

DESIGN C LOGBOG



JumpFit

– fordi hver repetition tæller

Emilie Schrøder Petersen

dag 1

fik besøgt af Everland om Trykteknik

Everland er et forbrugerbrand- og designbureau, der arbejder globalt ud af Skandinavien. de samarbejder med brandejere for at transformere, definere og designe morgendagens dristige forbrugermærker.

Derefter skulle jeg vælge:

- **Virksomhedstype:**
Sport virksomhed med bæredygtighed (Helten brandarketype)

- **Værdiord:**

Passion - en dyb og vedvarende respekt til sport og bevægelse

Fællesskab - bygge en inkluderende og støttende sportslige fællesskaber

Innovation - konstant forbedring og udvikling af nye løsninger og produkter

- **Målgruppe hvem er de?:**

- har tænkt på med kigge ind til Unge voksne (19-30 år) og Middel aldrende voksne (31-50 år)

- **Emballage:**
Sjippetov to type af med vægt og stålwire

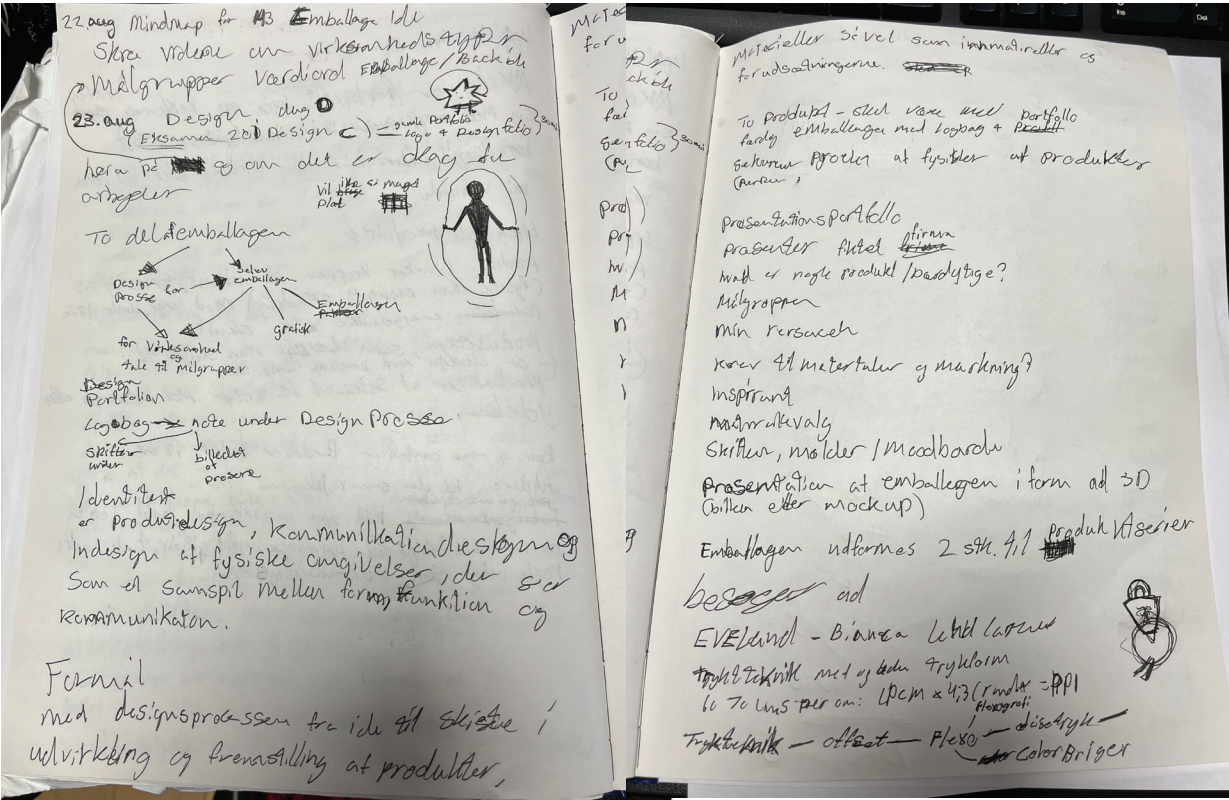
- **Back up ide: Håndbind**



AGENDA

Om Everland
Overblik
Offset
Flexo
Dåsetryk

Produkt og Emballagen	Egenskber Hvad er det?	Fordele Hvad kan det?	Udbytte/værdi Hvad betyder det for forbrugeren?
Emballagen	Indpakkede emballagekarton for sjippetov.	Miljøpåvirkningen og muligheden for at genanvende materialerne Processen med emballagekarton nedbryder pap og papir til cellulosefibre, så de kan genbruges i nye pap- og papirprodukter. Beskyttelse af produkter mod stød, fugt, lys og temperaturændring under transport og opbevaring. Brugervenlighed gør det praktisk for både forbrugere og producenter.	Udbytte Karton er lavet af genanvendelige materialer og kan selv genbruges flere gange. Dette reducerer affald og mindsker behovet for nye råmaterialer. Værdi Forbrugere og virksomheder får et mere miljøvenligt produkt, der understøtter bæredygtighed og reducerer miljøpåvirkningen. Dette kan også forbedre virksomhedens image og appellere til miljøbevidste forbrugere.
Produkt	Sjippetov Er et simpelt og utroligt effektivt træningsredskab. Der findes primært to typer af sjippetove: Gummi og stålwire	Effektiv kalorieforbrænding Øge koordination og balance Praktisk og bærbar	Udbytte Sjipping kræver præcis timing og koordination mellem hænder og fødder, hvilket styrker motoriske færdigheder. Værdi Øget koordination og balance er ikke kun vigtigt for sport, men forbedrer også dagligdags aktiviteter og mindsker risikoen for fald, især med alderen



dag 2

Jeg laver et Mindmap igår bruges til at få input og tanker på et emballagen / virksomhed og visu alisere relationerne i mellem dem.

Bæredygtig emballage

handler det om at fremstille, transportere anvende og afvikle emballage under hensyn til miljøet.

Karton er lavet af genanvendelige materialer og kan selv genbruges flere gange (7 gange). Dette reducerer affald og mindsker behovet for nye råmaterialer.

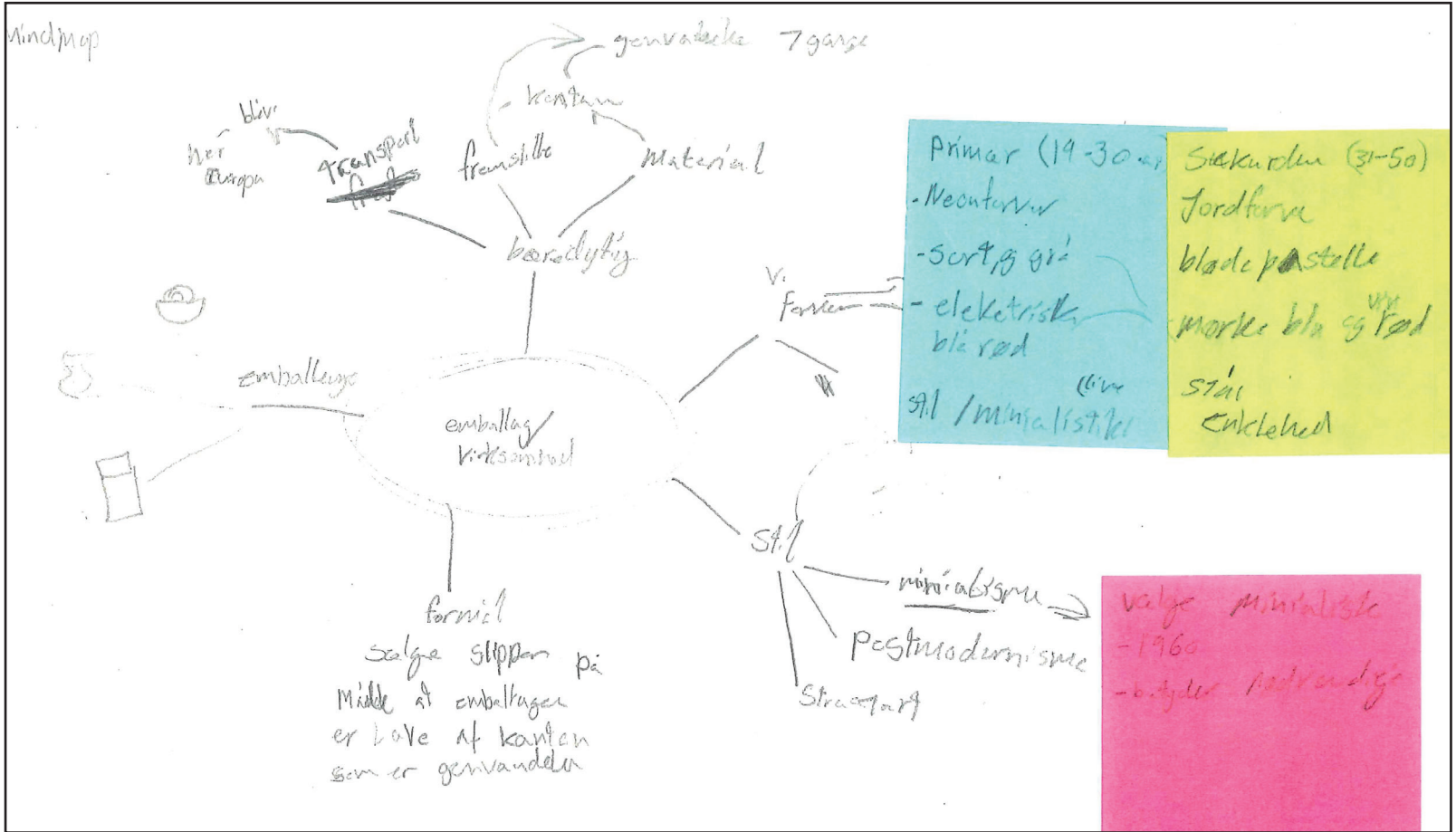
Emballagen fremstilles i Danmark for ikke fragtes med store skibe og fly.

Materialer som genanvendt pap, FSC-certificeret papir, og biologisk nedbrydelige alternativer. Dette gør det muligt for kunderne at bortskaffe emballagen ansvarligt uden at skade miljøet

Emballagen

Ideer til hvordan emballagen skulle se ud på.

- håndbagage-foldning
- topbokse dobbelt snaplås auto bund fil top
- æsker ved ydre og indre emballgen



Formål

Emballage bruges til at beskytte, transportere, opbevare og præsentere produkter. Det beskytter delikate varer og elektronik mod nysgerrige pilfingre.

Åben og lukker igen

Stil

Minimalisme bruges om en strømning opstået omkring 1960

betyder, at man kun bruger eller viser det allermost nødvendige.

præget af enkelhed og begrænsning med hensyn til virkemidler, udstyr.

Minimalistisk emballage søger så vidt muligt at anvende færre materialer, typografi, blæk og plads, i skarp kontrast til 'luksus emballage

Farver fra målgruppe

Primær: Unge Voksne (19-30 år)

Farver: Brugen af dristige, iøjnefaldende farver som neon grøn, elektrisk blå, og neon orange, kombineret med sort eller mørkegrå, skaber en høj kontrast, der signalerer vitalitet og innovation

Sekundær: Middelaldrende Voksne (31-50 år)

Farver: Brugen af rolige, sofistikerede farver som jordtoner (olivengrøn, brun), bløde pasteller (lyseblå, mintgrøn), og klassiske nuancer som marineblå og vinrød. Disse farver skaber en følelse af ro og balance, der er attraktiv for denne målgruppe.

dag 3

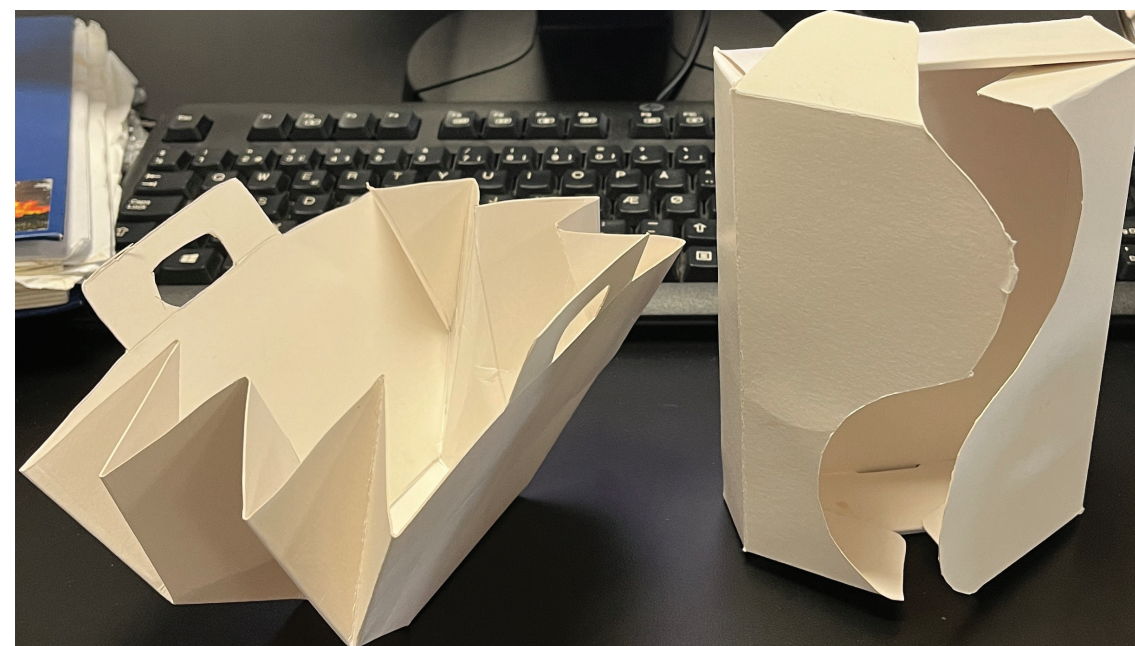
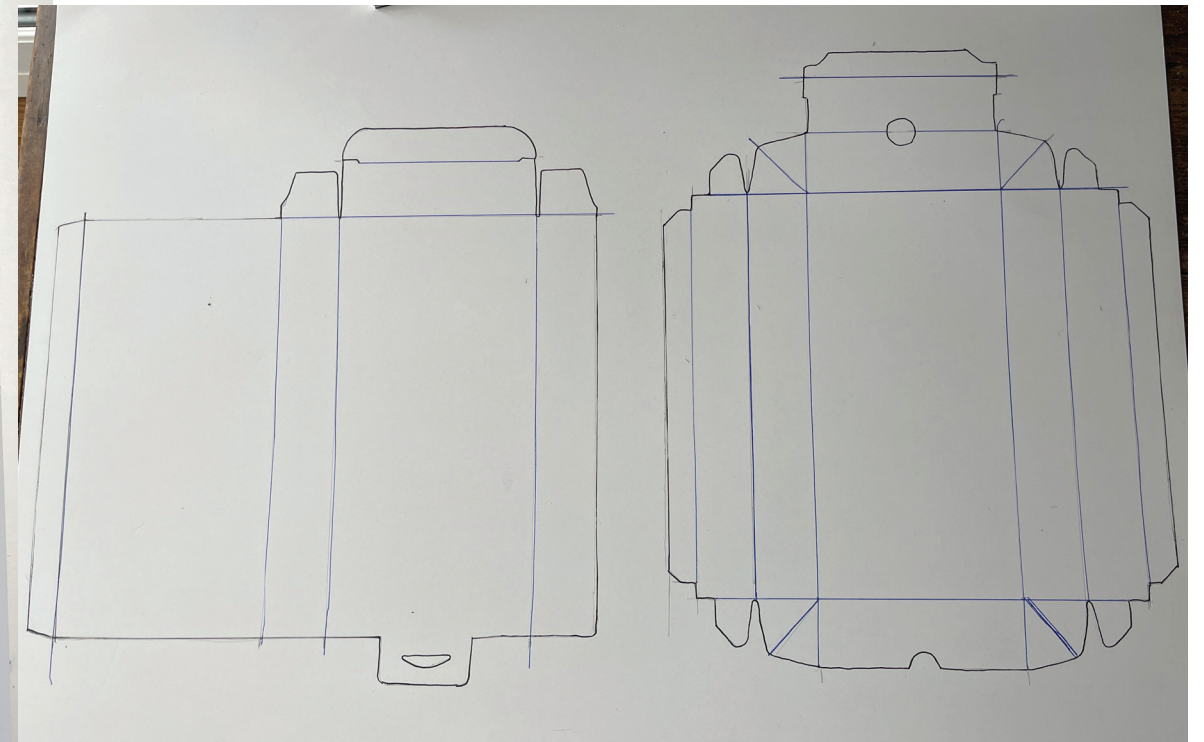
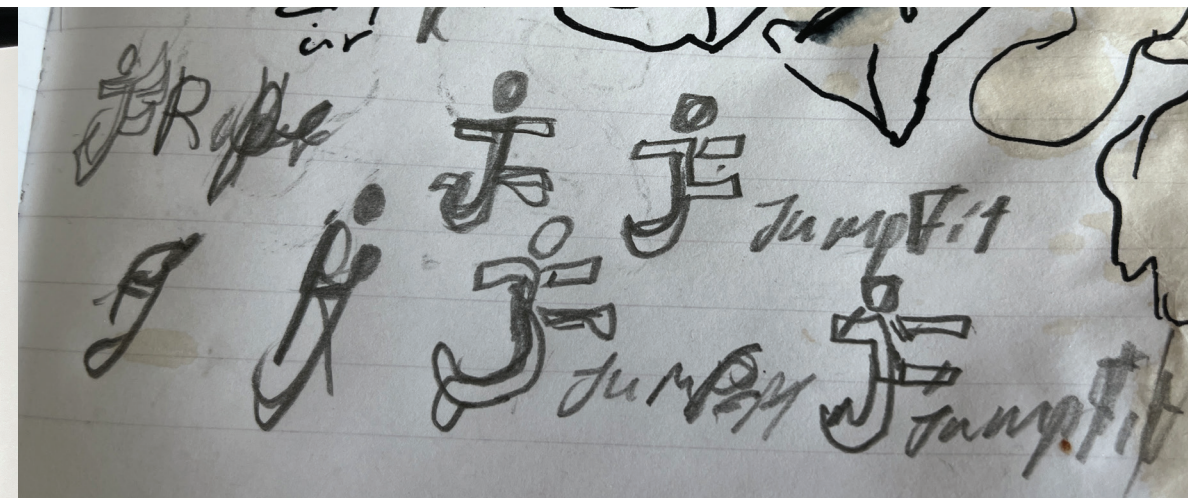
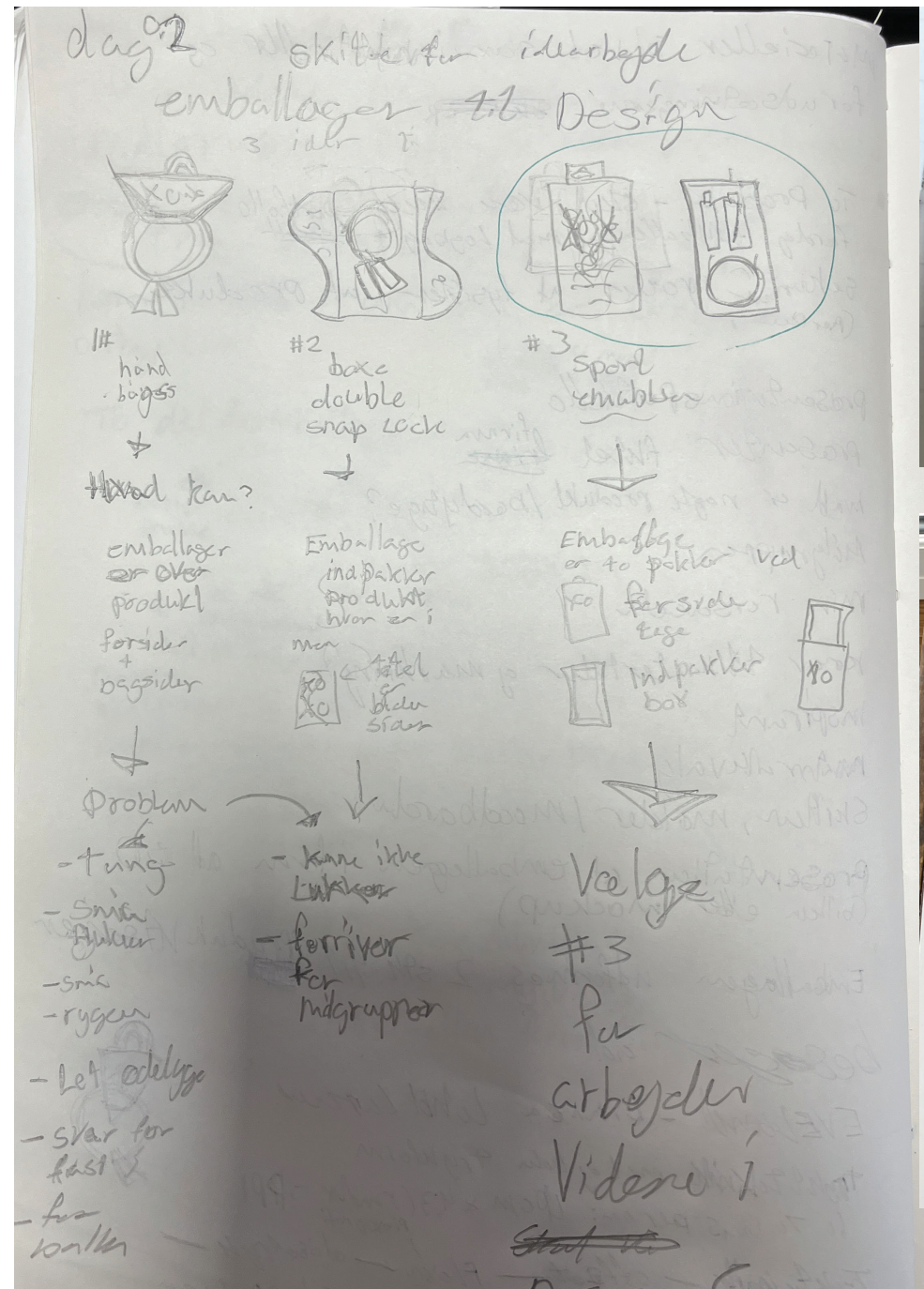
Ideer til hvordan emballagen skulle se ud på.
lavede tre eksempler på hvordan det skulle se ud:

- håndbagage-foldning
- topbokse dobbelt snaplås auto bund fil top
- æsker ved ydre og indre emballgen

Valgt **æsker ved ydre og indre emballgen**

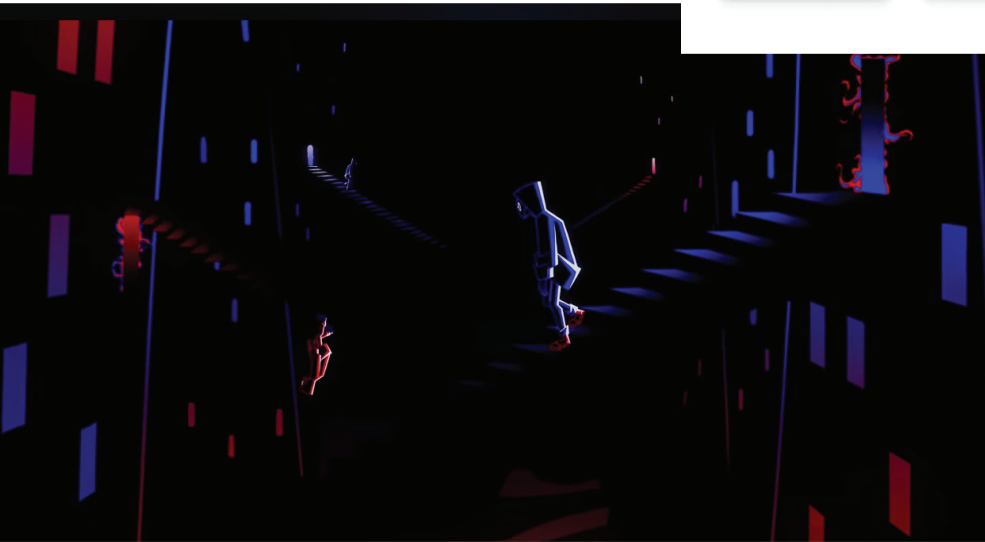
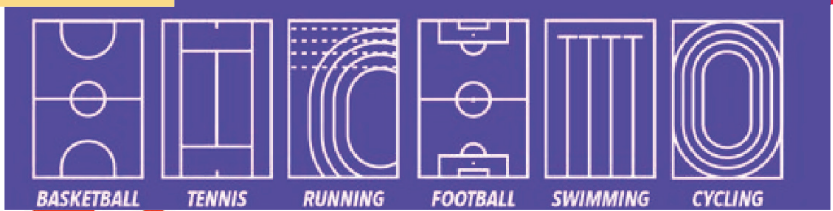
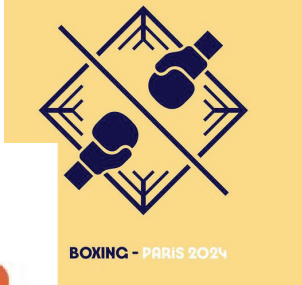
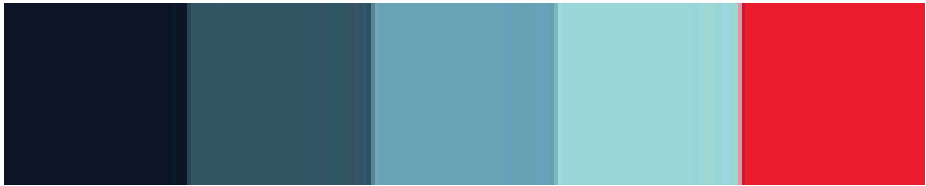
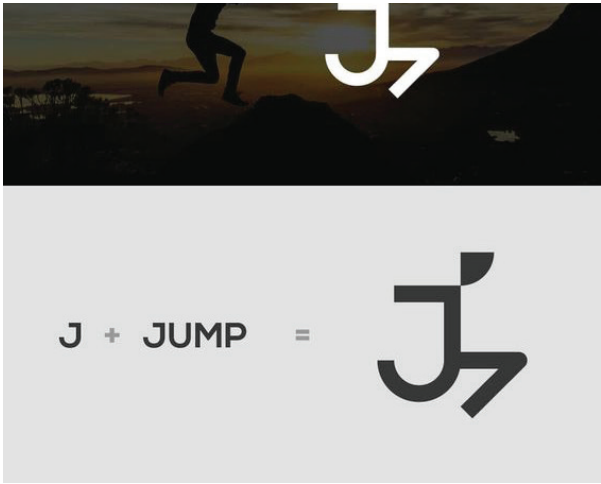
På grund af skrive ned hvilke funktioner hver emballage har og hvilke konsekvenser de kunne have.

Skitser også lidt på logo på Jumpfit.



dag 2

MOODBOARD

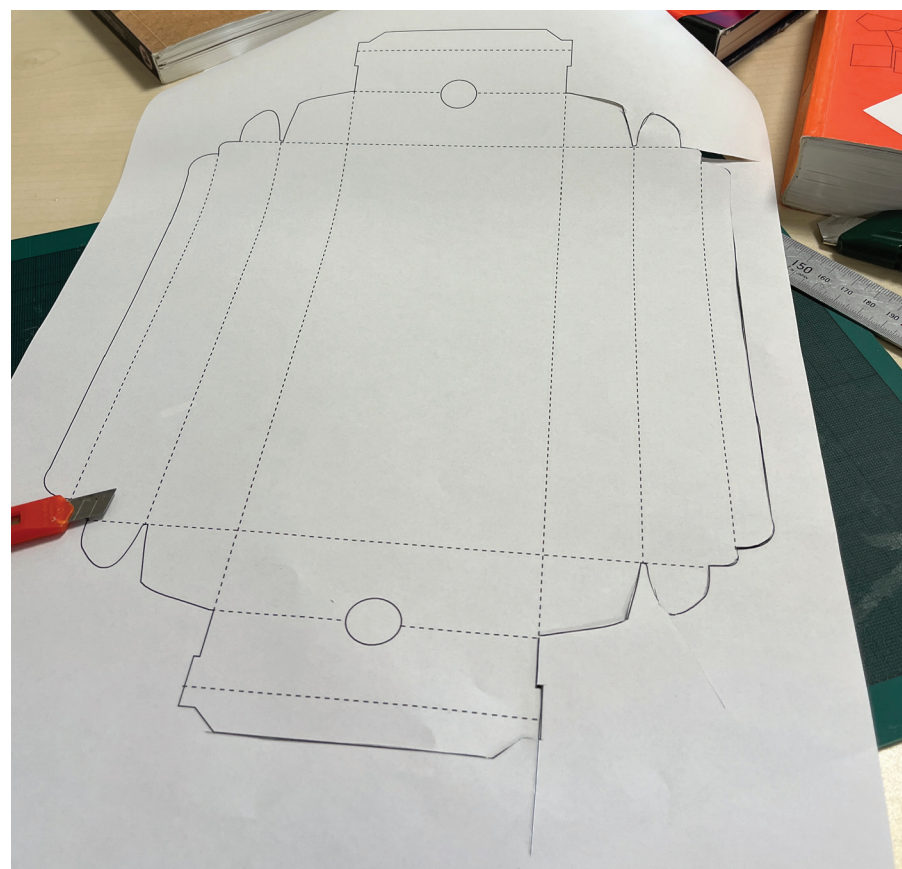
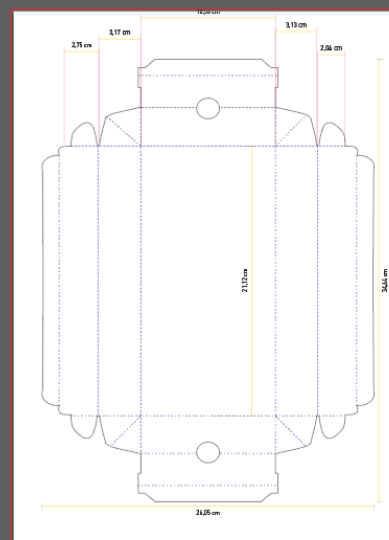
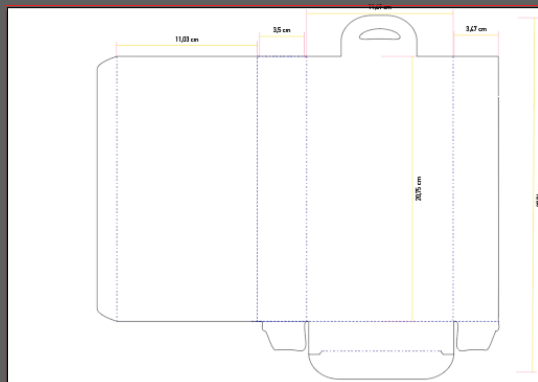
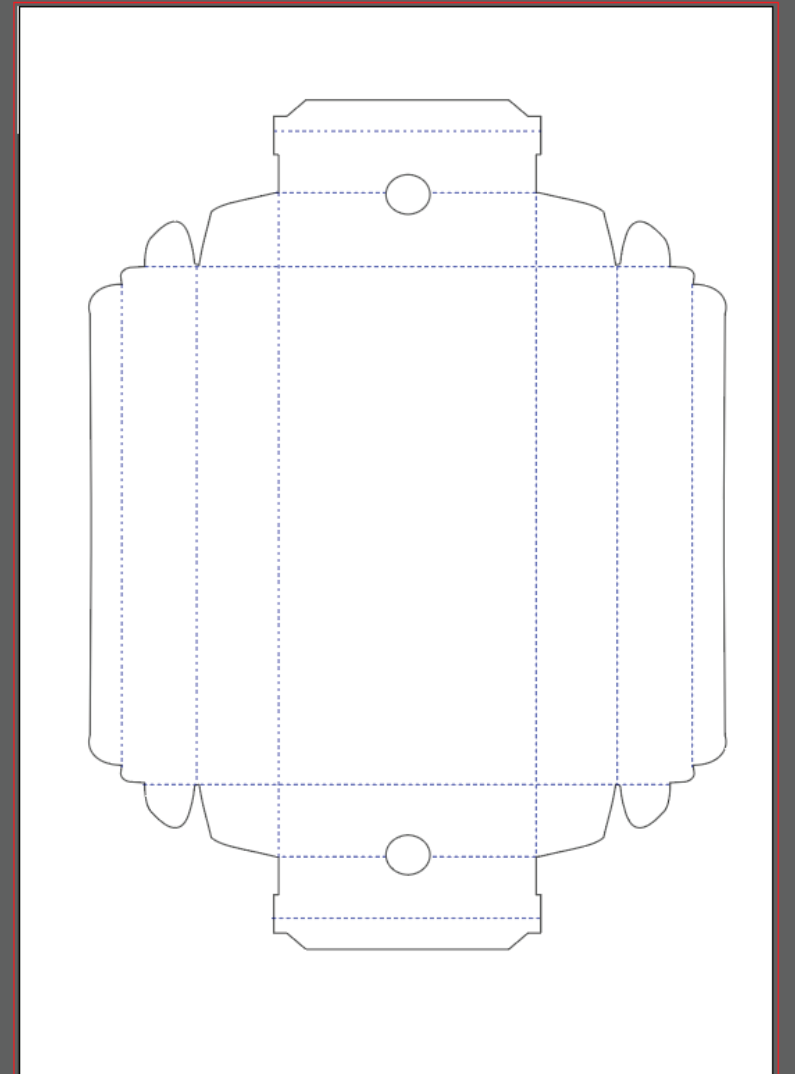
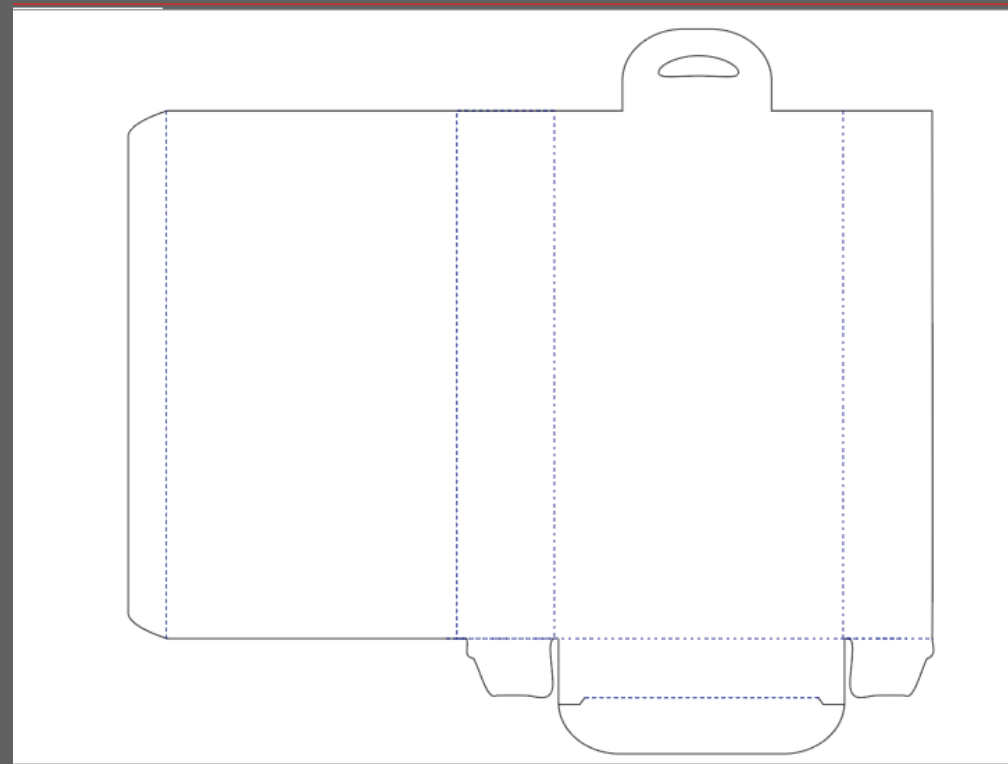


dag 3

Emballagens form

Funktion skal beskytte produktet, forlænge holdbarheden og bevare dets kvalitet

Stanseform er på to sider



dag 4

Arbejde med Logo på JumpFit

Inspiration med andre virksomheder med sport.

Råskitser af håndtegnede skitser af forskellige logoidéer. med denne trin er til præget af eksperimentering og er en hurtig måde at få mange idéer på bordet.

Bomærke og navnetræk af Jumpfit

Navnetræk vil jeg har et træk af sport prøve på forskellige skrifttyper Adobe-fontene **Mongoose** og **Arboria** er valg til JumpFit, der kan understøtte brandets visuelle identitet og målgruppe. Her er fire grunde til, at de kan fungere godt:

- Moderne og alsidig æstetik
- Let læselighed
- Passer til en aktiv og energisk
- Kontrast og harmoni

Mongoos er til logo, mens **Arboria** er til slogan

Bomærke efter mine Skitser med sætte J og F sammen på en på en måde

efter nogle forskellige skitser beslut-tet jeg tage den, der ligne en der hopper fremad.



Mongoose

Myriad

Aktiv Grotesk

JumpFit

JumpFit

JumpFit

JumpFit

JumpFit

Arboria
JumpFit

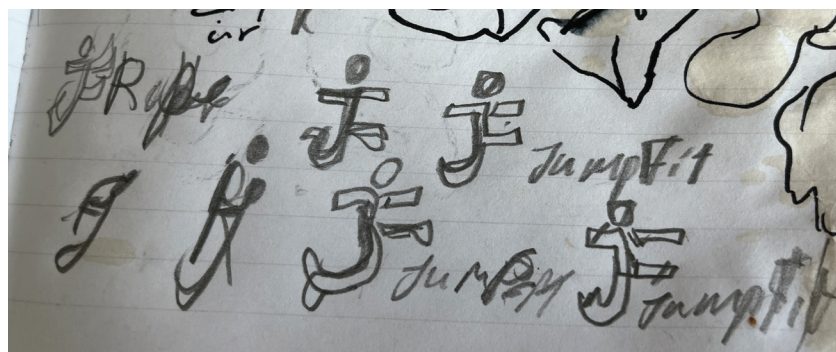
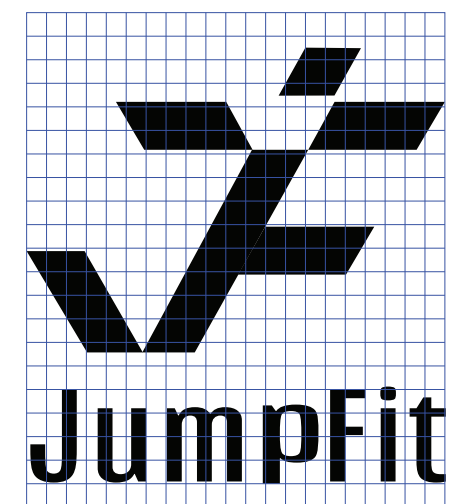
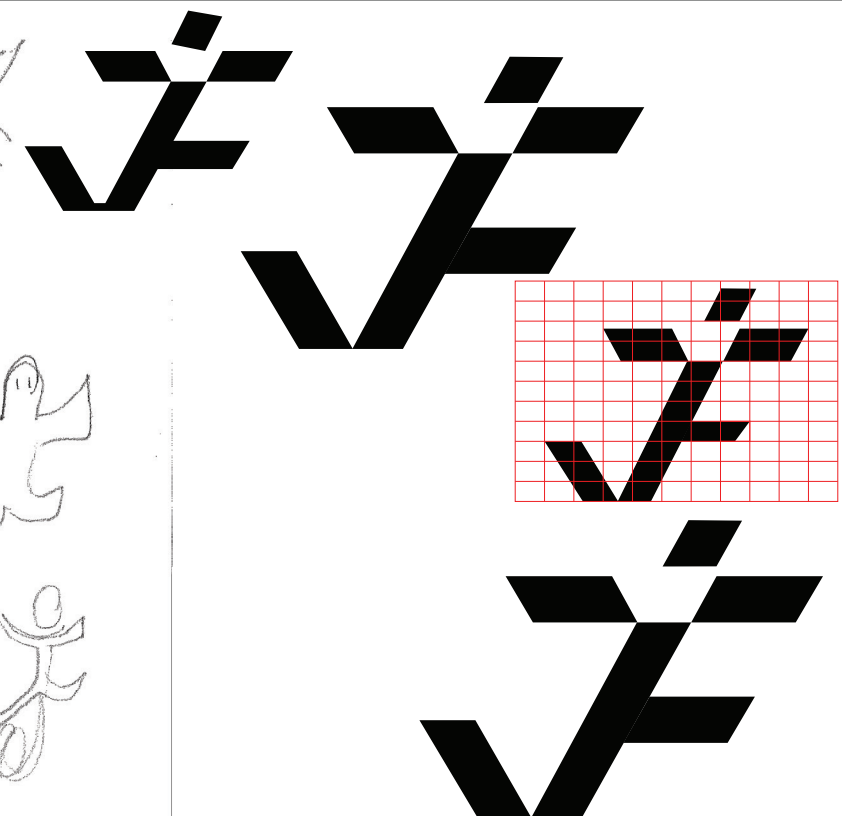
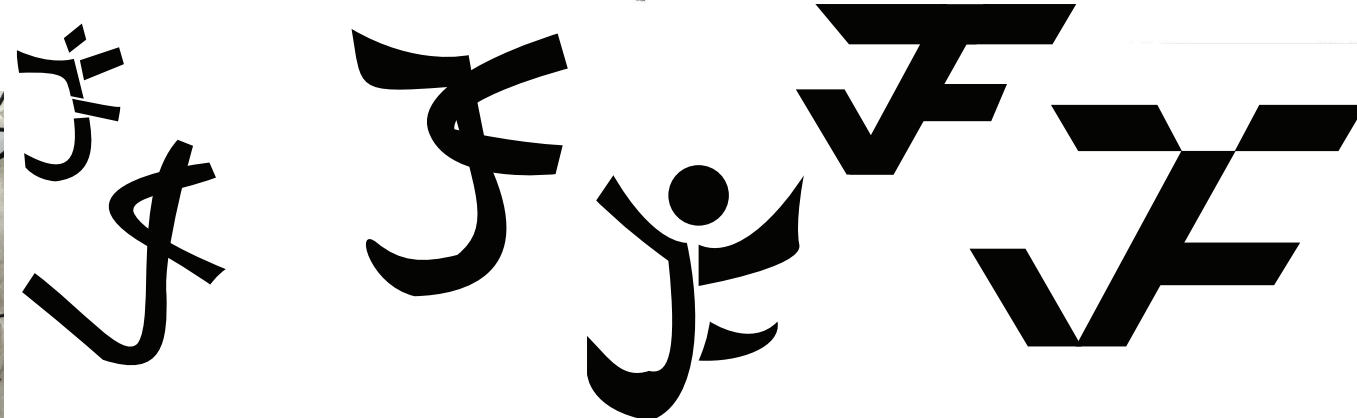
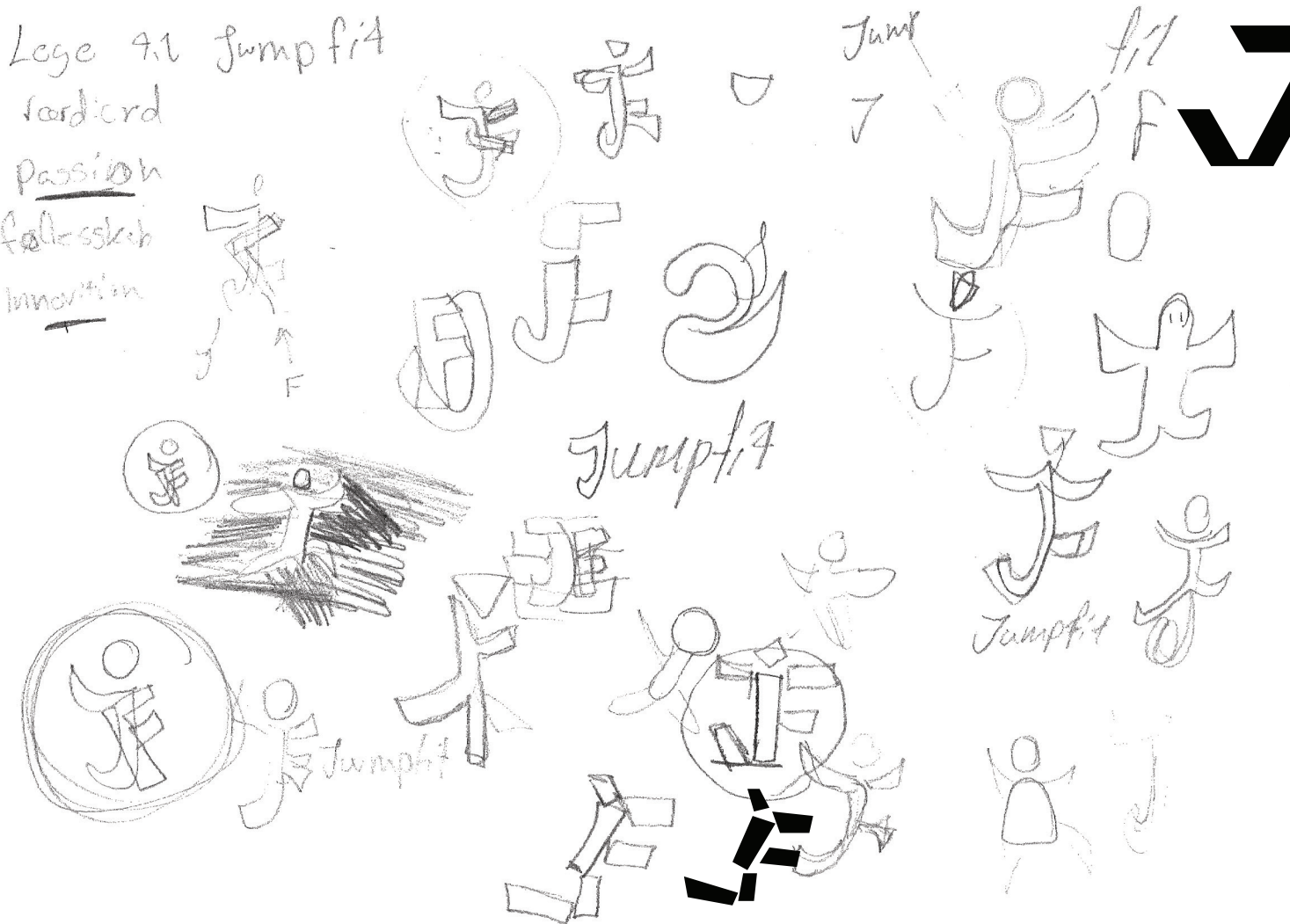
Lege 7.1 Jumpfit

færdig

passion

fællesskab

Innovation



dag 4

Farverne til JumpFit

fra mindmap ved Farverne fra målgruppe

Primær: Unge Voksne (19-30 år)

Farver: Brugen af dristige, iøjnefaldende farver som neon **grøn**, og **neon orange**, kombineret med **sort** og **mørkegrå**, skaber en høj kontrast, der signalerer vitalitet og innovation

mens de sekundær: Middelaldrende **Voksne (31-50 år)**

Farver: Brugen af rolige, sofistikerede farver som klassiske nuancer som **marineblå** og **rød**.

Disse farver skaber en følelse af ro og balance, der er attraktiv for denne målgruppe.

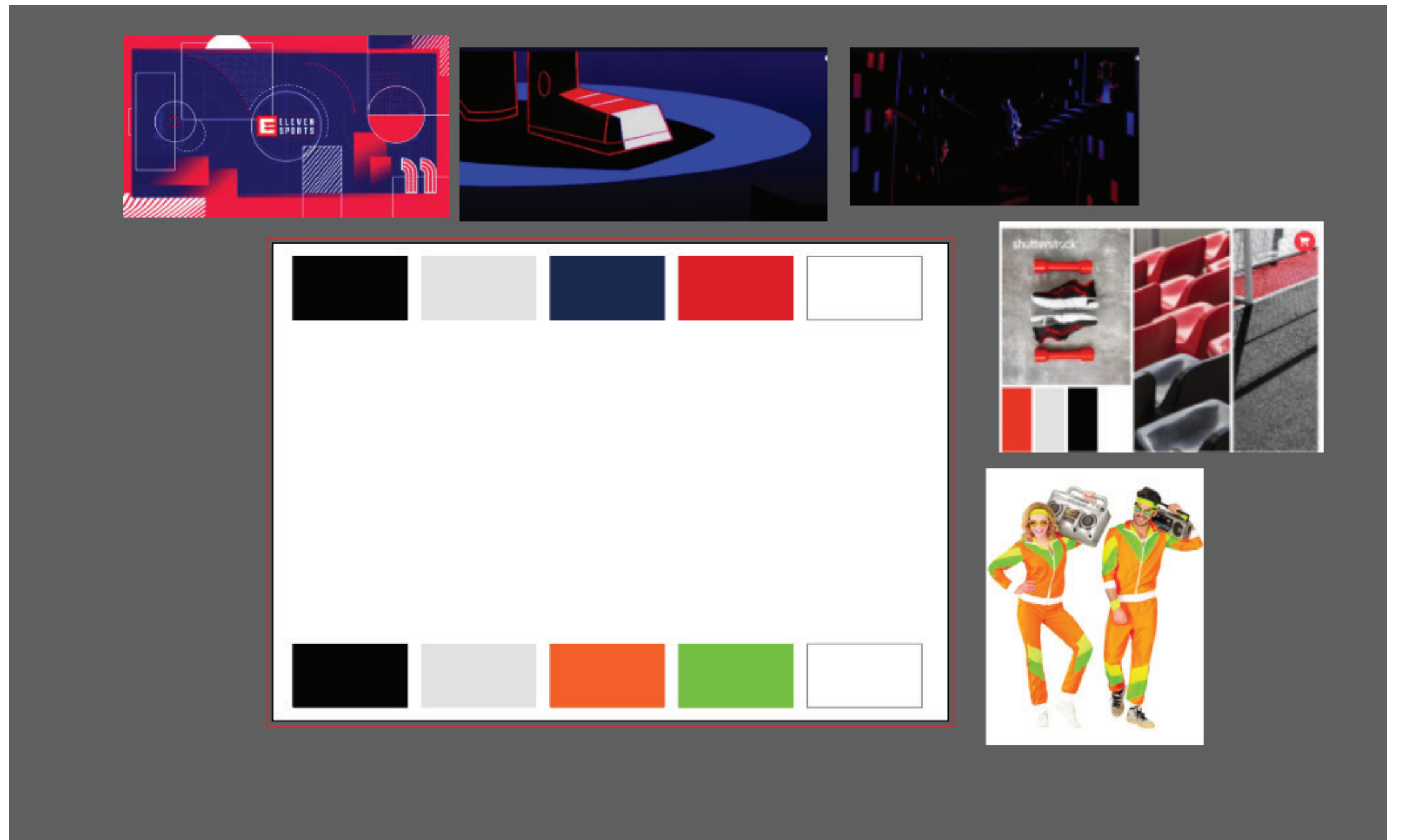
Vælg den **hvid** farver for repræsenterer præcision og enkelthed for skabe et klart, rent look med forbindelse ad kontrol

Primærfarver

marineblå og **energirød**, dybsort, kulfiber grå og ren hvid

sekundærfarver.

frisk grøn og varm orange



dag 4

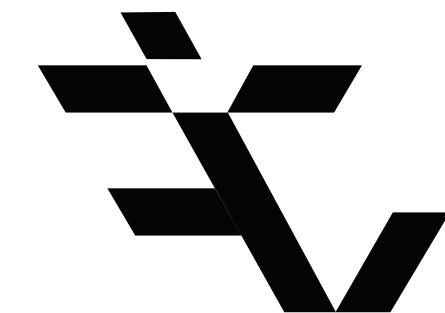
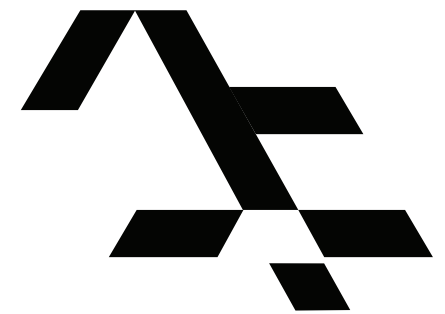
Arbejde med LOGO PROCES ved
Tranformer formen, og forsøg at få typografier til at understøtte begrebets betydning.

Tilføj farver fra de farverne fra JumpFit testes for at finde de nuancer, der bedst afspejler JumpFit og budskab. Farvepsykologi spiller ofte en stor rolle her

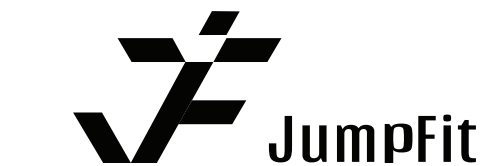
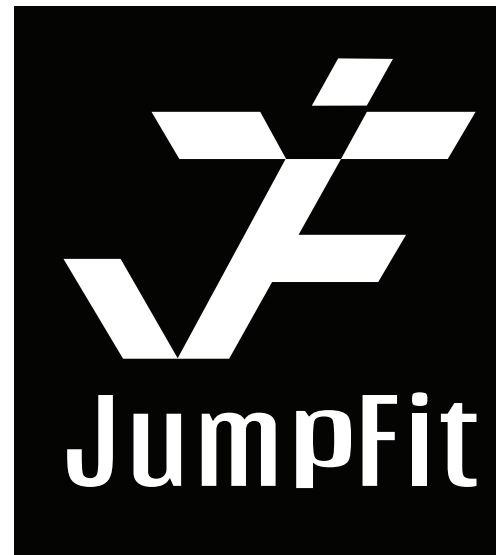


JumpFit

ᠵᠢᠰᠠᠨᠪᠢᠲᠤ



ᠵᠢᠰᠠᠨᠪᠢᠲᠤ



JumpFit



JumpFit



JumpFit



JumpFit



JumpFit



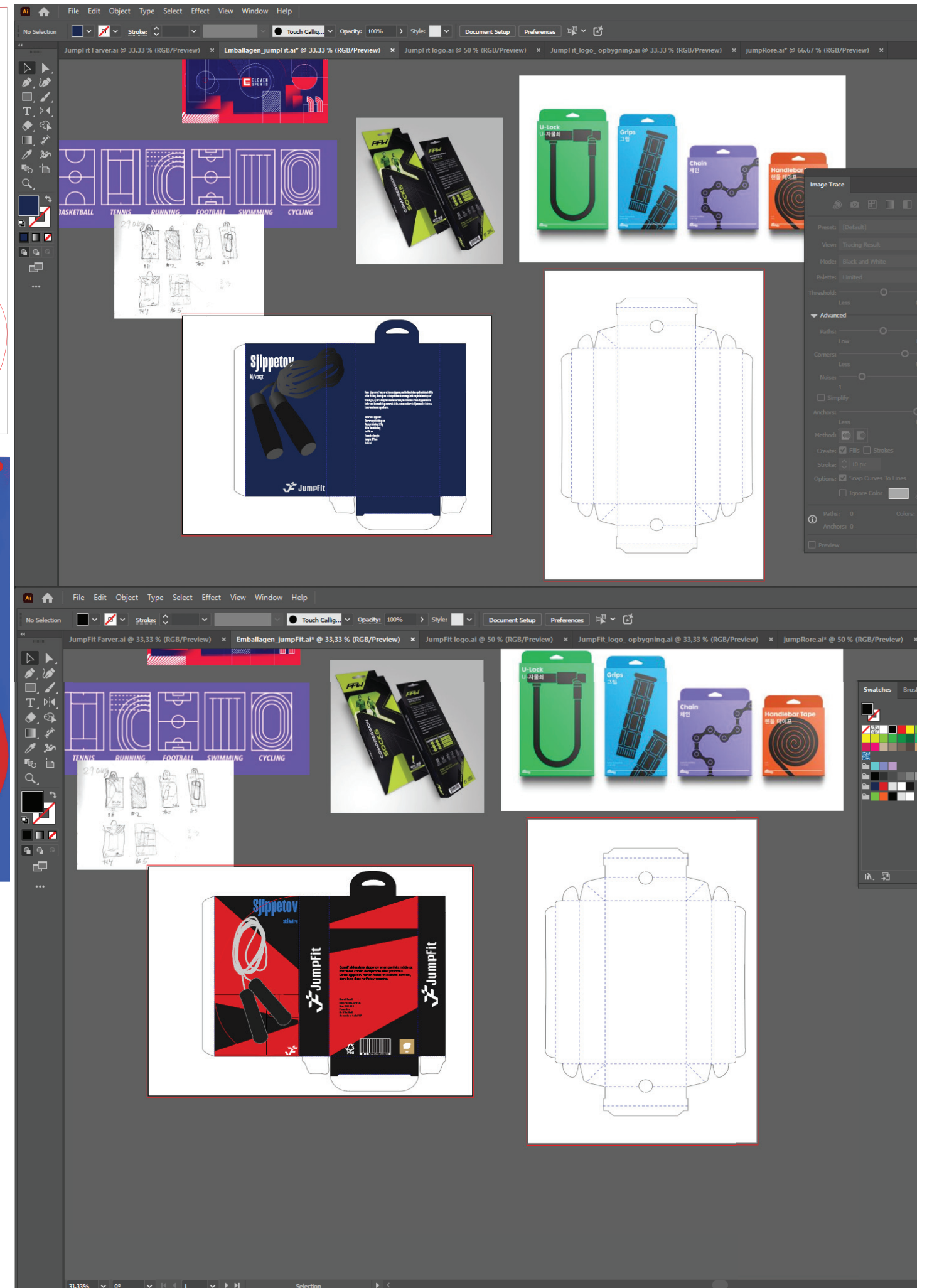
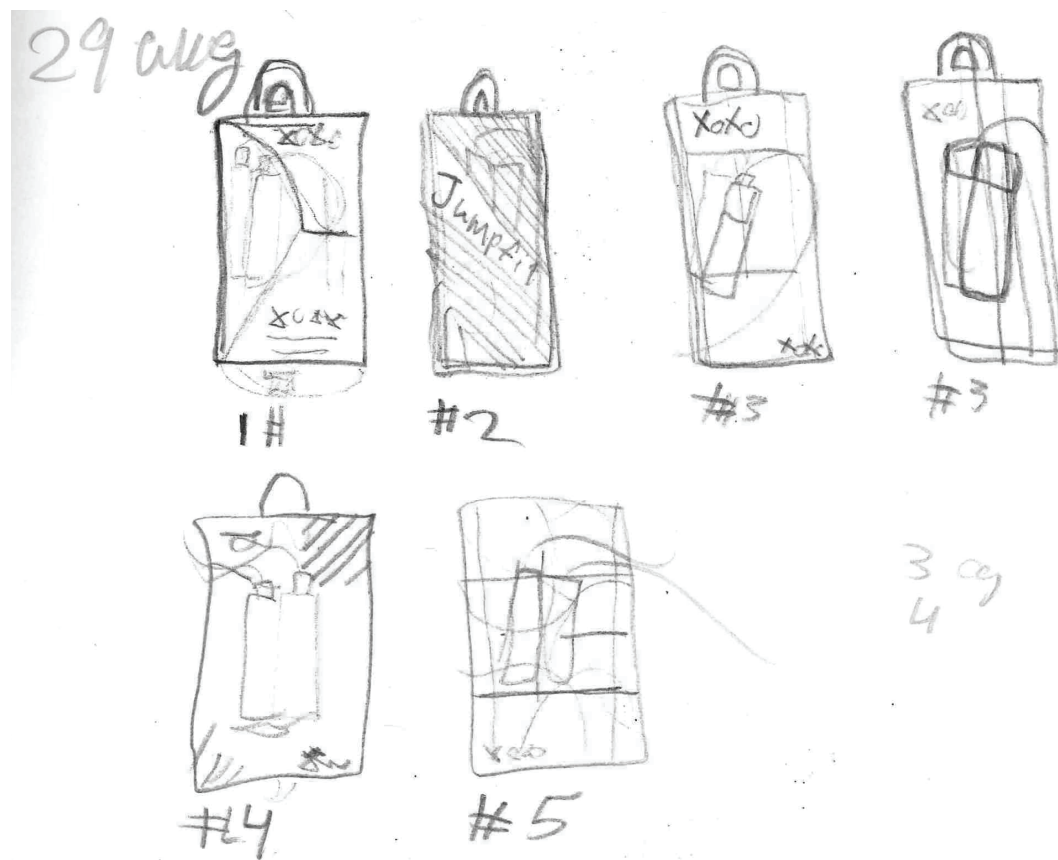
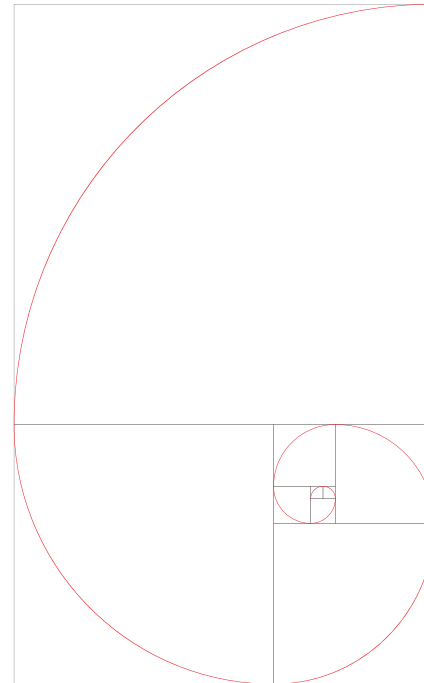
JumpFit

– fordi hver repetition tæller

dag 5

Design emballagen ved skrift enkelhed og begrænsning med hensyn til virkemidler, udstyr.

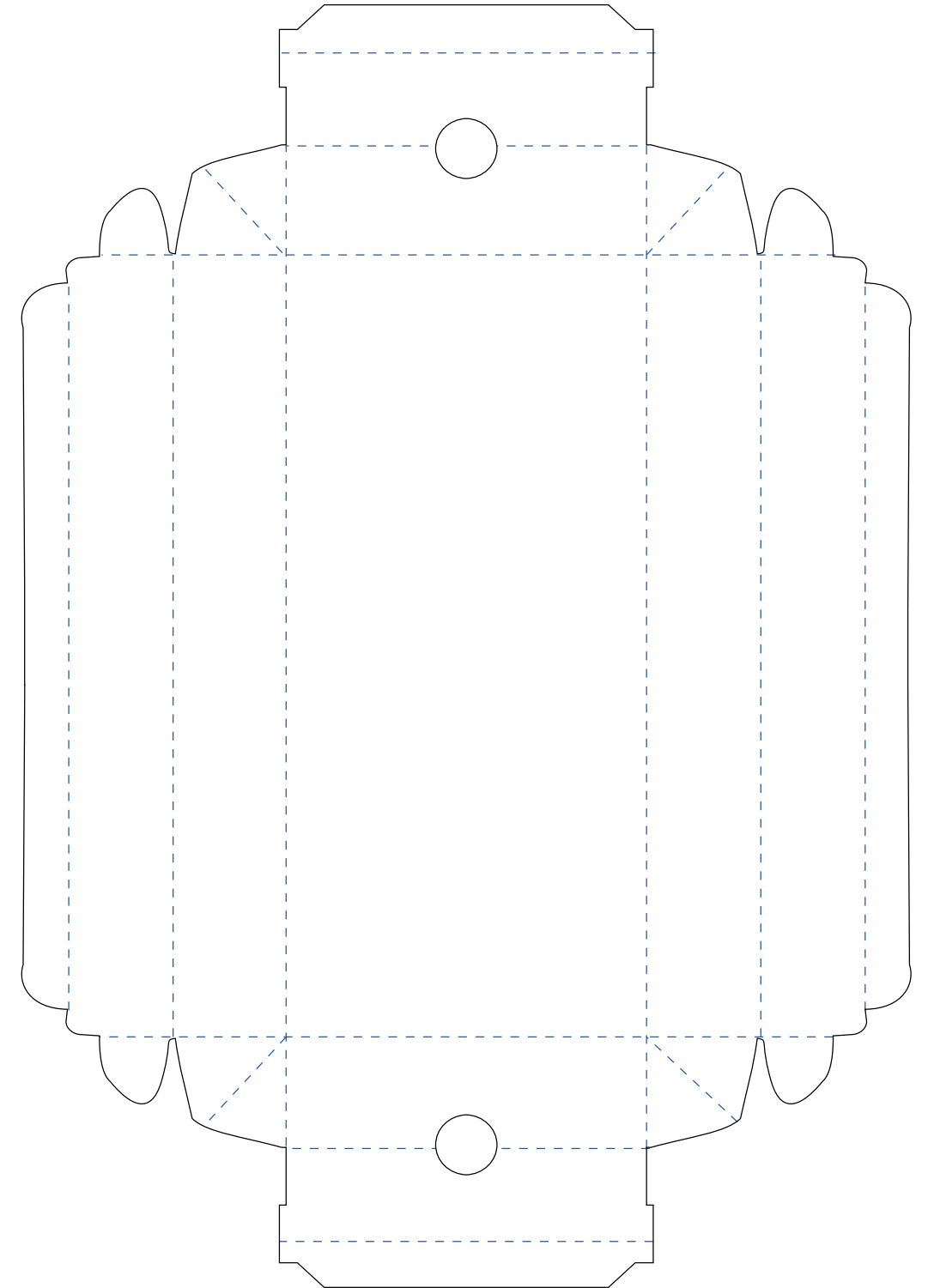
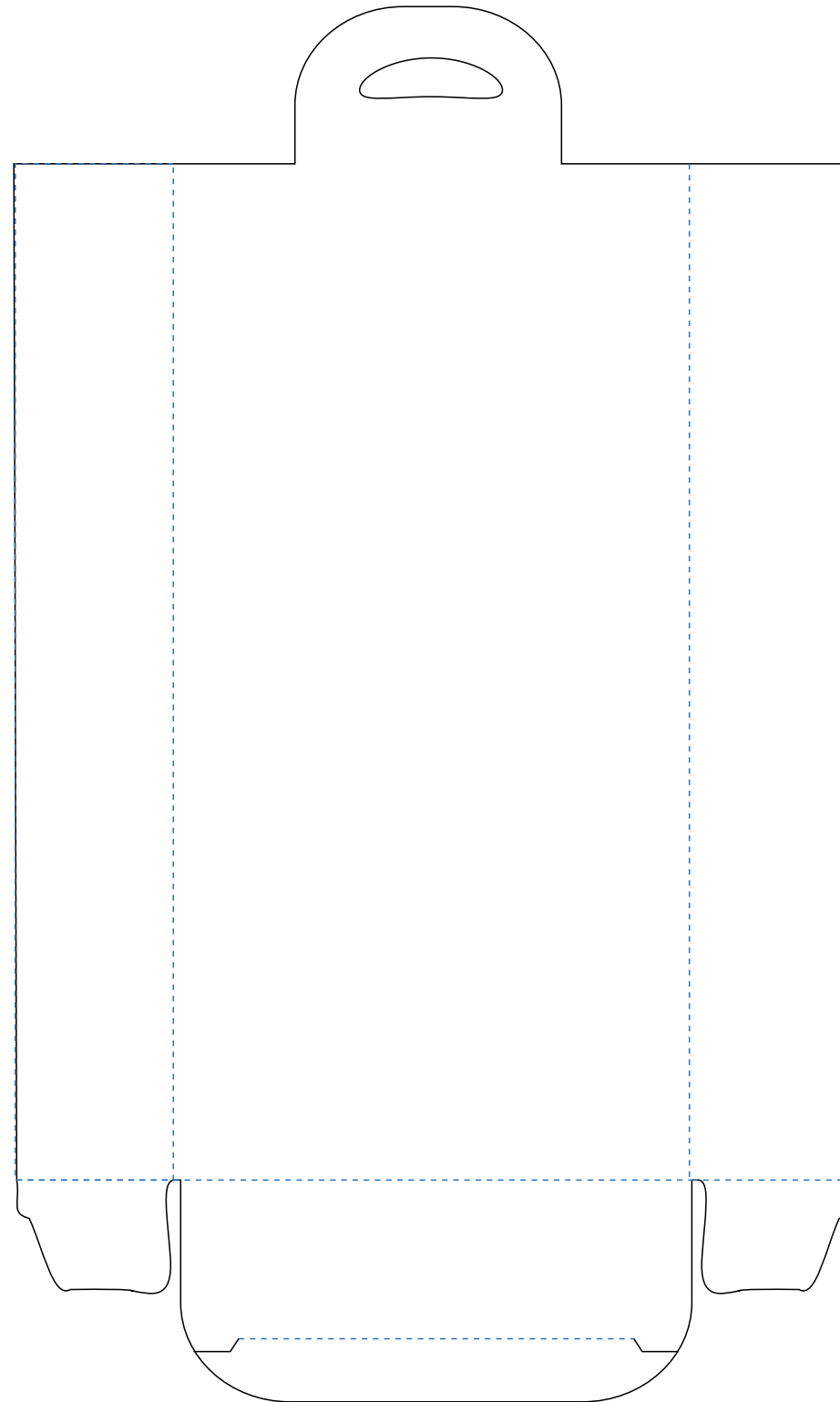
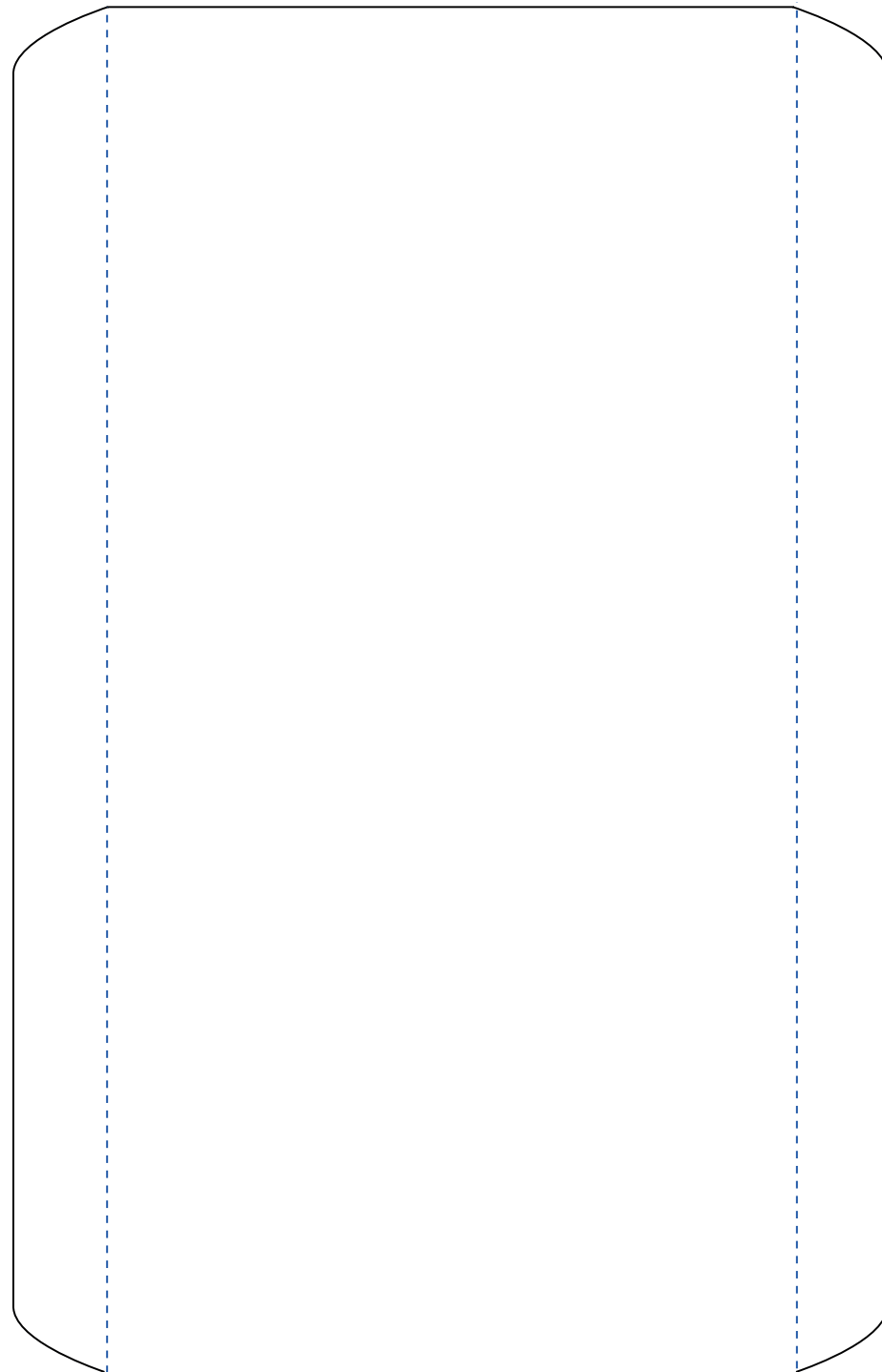
Det gyldne snit (Golden ratio) på forside ad æsker ved ydre emballgen på emballagen hvor sjippetov svinger lidt rundt i midten



dag 6

Stanseform ændre på fordi der er ikke passer på skolens printmaskine:

- **Forsiden**
- **Bagsiden**
- **Æske indre emballgen**



dag 6

Valgt de farverne:

Skiftet den **marineblå** ud til den dynamisk Blå.

Så farver #396FB6 (dynamisk blå), #1B1B1B (dybsort) , #1E1E1E (kulfiber grå) , #FFFFFF (ren hvid) , og #D80F16 (energirød) er gode til JumpFit:

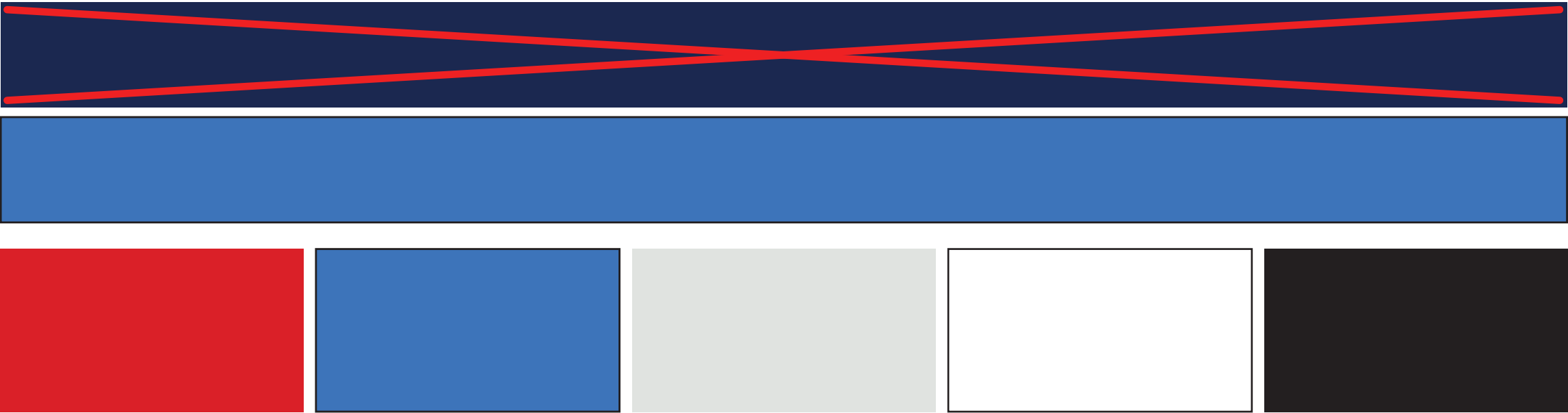
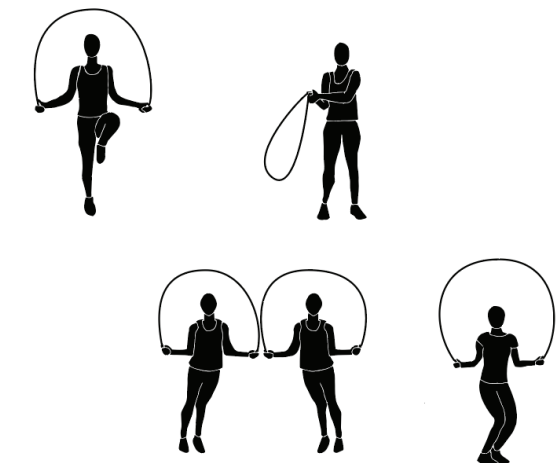
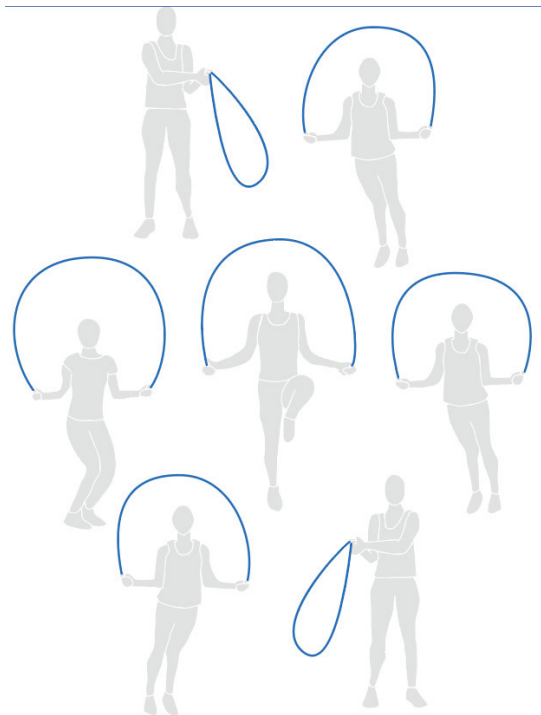
Energi og styrke

Tillid og dynamik

Styrke og autoritet

Renhed og kontrast

Laver små figurer, der sjipper ved forskellige måder med sjippetov på inden i æske **indre emballgen**

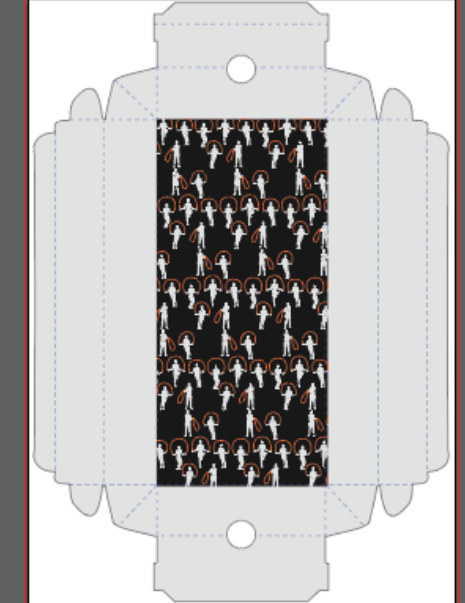
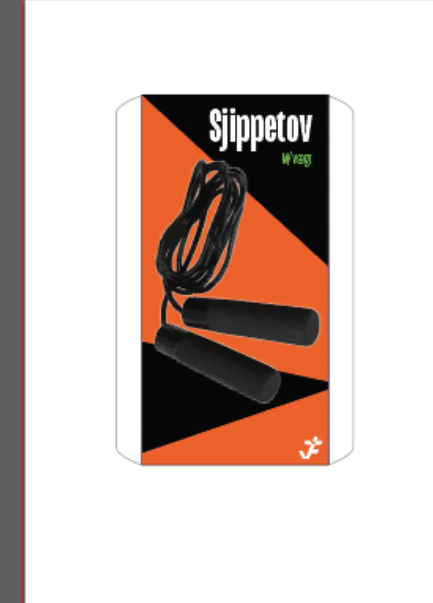
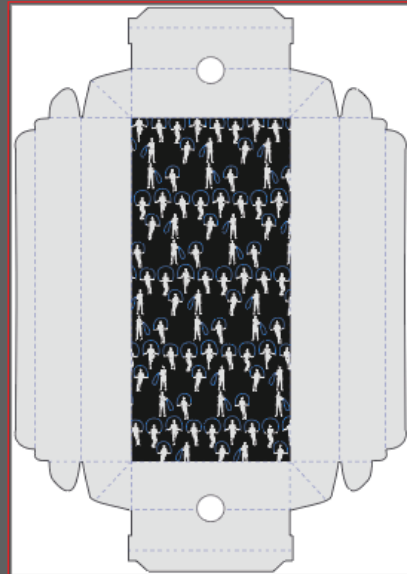
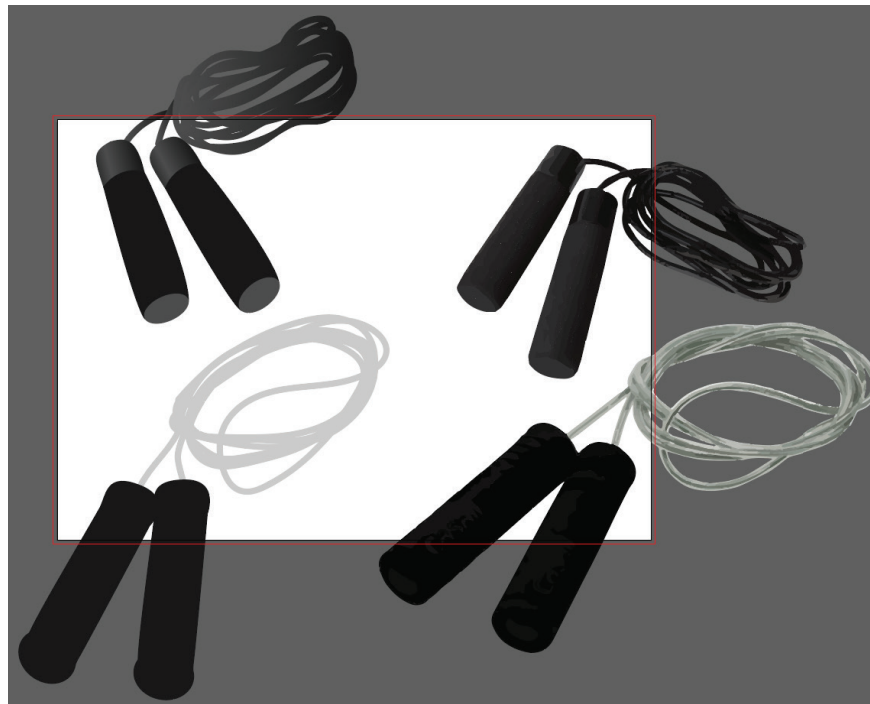


Emballagerne er gjort klar til print, skal filerne være forberedt på en måde, der sikrer optimal kvalitet ved trykning.

Efter emballagen er blevet printet, der opstå behov for at lave ændringer justering af farver og grafiske elementer

Gjort sjippetov til ligne "virkelig" nogle sjippetov.

Farver ændring på tekst.



DESIGNPROCESSEN

Problem-identifikation



Research



Idégenerering



Idéudvikling



Detaljerings



Problem

For nogle uger siden fik jeg en pakke, hvor Sjippetov var pakket ind i plastik og det gjorde det meget besværligt at få det ud af indpakningen.

Plastik er problematisk som emballagen på grund af det ikke genanvendes igen og det bliver brændt på lossepladsen.

Masser af emballage i Østen, som er lavet af 100 % genanvendt papir og genanvendt plast, men som fragtes med store skibe og fly til Europa, så er det virkelig bæredygtig?

Løsning?

Emballagen skal fremstilles i Danmark for ikke fragtes med store skibe og fly

Karton er lavet af genanvendelige materialer og kan selv genbruges flere gange (7 gange). Dette reducerer affald og mindsker behovet for nye råmaterialer.

Indsamling af viden

Målgruppen er unge voksne i alderen 19-30 år og er middelaldrende voksne i alderen 31-50 år.

Forbrugere og virksomheder får et mere miljøvenligt produkt, der understøtter bæredygtighed og reducerer miljøpåvirkningen.

Dette kan også forbedre virksomhedens image og appellere til miljøbevidste forbrugere.

Virksomheden, der specialiserer sig i salg af træningsudstyr, med fokus på at levere kvalitetsprodukter, der fremmer en aktiv og sund livsstil.

Virksomheden bruger materialer som genanvendt pap, FSC-certificeret papir, og biologisk nedbrydelige alternativer. Dette gør det muligt for kunderne at bortskaffe emballagen ansvarligt uden at skade miljøet

Så skal der skabes idéer!

mindmap mellem formål, farver, Bæredygtig, Stil og emballagen.

Fremstillet i hånden

hvordan emballagen skulle se ud på tre eksempler

Stanseform

MOODBOARD på hvilke linje vil tage

Inspiration fra andre sportsvirksomheder

Finde de skrifttyper som skal bruges for Virksomheden.

Skitser af forskellige logo-idéer

primærfarver og sekundærfarver

Farveprøve på emballagerne.

Stanseform

Konkretisering og afprøvnings af idéer

Print-klar output af emballagen med Stålwire og med vægt.

Lave nogle små ændringer på emballagen der print ud.

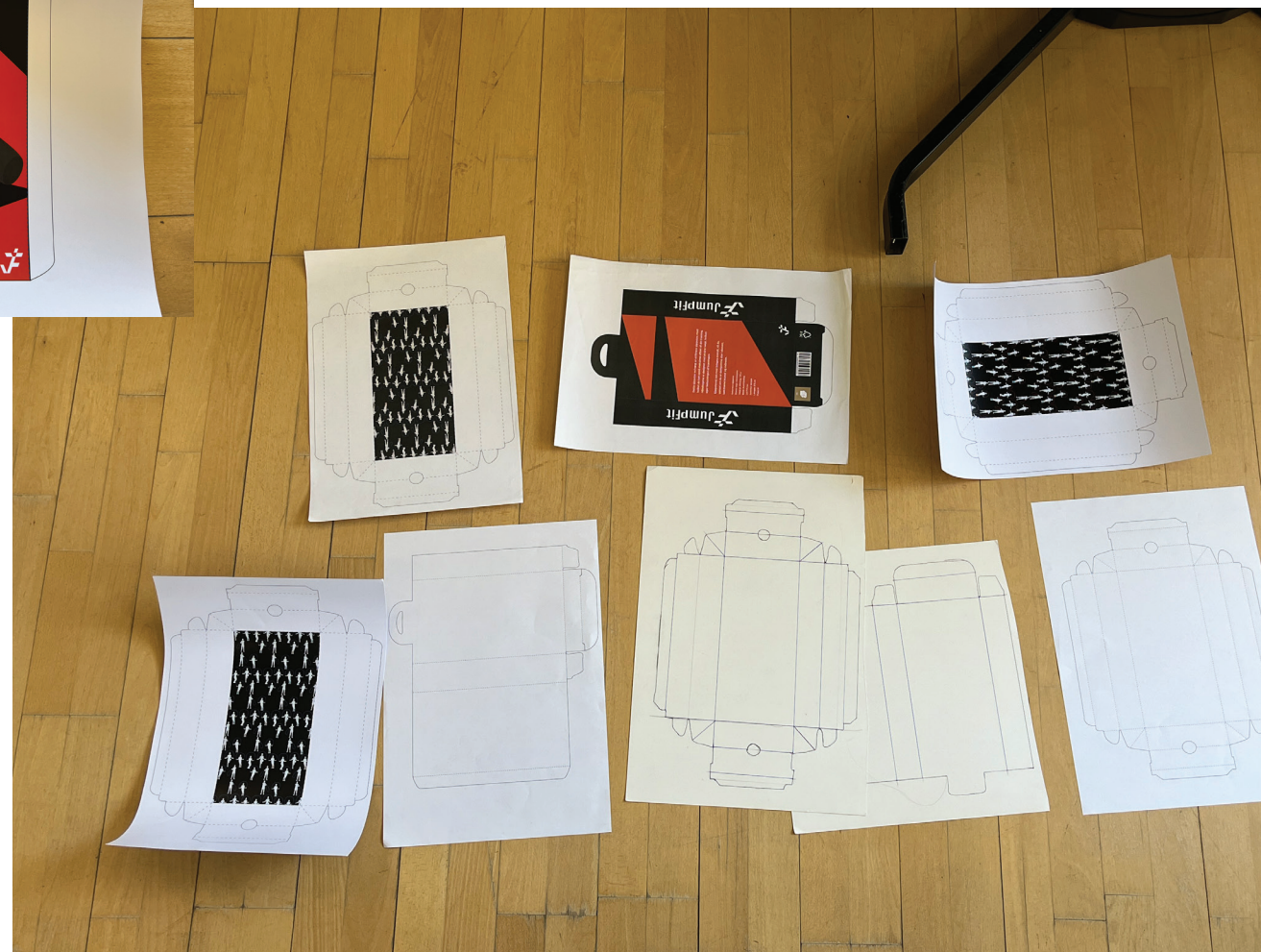
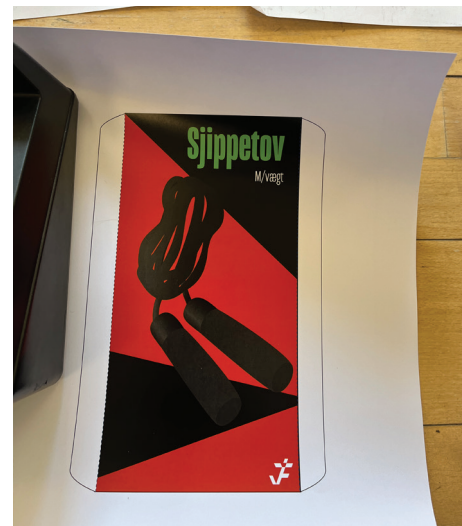
Ændringer på Stanseform

Detaljerings Fremstilling af præsentationsmateriale

Med brug af Fantastic Fold og Adobe Dimension fra illustrationslaget

Har også være fremstillet i hånden efter print ud.

De andre print af de gamle emballager



Print-klar output både i realistisk og 3D

