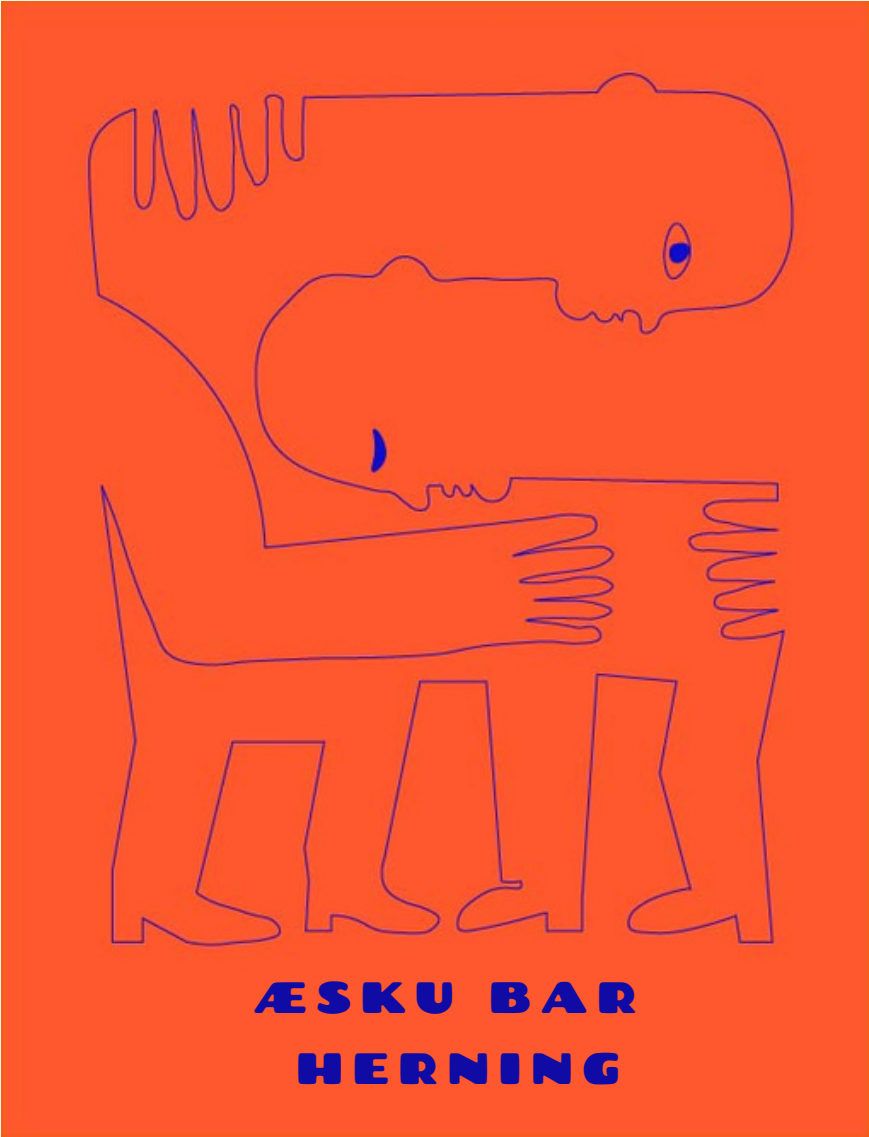


ÆSKU BAR
HERNING

2024



INDHOLDSFORTEGNELSE

OM ÆSKU BAR HERNING

1. LOGO

1.1 PRIMÆR LOGO

1.2 LOGO I BRUG

1.3 LOGO OG NAVNETS BETYDNING

2. LOGOVARIANTER

2.1 LOGO VARIATIONER

3. CO BRANDING

3.1 CO BRANDING - SOCIAL SPACE

4. FARVE PALETTE

4.1 PRIMÆR FARVEPALETTE

4.2 SEKUNDÆR FARVEPALETTE

5. TYPOGRAFI

5.1 KONCEPTS TYPOGRAFI

6. TONE OF VOICE

6.1 TONE OF VOICE - INSTAGRA,

6.2 TONE OF VOICE - FYSISK CAFE

7. SOME GUIDELINE



OM ÆSKU BAR HERNING

Æsku Bar Herning er et mødested i Herning centrum, hvor unge mennesker kan mødes og være sammen i et udendørs miljø, der emmer af sommer, lune aftner og god stemning. Æsku Bar Herning er for alle, men med et helt særlig budskab om at sætte særligt fokus på at omfavne diversitet og ensomhed blandt unge studerende, igennem arrangementer over sommeren, med dette som fokuspunkt. Derudover er Æsku Bar Herning også for festlige og glade aftner med venner og måske nye bekendtskaber.

Konceptet tager udgangspunkt i Herning kommunes værdier. Netop fordi Herning er kendt for at have en stærk sammenhængskraft båret af iderigdom, iværksætterånd, viljen til at se resultater, samt en stærk tradition for samarbejde mellem erhvervsliv, kunst, kulturinstitutioner og ildsjæle

Herning Kommunes ambition er at byen skal være et godt sted at bo, arbejde, uddanne sig og drive virksomhed - kort sagt et godt sted at leve. Æsku Bar Herning er skabt med henblik på at omfavne byens værdier med fokus på ungdom, kunst og kultur samt de fremtidsmæssige mål.

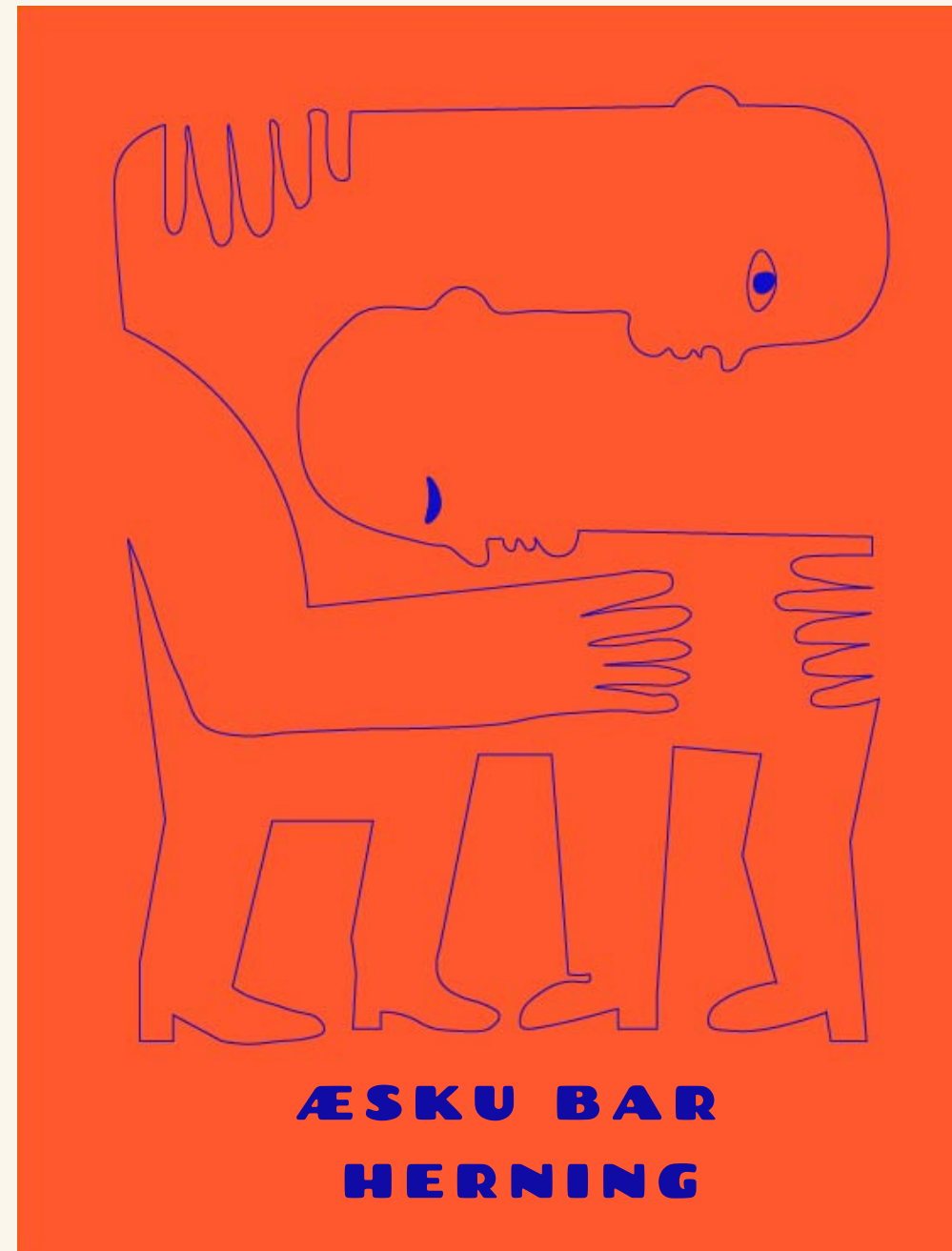


UNGDOM, FÆLLESSKAB, SJOV

1. LOGO



1.1 PRIMÆR LOGO



1.2 LOGO I BRUG

LIVE MUSIC, COLD DRINKS AND GOOD VIBES



WE'RE NEW HERE...

TO MARK OUR GRAND OPENING, WE EXTEND A WARM INVITATION TO JOIN US FOR A COZY DAY FILLED WITH LIVE MUSIC, REFRESHING BEVERAGES, AND POSITIVE VIBES. WE LOOK FORWARD TO SEEING YOU!

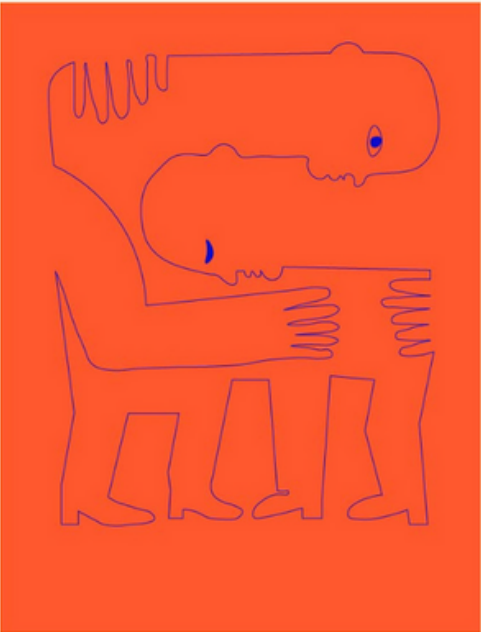
ÆSKU BAR HERNING

INSTAGRAM PROFIL LOGO



ÆSKU BAR

HERNING



COME AND VISIT ÆSKU BAR HERNING, RECENTLY OPENED IN TINGHUSHAVEN. WE ARE READY WITH GOOD MUSIC, ACTIVITIES, REFRESHMENTS, AND A GREAT ATMOSPHERE.

FOLLOW US ON ÆSKUBARHERNING ON INSTAGRAM TO STAY UPDATED ON WHAT'S HAPPENING.

Open from march to september

Tuesday - Saturday from 12 PM -10 PM



1.3 LOGO OG NAVNETS BETYDNING



**ÆSKU BAR
HERNING**



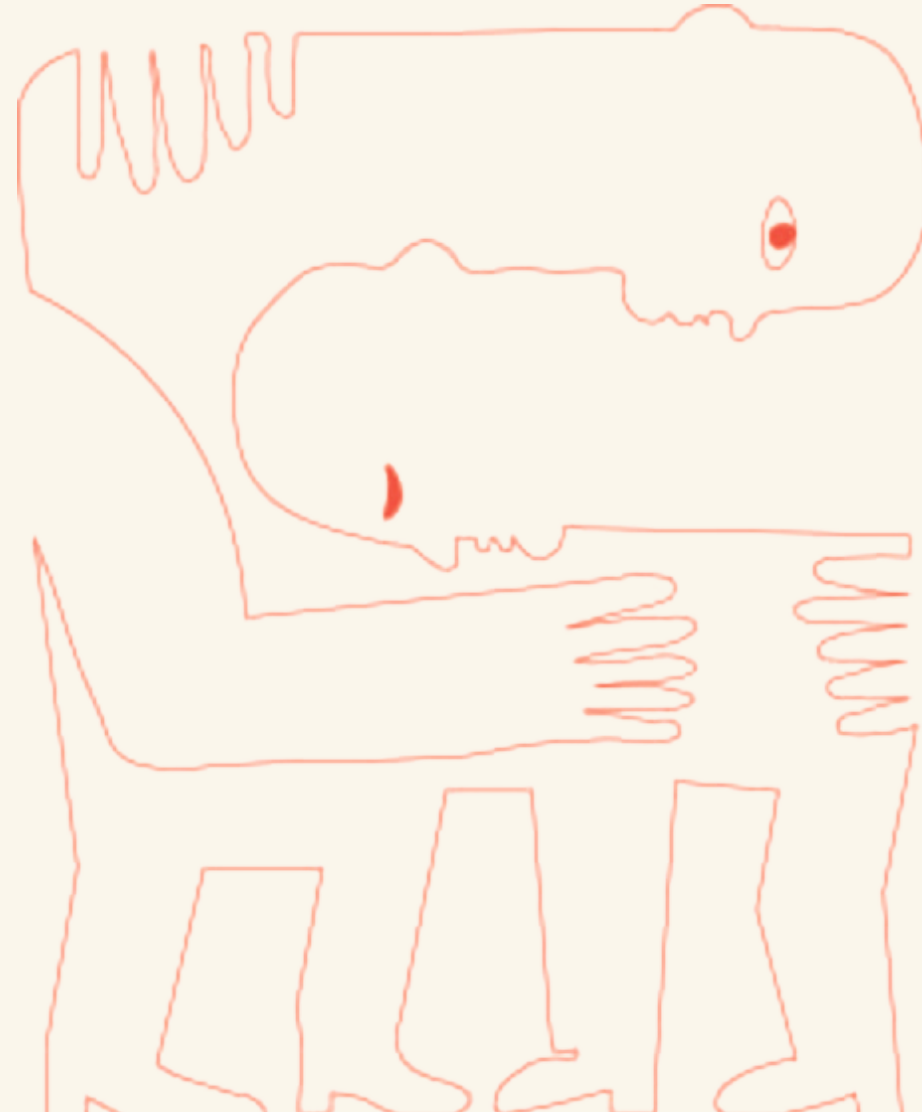
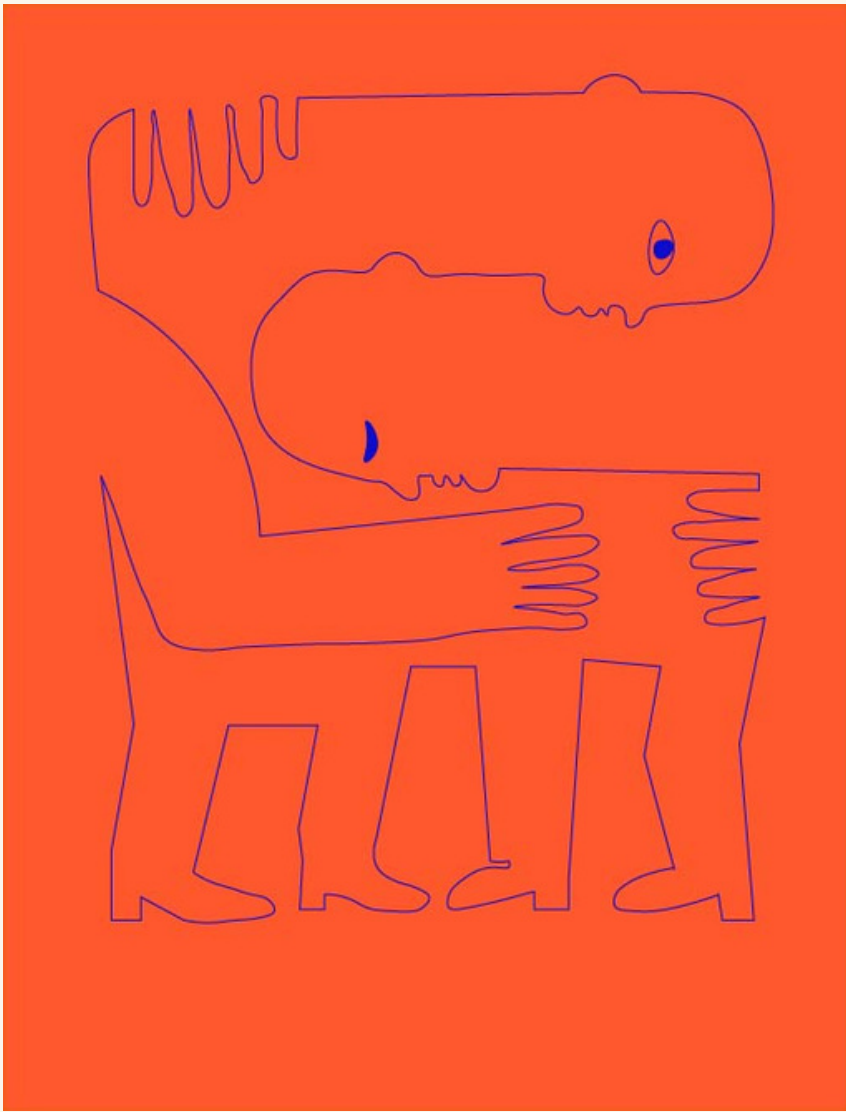
Logoet symboliserer sammenhold mellem mennesker og skal også udtrykke, at vi skal være der for hinanden og give omsorg til de der har det svært.

Navnet kommer af det islandske ord Æsku, som betyder ungdom. De fulde navn Æsku Bar Herning, skal også forståes som et sjovt ordspil, som lyder som "Det er sgu bare Herning", sagt med jysk dialekt.

2. LOGOVARIANTER



2.1 LOGO VARIATIONER



ÆSKU BAR HERNING

ÆSKU BAR HERNING



ÆSKU BAR
HERNING

ÆSKU BAR
HERNING

3. CO BRANDING

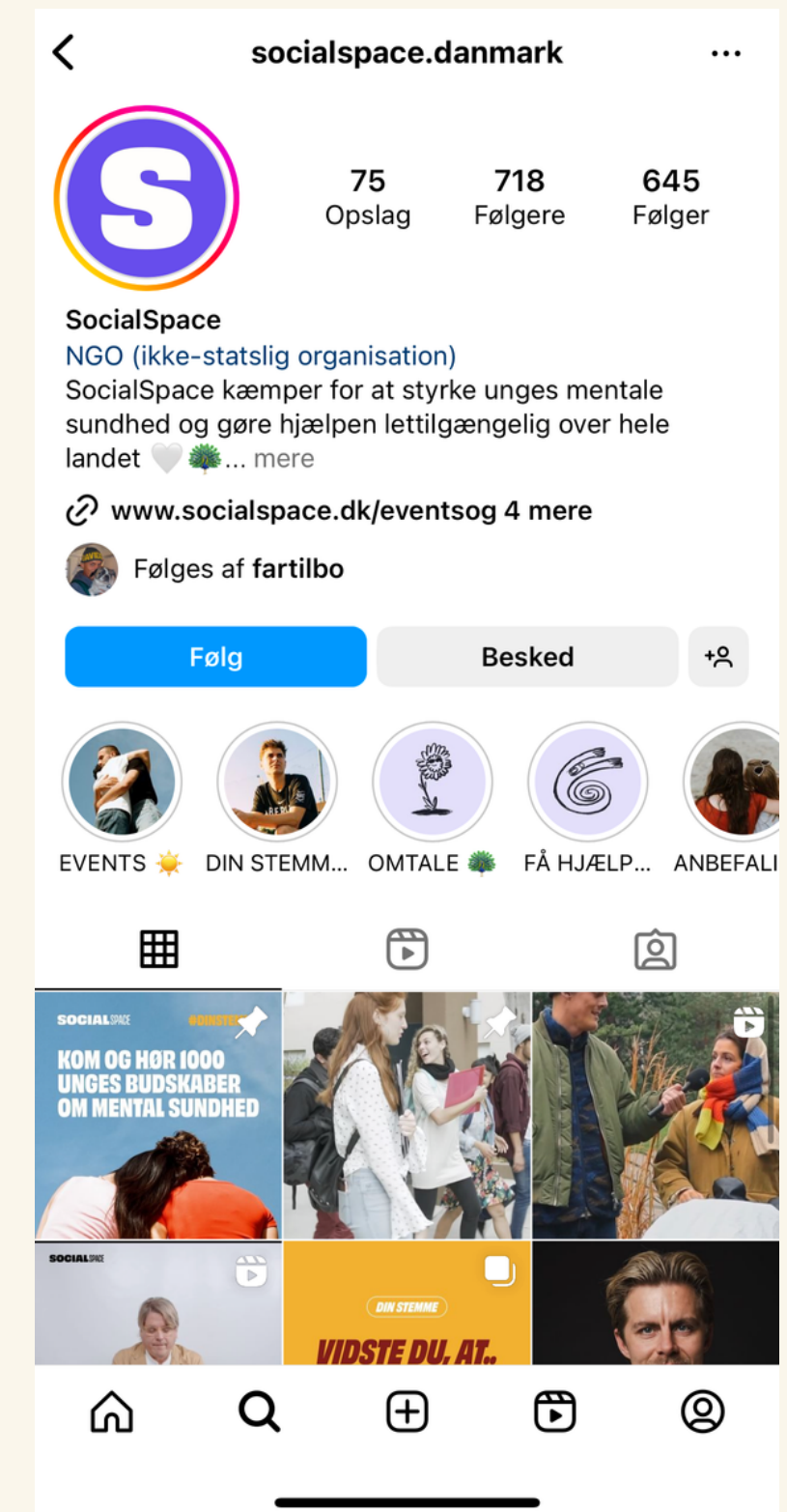


3.1 CO BRANDING - SOCIAL SPACE

Æsku Bar Herning vil have samarbejdspartnere, som støtter op om konceptet med at sætte fokus på unges trivsel.

Derfor er en ideal samarbejdspartner, Social Spaces, som kæmper for at styrke unges mentale sundhed.

Social Space tilbyder at komme gratis rundt i samarbejde med ungdomsuddannelser og hjælpe studerende med at styrke deres mentale sundhed; I form af inspirationsoplæg og øge kendskab til gratis rådgivning. Dette vil være en af aktiviteterne som vil være hos Æsku Bar Herning. Ydermere har Social Space samarbejder med erhvervslivet, for at komme nemmere ud til de unge. Social Space samarbejder med influencers, som snakker ind i denne tendens og som når ud til en lang række unge forbrugere på sociale medier.



4. FARVEPALETTE



4.1 PRIMÆR FARVEPALETTE

PANTONE®
Blue 072 C

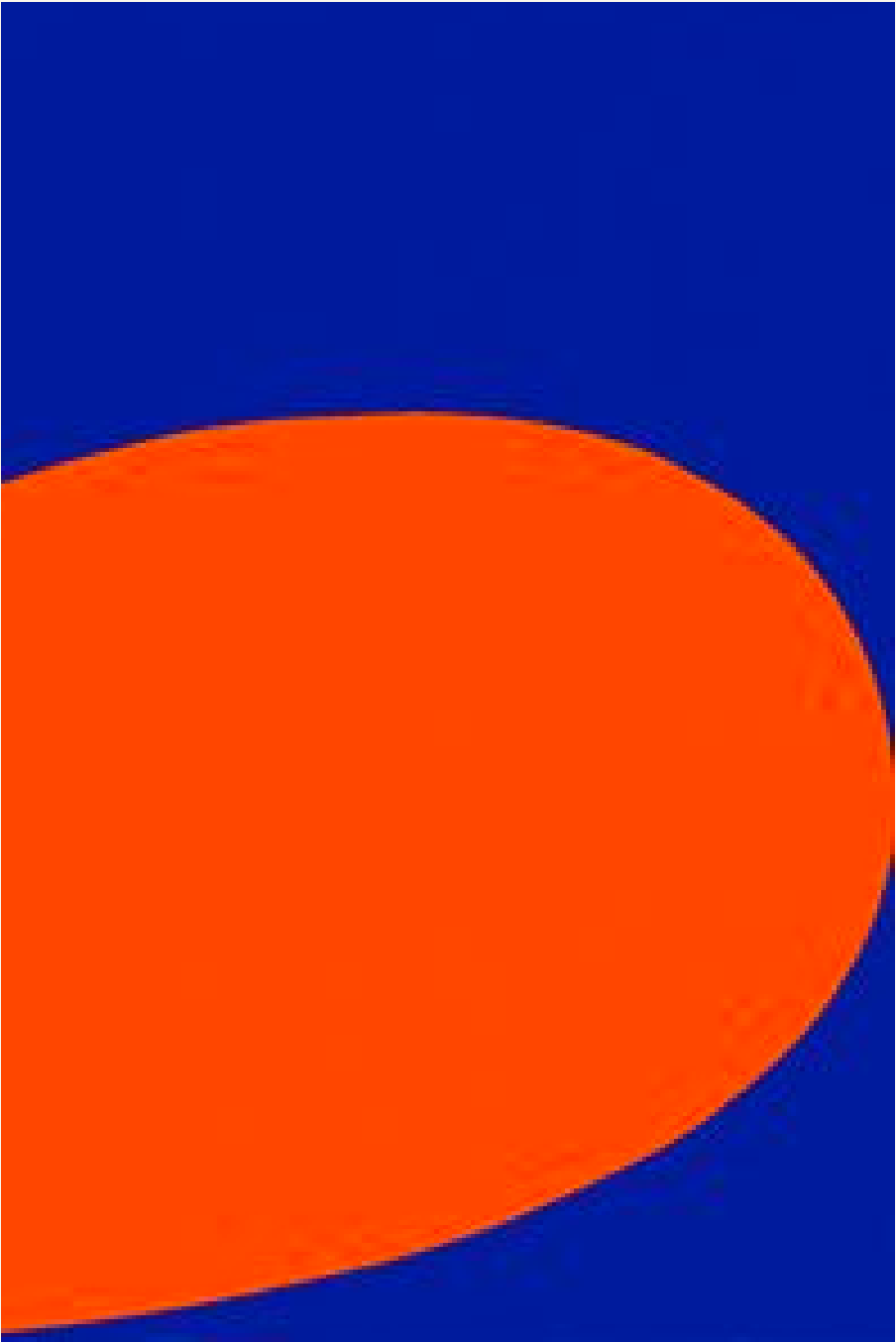
Formula Guide Solid Coated

Lab	17.33	43.27	-76.27
sRGB	16	6	159
HEX	10069F		

PANTONE®
17-1363 TSX
Exuberant Orange

FHI Polyester TSX

Lab	65.15	70.24	64.89
sRGB	255	88	45
HEX	FF582D		



4.2 SEKUNDÆR FARVEPALETTE

PANTONE®
9081 C

Pastels & Neons Coated

sRGB 223 220 212
HEX DFDCD4

PANTONE
#000000
Tava Studio



5. TYPOGRAFI



5.1 KONCEPTETS TYPOGRAFI

Standard skrifttypen er Josefin Sans. Der skal altid bruges Josefin Sans, hvis materialet skal vises på digitale platforme som PC, tablet eller mobil.

Chango skal altid bruges ved overskrifter, mellemrubrikker og lignende.

CHANGO:
ÆSKU BAR HERNING

JOSEFIN SANS:
ÆSKU BAR HERNING



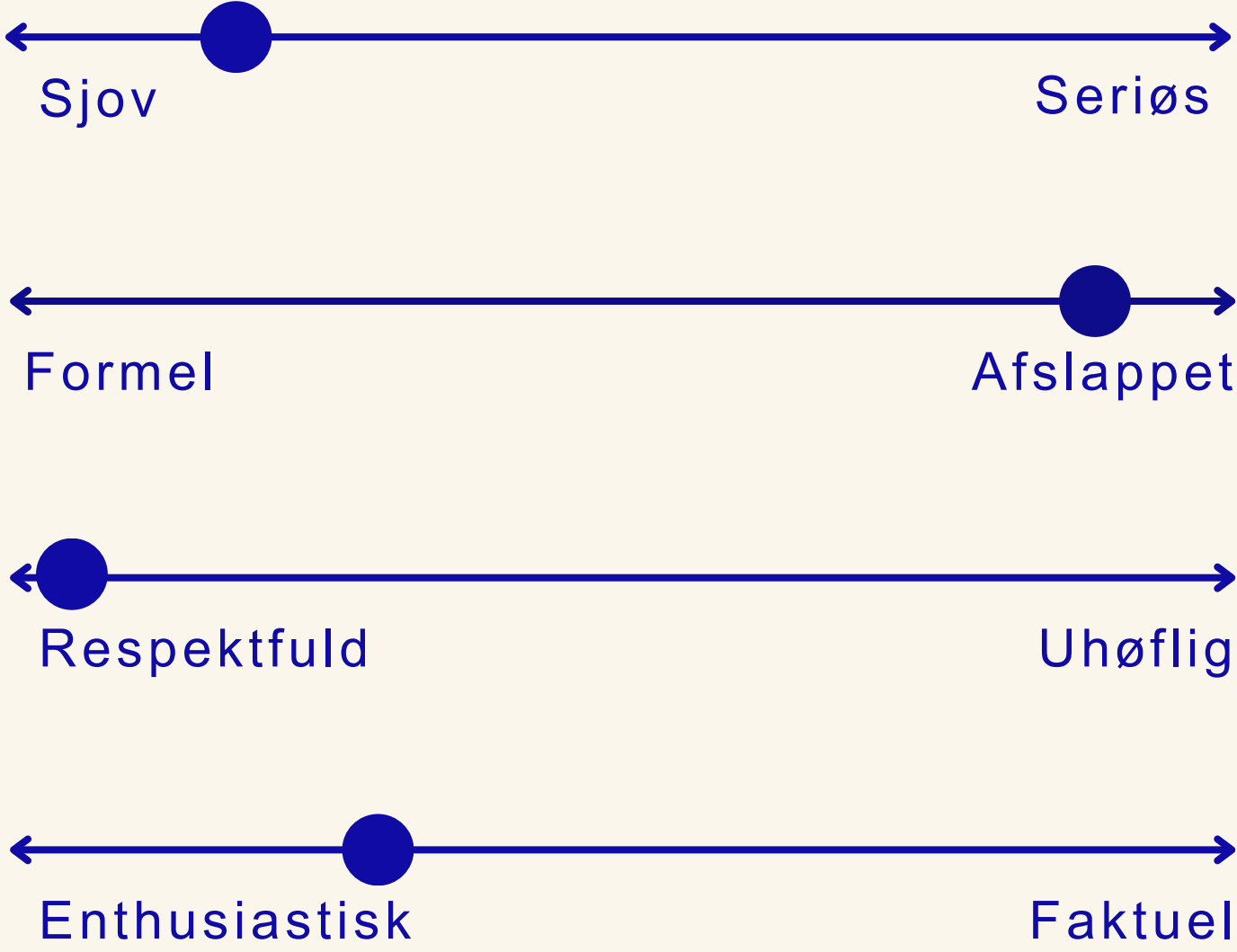
6. TONE OF VOICE



6.1 TONE OF VOICE - INSTAGRAM



THE FOUR DIMENSIONS OF TONE OF VOICE



6.2 TONE OF VOICE - FYSISK CAFE

LIVE MUSIC, COLD DRINKS AND GOOD VIBES



WE'RE NEW HERE...

TO MARK OUR GRAND OPENING, WE EXTEND A WARM INVITATION TO JOIN US FOR A COZY DAY FILLED WITH LIVE MUSIC, REFRESHING BEVERAGES, AND POSITIVE VIBES. WE LOOK FORWARD TO SEEING YOU!

ÆSKU BAR HERNING



THE FOUR DIMENSIONS OF TONE OF VOICE



7. SOME GUIDELINES



FORMÅL

Formålet er at skabe liv i Herning by blandt de unge studerende på videregående uddannelser med fokus på trivsel

Målgruppe: Unge studerende på videregående uddannelser

Problem 1: Øget brug af Herning by blandt unge studerende

Problem 2: Ensomhed og trivsel blandt unge studerende

Fremtidigt formål:

1. Sikre et fremtidigt sundt studieliv i Herning med et større fokus på trivsel og ensomhed hos unge studerende på videregående uddannelser
2. Opnå større tilflytning til Herning by ved at øge interessen og brugen af Herning by hos unge studerende på videregående uddannelser



BRANDING

Hashtag som markedsføring

Skabe omtale og kendskab om konceptet ved brug af genkendelige Hashtags

Rabat

Tiltrække folk og gøre det attraktivt ved: 3 for 2

Sikre at konceptets DNA er i fokus i al SoMe kommunikation

Farver, font, tone-of voice, visuelle virkemidler

Events

“Konceptet” markedsføres gennem de events der over sommeren vil blive afholdt

Kampagne

Kampagne på uddannelser, som hænger rundt forskellige steder på skolerne.



TIDSPLANLÆGNING

Skabe kontinuerligt markedsføring og stor tilstedeværelse på SoMe

Før: Opdater forbrugerne på hvad der skal ske, hvornår og hvor

Under: Holde forbrugerne opdateret om aktiviteterne, dagligdagen og udvalg i baren

Efter: Hvilken lokation vil vi være at finde næste sommer samt huske forbrugerne på os i vinterhalvåret

Bruge business suite til at planlægge aktiviteter, når målgruppen er online



VISUELT INDHOLD

Nøgleord for hvad der skal kommunikeres visuelt

Studieliv, ungdom, fællesskab, sjov, kunst, kultur, farver, sommer, spændende produktudvalg, retro vibe

Eksempler på SoMe og det visuelt indhold:

Visuelt indhold skal formidles gennem illustrationer og tegninger samt stemningsbilleder fra Æsku Bar Herning.

Der skal være et genkendeligt og gennemgående visuelt udtryk i forhold til: farver, typografi og tone of voice, som matcher Æsku Bar Hernings DNA.

Der skal ligeledes anvendes de samme hashtags:

#aeskubarherning

#fællesskabherning

#ungdomherning



VISUELT INDHOLD

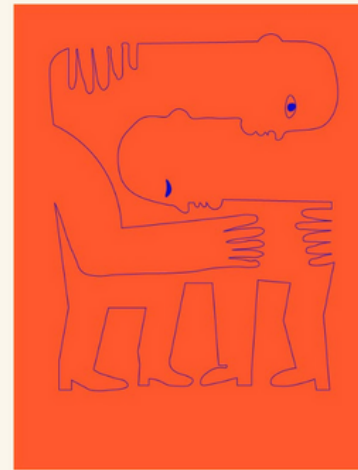
LECTURE WITH A FOCUS ON WELL-BEING IN YOUNG PEOPLE

Æsku Bar Herning seeks partners who support the concept of focusing on the well-being of young people. Therefore, an ideal collaborator is Social Spaces, which strives to enhance the mental health of youth.

Social Spaces offers to visit educational institutions for free in collaboration with youth education programs and assist students in strengthening their mental health. This involves providing inspirational presentations and raising awareness about free counseling services. This will be one of the activities at Æsku Bar Herning. Additionally, Social Spaces collaborates with the business sector to reach out more effectively to young individuals. Social Spaces also partners with influencers who address this trend and have a wide reach among young consumers on social media.



ÆSKU BAR HERNING



COME AND VISIT ÆSKU BAR HERNING, RECENTLY OPENED IN TINGHUSHAVEN. WE ARE READY WITH GOOD MUSIC, ACTIVITIES, REFRESHMENTS, AND A GREAT ATMOSPHERE.

FOLLOW US ON ÆSKUBARHERNING ON INSTAGRAM TO STAY UPDATED ON WHAT'S HAPPENING.

Open from march to september
Tuesday - Saturday from 12 PM -10 PM

Bingo B⁴nanza

Join us for an exciting night of Bingo with friends and study mates!

JULY 22, 2024
7:00 PM - Æsku Bar Herning



ÆSKU BAR HERNING

WHO ARE WE ÆSKU BAR HERNING

Æsku Bar Herning is a meeting place in the center of Herning where young people can gather and spend time together in an outdoor environment filled with summer vibes, warm evenings, and good vibes. The bar is for everyone, but with a special message to particularly focus on embracing diversity and addressing loneliness among young students through summer events, with this as the main focus. Additionally, the place is also for festive and joyful evenings with friends and perhaps new acquaintances.

OPENING HOURS

MARCH - SEPTEMBER

TUESDAY 12:00 PM - 10:00 PM

WEDNESDAY 12:00 PM - 10:00 PM

THURSDAY 12:00 PM - 10:00 PM

FRIDAY 12:00 PM - 10:00 PM

SATURDAY 12:00 PM - 10:00 PM

TINGHUSHAVEN, HERNING



INTERAKTION MED FØLGERE

- Læg stories op på sociale medier. Hver dag.
- Lav afstemninger/polls
- Egen Instagram profil
Deling på Herning Kommunes Instagram - opdateringer med events og generel information.
- Repost af følgernes storys, svare på kommentarer og direct message. (DM)



LIVEOPDATERING OG NEDTÆLLINGER

- Mens opbygningen af baren sker, så skal der være behind the scenes. For at vække nysgerrighed ved målgruppen.
- Derudover skal der ske nedtællinger til events, for hele tiden at holde målgruppen opdateret og skabe interesse.



PARTNERSKABER OG INFLUENCERS

Partnerskab med denne nyopstartet organisation ved navn Social Space, som sætter fokus på unges mentale sundhed. For at skabe et event i samarbejde med Social Space, ville give god mening for at sætte fokus på og tage hul på tendensen til ensomhed blandt unge.



KRISESTYRING

- Udvikl en plan for håndtering af eventuelle negative kommentarer eller uventede situationer
- Hold overblik over diskussion og reager professionelt



EVALUERING OG ANALYSE

- Brug kundefeedback, polls og afstemninger til at videreudvikle på konceptet
- Brug business suites til at måle data om forbrugernes aktivitet og respons
 - For at forbedre og udvikle



REGLER

- Overhold reglerne for markedsføring og persondata på sociale medier.
- Sikre dig, at alt indhold overholder lokale love og retningslinjer.
- Sørg for at alle produkter skaffes ved samarbejdspartnerne. fx Hancock.



EKSTRA

Stemnings board



Inventar board



Kilder: Instagram: Guldiosk, www.biltema.dk, ikea.dk, [havemøbelland](http://havemøbelland.dk), terassevarmer.dk, inventarland.dk, ggmgastro.nordic.dk

Produkt board



MENU

WATER 

ACQUA PENNA KILDEVAND 25 L. 25 DKK.

SODA 

HANCOCK COLA 25 L. 20 DKK.
HANCOCK SPORT COLA 33 L. 20 DKK.
HANCOCK APPELSIN 25 L. 20 DKK.
HANCOCK LEMON 25 L. 20 DKK.

SNACKS 

BUGGLES 20 DKK.
PRINGLES SOURCREAM 20 DKK.
PRINGLES ORIGINAL 20 DKK
NOODLES 10 DKK.
CANDY 20 DKK.

BEER 

ALBANI MOSAIC IPA 33 L. 25 DKK.
TUBORG CLASSIC 33 L. 25 DKK.
GRØN TUBORG 33 L. 25 DKK.

COFFEE 

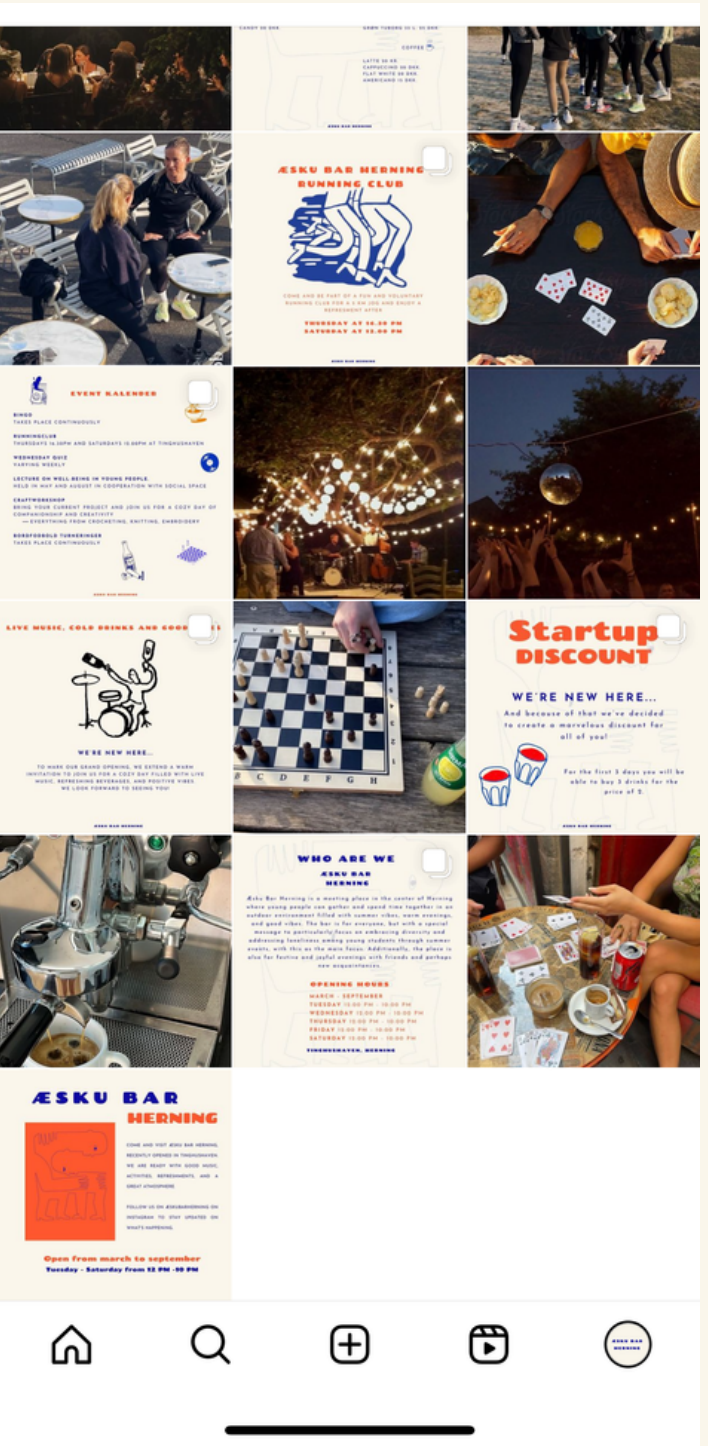
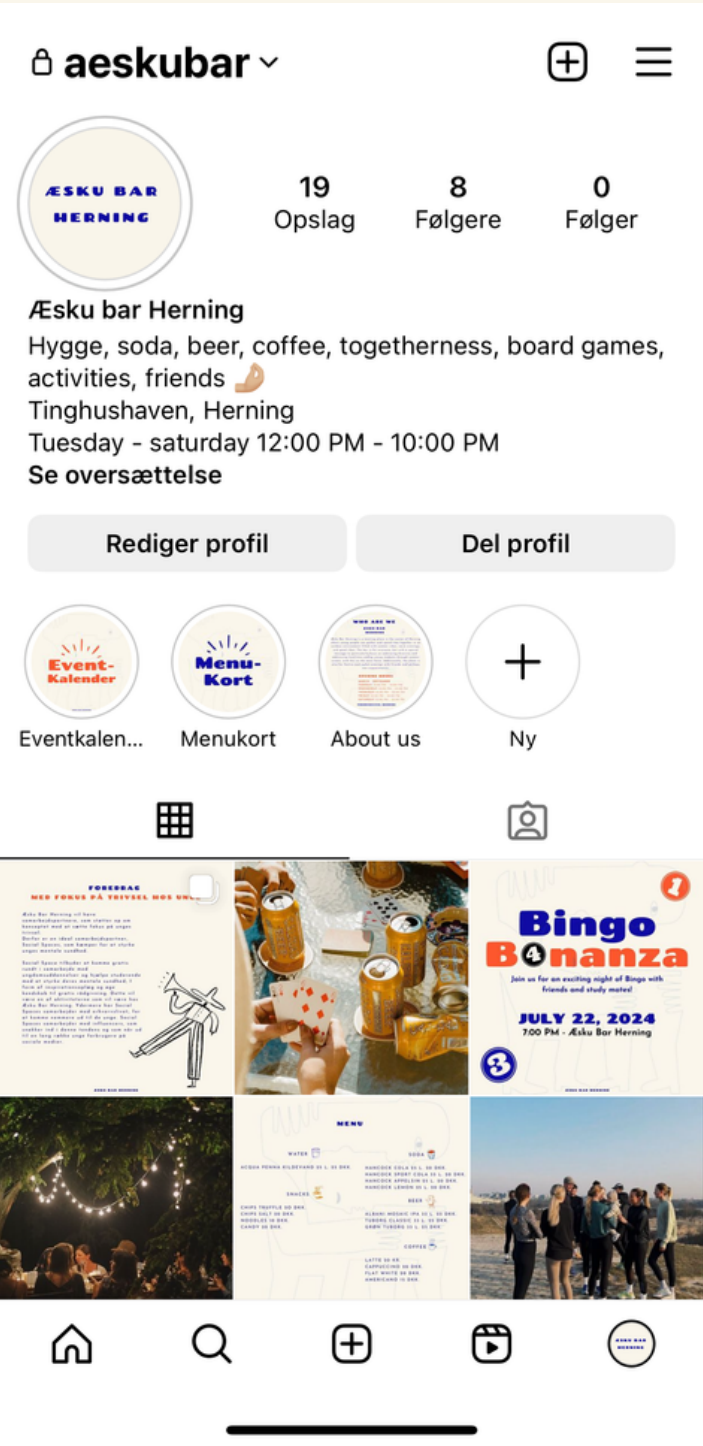
LATTE 20 KR.
CAPPUCCINO 20 DKK.
FLAT WHITE 20 DKK.
AMERICANO 15 DKK.

ÆSKU BAR HERNING



Kilde: Boligmagasinet.dk, partyking.dk/retroslik

Markedsføring



#fællesskabherning
#ungdomherning
#aeskubarherning
Instagram: @aeskubar
Billeder fra Pinterest

Budget for Æsku bar Herning

Perioden marts - september

BUDGET AF ÆSKU BAR HERNING

Kategori	Beløb
Container	25.000
Smed, opbygning	80.000
Smed, timer	22.200
Håndværker, timer	6.300
Inventar af møbler	47.500
Lønninger af ansatte	280.000
El / vand / varme	16.800
Servering, mad / drikke	100.000
I alt	577.800



Hvorfor skaber Æsku Bar Herning værdi?

Problem

Studerende på videregående uddannelser mangler et sted at være sammen og unges mistrivsel er stigende

Løsning

At skabe et samlingspunkt i Herning gågåde for studerende på videregående uddannelser

Værdi

Uddannelsesstederne: øget brug af Herning by, skabe vækst i studielivet og tiltrække flere studerende

Herning Kommune: mere attraktivt at bruge Herning by, øget tilflytning

— Skabe mere liv i Herning by —

