

Til KHM-styret
Fra UPS/Gruppe for marked og kommunikasjon

Sakstype: S 40 20 Orienteringssak
Møtedato: 11.12.2020
Notatdato: 30.11.2020
Forventet tidsbruk: 15 min
Saksbehandler: Øivind Gulliksen

Bakgrunn

KHM har i 2020 utviklet en ny visuell identitet for Historisk museum samt nytt navn og logo for det nye vikingtidsmuseet. Arbeidet har skjedd innenfor rammer gitt av UiO, og gjort i samarbeid med designbyrået Bleed. Bleed er det samme designbyrået som UiO bruker i prosessen av å videreutvikle sin overordnede designprofil. Dette bidrar til å ivareta samspillet mellom UiOs overordnede designprofil og den visuelle identiteten for det nye vikingtidsmuseet og Historisk museum. Styringsgruppen (KHMs ledergruppe) vedtok logoer for HM og VTM før sommeren.

Hva er målet med å ta opp saken i KHM-styret?

I høst har KHM i samarbeid med Bleed utviklet et designsystem som implementerer HM's visuelle identitet inn i museets kontaktflater mot publikum. Målet er å skape en helhetlig avsenderidentitet i museets samlede kontaktflater til omverdenen.

KHM ønsker å orientere styret om resultater av det pågående arbeidet med å implementere HM's visuelle profil, og vise hvordan den er tenkt brukt på ulike flater (Se vedlagte powerpoint-presentasjonen).

På disse områdene vil den visuelle identiteten bli implementert:

- Wayfinding-system for HM-bygget innvendig og utvendig
- HM's butikklokaler, butikkprodukter samt uniform
- Nye nettsider for HM – eget domene og ny design
- KHMs sosiale medier samt annonsering (print og digitalt)
- HM's printprodukter (Vår/høstprogram, museumsbrosjyre)
- Egen barneprofil og design for det nye skolerommet i 2. etasje.

