlevering af anmodning om at blive prækvalificeret til at afgive tilbud

Mandag den 12. december

Ansøgere oplyses om, hvilke virksomheder der opfordres til at afgive tilbud

Fredag den 16. december 2011 kl. 12.00

Skriftlige spørgsmål, jf. punkt 3.5, der modtages senest denne dato, vil blive besvaret senest den 21. december 2011.

Spørgsmål, der modtages efter denne dato, vil også blive besvaret, medmindre spørgsmålets karakter gør det uforholdsmæssigt byrdefuldt at meddele svaret senest seks dage inden udløbet af tilbudsfristen. Alle spørgsmål skal være skriftlige og på dansk.

Spørgsmål, som modtages senere end den 21. december 2011, vil ikke blive besvaret.

Mandag den 3. januar kl. 12:00

Frist for indlevering af tilbud

Mandag den 9. januar 2012

Forventet ordretildeling

3.15 Tjekliste

Har tilbudsgiveren i sit tilbud husket:

- ▶ Dateret og underskrevet fremsendelsesbrev, hvoraf entydigt fremgår, hvilken virksomhed eller sammenslutning der afgiver tilbuddet, herunder navne og e-mail-adresser på kontaktperson(er)
- ▶ Resumé af tilbuddet med samlet fortegnelse vedrørende eventuelle forbehold, jf. punkt 3.4 og 3.7
- ▶ Alle bilag i udfyldt/færdiggjort stand, i den udstrækning tilbudsgiver har skullet udfylde/færdiggøre bilagene
- ▶ Dateret og underskrevet erklæring som omhandlet i punkt 3.8
- ▶ Tilbudsmaterialet i det i punkt 3.9 angivne antal eksemplarer
- ▶ Tilbudsmaterialet i elektronisk form som angivet i punkt 3.9
- ▶ Mærkning af forsendelsen som angivet i punkt 3.9
- ▶ Korrekt adressering, jf. punkt 3.1
- ▶ Rettidig afsendelse med henblik på overholdelse af tilbudsfristen i punkt 3.9.



4 Den udbudte opgave

Nærværende udbud omfatter den i afsnit 2 beskrevne konceptudvikling, som skal opdeles i:

1. Identifikation af folkekirkens fælles visuelle udtryk
2. Målgruppesegmentering og kommunikationsniveauer - internt og eksternt
3. Indledende analyse af folkekirkens behov for og brug af forskellige kommunikationsmidler
4. Udarbejdelse af tre konceptuelle forslag på logo- og navnetræk samt overordnet visuel identitet.

Det er et krav, at den valgte leverandør iagttager, at *den fælles visuelle platform* skal kunne forankres bredt og være langtidsholdbar i sit udtryk.

Udtrykket skal rumme mangfoldigheden, værne om traditionerne, samtidig med at det signalerer fornyelsesvilje og handlekraft samt afspejler, at folkekirken er

- ▶ *inkluderende*
- og ønsker at være åben for alle i Danmark, der selv ønsker at være med
- ▶ *kulturbærende*
- har været og er både gennem sit budskab og ved sine kirker en yderst markant dimension i dansk kultur
- ▶ *håbgivende*
- folkekirken har som kristen kirke et budskab om liv og håb til hver enkelt, der hører dette
- ▶ *nærværende og vedkommende*
- geografisk i kraft af de 2.200 sogne og 2.350 kirker, i overført betydning med sine tilbud til den enkelte.

Endelig er det et krav, at *den fælles visuelle platform* respekterer, at beslutningskompetencen i folkekirken er placeret decentralt. Det er således op til den enkelte institution (eksempelvis stift eller menighedsråd) at beslutte, i hvilken udstrækning man vil anvende logo, grafisk identitet og "værktøjer", der udarbejdes som dele af en fælles folkekirkelig visuel identitet.

Den fælles visuelle identitet skal derfor kunne indgå i et samspil med lokalt eksisterende eller ønskede logoer og udtryksformer, så kommunikationen fra f.eks. et sogn både kan afspejle sognets sammenhæng med folkekirken som helhed og sognets egenart.



4.1 Krav til leverancen

Leverancen, som skal kunne udføres inden for rammerne af det afsatte budget på kr. 600.000, skal bestå i:

- ▶ En præsentation af punkterne 1-3, som tager afsæt i et skriftligt produkt
- ▶ Tre konceptuelle forslag på logo- og navnetræk samt overordnet visuel identitet.

Arbejdet skal påbegyndes i januar 2012 og afsluttes i maj 2012.



5 Den videre proces

På baggrund af konceptudviklingen og det valgte forslag er det forventningen at igangsætte kommunikationsopgavens fase 2 - udvikling af en designmanual - fra sommeren 2012.

Denne fase 2 forventes at indeholde:

- ▶ Endelig fastlæggelse af folkekirkens behov for og brug af forskellige kommunikationsmidler
- ▶ Udarbejdelse af designmanual, herunder:
 - ▶ Logo og navnetræk, typografi, farver, billedpolitik, skrifttypefastlæggelse samt layout og skabeloner på materialer m.m.

Det vil være forventningen, at fase 2 kan være afsluttet inden udgangen af oktober 2012 og kan gennemføres inden for en budgetramme af ca. samme størrelsesorden som fase 1.

5.1 Designmanualen

Designmanualen og den tilhørende elektroniske grafiske værktøjskasse har som sigte, at folkekirken selvstændigt skal kunne varetage sine grafiske kommunikationsopgaver.

Den grafiske værktøjskasse kan indeholde:

- ▶ Logo- og navnetræk-versioner, herunder guidelines for brugen heraf
- ▶ Typografi, herunder guidelines for brugen heraf
- ▶ Farver, herunder farvekoder og guidelines for brugen heraf
- ▶ Billedholdning - evt. billedgalleri til fri afbenyttelse
- ▶ Skabeloner til daglige kontortryksager såsom brevpapir, kuverter m.m.
- ▶ Skabeloner til kirkeblade, pjecer, magasiner m.m.
- ▶ Skabeloner til annoncer, opslag og plakater
- ▶ Hjemmesideskabeloner
- ▶ Guidelines til sociale medier, mobiltjenester m.m.

Det vil være et krav, at den grafiske værktøjskasse respekterer

- ▶ at skabeloner er kompatible med alment anvendte programmer
- ▶ at fonte er freeware og læsevenlige
- ▶ at det endelige indhold af den grafiske værktøjskasse skal identificeres i tæt samarbejde med repræsentanter fra folkekirken.

5.2 Præsentation og implementering

Præsentation og implementering af den grafiske værktøjskasse på landsplan, i stifterne og menighedsrådene tænkes at ske på grundlag af et præsentationsmateriale, som den valgte leverandør udarbejder.

Der er ikke for nærværende afsat en budgetramme herfor.