

# KONKURRENCE

TEKST LIS LYKKE ll@agi.dk  
FOTO LARS GUSTAFSSON

*virksomhedens ansigt udadtil*

## Forretningspapirer

**D**it visitkort er meget mere end blot kontaktoplysninger. Det er sammen med virksomhedens øvrige papirer, som for eksempel brevpapir og konvolutter, det ansigt, du efterlader hos dine kontaktpersoner.

Brevpapir bliver ofte bare trykt på et stykke 90 g, der kan gå i printeren. Men både design og valget af papir er med til at du og din virksomheds image står klart og tydeligt hos modtageren.

Selv om ikke alle tænker over dette, så kan vi dog også se, at der findes virksomheder, der bruger ressourcer på at finde de rigtige løsninger. Vi har fået mange gode forslag til månedens konkurrence om den bedste linie inden for forretningspapirer, men det er bemærkelsesværdigt, at mange af forslagene var løsninger for kreative virksomheder. Det ses også af de nominerede forslag, som denne gang er udvalgt af Janne Høgshøj fra Papyrus og Lis Lykke.



**KUNDE:** DESIGNIT

**AD:** DESIGNIT

**TRYKKERI:** TRYKKESTEDET, DELTA GRAFISK A/S,  
ZEUNER GRAFISK A/S

**PAPIR:** MANGE FORSKELLIGE

### GENNEMFØRT DESIGN – MEN MANGE PAPIRKVALITETER

Designervirksomheden, Designit, har kreeret et gennemført, meget rent og enkelt design for sig selv. Visitkort findes både i en sort og hvid udgave, begge med blank/mat kachering på 300 Multiart Silk. Der er også en minibrochure i visitkortformat. Lækkert design, men ærgerligt, at papirkvaliteten, 150 g Profisilk, ikke er den samme som visitkortene.

#### DOMMERKOMMENTARER:

*Janne Høgshøj:* Hvor er designet bare gennemført. Og sikke fantasi. Her får "forretningspapirer" en helt ny mening.

*Lis Lykke:* Lækkert design. Fine farver. Men ærgerligt, at der ikke er benyttet samme papirkvalitet i alle elementerne.



**KUNDE:** KVORNING DESIGN & KOMMUNIKATION

**AD:** KVORNING DESIGN & KOMMUNIKATION

**TRYKKERI:** TRYK TEAM

**PAPIR:** MUNKEN POLAR

### FORRETNINGSPAPIRER, DER PROMOVERER PRODUKTER

Kvorning Design & Kommunikation har i år fået ny visuel identitet, hvor farver spiller en stor rolle, og hvor virksomhedens produkter og services promoveres. Der er syv farver, der anvendes bredt. Designlinien er generelt meget enkel, men med variationer i farverne. Det er visitkortene, der virkelig sælger varen her. Der er 76 forskellige. Hver medarbejder har mindst fire forskellige, alle forsynet med billedet af projekter medarbejderen har været involveret i.

#### DOMMERKOMMENTARER:

*Janne Høgshøj:* Smukt og moderne design – og fræk og varieret udnyttelse af farverne. Smart og gennemtænkt idé med de forskellige visitkort til medarbejderne med motiver fra de mange eksempler på virksomhedens design.

*Lis Lykke:* Da vi så visitkortene her på redaktionen var kommentarerne fra alle sider. Hvor lækkert. Det er dejligt anderledes og en fornøjelse at se på.



**KUNDE:** DK PAPER OG SPOTPAPER

**AD:** KARINA RASMUSSEN, BRIEF KONCEPT-BUREAU

**TRYKKERI:** JANNERUP OFFSET

**PAPIR:** EXTRA+ PURE

### HER SPILLER PAPIRET EN ROLLE – SAMMEN MED DESIGNET

Anders Geiker har to virksomheder, der begge beskæftiger sig med papir. Han har valgt et ensartet udtryk for begge virksomheder, men alligevel med hver sin identitet via farvevalget. Der er brugt en brun træfarve og en grøn bladfarve. To farver, der hører til papirers verden, men også to farver, der siger noget om miljø. Designet er enkelt – og "P'et" er også med til at sige,

at vi er i papirets verden. Og så er der bare benyttet et lækkert stykke papir.

#### DOMMERKOMMENTARER:

*Janne Høgshøj:* Sådan @ keep it simple. Flot og enkelt design og 100 % gennemført papirvalg.

*Lis Lykke:* Det er en glæde for øjet, og en lækker fornemmelse i hånden.



Vinderen:

## En papirmand, der har sat papiret i fokus



Ingen tvivl om at Anders Geiker er papirets mand. Han lever af at handle med papir – enten i DK Paper regi, eller i Spotpaper-regi. Så hvad kunne være mere naturligt end at vælge et virkelig lækkert stykke papir, og hvad er mere nærliggende end at vælge træets to farver, grøn og brun.

Stort tillykke til DK Paper og Spotpaper for en brevlinie, der på så elegant vis forstår at signalere virksomhedernes ydelser og værdier.

### Næste konkurrence-temaer

Så gælder det **den miljøvenlige tryksag**.

Om det er en brochure, et katalog, et magasin eller andet er op til jer, der vil sende forslag ind til os. Men vi vil gerne høre, hvorfor tryksagen er produceret med hensyn til vores miljø. Var det et ønske/krav fra kunden, blev der i øvrigt stillet krav, fx til CO2 udslip.

Indsend forslag senest den 19. oktober til AGI, att.: Lis Lykke, Jörgen Kochsgatan 9, S-211 20 Malmö, Sverige.

Og til december gælder det naturligvis om, hvem der har lavet **det mest bemærkelsesværdige julekort**. Flere og flere julehilsener sendes som e-mail, men det er da stadig lidt hyggeligere med et rigtig postkort, ikk'? Så lad os vise dem alle, at det trykte julekort kan noget, som selv et kreativt e-postkort ikke kan hamle om med.

Forslag skal være os i hænde senest den 24. november.

Vi glæder os til at modtage en masse lækre tryksager.