



Kravsspecifikation – brand tool box, visuel kommunikation

Nationalpark Vadehavet

Havnebyvej 30

6792 Rømø

05. maj 2020

Nationalpark Vadehavet er som en del af Danmarks Nationalparker udstyret med en designmanual, som bl.a. anviser skriftstørrelser i punkt, font, farver og logo-design med anvisninger og forslag til placering på især trykmedier, herunder foldere, beklædning, roll ups mv.

Som focal point for UNESCO verdensarven i Vadehavet deler Nationalpark Vadehavet en brand manual, som tilsvarende anviser punktstørrelser, farver, farver og logodesign med anvisninger til placering på især trykmedier. Toolboksen fortæller også, hvordan brug af logo skal foregå, herunder at ingen kan anvende det trilaterale Verdensarv Vadehavet-logo uden at spørge focal point, d.v.s. sekretariatet i Nationalpark Vadehavet, som i en række tilfælde også skal spørge CWSS – Det Fælles Vadehavssekretariat i Wilhelmshaven.

Derudover har Nationalpark Vadehavet udarbejdet en kommunikationsplan. Her findes historien om Nationalpark Vadehavet: Hvem er vi? Hvad gør vi? Hvorfor gør vi det? Og hvordan har vi tænkt os at komme i mål med vores store drøm, vores vision. Planen sætter ord på vores værdifyldte fortælling - vision – mission – værdier – fem indsats – kommunikationskanaler og samarbejdspartnere – målgrupper foruden anslag til fysiske porte og en digital port.

I samarbejde med verdensarvsstederne i Jelling og Christiansfeld og i øvrigt Rigsfællesskabets Verdensarvssteder har vi udarbejdet et udkast til en plan for vores content marketing.

Også til Verdensarv Vadehavet har vi udarbejdet en kernefortælling og 5 nøglefortællinger.

Kort sagt: Der er spændt rammer ud for vores kommunikationsindsats.

I dagligdagen arbejder vi med en række medier og kommunikationskanaler, især:

- Web
- Foldere for Nationalparken og for Verdensarven, ynglefugle, græsning, prædation m.v.
- Temahæfter, faglige rapporter og andre faglige publikationer
- Magasin
- Skyfish – online database med fotos, video og tekster
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Nyhedsbrev
- Events
- Oplæg og foredrag
- PR
- Power Points og præsentationer
- Og så alt det andet

Erfaringerne viser, at der er behov for at få revideret kommunikationsplanen, så den samler alle foreliggende værktøjer, manualer og forholder sig mere konkret end nu til, hvordan vi vil forme vores kommunikation, så den fremstår mere homogent for modtagerne. Så de ved, at afsenderen er Nationalpark Vadehavet. Men sandelig også, så medarbejderne bruger værktøjerne i deres dagligdag og derved bliver ambassadører for vores kommunikation og udtryk i bred forstand. Kommunikationsplanen skal rumme et årshjul for kommunikation, så gentagne kommunikationsindsatser planlægges bedre og uforudsete tiltag kan favnes i en travl hverdag. Planen skal også rumme en model eller et tjekværktøj til at sikre en mere effektiv kommunikation. Den opdaterede kommunikationsplan er ikke en del af dette udbud.

Vores erfaring igennem de sidste år er også, at der er stigende brug for at få styr på vores visuelle og audio-visuelle kommunikation. Det drejer sig om de fotos, video, lyd og film, som vi f.eks. lægger på Skyfish og YouTube. Eksempelvis har vi lavet dronofilm for en række områder i nationalparken, som har en slags musik og en måde at filme og klippe på, der adskiller sig markant fra den animationsfilm, som introducerer kort og budskabstungt om nationalparken og verdensarven. Både dronofilm og animationsfilmen bruger speak og lyd samt et helt andet udtryk end film på MitVadehav og de film, vi har fået lavet i projektregi, f.eks. "Kaldet fra Vadehavet" og "Generations".

Alle de visuelle produkter er fine, men der mangler en rød tråd i budskaber, værdier og udtryk, som signalerer, at det er Nationalpark Vadehavet, der er afsender. Der er behov for at få formuleret en ramme for denne del af vores kommunikation, som kan indarbejdes i den samlede kommunikationsplan.

Nogle vil måske hævde, at det er lige meget, og at udviklingen går så hurtigt, at alle film og fotos bliver uaktuelle efter et par år. I det perspektiv er håndholdte dogmeagtige videos på 30 sekunder taget med mobilkamera og Gopro's er fint. Men vi tror på, at Danmarks største, og eneste internationale nationalpark, som tillige rummer en verdensarv, har budskaber og værdier, der er, om ikke tidsafhængige, så dog meget mere uafhængige af tid, sted og rum end f.eks. reklamer for tøj, sko og turismeprodukter. Det kan vi kun signalere ved at beslutte os for, hvordan vi kommunikerer vores værdier – er det livsstil eller stemninger, er det mennesker eller natur/kultur, er det lyse eller mørke farver, er det ... Ja, hvad er det, vi vil fortælle om, og hvordan anvender vi bedst de visuelle og audioelle medier til det. Det er kernen i denne kravsspecifikation og dette udbud.

Delopgave 1

Formålet er således at få udviklet en manual med guidelines for film, fotos og lyd i Nationalpark Vadehavets (NPV) produktion af kommunikation og formidlingsmateriale. Disse guidelines skal anvendes som reference i forbindelse med vores kommunikation og formidlingsaktiviteter, og den ønskede manual vil således indgå som en del af aftalegrundlaget, når vi udbyder opgaver på kommunikations- og formidlingsområdet i forbindelse med indsatser, som Nationalpark Vadehavet deltager i både i ind- og i udland.

Vi indgår i mange forskellige og ofte komplekse projekter med mange forskellige projektpartnere, leverandører og projektformål. De visuelle guidelines skal sikre, at kommunikation og formidling i forbindelse med såvel disse projekter som de projekter, som nationalparkens sekretariat alene har ansvaret, ikke "stikker i mange retninger", men er båret af en klar og genkendelig linje.

Leverandøren skal hjælpe Nationalpark Vadehavet i opgaven med at facilitere ovennævnte proces samt udvikle de visuelle elementer, der er brug for til manualen. Opgaven skal løses i et tæt samarbejde med Nationalpark Vadehavets sekretariat og eventuelle indkaldte interessenter, og således, at den – hvor det måtte være påkrævet - korresponderer med den gældende Designmanual for Danmarks Nationalparker og kommunikationsplanen, jf ovenstående.

Processen skal indeholde følgende elementer:

- research og kortlægning af behov via desk-research samt workshop
- afstemning af nødvendige kommunikations- og medieelementer til fremtidigt brug
- produktion af billed- og videoeksempler

- afklaring af brugen af lyd- og musik i medieproduktioner

Projektet skal resultere i en nedskrevet, layoutet "Visuel manual" til Nationalpark Vadehavet. Manualen, der leveres digitalt, men gerne så den kan printes om nødvendigt, skal indeholde en række forskellige tekster, billeder, video- og filmeksempler.

Det vil være hensigtsmæssigt om research og kortlægningsprocessen også rummer elementer omkring målgrupper, effektmåling og dokumentation i forhold til de valgte medier.

Option: Nationalpark Vadehavet kan i projektperioden identificere behov for at få produceret øvrige lokale film- og lydoptagelser.

Delopgave 2

Korte SoMe film og stillfotos, der formidler hensigtsmæssig adfærd i Danmarks Nationalparker, i en række forskellige aktiviteter (strandbesøg, kite surfing, roning, ridning, lystfiskeri, jagt, mountainbiking, vandring, østersture, fugleture, sankning mv), som er defineret i projektet Code of Conduct, hensigtsmæssig adfærd i nationalparken¹. De ønskede SoMe-film og stillfotos tager udgangspunkt i at kommunikere med 3 overordnede brugergrupper, se nedenfor, med yderligere specificerede under-brugergrupper, identificeret i forbindelse med projektet.

Der ønskes tilbud på tre film og flest mulige fotos inden for en beløbsramme på 240.000 kr. Samtlige film, inklusivt råmateriale, og fotos skal være frikøbt til ubegrænset brug også hos tredje part.

Danske og udenlandske gæster i de danske nationalparker skal opfordres til den mest hensigtsmæssige adfærd i vores verdensklasses natur. Det skal ske, både hvis man er feriegæst på en af de velbesøgte strande eller friluftsnyder, der er aktiv inden for en række forskellige friluft aktiviteter. Film og fotos skal kommunikere de vigtige budskaber omkring bedst ønskelig adfærd i naturen, med hensyn til dyre- og planteliv, såvel som andre brugere i naturen. Der er udpeget tre overordnede brugergrupper, og det vil være nødvendigt at indgå i en tæt dialog med Nationalpark Vadehavet samt arbejdsgruppen med repræsentanter fra de øvrige nationalparker, i udviklingen af indholdet og budskabet.

Som grundlag for indholdsvurderingen er der, som angivet, fastlagt behovet for tre film:

1. Film målrettet feriegæster og dagsbesøgende til området (herunder danske og udenlandske) – med fokus på overordnede gode råd omkring hensigtsmæssig adfærd ifm. hundeluftning, affald, sikkerhed ifm. tidevand mv. Filmen skal opfordre gæster til at nyde naturen fornuftigt gennem flotte naturoptagelser og budskaber leveret med humor. Medvirkende statister bliver fundet af nationalparken.

Målgruppe: Besøgende i naturen, typiske turister fra især Danmark og Tyskland (90% af overnatninger)
Længde: 1:00-1:30

Filmen skal primært optages i Nationalpark Vadehavet med option på, at de øvrige Danske Nationalparker kan købe optagelser relevante for formidlingen af lokale forhold de deres respektive parker. Filmen skal leveres i helhed, men skal kunne klippes efter behov hos hver enkelt nationalpark (f.eks. skal den del med tidevand kunne klippes væk for Nationalpark Mols Bjerge)

Sprog: indtalt på dansk, version med tyske og version med engelske undertekster. Oversættelse aftale arrangeret af Nationalpark Vadehavet.

¹ Se bilag 8

Bilag 2

Stills fra filmen skal bruges i øvrige kampagnetiltag f.eks. på hjemmesider, i artikler, hæfter m.v..

Budget: 90.000

2. Film målrettet skolebørn – en kortere version af filmen til feriegæster fortalt igennem filmtegner og skal rumme de samme budskaber som film 1

Målgruppe: Skolebørn 0. – 6. kl..

Længde: 00:30

Sprog: Indtalt på dansk, tysk og engelsk

Budget: 20.000

3. Samlet film til friluftsudøvere, hvor hver af de identificerede brugergrupper (inklusiv roning, surfing/brætsejls, ridning, jagt, lystfiskeri, østersplukning/sankning, vandring, sejls, cykling/mountainbiking, hundeluftning m.v.) bliver repræsenteret, på locations i de fem nationalparker. Filmen skal opfordre folk til at komme ud via flotte natur- og fede aktivitetsoptagelser, samtidig med at vi minder dem om, at de skal opføre sig hensigtsmæssigt, når de er derude. Filmen skal henvise til samlingen af guidelines på nationalparkernes hjemmeside til sidst. Medvirkende statister bliver fundet af nationalparkerne.

Målgruppe: Friluftbrugere i den danske natur

Længde: 2:00 – 2:30

Filmen skal primært optages i Nationalpark Vadehavet, med én aktivitet filmet i hver af de andre nationalparker (Mols Bjerger, Thy, Skjoldungerne Land og Kongernes Nordsjælland), efter aftale med arbejdsgruppen bestående af repræsentanter fra hver nationalpark.

Sprog: Indtalt på dansk, version med tyske og version med engelske undertekster. Oversættelse af tale arrangeret af Nationalpark Vadehavet.

Stills fra filmen skal bruges i øvrige kampagnetiltag f.eks. på hjemmesider, i artikler, hæfter m.v..

Budget: 130.000

Film og fotos skal, udover at være tro mod det udviklede visuelle koncept (delopgave 1), bidrage til at formidle den stemning, der hersker i Vadehavet, og underbygge Vadehavet som verdensarv, for de dele af filmene, der er optaget i Vadehavet. Samtidig er formålet med fotos at videregive viden om og guidelines til hensigtsmæssig adfærd i de danske nationalparker via trykte og digitale medier. Filmene skal kunne fungere som hele film eller klippet delvist per aktivitet.

Film og fotos skal vise årstidsvariation, hvor muligt, og dermed opfordre til besøg i området på alle tider af året. Fotos skal illustrere mennesker/personer, der aktivt deltager i friluft aktiviteter ifølge de guidelines, der skal kommunikeres. Brug af personer skal respektere lovgivningen bl.a. GDPR mv. og samtidig ønsker kunden (Nationalpark Vadehavet), at der hellere bruges rigtige besøgende end statister og skuespillere.

Delopgave 2 faktureres særskilt, og udføres i tæt samarbejde med projektets medarbejdere, og der forventes en tæt dialog i respekt for den kunstneriske frihed.

Delopgave 3

Korte SoMe film og stillfotos, der formidler viden om vadehavets unikke natur og kultur i relation til Verdensarv Vadehavet og med udgangspunkt i udpegede oplevelsesprodukter. De ønskede SoMe film og stillfotos tager udgangspunkt i tre tematiske produkter, se nedenfor, hvor produktudviklingen af de enkelte

produkter sker i samarbejde med lokale partnere og i sammenhæng med nationalparkens engagement i Interreg 5 B-projektet ProwadLink, udvikling af bæredygtige oplevelser.

Der ønskes tilbud på flest mulige film og fotos inden for en beløbsramme på 110.000 kr. Samtlige film og fotos skal være frikøbt til ubegrænset brug også hos tredje part. Der skal som minimum være tre SoMe-film, en for hver af de tre kategorier.

Formålet med SoMe-film og fotos er at understøtte, at internationale turister og borgere indbydes til at besøge og opleve Vadehavet med de særlige fokusområder; Dark Sky på Mandø, lejrskoler og frivillig turisme. Film og fotos skal illustrere sammenhæng til Vadehavets natur og verdensarven, sådan at tilskueren forstår sammenhængen mellem kultur og natur. Film og foto skal formidle, at det er attraktivt at komme til Vadehavet på lejrskole, Dark Sky-ophold mv. Men samtidig så det sker på en bæredygtig måde ift. naturgrundlaget og lokale beboere. Produkter inden for de fire fokusområder er udviklet på lidt forskelligt niveau, nogle er i idefase, og det vil derfor være nødvendigt for leverandøren at indgå i en tæt dialog med Kunden og med respekt for de involverede partnere omkring ideer til formidling.

Som grundlag for indholdsvurderingen er der, som angivet, fastlagt fire overordnede temaer:

- Dark Sky, Mandø
- Lejrskoler
- Frivillig turisme

Film og foto indgår i Nationalparkens formidling af Verdensarv Vadehavet og indgår samtidig i den fælles contentpool, som er under opbygning mellem de tre lande, der indgår i vadehavssamarbejdet; Danmark, Tyskland og Holland. Film og fotos skal formidle og skabe interesse, men ikke direkte fungere som salg og markedsføring af produkter. Disse funktioner varetages af aktører, som har adgang til og opfordres til at bruge materialet. Både film og fotos bliver således gjort tilgængelige for nationalparkens partnere gennem nationalparkens platform, Skyfish, men også gennem andre medier (det kunne f.eks. være den internationale hjemmeside for Verdensarv Vadehavet).

Både SoMe-film og fotos skal overordnet set bidrage til at realisere målsætningerne i 'Plan for Nationalpark Vadehavets 2019-25', særligt bæredygtig udvikling af indsatsområde 5 og 6, lokalsamfund, erhverv og turisme samt Verdensarv Vadehavet². Både film og fotos skal understøtte nationalparkens kernefortælling.

Hvis udviklingen af en af de ovennævnte produkter ikke lykkes inden for kontraktperioden, forbeholder nationalparken sig ret til at ændre valget af fokusområder, der skal formidles gennem SoMe-film og fotos, i dialog med kontraktholderen.

Film og fotos skal, udover at være tro mod det udviklede visuelle koncept (delopgave 1), bidrage til at formidle den stemning, der hersker i Vadehavet, og underbygge Vadehavet som verdensarv med de hensyn, det indebærer til natur, lokale beboere, kultur m.v.. Samtidig er formålet med fotosene at tiltrække besøgende til de udvalgte oplevelsesprodukter.

Tilbudsgiver skal give et forslag til tema og overskrift til en film inden for hver af de 3 kategorier samt tentativt komme med ide til, hvilken historie der skal fortælles/hvilke budskaber, der er relevante ift. produktkategorien (Dark Sky etc.). Der skal også redegøre for den forventede længde på hver film.

Der stilles ikke på forhånd krav om, hvilke kunstneriske og/eller visuelle greb, der anvendes, ud over at være i overensstemmelse med konceptet udviklet i delopgave 1. Film skal dog langt overvejende være op-

² Bilag 4

taget i Vadehavet, og altså ikke være f.eks. animationsfilm. Der kan indgå optagelser fra nationalparkens videoarkiv, f.eks. tidligere droneoptagelser el.lign..

Film og fotos skal vise årstidsvariation, og dermed opfordre til besøg i området på alle tider af året. Fotos må gerne illustrere mennesker/personer, der oplever steder/natur/kultur. Hellere rigtige besøgende frem for statister og skuespillere.

SoMe-film leveres som udgangspunkt i engelsk sprogversion med tale og undertekster. Der skal gives option på yderligere sprogversion på dansk og tysk.

Delopgave 3 faktureres særskilt, og udføres i tæt samarbejde med projektets medarbejdere, og der forventes en tæt dialog i respekt for den kunstneriske frihed.

Projektgruppe:

Der nedsættes en projektgruppe, der består af fgl. faste medlemmer:

Formand:	Fra NPV – delopgave 3:	Anne Husum Marboe
	Fra NPV – delopgave 2:	Ditte Dyrbo Hviid
	Fra NPV – delopgave 1:	Jens Laurits Hansen
	Fra NPV:	Peter Saabye Simonsen
	Fra NPV:	Marianne Thorlund Tølbøll
	Fra Leverandøren:	Projektlederen/specialist strategisk kommunikation
	Fra Leverandøren:	Specialist billede
	Fra Leverandøren:	Specialist lyd

Der kan ad-hoc indkaldes deltagere til projektgruppens arbejde, f.eks. i forbindelse med inddragelse af de øvrige nationalparker.

Partnere:

