

Sak 34/2018 Status kommunikasjon – nytt navn, ny logo og diverse tiltak

I forrige styringsgruppemøte ble det bestemt at hele byvekstavtalen (bypakke og mobilitet) skal få ett navn som brukes i kommunikasjonsarbeidet videre. Bymiljøpakken er det nye navnet. Felles kommunikasjon av bypakke- og mobilitetsarbeid betyr at befolkningen lettere kan få et helhetlig bilde av bymiljø-satsingen på Nord-Jæren.

Kommunikasjon av mobilitetsarbeidet skjer gjennom Kolumbus, som er mobilitetsaktøren på Nord-Jæren. I rollen som mobilitetsaktør skal Kolumbus gjennom holdningsskapende arbeid få flere til å velge andre reisemåter enn bil. Kolumbus er i tillegg tjenesteleverandør av operative tilbud som buss, bysykkel, elbil-pool, og snart også tog.

Idé om ny logo og stempel

Bymiljøpakken skal kommunisere et bedre bymiljø, planer, prosjekt, bompenger, byvekstavgift – og nå også mobilitet. Det er behov for en ny og tydeligere logo, for å kommunisere et helhetlig bymiljø, ikke en 'oppdelt verden' slik det har vært til nå. Det er naturlig at ny logo står på nettside, annonser, brosjyrer, stand, Facebook osv, og blir brukt der vi skal forklare sammenheng og bakgrunn for Bymiljøpakken.

Bymiljøpakken kan imidlertid ikke overta kommunikasjonen av oppgavene til Kolumbus, fordi et samlet mobilitetstilbud bør gå fra én avsender. Kolumbus leverer de konkrete mobilitetstilbudene og har et apparat for bestilling av billett, app for reiseinformasjon og egen kundeservice. Det må være forståelig for kunden hvor de skal henvende seg.

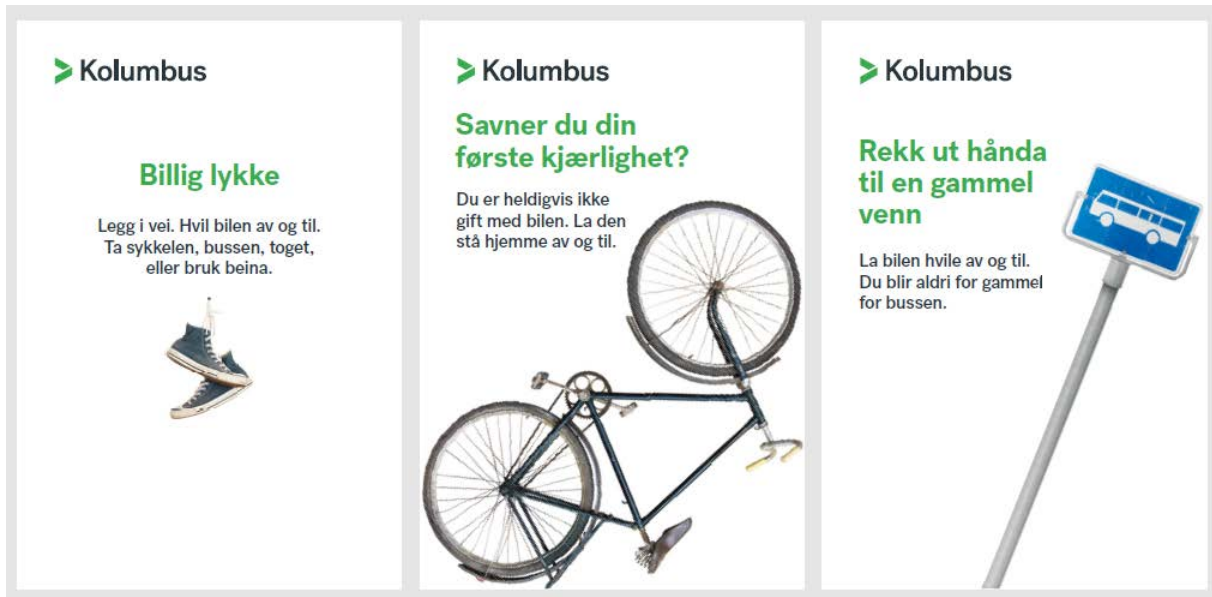
For å skape sammenheng mellom mobilitetsarbeid og prosjekter og tiltak i Bymiljøpakken, og forståelse i kunderelasjonen, er det derfor utviklet et stempel, eller vannmerke, i tillegg til logo. Dette kan settes på tiltak der pakken ikke er hovedavsender, men på gode tiltak som er i tråd med nullvekstmålet, både der Kolumbus, kommunene, fylkeskommunen eller andre er avsendere.

Det er naturlig at det lages klare kjøreregler og faste rutiner på hva som skal kommuniseres med logo eller stempel for Bymiljøpakken.

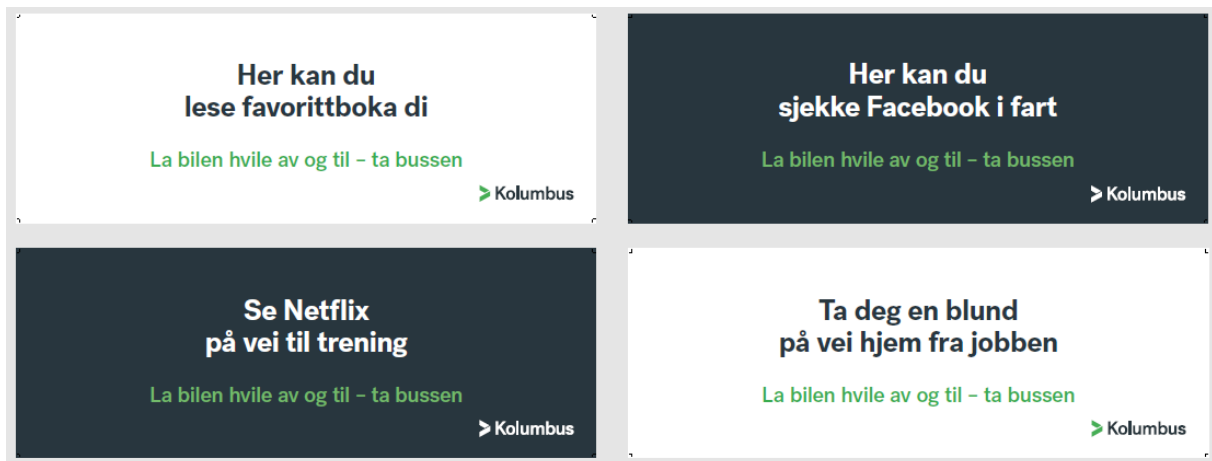
Vi anbefaler at Bymiljøpakke-logoen eller stempelet settes på tjenester som Kolumbus leverer, som knyttes direkte til nullvekstmålet. Det kan også settes på holdningsskapende kampanjer.

I mai lanserte Kolumbus kampanjen «La bilen hvile». Dette er en kampanje som Bymiljøpakken også kunne vært med på, dersom logoen hadde vært klar på det tidspunktet. Her vises noen eksempler fra kampanjen.

Varianter av trykte boards/busskur i byområdet:



Budskap i ulike varianter trykket bakpå bussene:



Reklamefilmen «Du er heldigvis ikke gift med bilen» går på kino og TV Vest for tiden. Som en oppfølger til filmen skal følgende reklamer brukes på Facebook.



Forslag til logo og stempel

Forslag til ny logo for Bymiljøpakken legges fram både i en variant med farger, og i svart/hvitt. Stempel leveres i grønt eller svart.

Overordnet har ønsket vært å presentere en logo og stempel med et optimistisk uttrykk, som spesielt refererer til godt bymiljø. Utrykket til logoen og stempelet er moderne, og viser miljø som møter infrastruktur. Linjene i logosymbolet kan være både veistrekninger, eller greiner i treet. Den buede linja viser bevegelse eller mobilitet.

Logoen er lett gjenkjennelig. Den kan også enkelt tas ut på forskjellige måter i profilmateriell, animasjon og stempel.

Logo:



Bymiljøpakken



Bymiljøpakken



Bymiljøpakken

Stempel:



Eksempel på bruk av stempel:

Stempelet er plassert bak på reklamen på bussen.



Stempelet er plassert på ramma på sykkelen:



Stempel på reklame i busskur/boards:



Stempel brukt på reklame:



Ikke gift deg...
...for tidlig

En dag vil du lengte tilbake til friheten du har nå. Friheten til å velge. Hva du vil, når du vil. Det er nå du har muligheten å legge deg til vaner. Gode vaner – for både deg og for miljøet. Vaner koster lite og gir mye. For skal du noe nå, går du. Eller hiver deg på sykkelen, bussen eller toget. Fortsett med det.

Du trenger faktisk ikke å gifts deg. **Med bilen, altså.**

 **Kolumbus**

 Du vil in Bymiljøpakken

kolumbus.no

Kostnader til utvikling av ny logo og stempel er 69.750 kroner, som er innenfor budsjettet til sekretariatet.

Framdrift

Dersom styringsgruppa for Bymiljøpakken vedtar logo nå kan vi få ut informasjon før sommerferien. Det er viktig å få ut informasjon til innbyggerne fordi bompengeneinnkreving starter i oktober.

Planlagte informasjonstiltak som kan komme før skoleferien er annonse i Aftenbladets sommermagasin, som distribueres til alle abonnenter, allerede 20. juni. I tillegg har vi annonser planlagt i alle aviser på Nord-Jæren. Vi kan også ferdigstille film som rekker å komme på kino i sommer dersom logo blir vedtatt nå. I juli er det premiere på Mamma Mia 2, og tidlig i august er det premiere på Mission Impossible 6, som blant annet har filmscener fra Preikestolen. Det ventes at begge filmene får et stort publikum.

Nettside

Dagens nettside, bypakken.no, er bygget opp rundt infrastrukturtiltak som Bymiljøpakken finansierer, med et interaktivt kart som tar mye plass på sida. Det er ikke lagt til rette for at sida kan utvikles for å ta med mobilitetsaspektet og reisevaner. Det er behov for en ny nettside som kommuniserer hele bildet, overordna mål om nullvekst, og som gir plass til hele Bymiljøpakken. Fra Bymiljøpakkens side kan vi lenke direkte til Kolumbus eller HjemJobbHjem, for eksempel.

Kolumbus har allerede utviklet en helt ferdig nettside for Mobilitetspakken som ikke er ikke publisert enda. Bymiljøpakken kan overta denne nettsida.

Denne nettsida er enkelt bygget opp og vil trenge utvikling dersom vi skal ha inn nye funksjoner. Dagens kartløsning på bypakken.no kan ikke enkelt overføres til ny side, på grunn av måten den er bygget opp på, og fordi den er tett knyttet til publiseringsløsningen av siden. Det er likevel mulig å beholde dagens nettside med bare kartet på, og lenke direkte til kartet fra ny side, men det krever en del arbeid å fjerne øvrig informasjon på sida. Det er også mulig å lage en helt ny kartløsning for den nye nettsida. Kostnader til dette er ikke estimert. Her blir det nødvendig å se på ambisjonsnivå og detaljgrad på eventuell ny kartløsning.

Med en overføring av logo, profil og design av ny mal for Bymiljøpakkens innhold, og over til det som heter mobilitetspakken.no i dag, er kostnadene beregnet til cirka 30.000 kroner. Denne løsningen betyr at vi raskt, enkelt og kostnadseffektivt kan få en ny nettside. Kostnader for videre utvikling og valg av kartløsning kommer i tillegg.

Drift og utvikling av nettside ligger allerede i budsjettet for kommunikasjon. Også dagens nettside må vedlikeholdes. Kostnader til videre drift og utvikling vil derfor legges inn i budsjettet til sekretariatet for hvert år som tidligere.

Bymiljøpakkens nettside vil trenge nytt navn. Både www.bymiljopakken.no og www.bymiljopakken.no er kjøpt av Miljøløftet i Bergen. De blir overført til oss, uten kostnader.