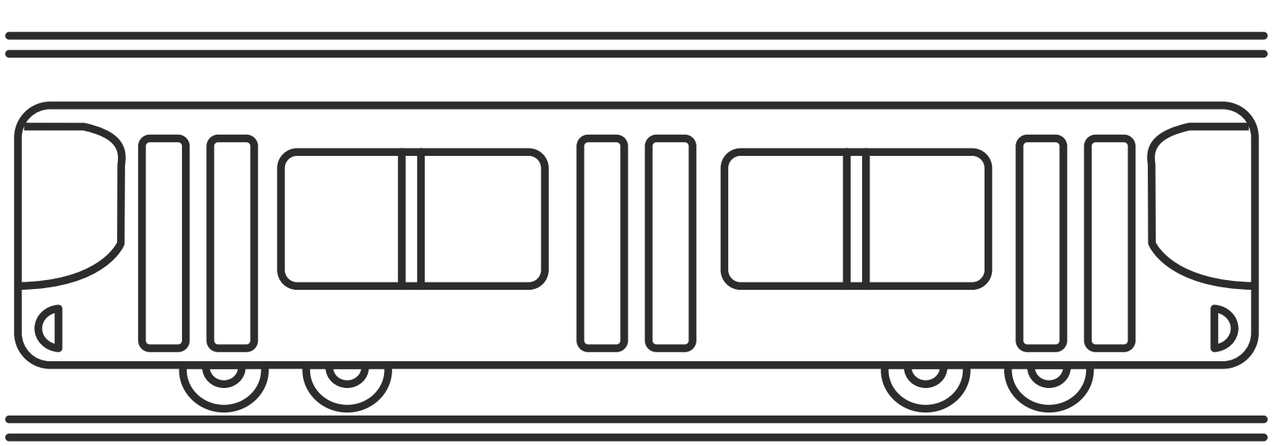
MATHILDE GRAM & EMILIE KLØVE

ADRDB3A824

PROFESSIONSBACHELORPROJEKT, RETAIL DESIGN & BUSINESS

DECEMBER 2025

FREMTIDENS TOGSTATIONER



5F

FIND

FRAME

FORM

FABRICATE

FULFILL

PROCESMAPPE

FIND

– OBSERVATION
– (SPØRGESKEMA)
– (INTERVIEWS)
– SBMC AF DSB
– STAKEHOLDER MAP AF DSB
– NETNOGRAFI AF DSB

VIBY STATION

EN FØLELSE AF UDELUKKENDE ‘’AF OG PÅLÆSNING’’



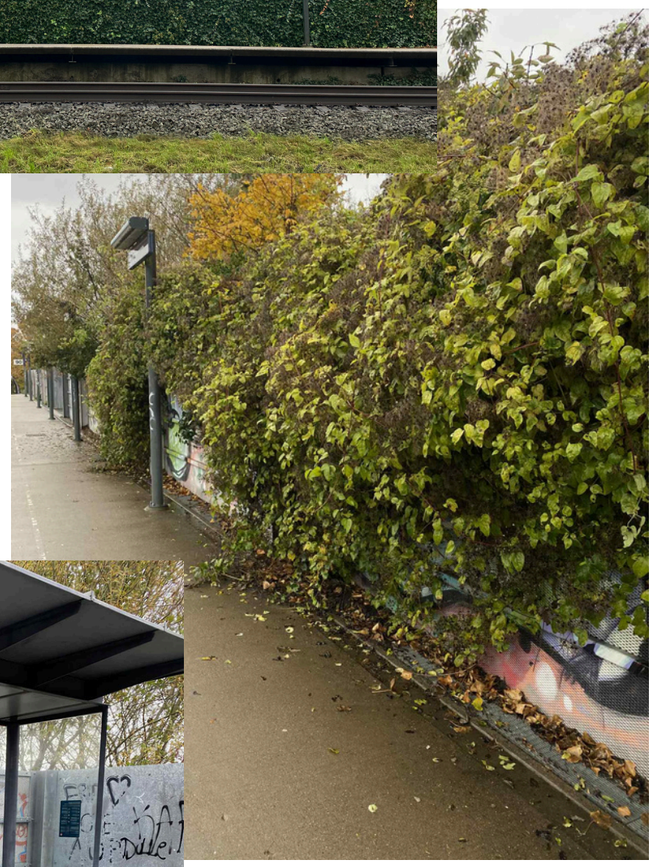


DEFINERET AF LANG PARRON



TOMT OG ‘’KOLDT’’



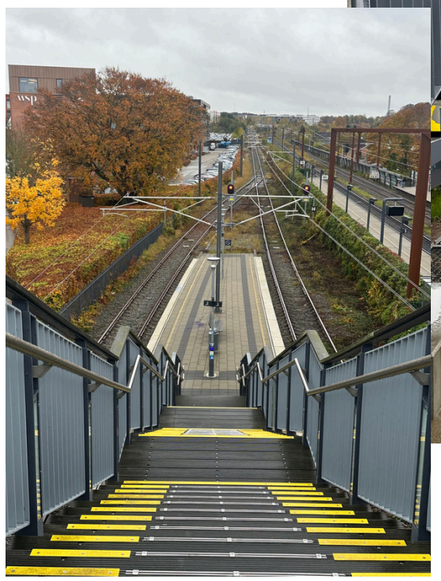


GRØNNE ELEMENTER



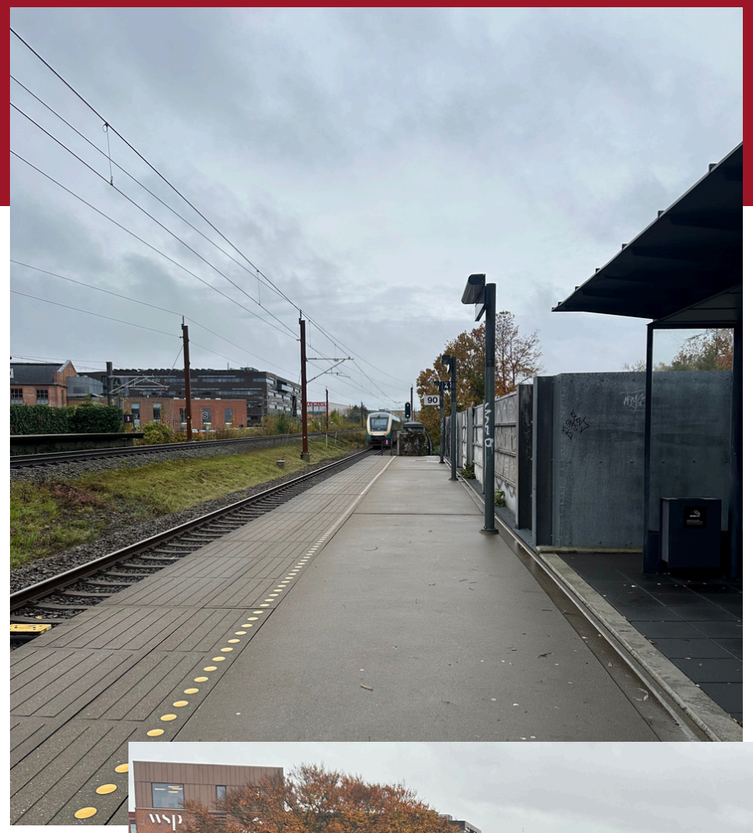


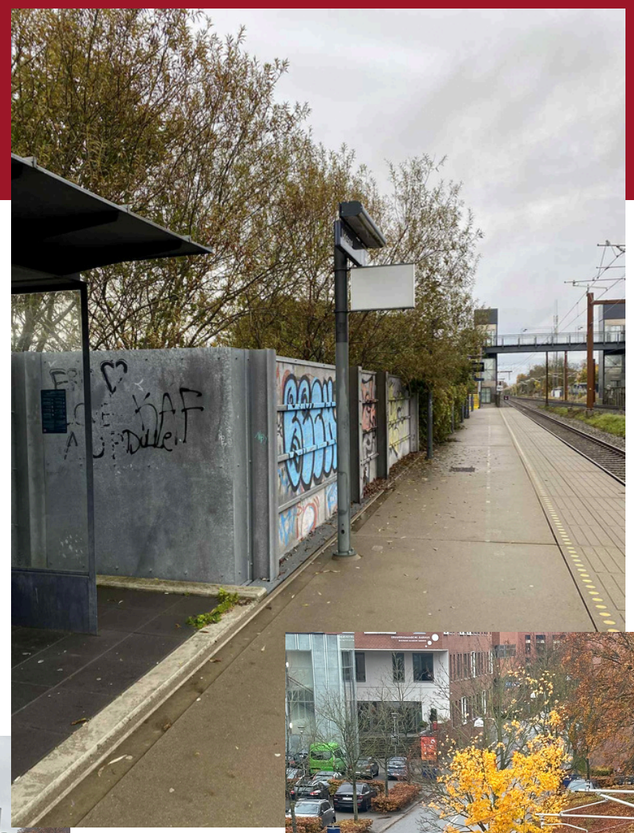
GRAFITTI OG ET ‘’RÅT’’ UDTRYK





BEGRÆNSEDE SIDDEOMRÅDER













VIBY STATION

VIBY STATION

OBSERVATION FORETAGET DEN 30.10.2025 I TIDSRUMMET 09.30 - 10.30

OBSERVATION
– 1 BÆNK PR. PARRON
– KUN OVERDÆKKET ÉT STED
– STILLE - IKKE MEGET AKTIVITET
– TOM OG KOLD FØLELSE
– GRAFITTI OG RÅT
– LANG SMAL STATION / PARRONER
– EN FØLELSE AF, AT DER KUN ER TILTÆNKT AF- OG PÅLÆSNING

– ER DER BEVIDST LAGT OP TIL, AT MAN IKKE SKAL OPHOLDE SIG PÅ STATIONEN?

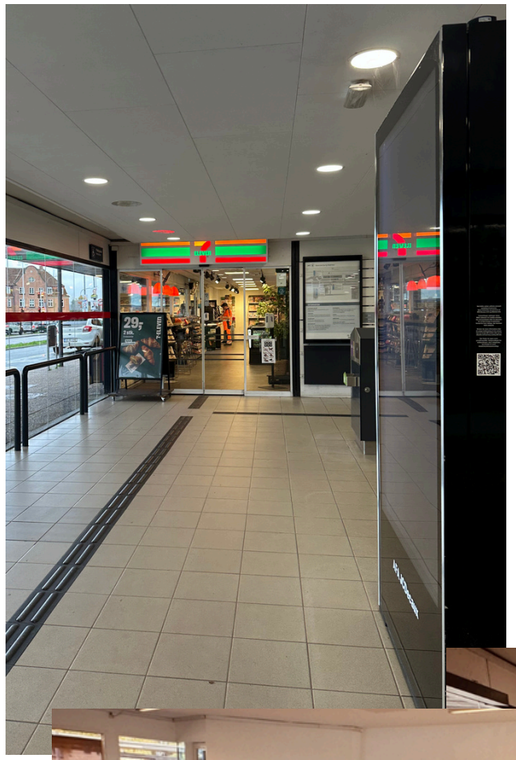
TOG TAGET: ARRIVA – HALV TOMT.

OPTIMERING
– KAFFEBAR - MED OVERKOMMELIGE PRISER (TILTÆNKT STUDERNEDE) – INSPIRATION FRA F.EKS. NORMAL
– FLYTBART, KOMPROMERET KONCEPT – INSPIRATION FRA STREETFOOD
– LYDDESIGN
– VARMERE MATERIALER OG FARVER - STADIG MED ET INDUSTRIELT OG URBANT UDTRYK

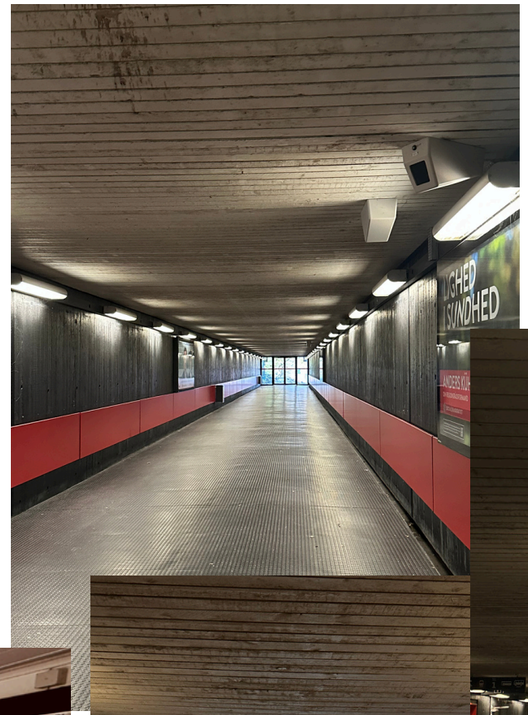
ANTAL MENNESKER DEFINERET UD FRA UNGE (TIL OG MED 30 ÅR) OG ÆLDRE (OVER 30 ÅR)
UNGE MÆND: 9
UNGE KVINDER: 5
ÆLDRE MÆND: 4
ÆLDRE KVINDER: 1

SKANDERBORG STATION

7 ELEVEN

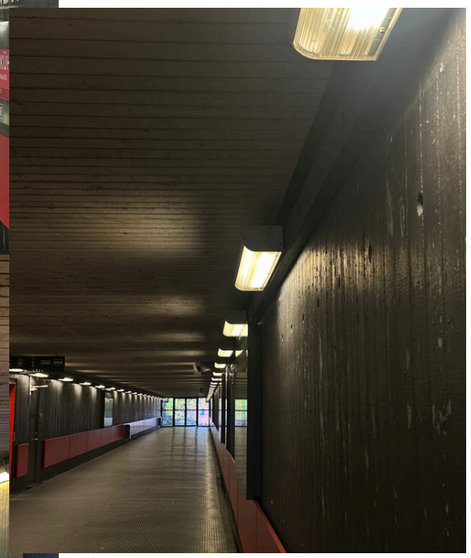




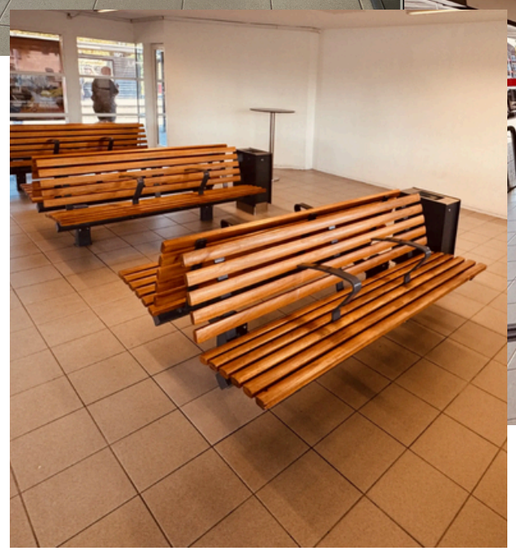


DSB'S FARVER OG DNA

TO MEGET MØRKE OG INTENSE -
TENDERENDE TIL UHYGGELIGE FARVER



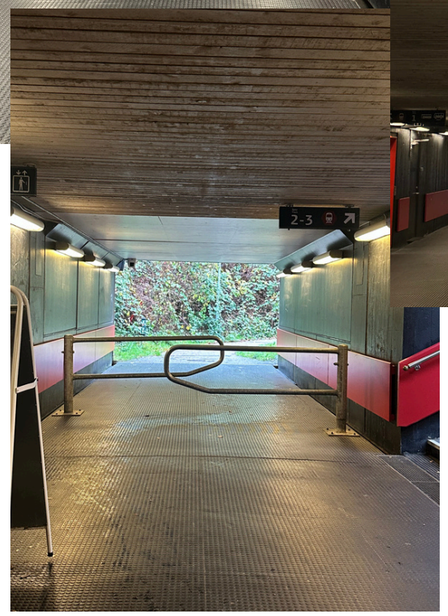
MØRK BELYSNING



KEDELIG INDRETNING



SPILD PLADS FLERE STEDER

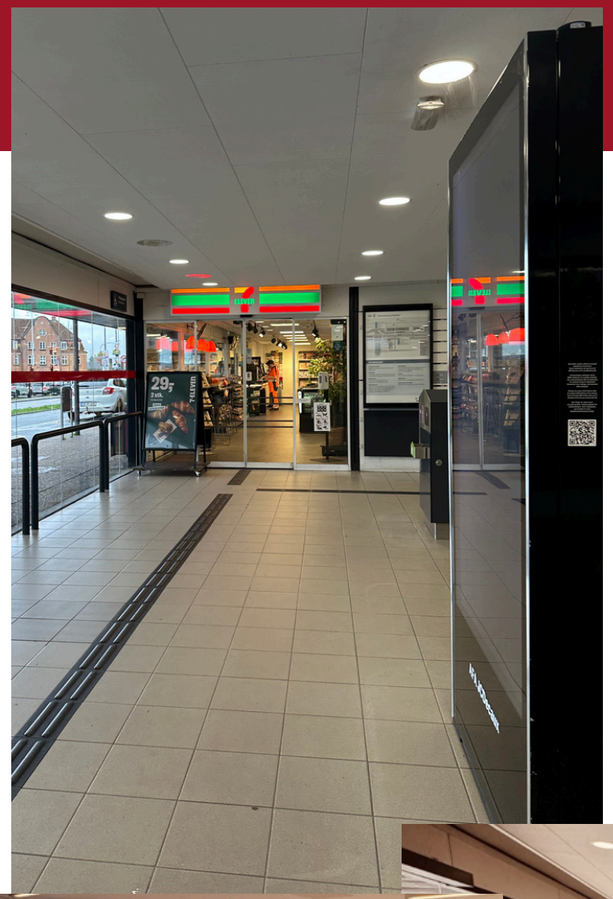




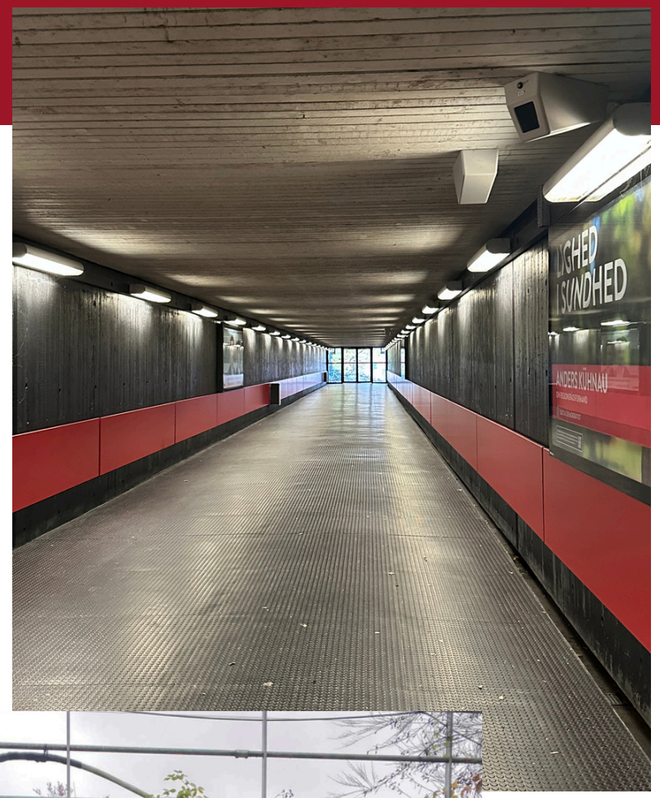
MØRK TUNNEL

MULIGHED FOR BEDRE BELYSNING OG UDSMYKNING

FIND













SKANDERBORG STATION

SKANDERBORG STATION

OBSERVATION FORETAGET DEN 30.10.2025 I TIDSRUMMET 10.45 - 11.50

OBSERVATION
– 5 SKURE M. SIDDEPLADSER PÅ EN PERRON
– 8 BÆNKE PÅ DEN ANDEN SIDEN AF PERRON
– MERE LIV END VIBY
– MEGET PASSERENDE, SOM HURTIGT SKULLE VIDERE
–7/11 IKKE PLADS TIL SÅ ANDRE RETAILERS - EVT. NOGEN AFTALER SOM GØR DE DOMINERER STATIONERNE?
– TYDELIG DSB VISUEL IDENTITET MED SORT OG RØD SOM BÆRENDE ELEMENTER
– TUNNEL MED RØD OG SORT, SAMT DÅRLIG BELYSNING – KAN VIRKE SKUMMEL ISÆR I AFTENTIMER TÆNKER VI?
– MANGLENDE PERSONALE – KVINDE HAVDE BRUG FOR HJÆLP OG INGEN KUNNE RIGTI HJÆLPE
– DEN STATION MED MEST AKTIVITET

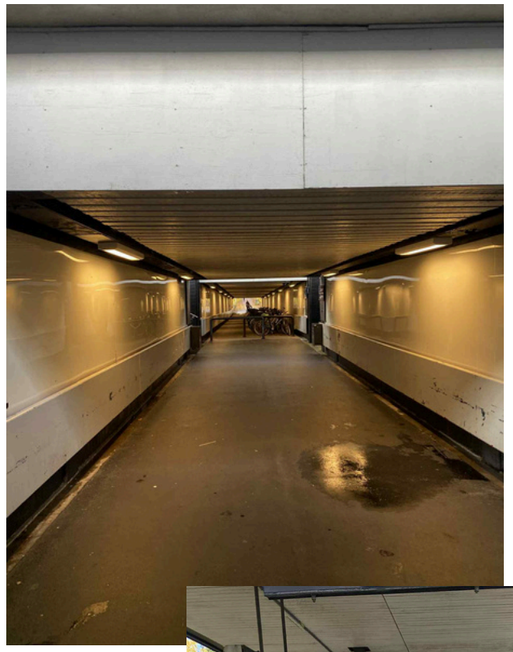
– ER DER BEVIDST LAGT OP TIL, AT MAN IKKE SKAL OPHOLDE SIG PÅ STATIONEN?

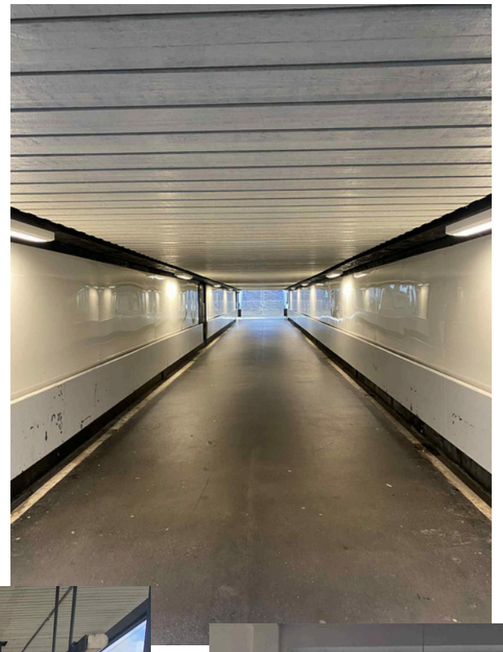
TOG TAGET: HALV TOMT - ARRIVA TOG

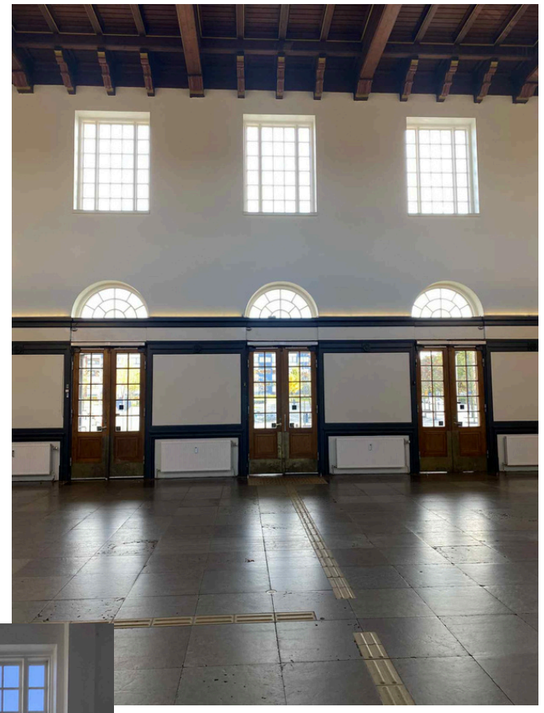
OPTIMERING:
– EVT ANDRE RETAILERS VED BÆNKE RUMMET – MEN MÅ MAN DET FOR 7/11?
– ALLEREDE I GANG MED ET AT BYGGE ET MUSEUEM SOM KAN GIVE LIV I DET GAMLE POSTHUS

ANTAL MENNESKER DEFINERET UD FRA UNGE (TIL OG MED 30 ÅR) OG ÆLDRE (OVER 30 ÅR)
UNGE MÆND: 29
UNGE KVINDER: 27
ÆLDRE MÆND: 22
ÆLDRE KVINDER: 26

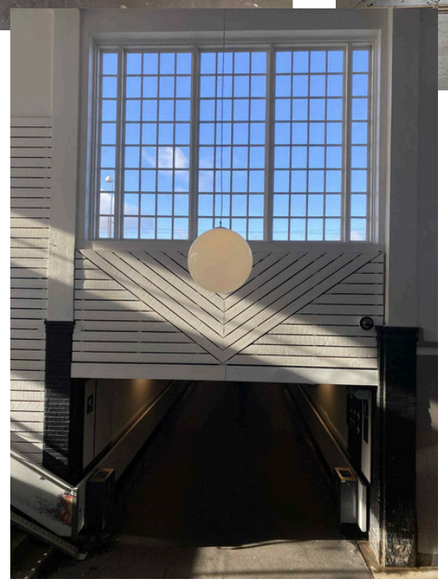
MULIGHED FOR BEDRE BELYSNING OG UDSMYKNING

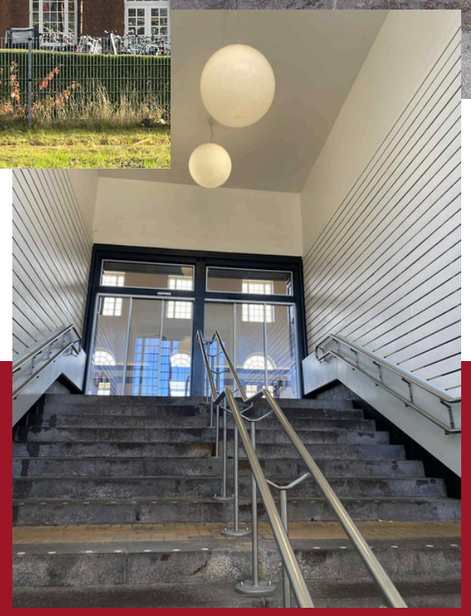






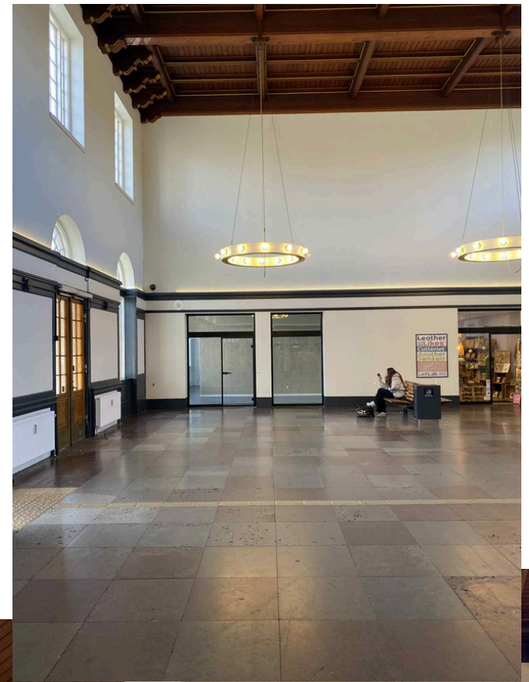


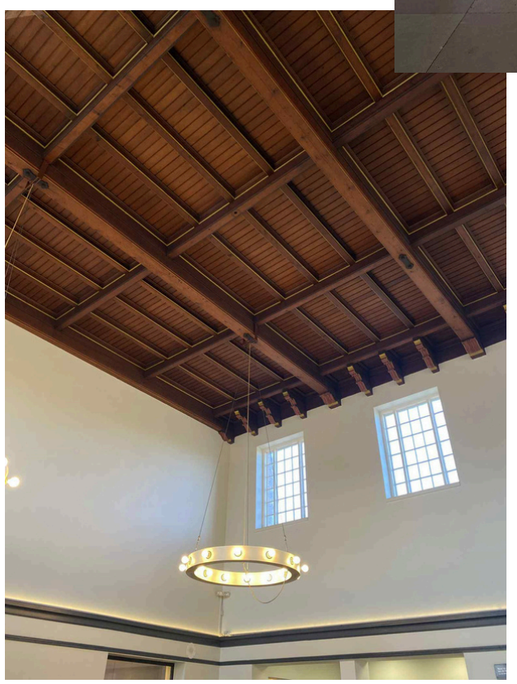


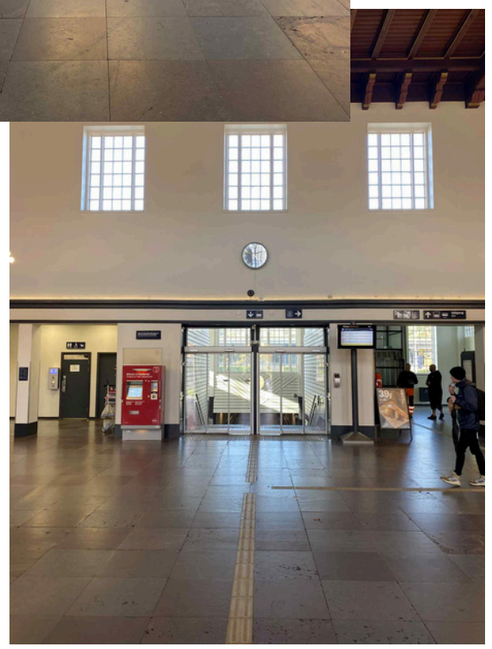


ÆSTETISKE DETALJER MED LAMPER OG ARKITEKTUR

MULIGHED FOR MERE PERMANENTE KONCEPTER I LOKALER



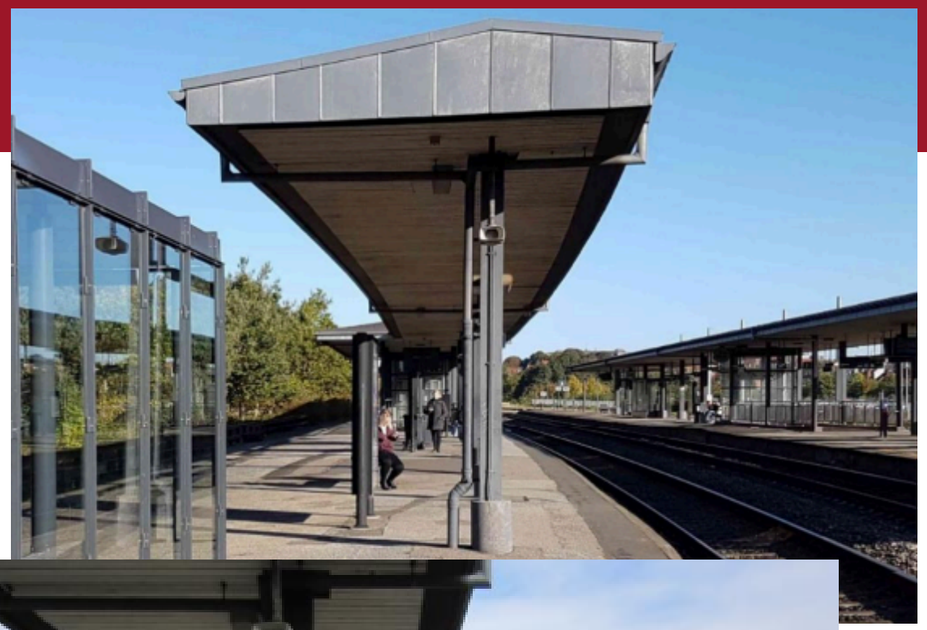




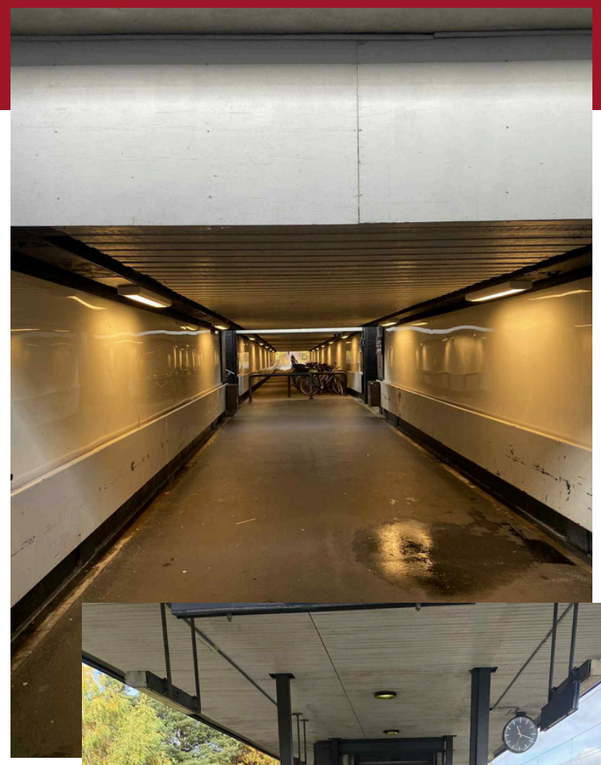
MULIGHED FOR PLADSOPTIMERING

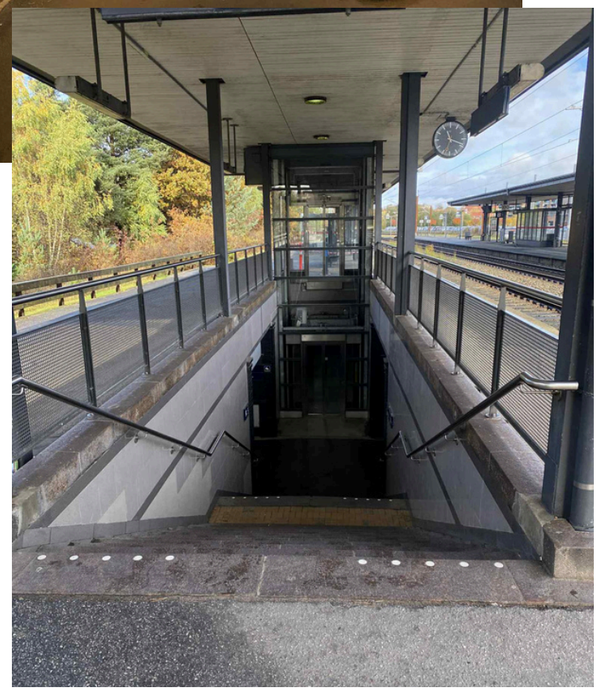
HORSENS STATION

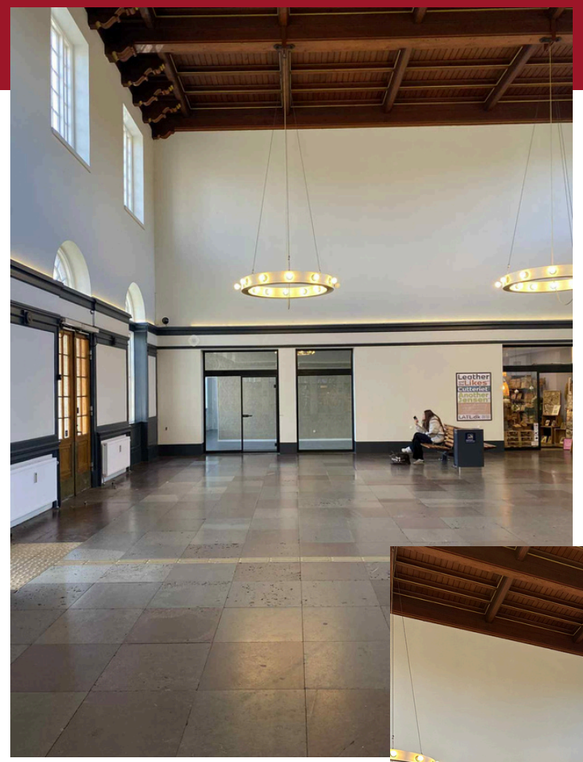
FIND



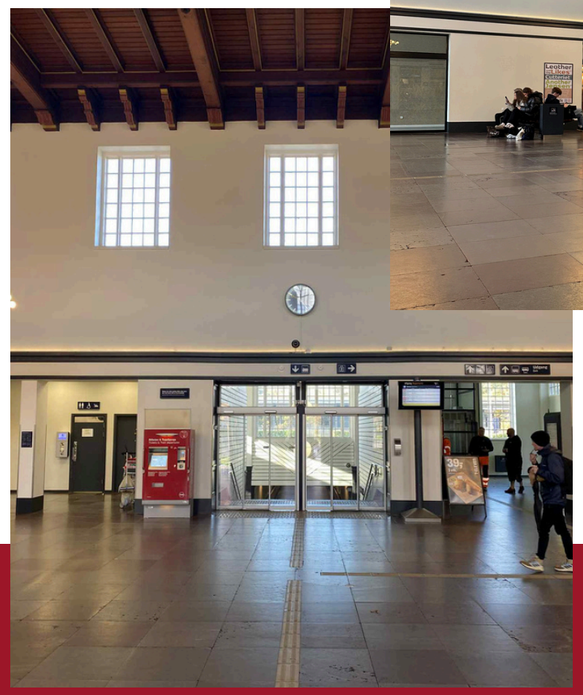










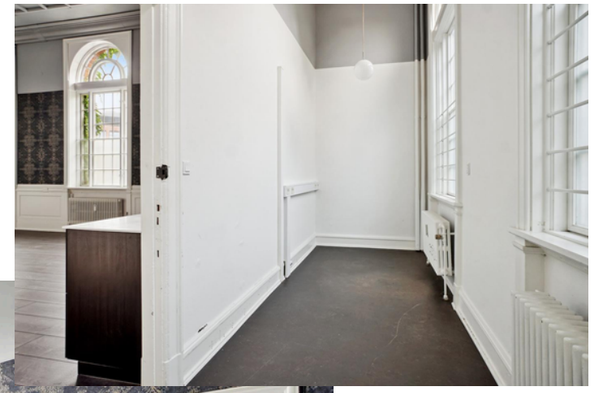


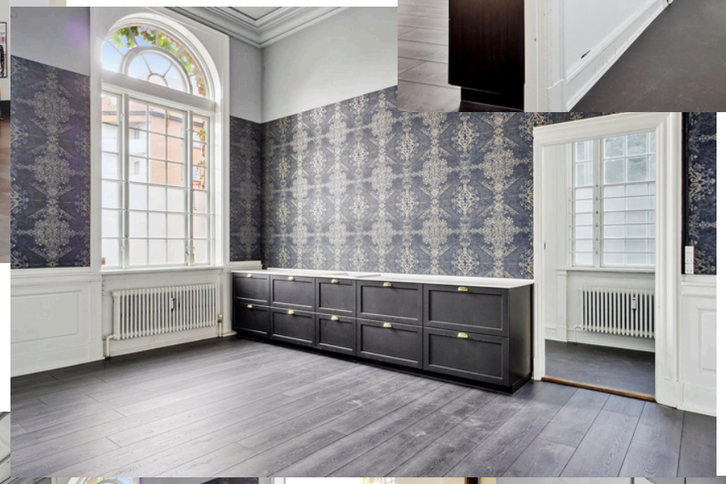
HORSENS STATION

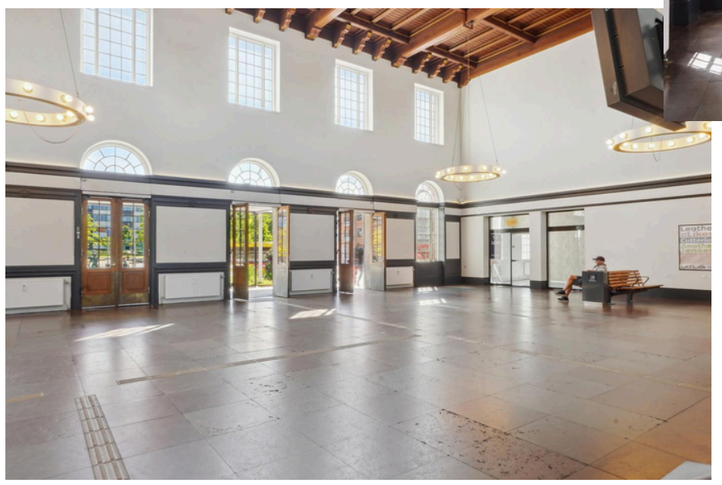
FIND

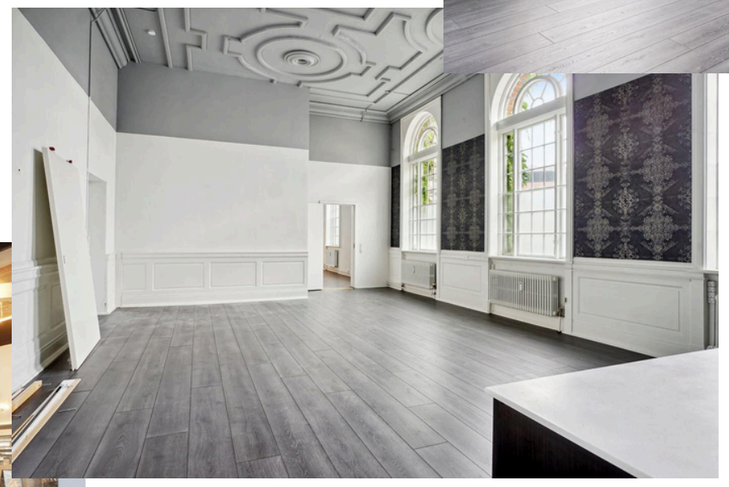


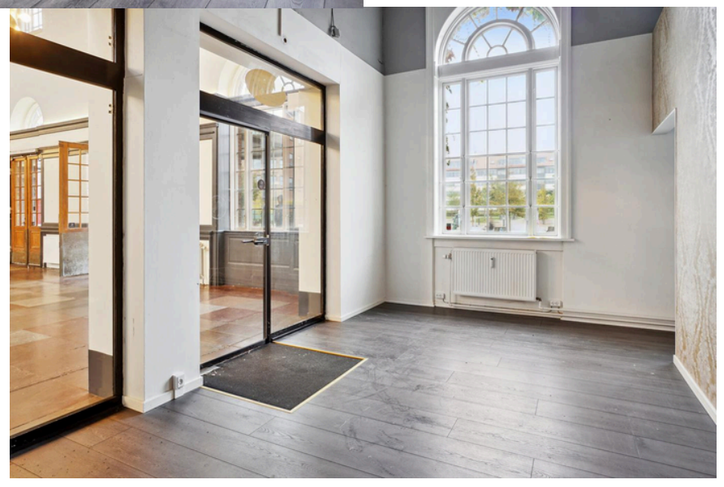


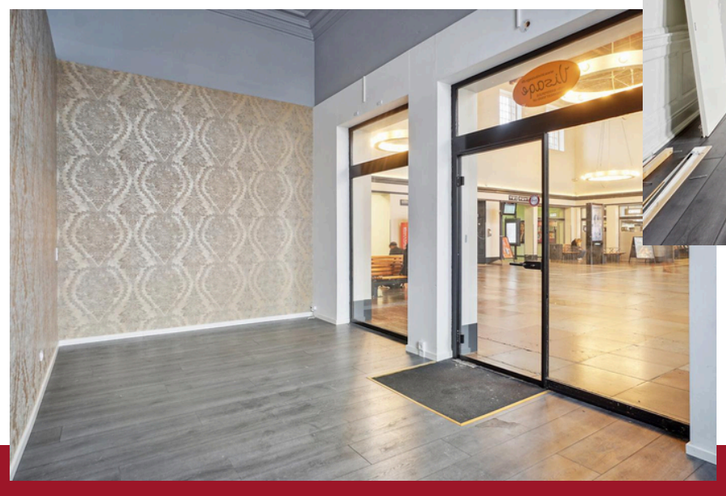












HORSENS STATION

HORSENS STATION

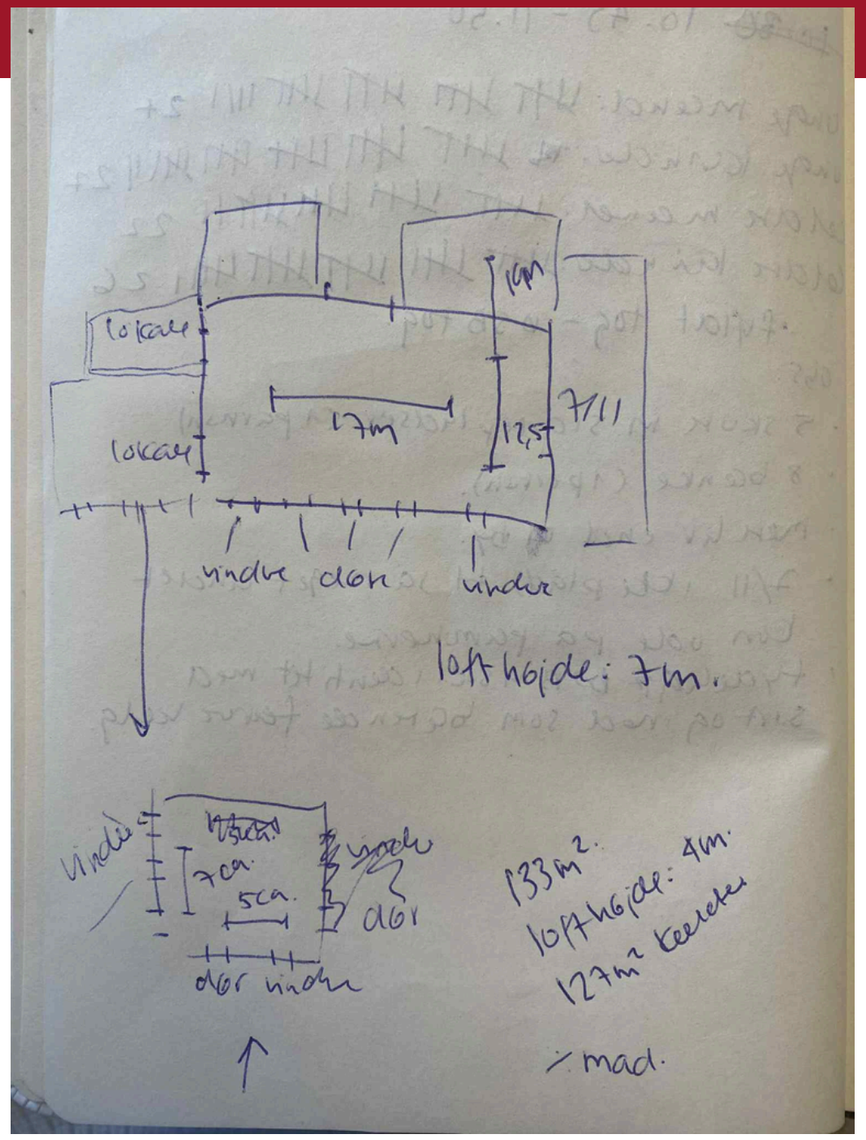
OBSERVATION FORETAGET DEN 30.10.2025 I TIDSRUMMET 12.05 - 13.00

OBSERVATION
– IKKE NOGET DER INDIKERER DSB'S DNA
– LYSERE 'TUNNEL' MEN MERE UHYGIEJNISK
– MULIGHED FOR AT LEJE LOKALER
– GLASSKURE MED BÆNKE - EN PÅ HVER PARRON, I ALT 2 PARRONER
– FÅ BÆNKE

TOG TAGET: DSB – FYLDT.

OPTIMERING
– MULIGHED FOR MERE PERMANENTE KONCEPT LØSNINGER
– POTENTIALE FOR BEDRE UDNYTTELSE AF INDEOMRÅDE

ANTAL MENNESKER DEFINERET UD FRA UNGE (TIL OG MED 30 ÅR) OG ÆLDRE (OVER 30 ÅR)
UNGE MÆND: 23
UNGE KVINDER: 25
ÆLDRE MÆND: 11
ÆLDRE KVINDER: 16



HVAD HAR VI FÅET UD AF OBSERVATIONSMETODEN?

– ÆNDRE MÅLGRUPPE FRA UNGE KVINDER I ALDEREN 18-30 ÅR TIL UNGE GENERELT I ALDEREN 18-30 ÅR.

– INDTÆNKE TING SOM IKEA, BYGGEMARKEDER OG INDKØBSMULIGHEDER, SÅ FOLK, DER BOR I BYEN SER FORDELE OG EFFEKTIVITET I, AT TAGE OFFENTLIG TRANSPORT IFM. EVENTUELT DAGLIGE GERNINGER.

–INDTÆNKE STUDIEVENLIGE LØSNINGER / KONCEPTER TIL DE STATIONER HVOR UDDANNELSERNE LIGGER

– ER DER VIRKELIG SÅ UTRYGT PÅ STATIONERNE SOM DESK RESEARCHEN VISER?

– VI TROR AT 7/11 DOMINERER STATIONERNE OG HAR EN AFTALE MED DSB, DER GØR AT ANDRE FOOD RETAILERS IKKE MÅ VÆRE DER?

– BEGREBSDEFINITATION AF TOGSTATIONER – VI SER NEMLIG DER ER FORSKEL PÅ DE TO MELLEMSTORE STATIONER (HORSENS OG SKANDERBORG)

– ‘PLUG IN PLACE’ OG SKALERBARE LØSNINGER, SOM KAN ANVENDES I FORSKELLIGE SKALA PÅ DE FORSKELLIGE STØRRELSESSTATIONER - SOM HAR FORSKELLIGE ‘INDRETNINGER’.

SUSTAINABLE BUSINESS MODEL CANVAS - DSB

KEY PARTNERS

– Kommercielle virksomheder
– Non-profit organisationer
– Kommuner (byplanlægning, stationer)
– Rådgivende ingeniører, arkitekter, sikkerhedsorganisationer
– Kunder og lokalsamfund (pendlerklubber, pendlertræf)
– NGO'er, handicaporganisationer, leverandører
– Banedanmark (trafikinformation)

KEY ACTIVITES

– Togdrift og vedligeholdelse
– Kundeservice
– Trafiksikkerhed
– Marketing og kommunikation
– Innovation og teknologiudvikling
– Bæredygtighedsinitiativer (energi, CO2, affald)
– Udvikling og drift af stationer (segmentering, helhedsplaner)
– Tryghedsanalyser og tryghedsforbedringer
– Konceptudvikling af stationer (internt + eksterne rådgivere)

KEY RESOURCES

– Tog
– Personale
– Togstationer
– IT-systemer
– Energiforsyning
– Tryghedsressourcer (vagter, kameraer)
– Stationer udviklet via helhedsplaner og segmentering

VALUE PROPOSITIONS

– "Plads til alle på rejsen mod det bæredygtige"

– Ansvarlig samfundsdrift, god selskabsledelse, engagerede medarbejdere

– Samarbejde med kunder og leverandører om en grønnere fremtid

– Effektiv og ansvarlig offentlig transport
– Tryghed (tryghedsvagter, tryghedstelefon, kameraer, Natteravnene)

DSB's fem løfter:

1. Kunderne frem til tiden
2. En tryg, enkel og behagelig rejse
3. En fair pris til alle
4. DSB drives ansvarligt og effektivt
5. En mere bæredygtig rejse

CUSTOMER RELATIONSHIPS

– DSB App og Mit DSB
– Push-notifikationer og rejseforslag
– Kundeservice via telefon og chat
– Pendlerkort og DSB Plus (loyalitetsprogram)
– Billetkontorer og togpersonale
– Humoristisk kommunikation på sociale medier
– Tryghedsindsats for at øge oplevet tryghed (rengøring, graffitibekæmpelse, overvågning)

CHANNELS

– Togstationer (fysiske kanaler)
– DSB App
– Website
– Billetautomater
– Instagram, LinkedIn, Facebook
– Stationsstrategi og samarbejde med kommuner (kundeservice, opholdsmiljøer)

CUSTOMER SEGMENTS

– Børn under 16 år
– Unge 16–25 år
– Studerende på SU-berettigede uddannelser
– Rejsende over 67 år
– Pendlere (Pendlerkort, Pendler20)
– Studerende 16–19 år (Ungdomskort)
– Familier, der rejser ud i Europa (DSB Udland: fire børn gratis + 50% rabat)

COST STRUCTURE

– Personaleomkostninger
– Vedligeholdelse og reparation af tog
– Af- og nedskrivninger
– IT- og driftsomkostninger
– Infrastrukturrelaterede omkostninger (erstatningskørsel, sporarbejde)
– Tryghedsindsats (vagter, overvågning, rengøring, graffitibekæmpelse)
– Stationsudvikling (segmentering, standarder, inventar)

REVENUE STREAMS

– Billetsalg
– Abonnementer (Pendlerkort, Ungdomskort, Pendler20)
– Samarbejdsaftaler med virksomheder og kommuner
– DSB Ejendomme (udlejning og drift)
– Passageromsætning og trafikkontraktindtægter fra staten

ECO-SOCIAL COSTS

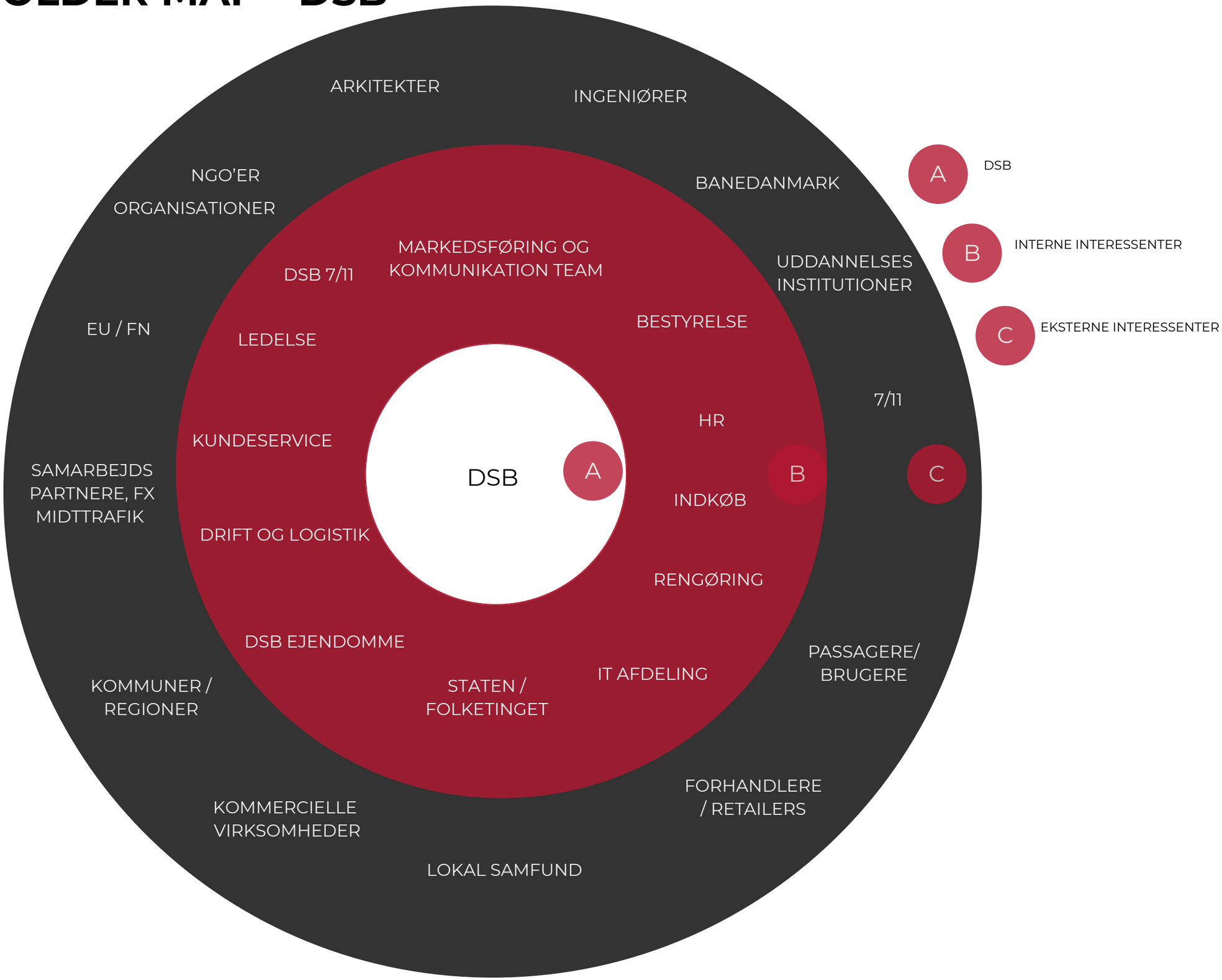
– Transportens klimaaftryk
– Energiforbrug
– Luftforurening
– Biodiversitet

ECO-SOCIAL BENEFITS

– Etik og ansvar
– Tryghed
– Social værdi

SUSTAINABLE BMC: DEVELOPMENT, C. C.-E. (2018). SUSTAINABLE BUSINESS MODEL CANVAS.

STAKEHOLDER MAP - DSB



A DSB

B INTERNE INTERESSENTER

C EKSTERNE INTERESSENTER

STAKEHOLDER MAP: EDGAR , M., STICKDORN, M., & LAWRENCE, A. (2018). THIS IS SERVICE DESIGN DOING.

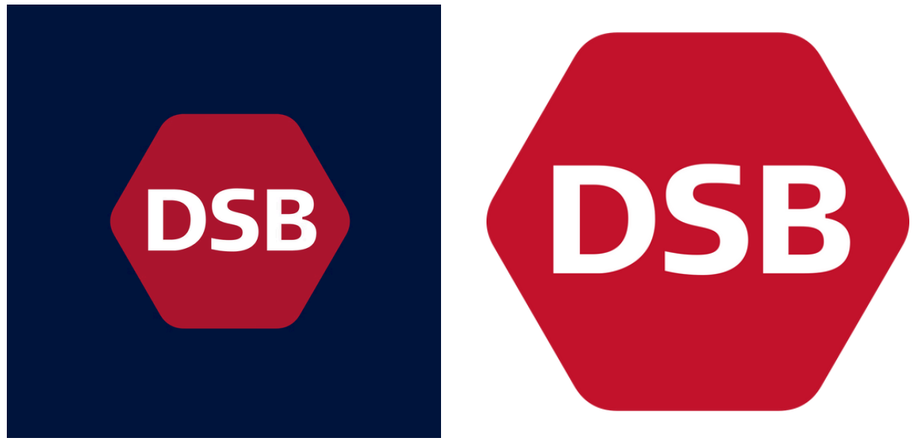
NETNOGRAFI - DSB

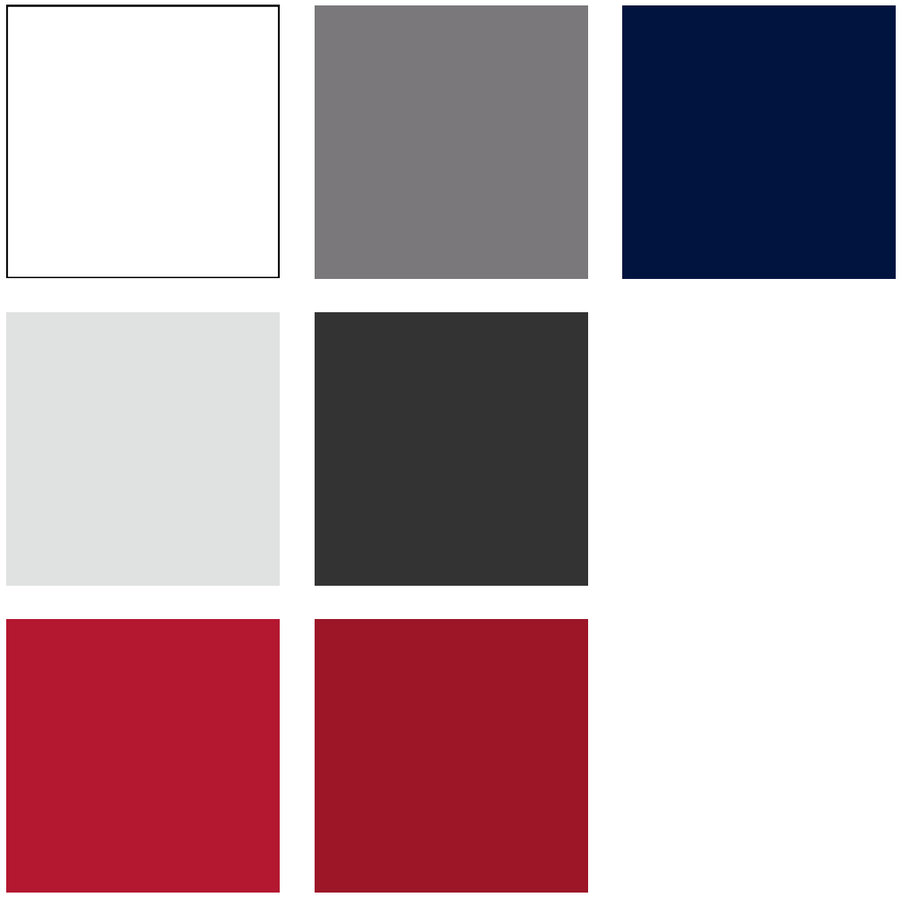
VISUEL IDENTITET

LOGO

TYPOGRAFI

FARVEPALETTE







HTTPS://KONTRAPUNKT.COM/WORK/DSB

NETNOGRAFI - DSB

VISUEL IDENTITET
PÅ INSTAGRAM

LOGO I BRUG

TYPOGRAFI I BRUG

KOMMUNIKATION - FOTO, FARVEVALG MM.

MARKEDSFØRINGSMATERIALE

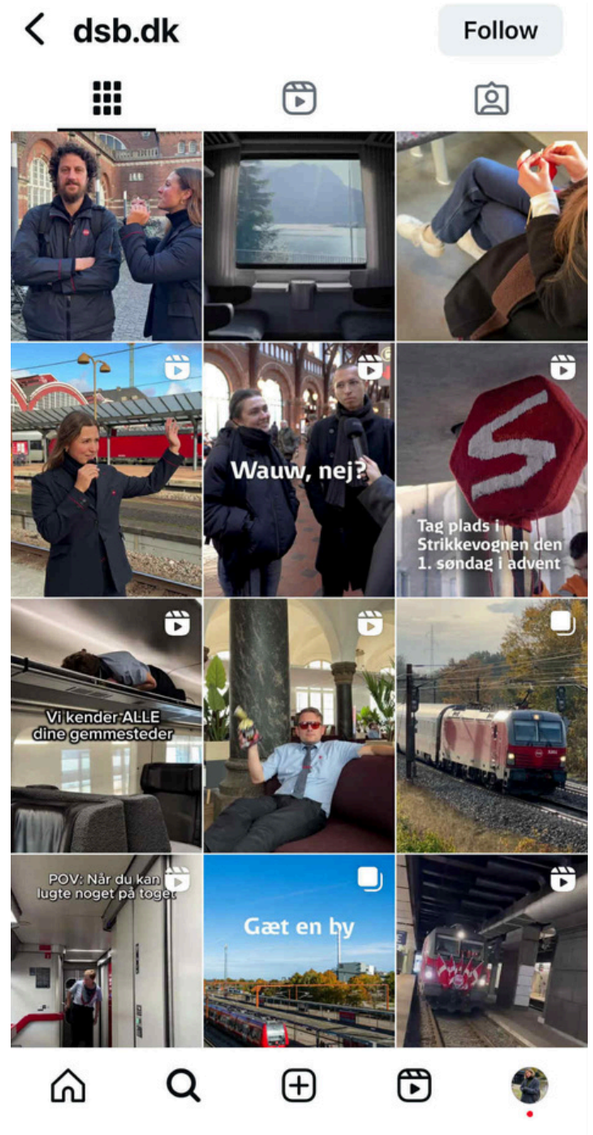
– Ingen rød tråd

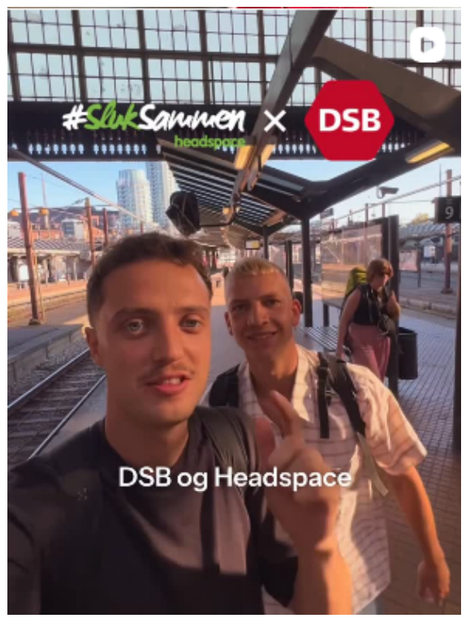
– Meget blandet indhold

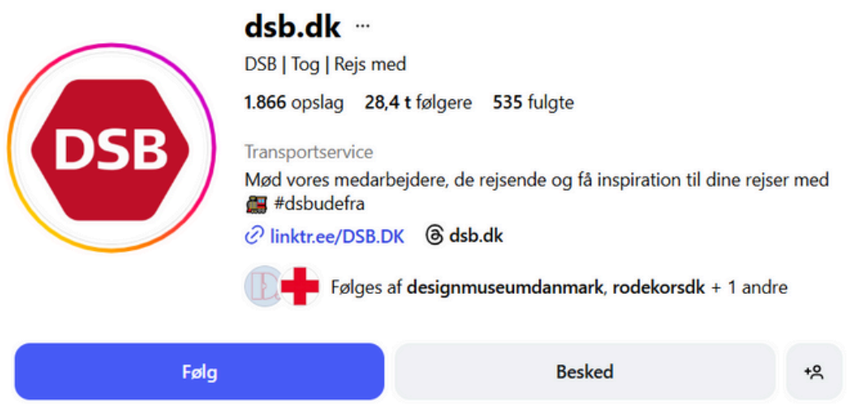
– Logo fremtræder primært på uniformer og tog

– Primær typografi anvendt sammen med andre typografier





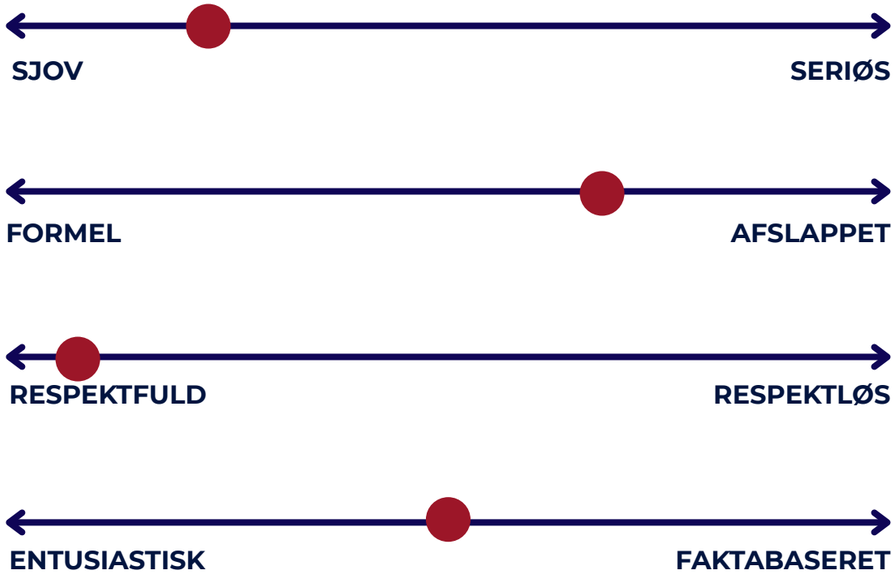




NETNOGRAFI - DSB

VERBAL IDENTITET
TONE OF VOICE PÅ INSTAGRAM

The Four Dimensions of Tone of Voice

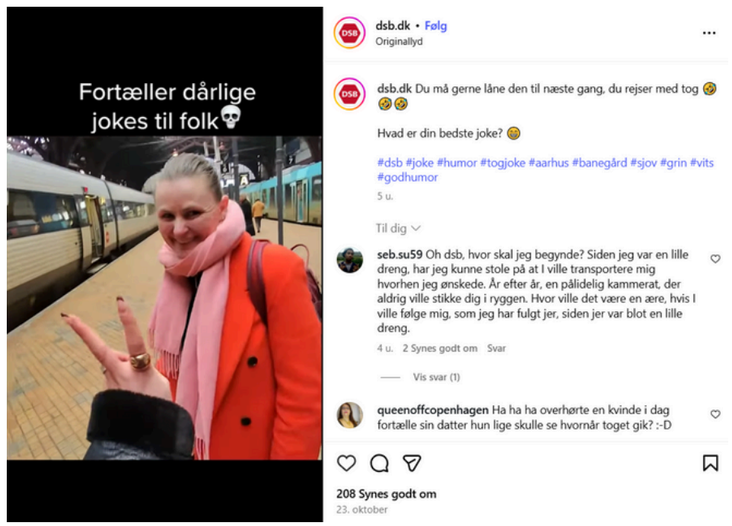


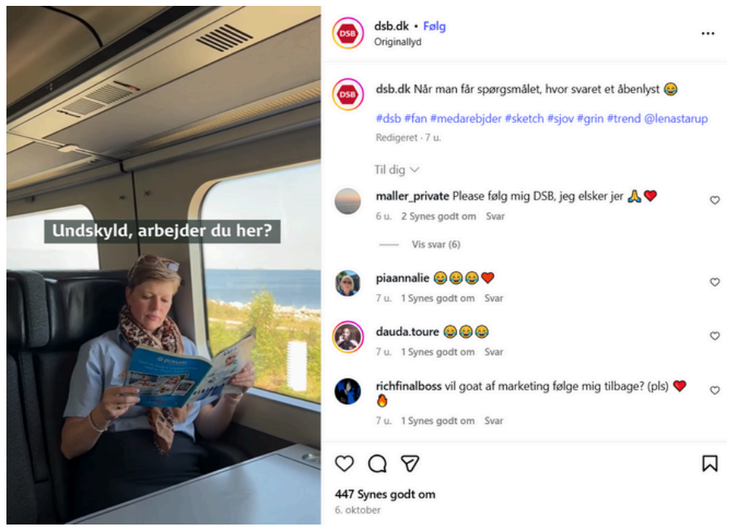
Tone of Voice - 3 beskrivende ord

OMSORGSFULD	HUMORISTISK	SMART
MUNTER	INFORMATIV	SPYDIG
RÅ	UÆRBØDIG	MEDFØLENDE
KONSERVATIV	NØGTERN	MODERNE
SAMTALEPRÆGET	NOSTALGISK	TROVÆRDIG
UFORMEL	PASSIONERET	
TØR	LEGENDE	UFORBEHOLDEN
KANTET	PROFESSIONEL	OPTIMISTISK
ENTUSIASTISK	PROVOKERENDE	VITTIG
FORMEL	EXCENTRISK	AUTORITATIV
ÅBENHJERTIG	RESPEKTFULD	
VENLIG	ROMANTISK	

NETNOGRAFI - DSB

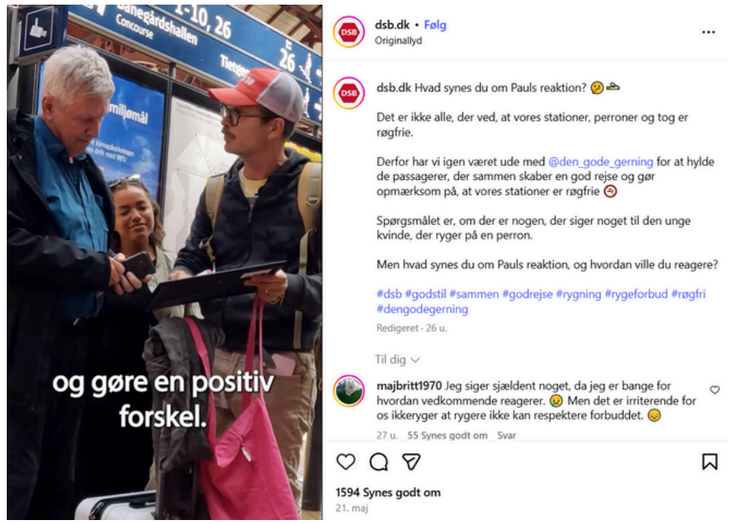
VERBAL IDENTITET
TONE OF VOICE PÅ INSTAGRAM

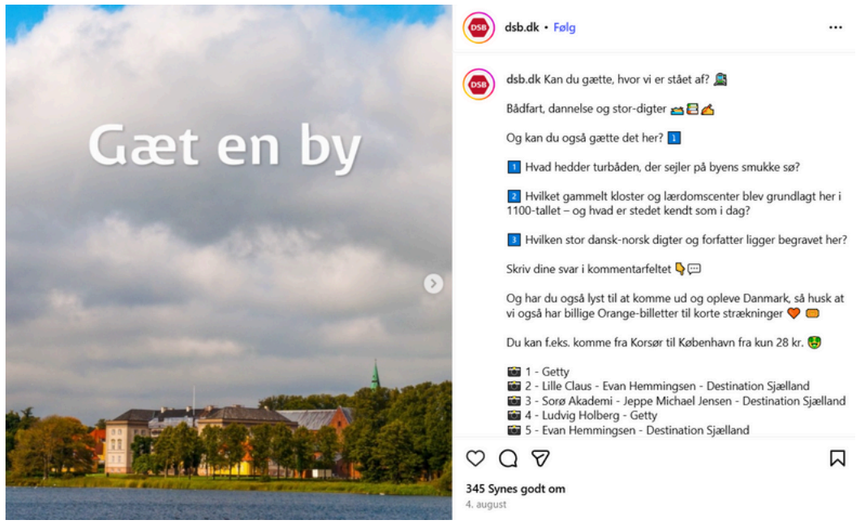




SJOV — **SERIØS**

FORMEL — **AFSLAPPET**





RESPEKTFULD — **RESPEKTLØS**

ENTUSIASTISK — **FAKTABASERET**

NETNOGRAFI - DSB

INSTAGRAM



Fokus på kultur, natur, historie, kunst og design



Events, begivenheder, arrangementer



Guides
– Rejse destinationer
– Anbefalinger
– Fokus på oplevelser og fordele



Værdier



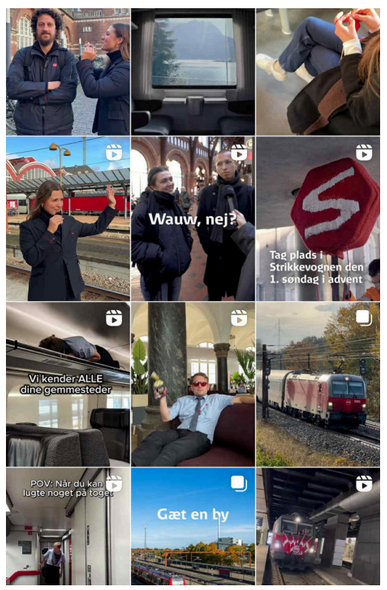
Brug af rigtige mennesker
– Autentisk



Navn/slogan
– Rejs med
– #dsbudefra



Storytelling



Tekster
– Fangende overskrifter

Tone of voice
– Humoristisk
– Informativ
– Moderne

Reels - videoer
– Oplysende/informerende
– Humoristiske
– Relevante
– Skaber opmærksomhed/interesse

FRAME

– VALUE PROPOSITION CANVAS
– PROBLEMFORMULERING

VALUE PROPOSITION CANVAS

SPØRGESKEMA OG INTERVIEWS AF BRUGERE

gains

KUNST OG FARVER

KAFFE

''FX KUNNE MAN BRUGE MERE NATURLIGE MATERIALER SOM TRÆ OG PLANTER, DÆMPET BELYSNING OG MÅSKE ENDDA KUNST ELLER MUSIK, DER SKABER RO.''

''DET KUNNE VÆRE RART, HVIS MAN SOM REJSENDE KUNNE SLAPPE LIDT AF OG FØLE SIG GODT TILPAS, MENS MAN VENTER.''

MERE LIV

FLERE SIDDEPLADSER

"DET VILLE DA VÆRE SÅ NICE, HVIS MAN LIGE KUNNE SIDDE GODT VED ET BORD OG HÆKLE, ARBEJDE ELLER STUDERE – SÅ MAN IKKE FÅR FØLELSEN AF, AT MAN SPILDER SIN TID."

"DET VILLE VÆRE NICE AT KUNNE SIDDE MED EN KAFFE ELLER STUDERE, MENS MAN VENTER."

"SMÅ TING SOM TRÆ, PLANTER ELLER LYS VILLE GØRE EN KÆMPE FORSKEL."

''SÅ HVIS MAN KUNNE HANDLE, HENTE PAKKER OSV. VIL JEG OPHOLDE MIG PÅ STATIONEN I LÆNGERE TID. SOM DET ER LIGE NU, ØNSKER JEG BLOT AT FORLADE STATIONEN SÅ SNART JEG ANKOMMER.''

''RABATTER ELLER POINT-ORDNINGER VILLE GIVE MIG MERE LYST TIL AT TAGE TOGET OFTERE.''

AFSKÆRMET VENTEOMRÅDER

VARME FARVER

''FOKUS PÅ BÆREDYGTIGHED VILLE KUNNE FÅ MIG TIL AT VÆLGE OFFENTLIG TRANSPORT FREMFOR AT TAGE BILEN.''

"DET KUNNE VÆRE FEDT MED ET ORDENTLIGT STED AT SIDDE OG LÆSE LEKTIER, NÅR DER ER FORSINKELSER."

MERE GRØNT



OPHOLDE SIG PÅ TOSTATIONEN IFM. OFFENTLIG TRANSPORT

MANGLENDE LIV

DÅRLIGT LYS

"DER ER IKKE BÆNKE, DER GIVER ÉN LYST TIL AT OPHOLDE SIG DER."

''DER MANGLER VARME, ATMOSFÆRE OG MENNESKELIG SKALA.''

"DET ER KOLDT, UPERSONLIGT OG MEGET INDUSTRIELT."

''VENTEOMRÅDERNE ER GENERELT OVERSETE, SYNES JEG.''

''HÅRDE, KOLDE MATERIALER, STÅL OG MURSTEN. VILLE ØNSKE DER VAR FLERE GRØNNE OMRÅDER FAKTISK.''

MANGLENDE PERSONALE

FORSINKELSER

UHYGIEJNISK

''BESKIDTE, UHYGIEJNISK, TRISTE, GRÅ OG KEDELIGE. IKKE ET STED JEG NØDVENDIGVIS FØLER MIG TRYG.''

DÅRLIGE FACILITETER

pains

customerjob(s)

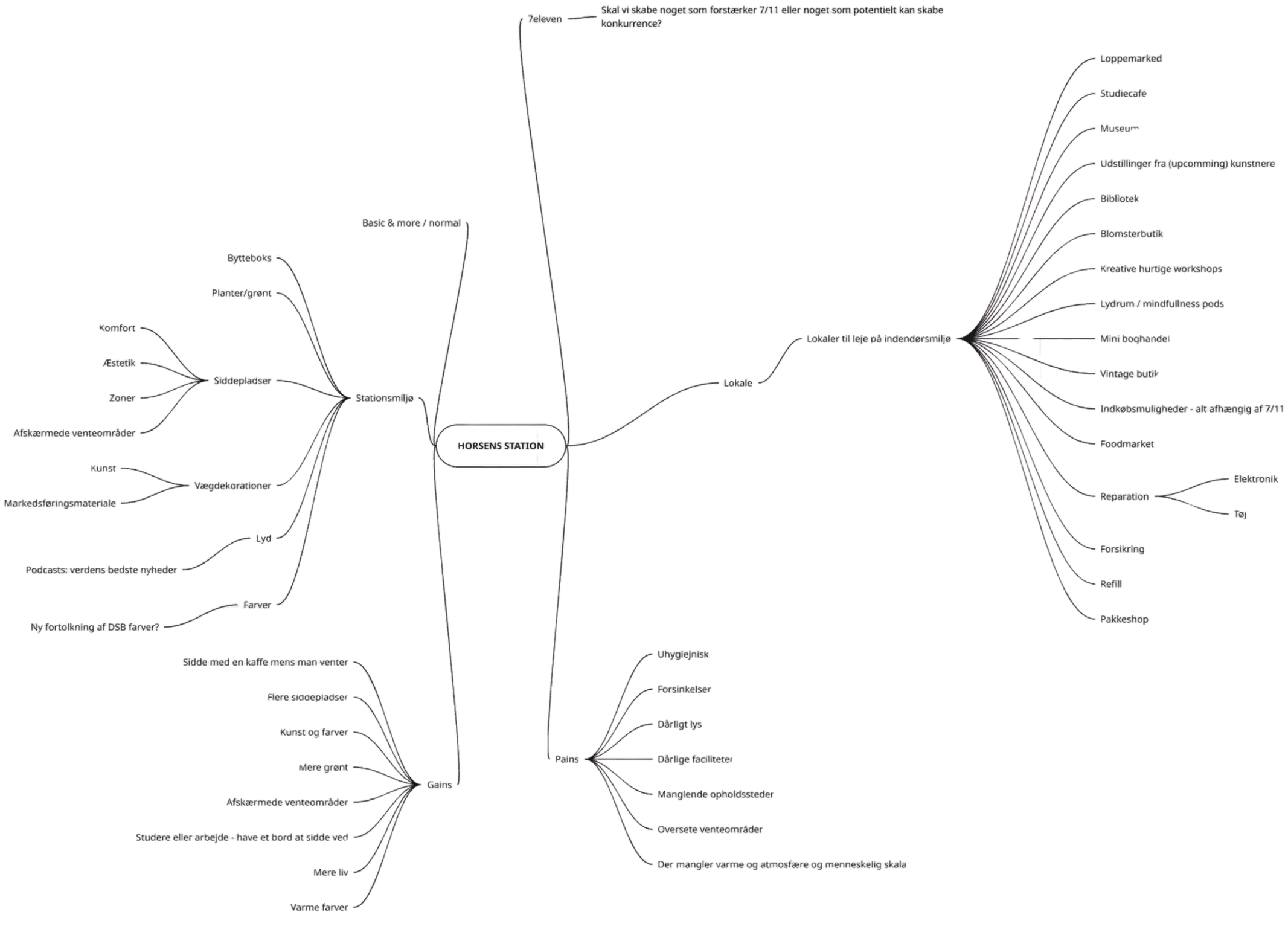
VALUE PROPOSITION CANVAS MODELLEN (STRATEGYZER, 2025)

HVORDAN KAN DSB - I SAMARBEJDE MED 7-ELEVEN - ANVENDE RETAIL-, OPLEVELSESDESIGN OG DIGITALE TILTAG, TIL AT FORBEDRE DEN UNGE MÅLGRUPPES (18-30 ÅRIGE) OPLEVELSE PÅ DE DANSKE TOGSTATIONER, OG GØRE OFFENTLIG TRANSPORT TIL ET MERE ATTRAKTIVT VALG?

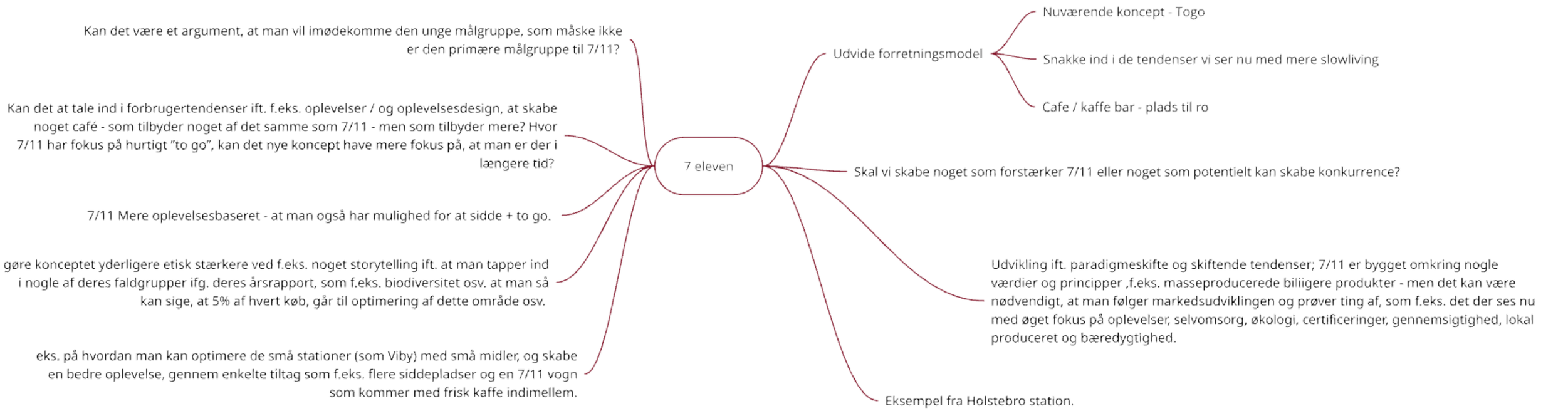
FORM

– BRAINSTORM
– IDESI OG IDEUDVÆLGELSE
– SKITSERINGER
– MOODBOARDS

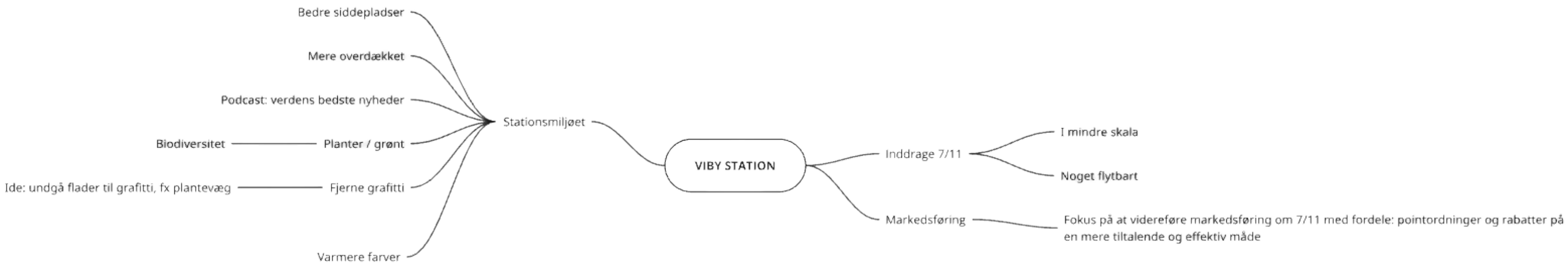
BRAINSTORM - HORSENS STATION



BRAINSTORM - 7-ELEVEN



BRAINSTORM - VIBY STATION



IDESI OG IDEUDVÆLGELSE

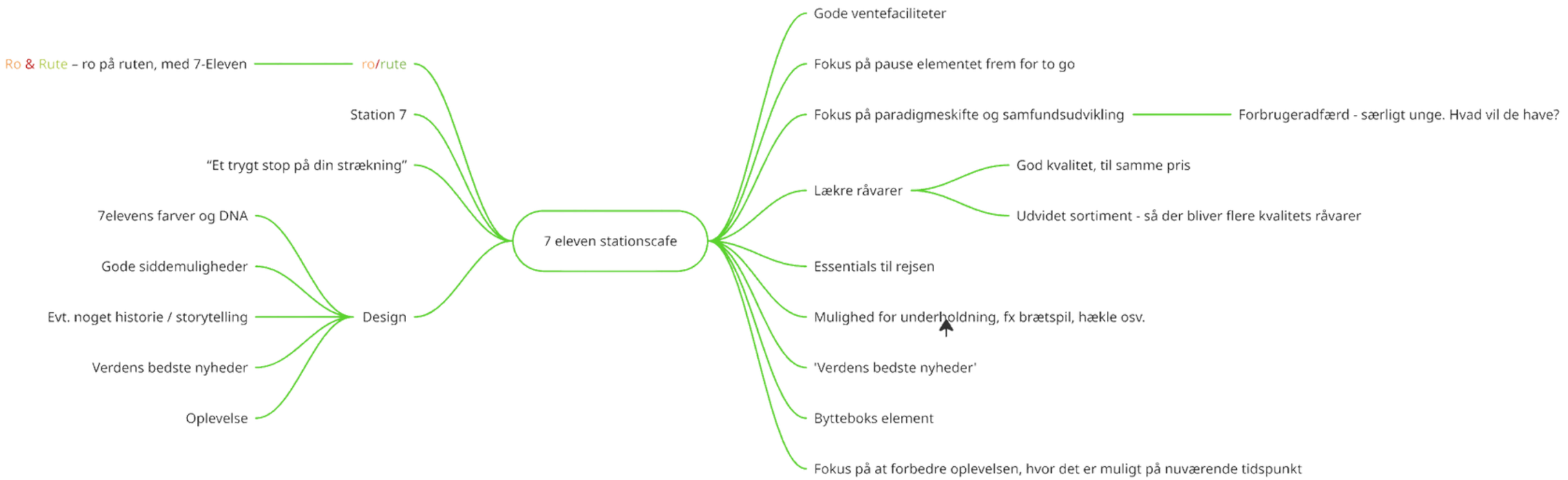
Løsninger
1 7 eleven stationscafe
2 7 eleven essentials (ligesom normal)
3 7 eleven refill station
4 7 eleven repair and fix

Kravspecifikationer	
SKAL KUNNE	KAN KUNNE
1 Skal være retail / kommcercielt	1 Rabat / pointordninger
2 Skal kunne snakke ind i den unge målgruppes behov uden at ekskludere	2 Bæredygtigt element
3 Skal have fokus på vedligeholdte faciliteter, hygiejne og behagelig atmosfære	3 Flere grønne områder
4 Skal snakke ind i nuværende trends / tendenser	
5 Gode venteområder og siddepladser	
6 Skaleres op og ned	

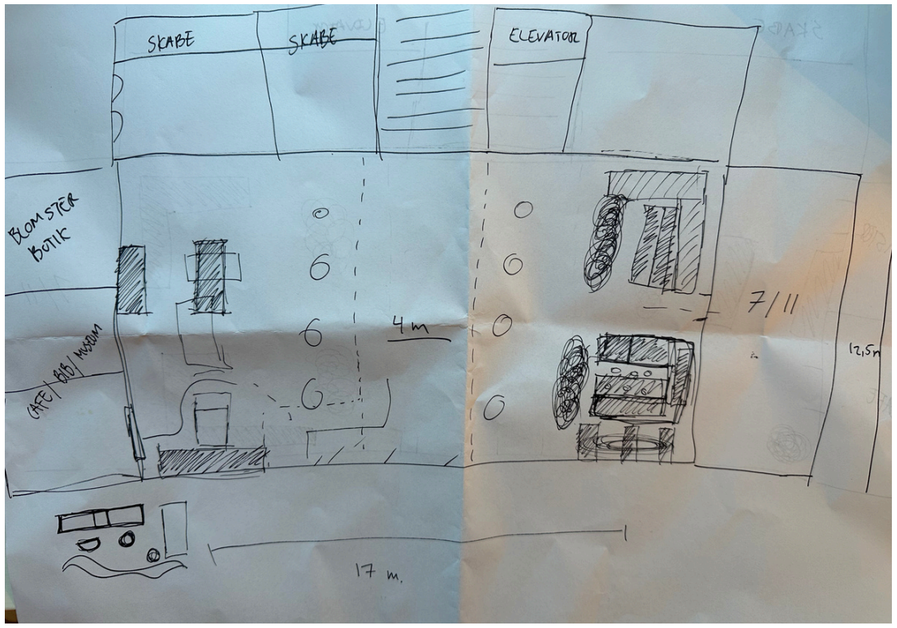
Ideudvælgelse - karaktergivning

Løsninger	Hårde krav					Bløde krav				
	Krav 1	Krav 2	Krav 3	Krav 4	Krav 5	Krav 6	Krav 1b	Krav 2b	Krav 3b	Sum
Løsning 1	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43
Løsning 2	5	4	4	5	2	5	3	3	2	33
Løsning 3	3	3	3	3	2	5	4	4	2	29
Løsning 4	5	5	4	4	4	5	2	5	3	37

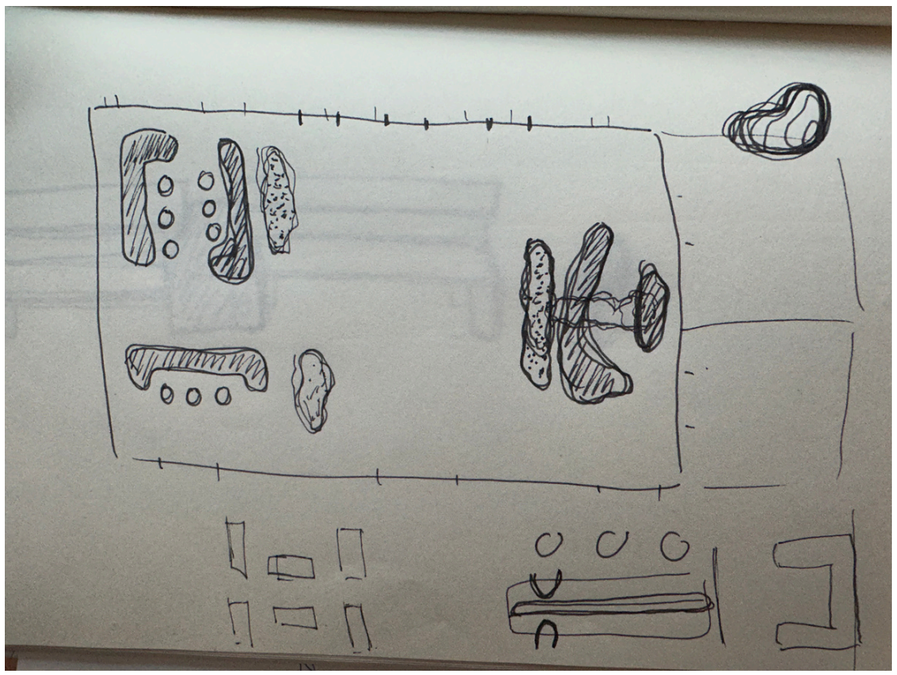
BRAINSTORM - 7-ELEVEN STATIONSCAFÉ

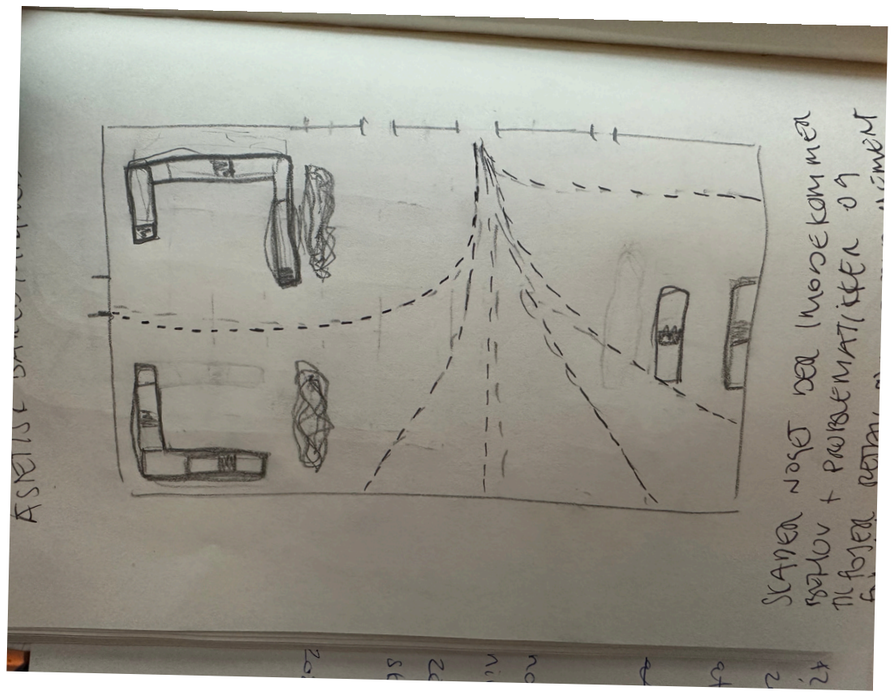


SKITSERING


SKABE
SKABE
ELEVATOR
BLOMSTER BUTIK
CAFE
4m
7/11
12,5m
17 m.


SKABE
ELEVATOR
BLOMSTER
CAFE
7/11

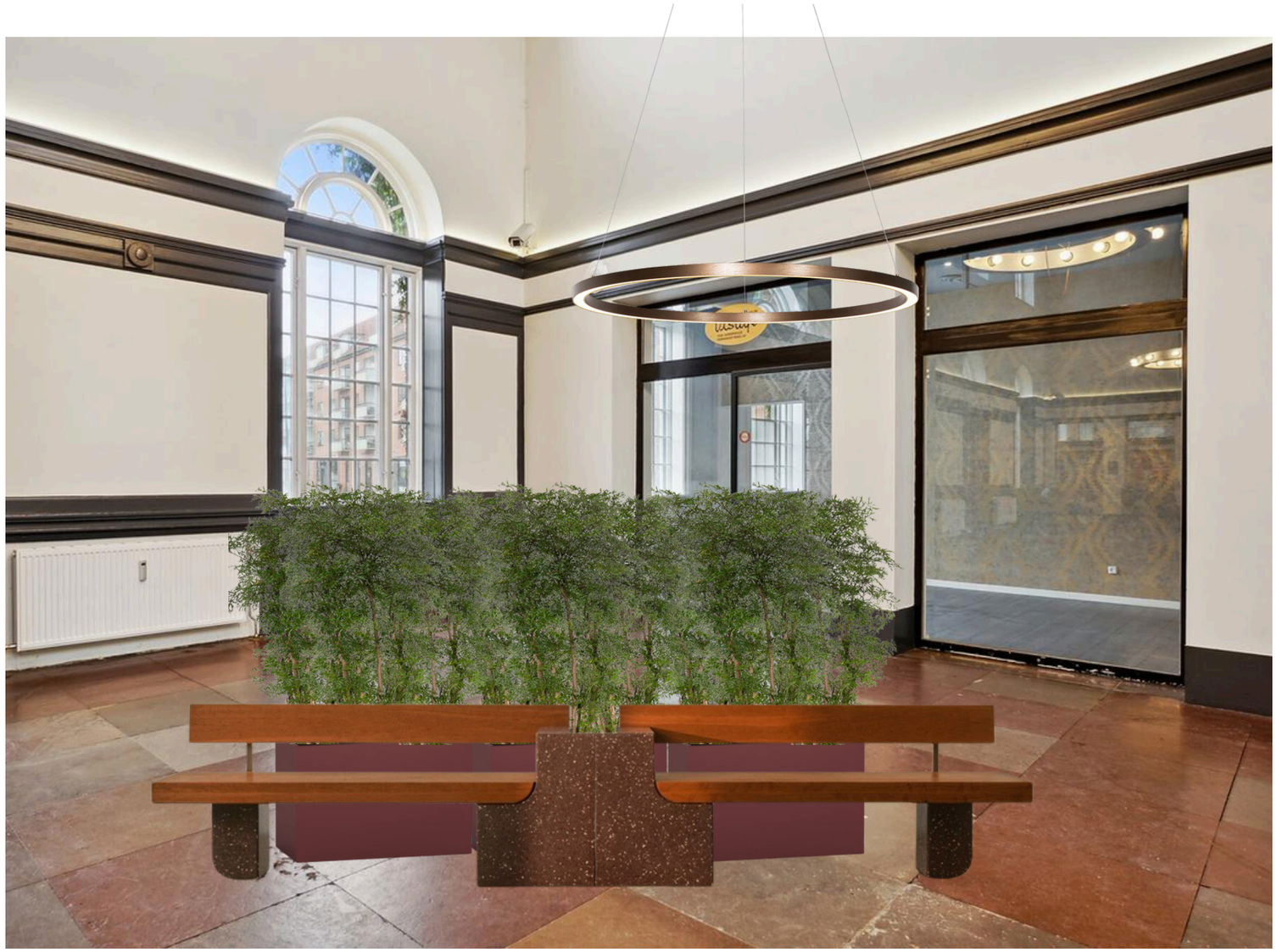




SKITSERING



SKITSERING

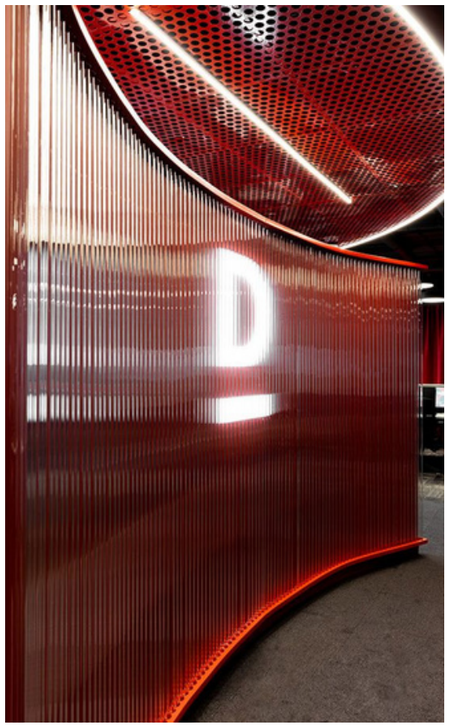


DSB FARVEPALETTE

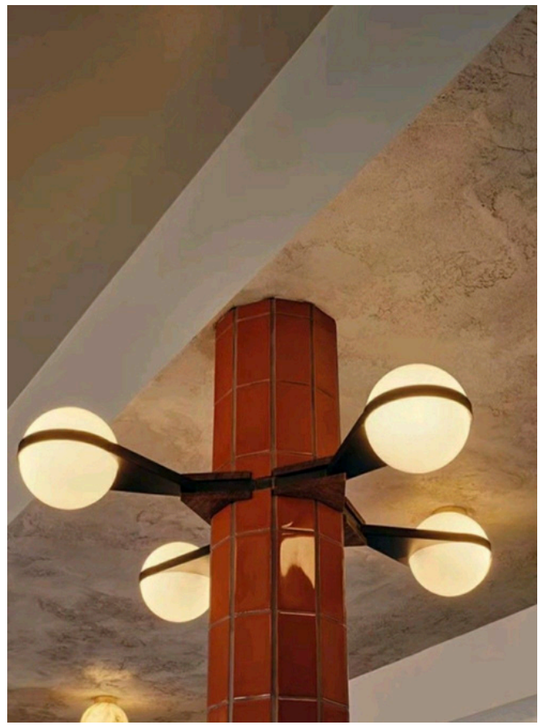


MÅDER AT ANVENDE DSB'S FARVER PÅ



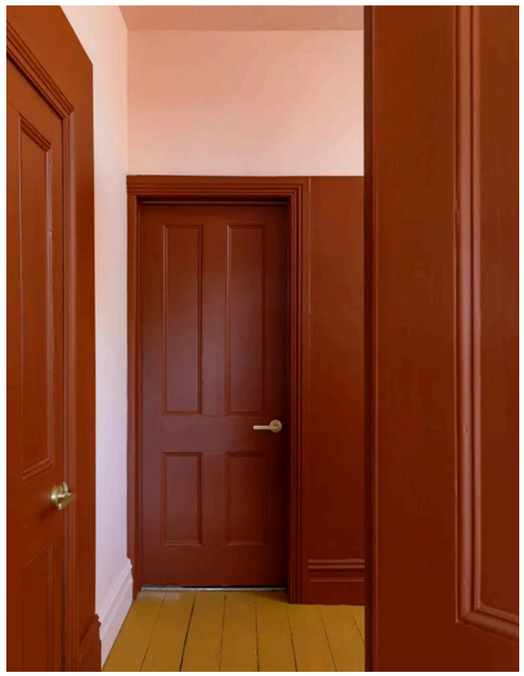


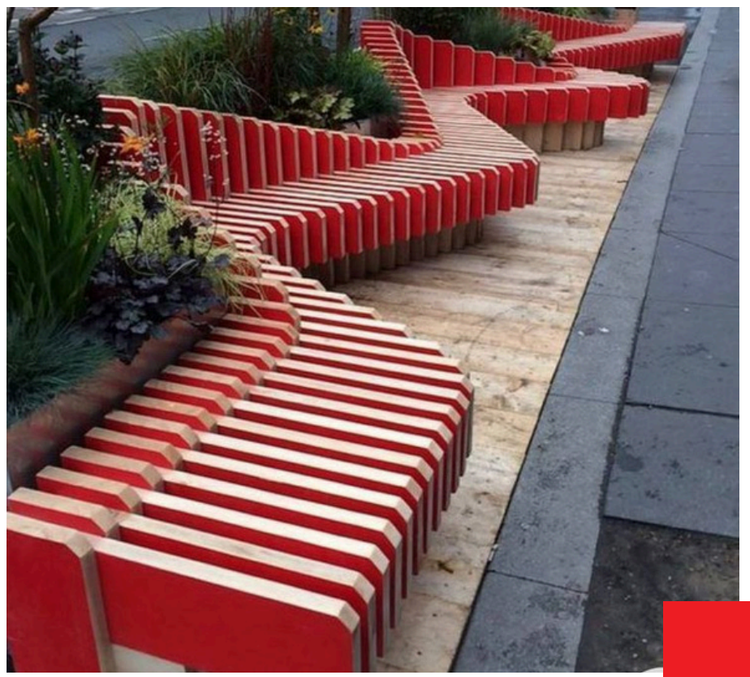










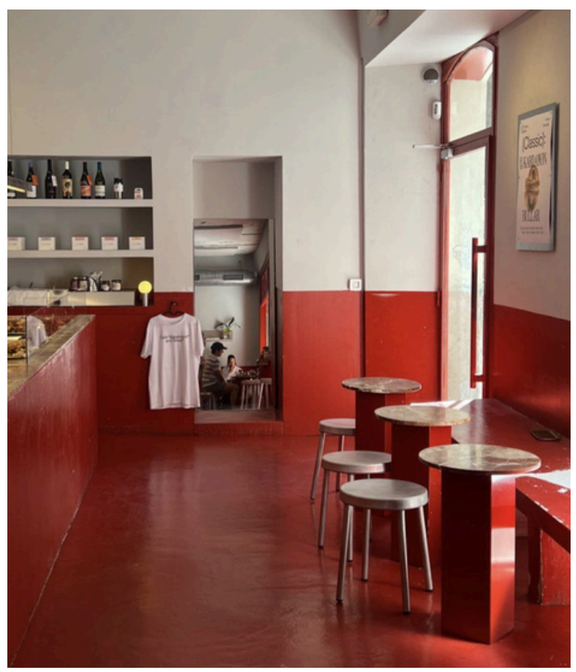


PINTEREST

MÅDER AT ANVENDE DSB'S FARVER PÅ

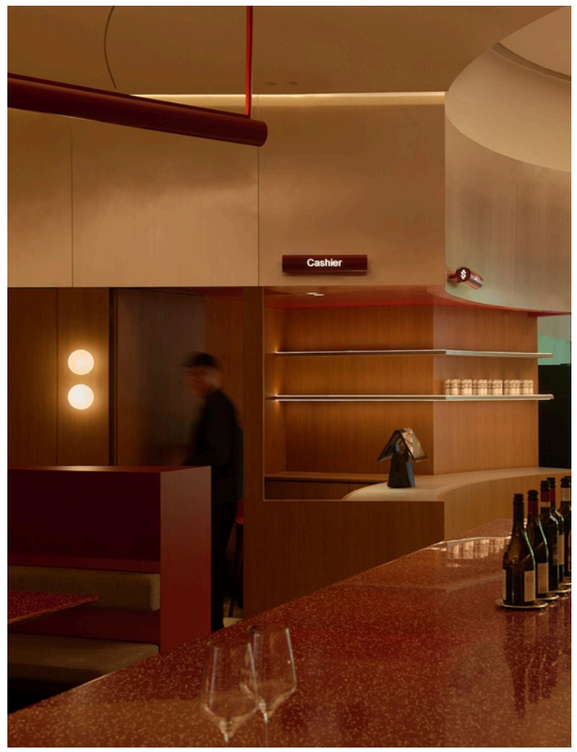






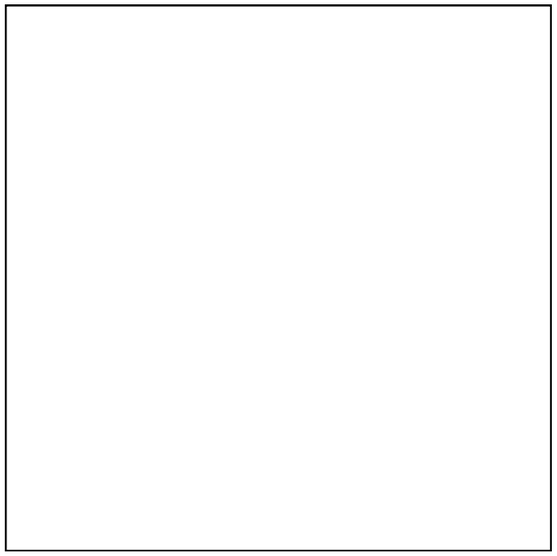






PINTEREST

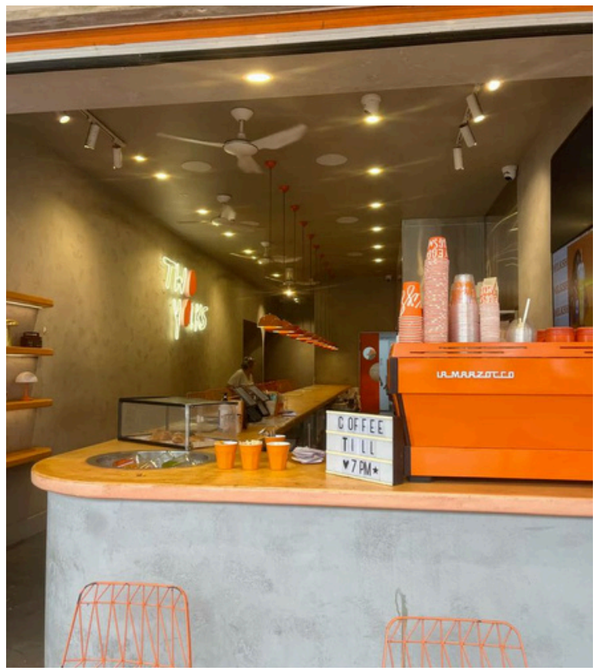
7-ELEVEN FARVEPALETTE

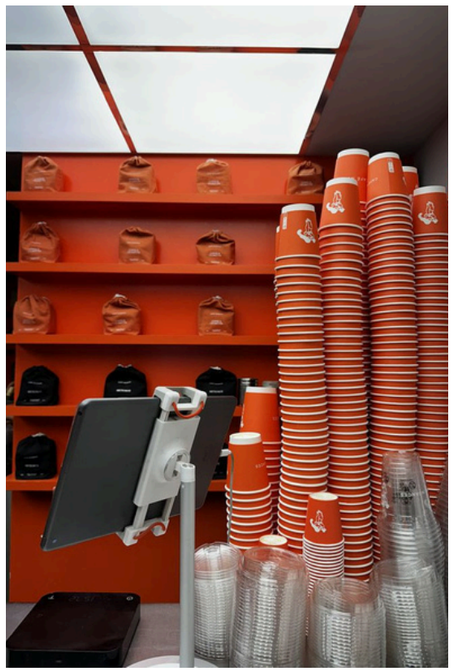


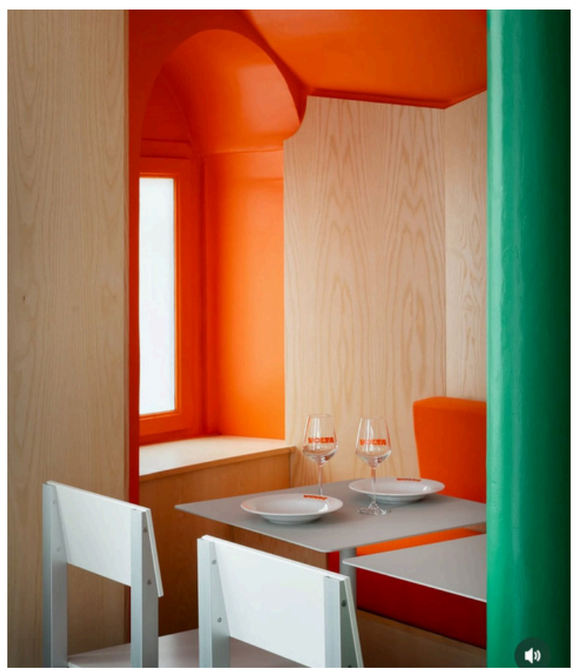




MÅDER AT ANVENDE 7-ELEVENS FARVER PÅ

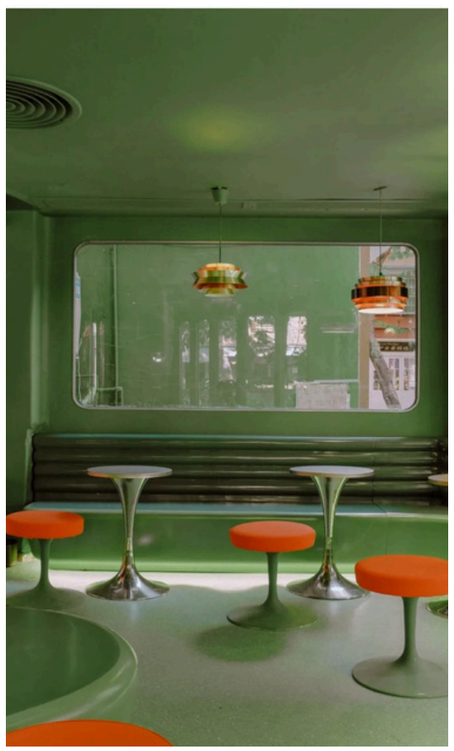




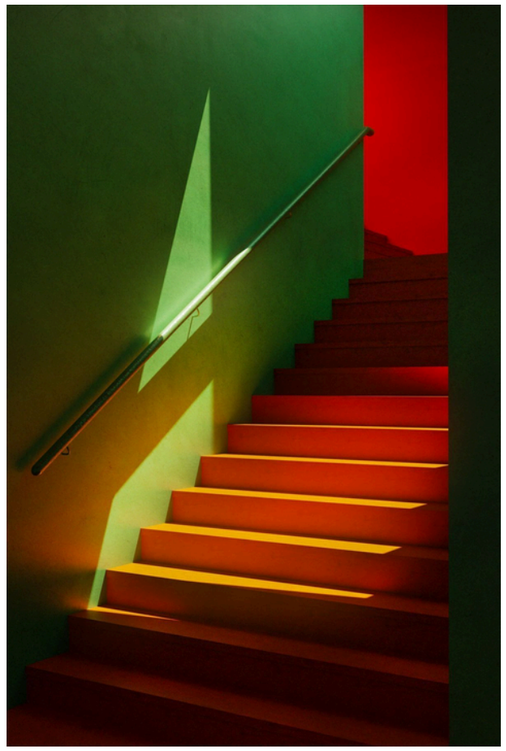












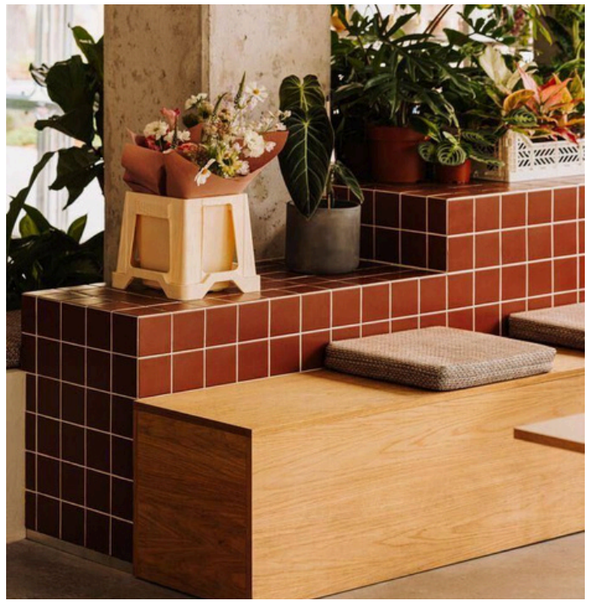
PINTEREST

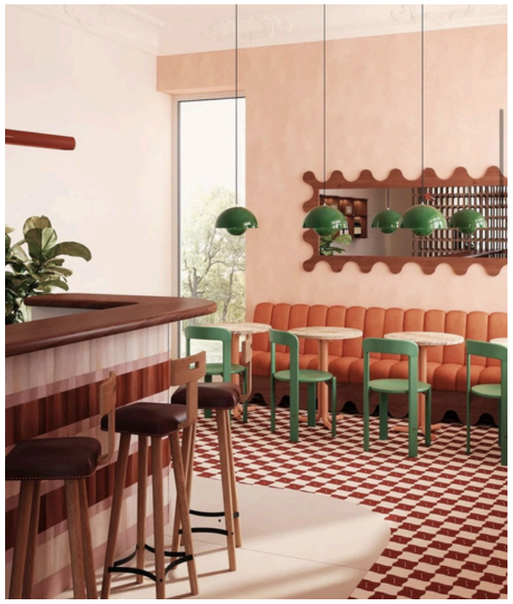
MÅDER AT ANVENDE 7-ELEVENS FARVER PÅ

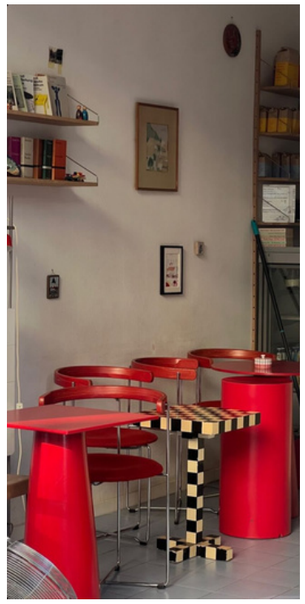










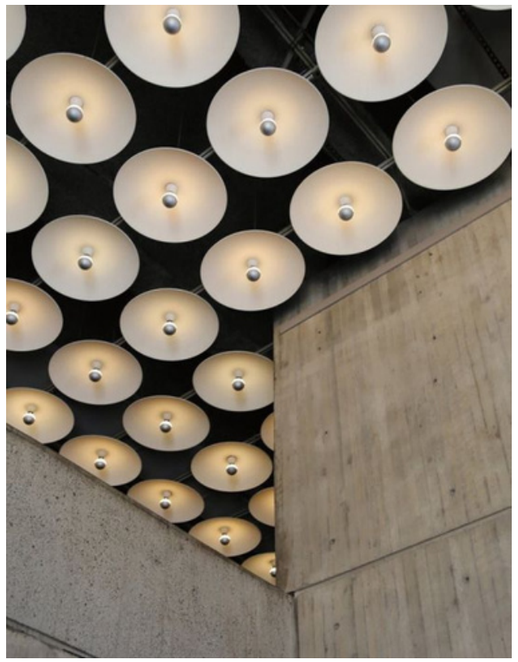


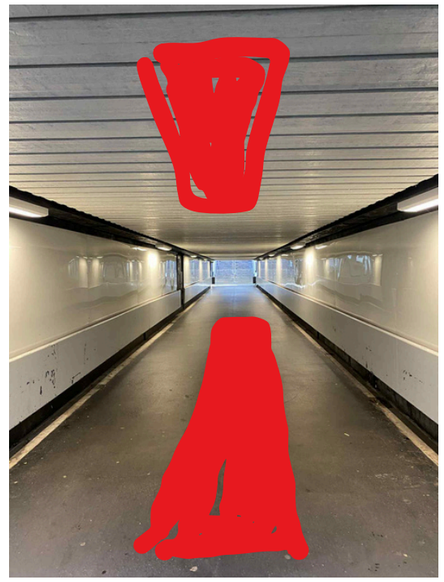
PINTEREST

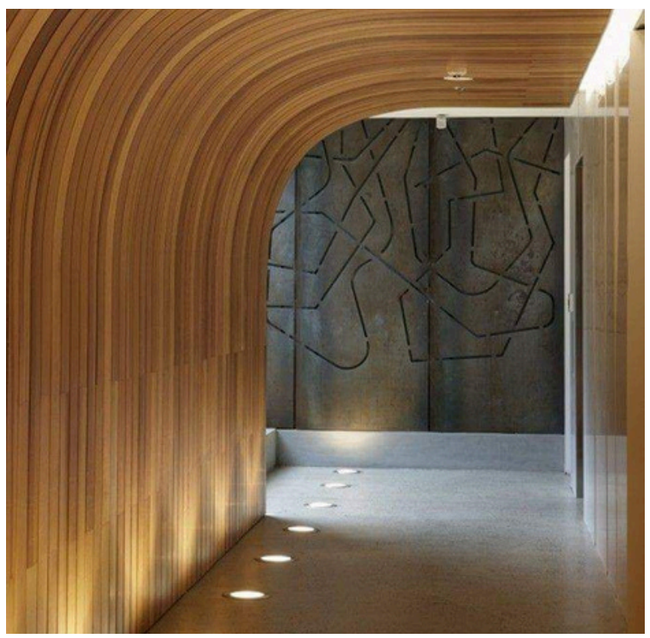
MOODBOARD

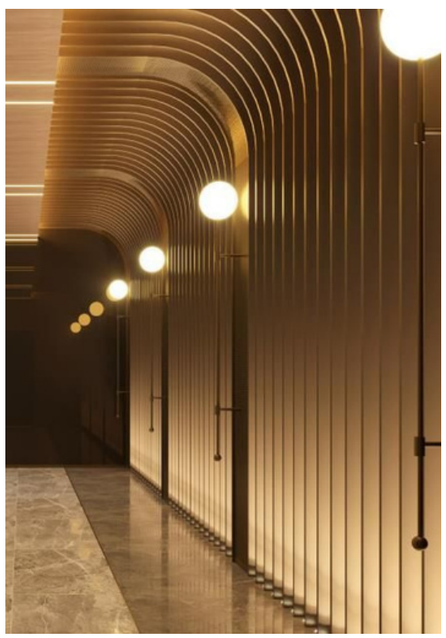
TUNNEL HORSENS

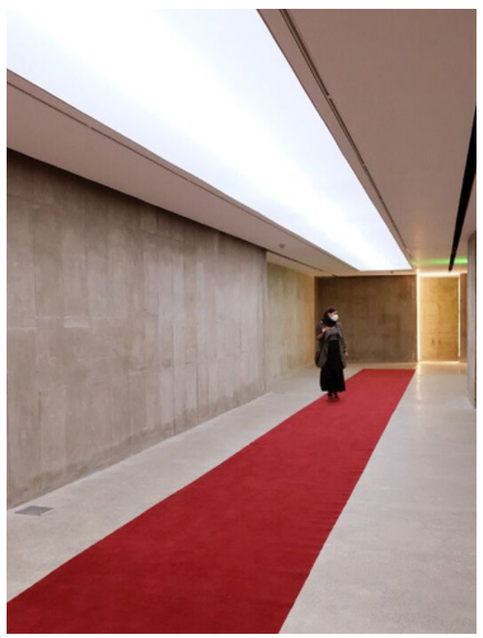






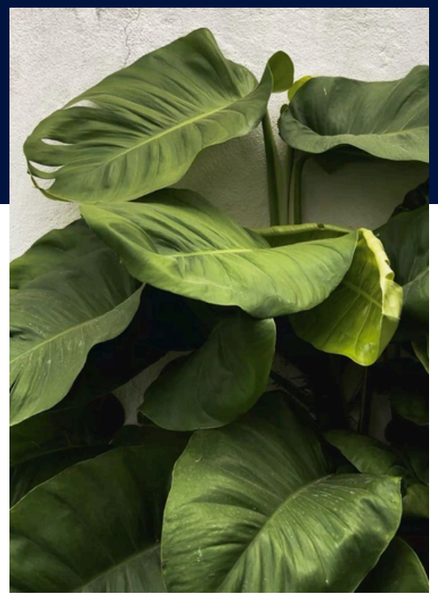






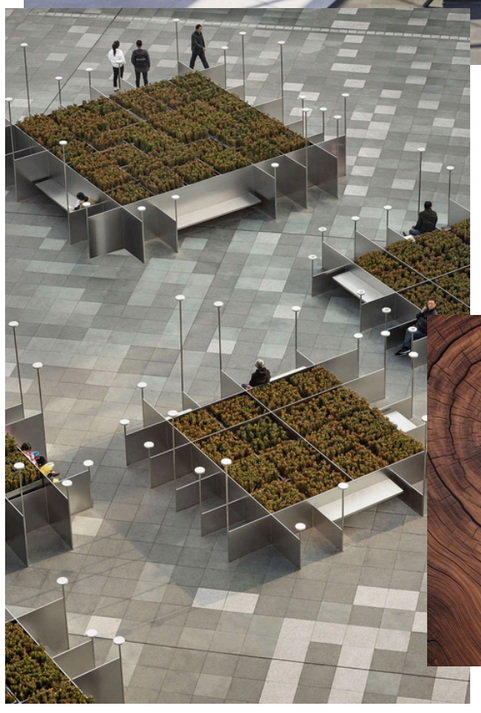
MOODBOARD HORSENS - STATIONSMILJØ





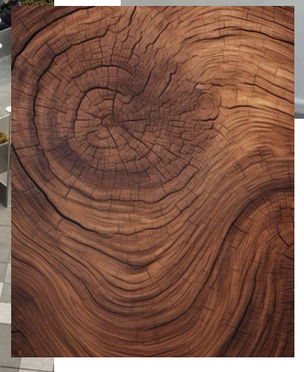










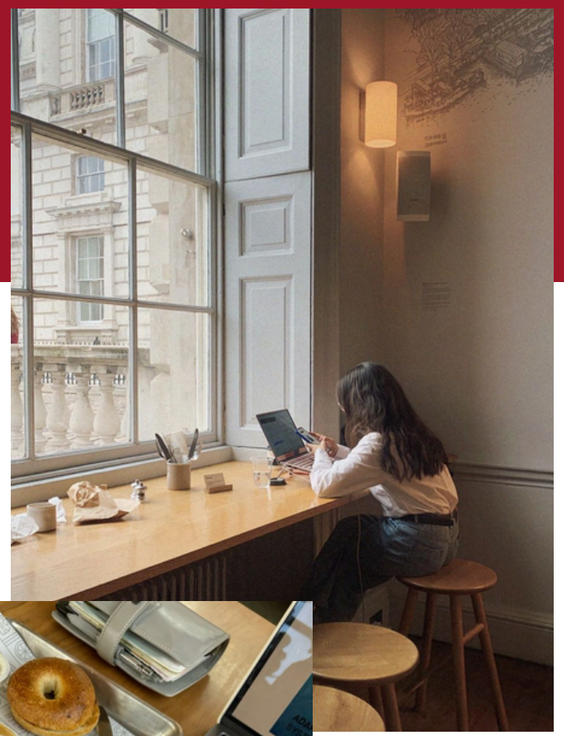


Verdens
Bedste
Nyheder

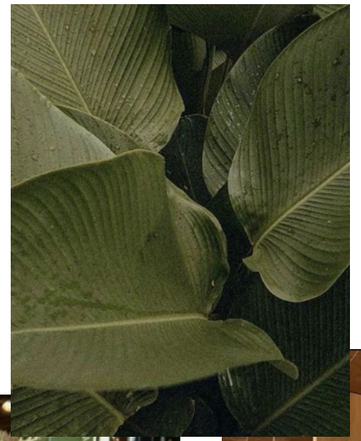
VERDENS BEDSTE NYHEDER
PINTEREST

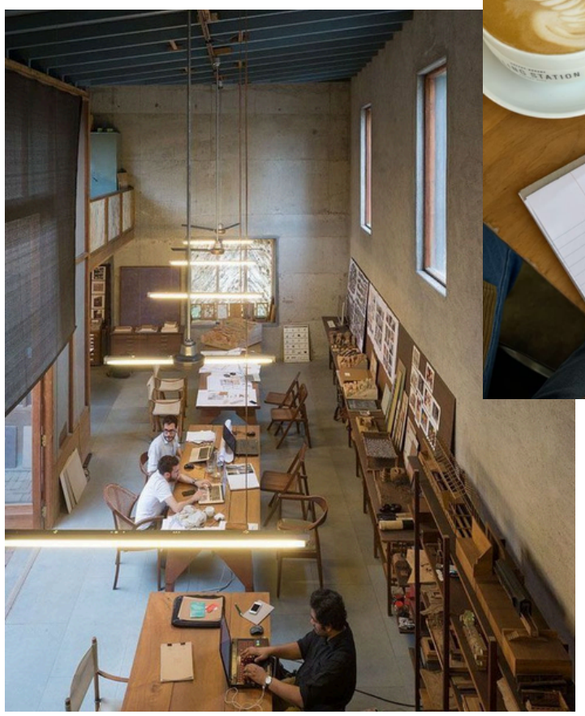
MOODBOARD HORSENS - STATIONSCAFÉ



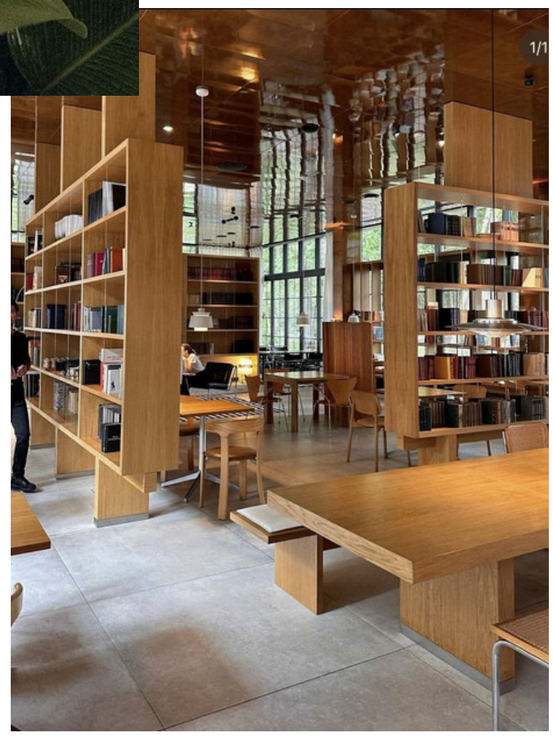












FABRICATE

– KRITERIER FOR VALG AF INVENTAR
– SKITSERINGER
– MOODBOARDS
– MATERIALER
– PERSONAS
– LIVSSTILSBOARDS
– MARKEDSFØRING
– 3D VISUALISERINGER
– BOBLEDIAGRAMMER
– OPLEVELSESHJULET
– ÆSTETISK BÆREDYGTIGHED
– 12 KVALITETSKRITERIER
– DESIGNPRINCIPPER

KRITERIER FOR VALG AF INVENTAR

01 Tungt – ikke flytbart

02 Holdbart – stor menneske mængde

03 Komfortabelt – behagelige materialer

04 Lyskilder – god og behagelig belysning

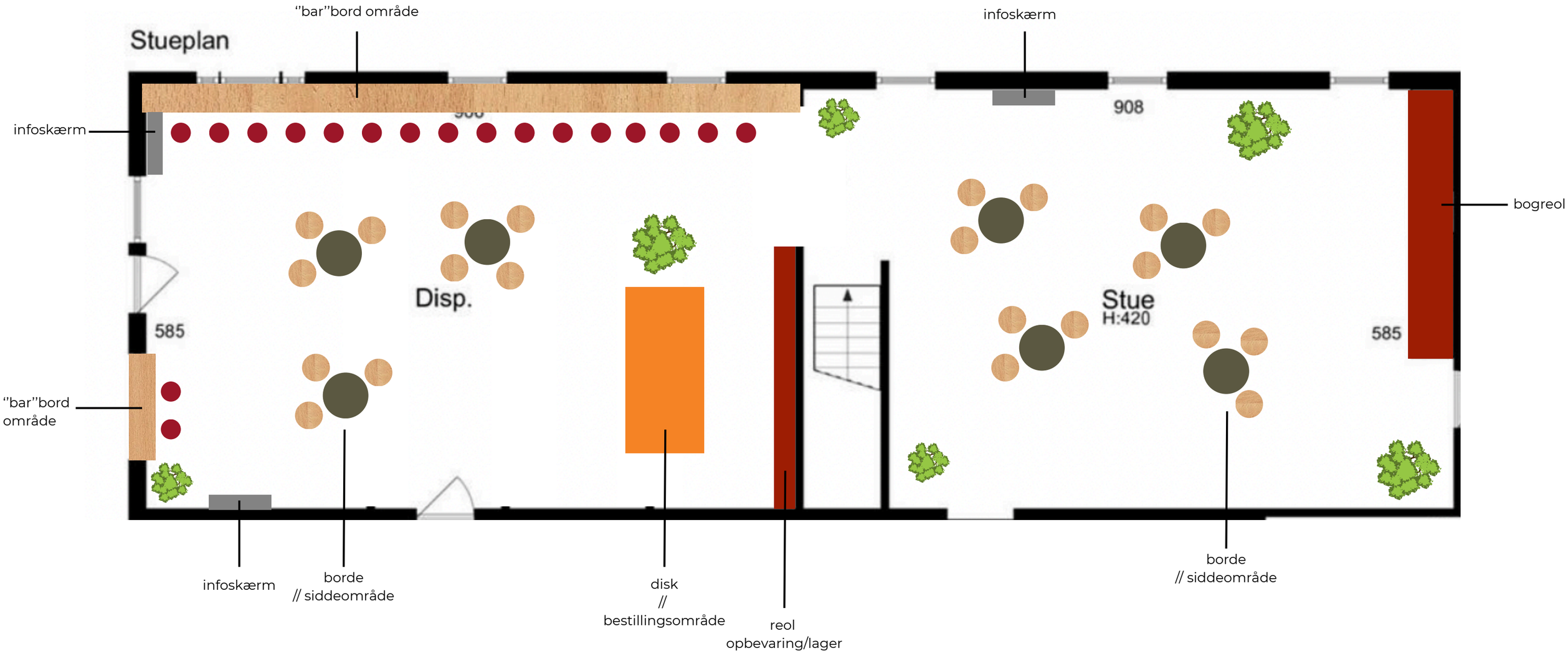
05 Opholdszoner – pauserum

06 Grønne elementer – planter og natur inspirerede malerier

07 Farvevalg – matcher DSB og 7-Eleven og fokus på varme nuancer

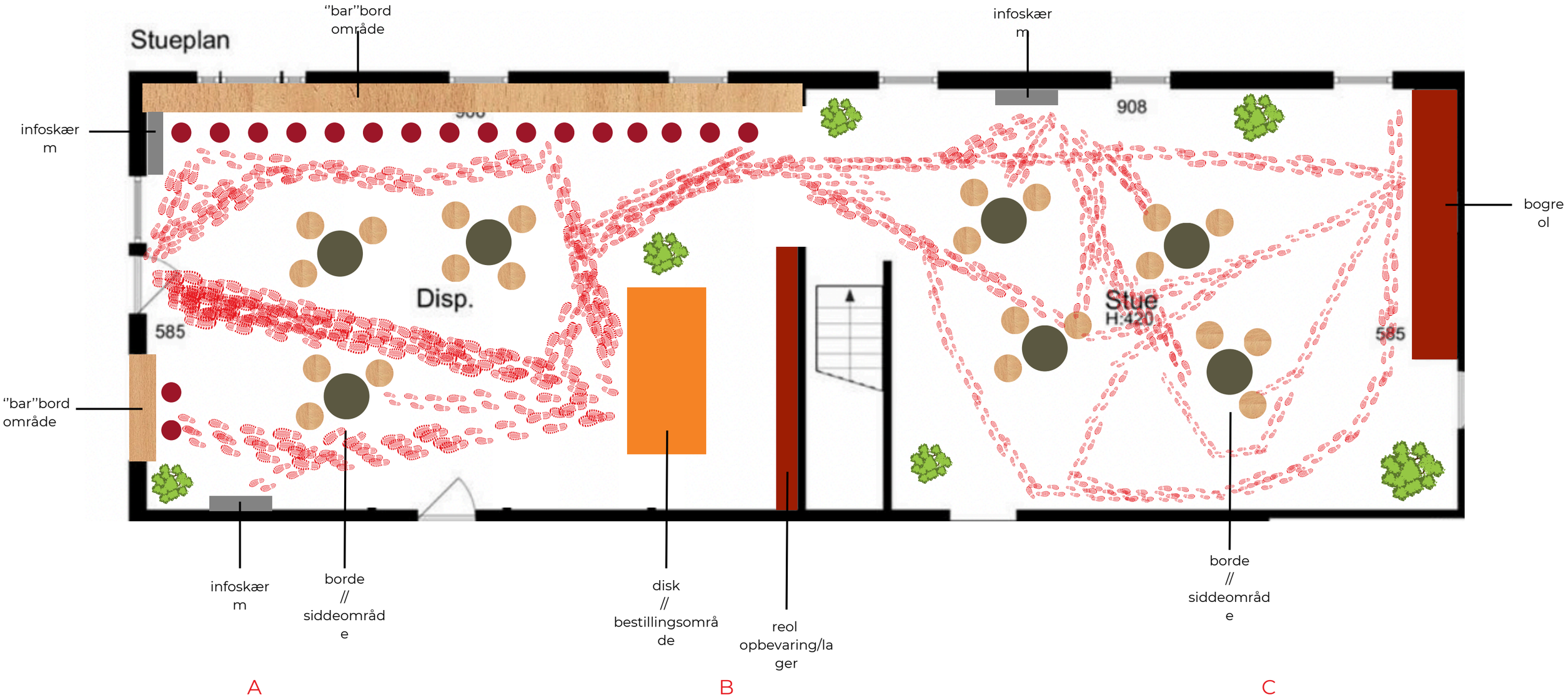
SKITSERING

PLAN - 7 ELEVEN CAFE



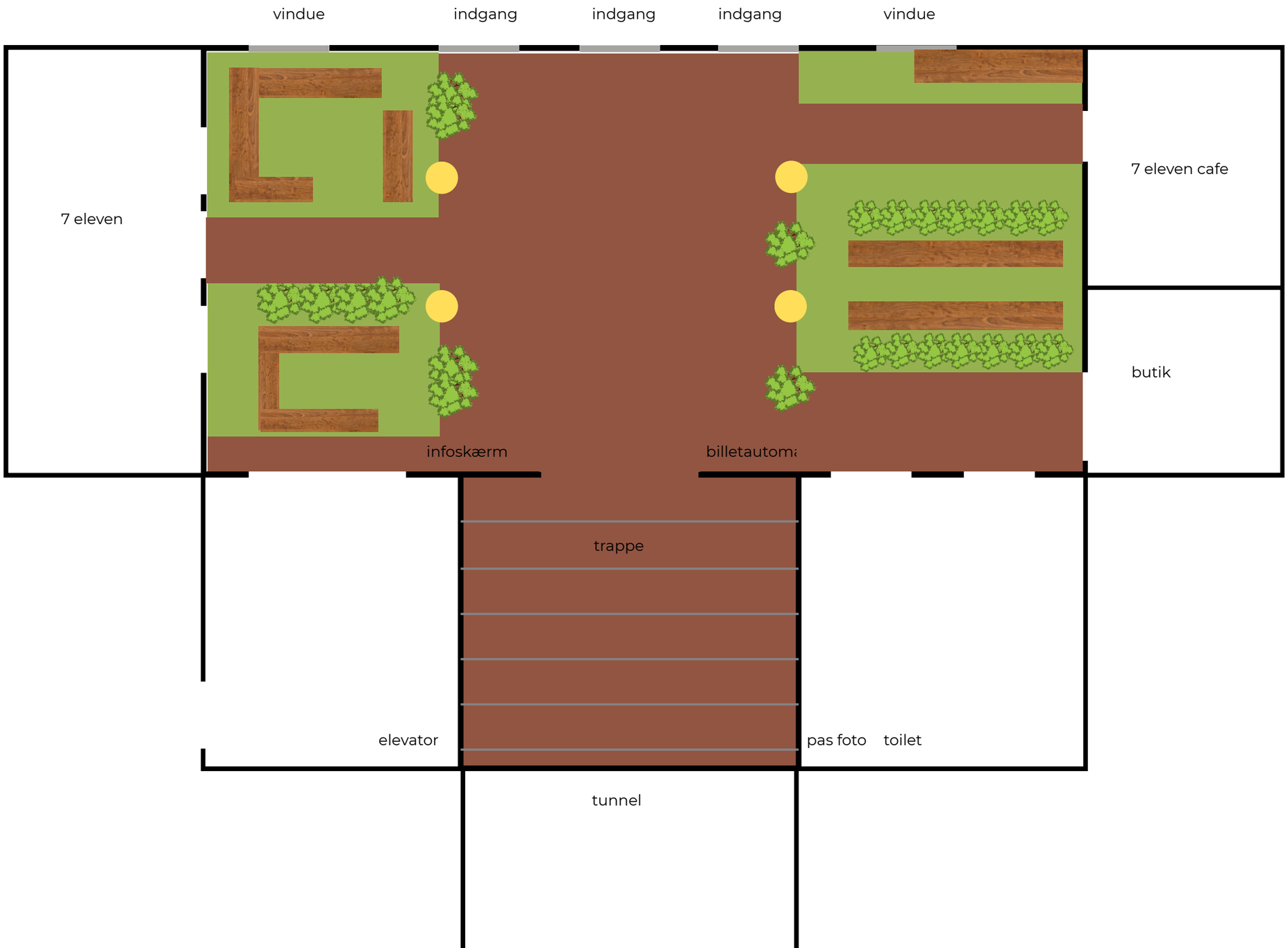
SKITSERING

FLOWPLAN - 7 ELEVEN CAFE



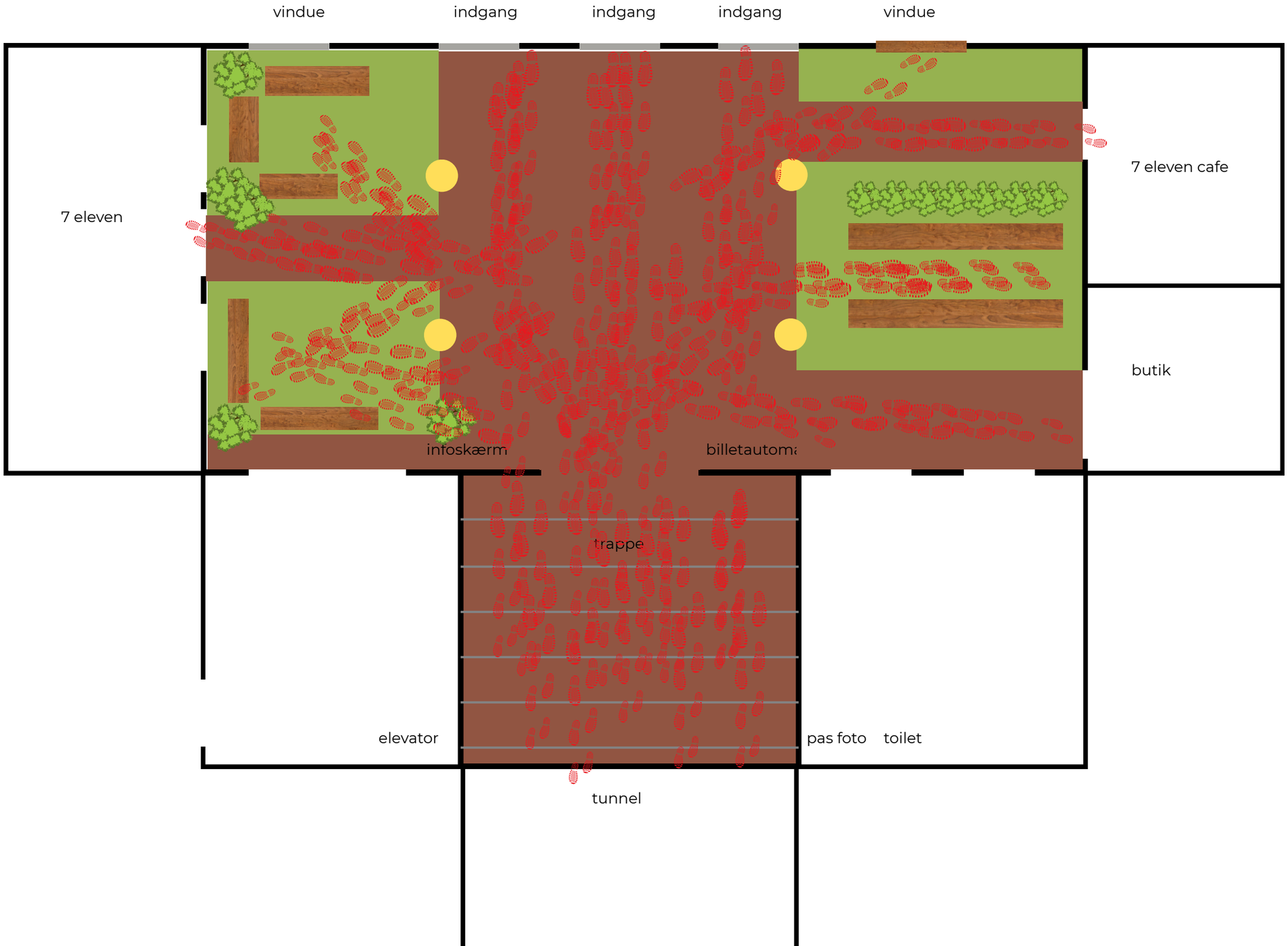
SKITSERING

PLAN - STATIONSMILJØ



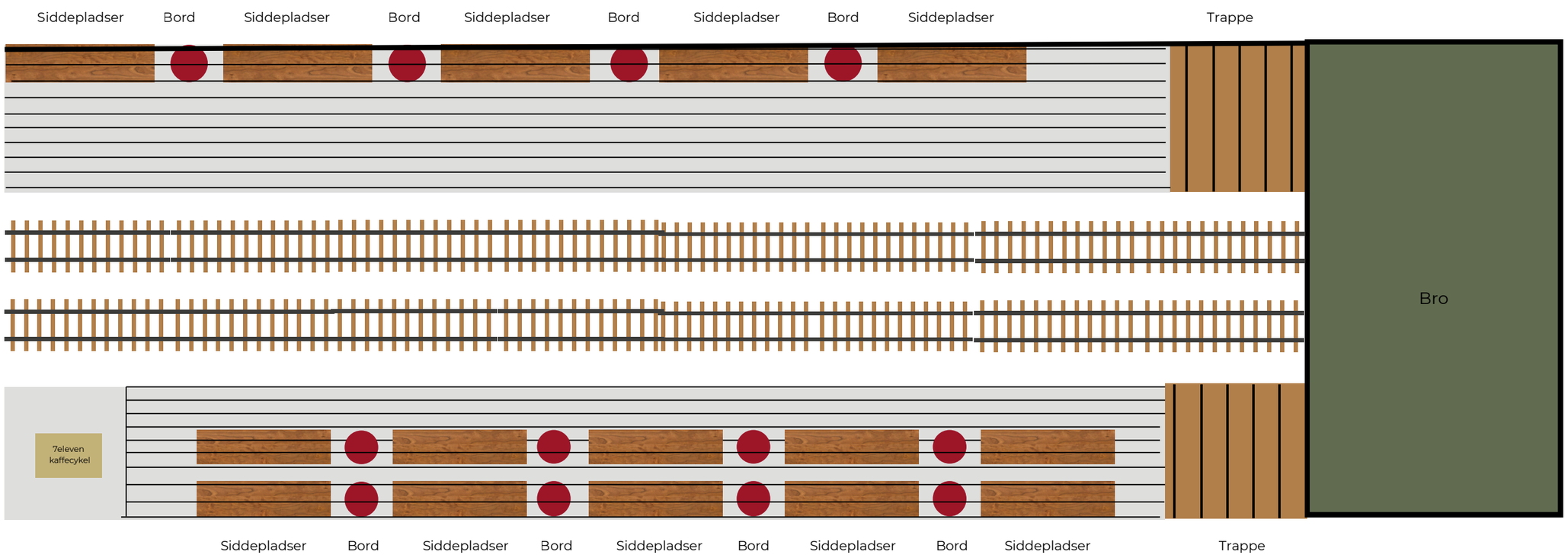
SKITSERING

FLOWPLAN - STATIONSMILJØ



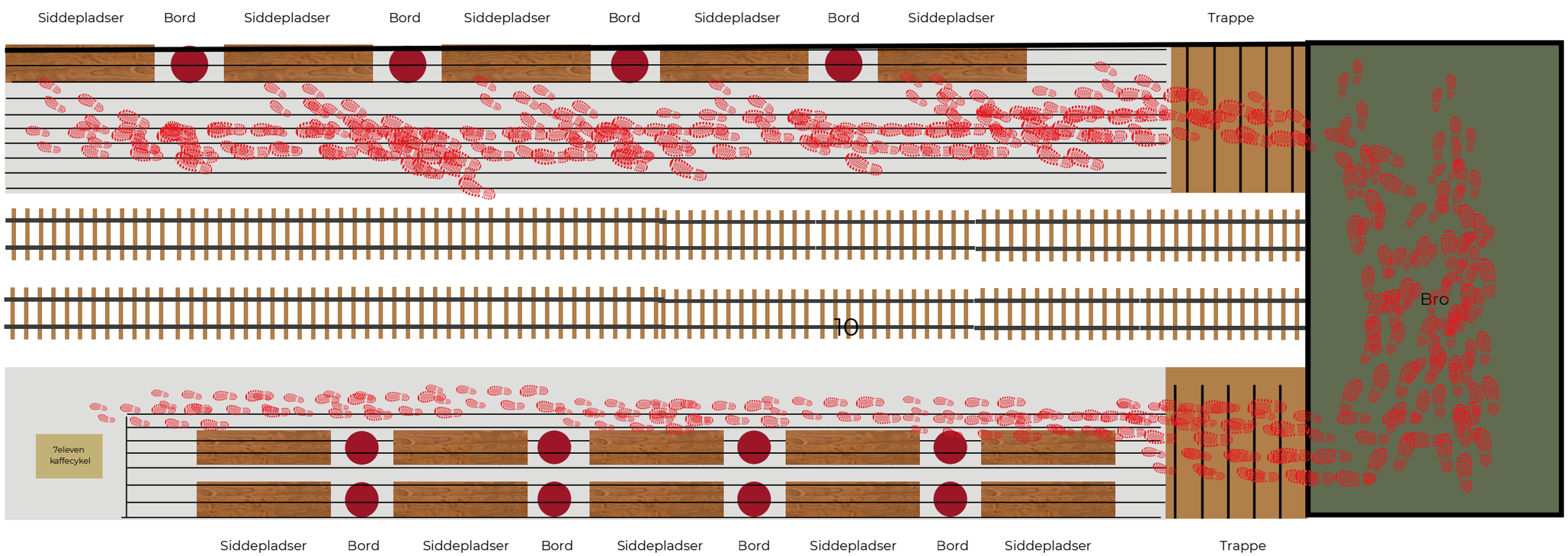
SKITSERING

PLAN - VIBY STATION



SKITSERING

FLOWPLAN - VIBY STATION



MOODBOARD - 7-ELEVEN STATIONSCAFÉ, HORSENS

PINTEREST

BELYSNING



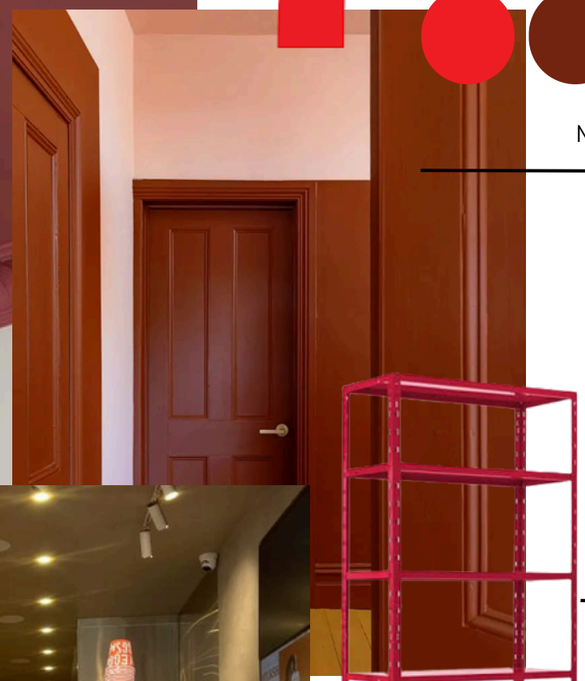


MØRKERØDT LOFT

HØJBORD I BØG



RØD HØJSTOL







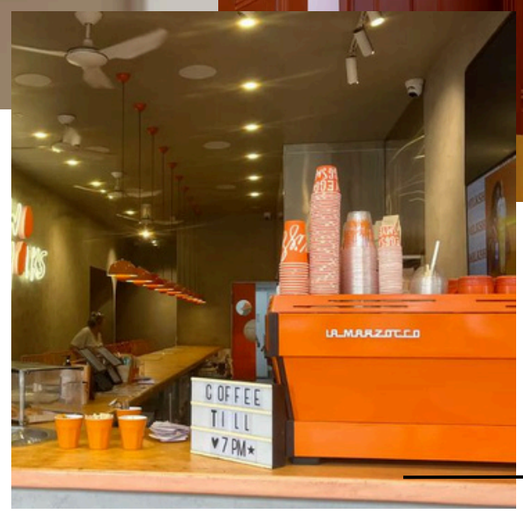
MØRKERØDE KARME / VINDUER

REOLER TIL OPBEVARING OG UNDERHOLDNING - SPIL, HÆKLE, BØGER OSV.

STOLE I BØG - VANDBASERET LAKERET



BORD I STABILSEREDE BETONBASE
I KEGLEFORM - PULVERLAKERET STÅL MED
UNDENDØRSPRIMER



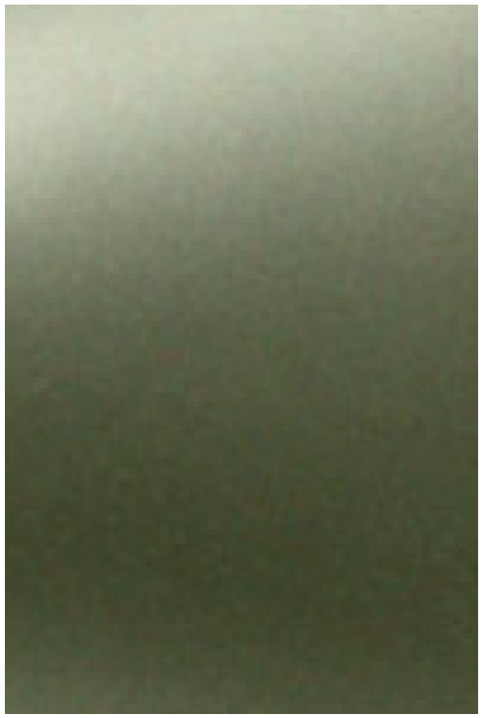
DISK I ORANGE OG
ESPRESSOMASKINE

MATERIALER - 7-ELEVEN STATIONSCAFÉ

PINTEREST



SPISEBORDSSTOLE OG HØJBORD
BØG - VANDBASERET LAKERET



CAFEBORD
EN BETONBASE - MED PULVERLAKERET STÅL MED GRØN UDENDØRSPRIMER



HØJSTOLE
STØBEFORMET POLYPROPYLEN SÆDE MED ENTEN BEN I MAT LAKERET - SORTBEJDSET EG - VALNØD - SÆBE- BEHANDLET EG



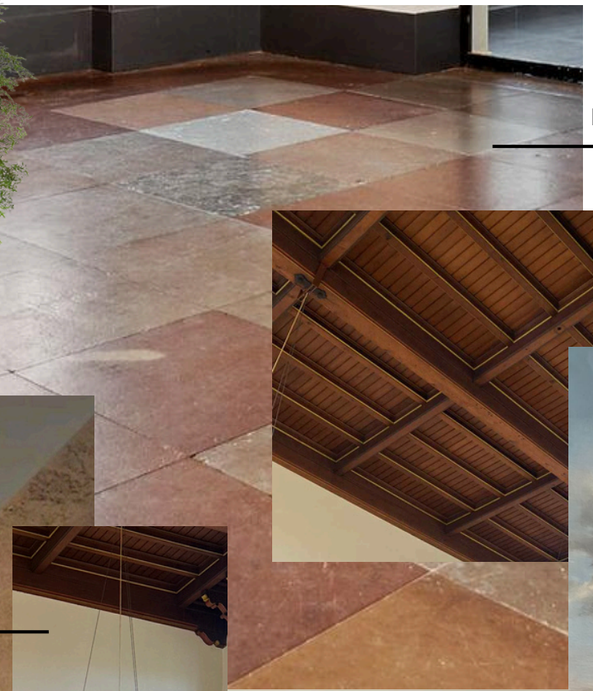
DISK
BØG MED ORANGEMALING

MOODBOARD - STATIONSMILJØ, HORSENS



POLYSCIAS 'MING'

PLANTEKASSE I STÅL OG MALET BOURDEAUX



DET NUVÆRENDE RØD / BRUNE FLISEGULV

SMUKT DETALJERET LOFT



NATUR MALERI



NUVÆRENDE BELYSNIG

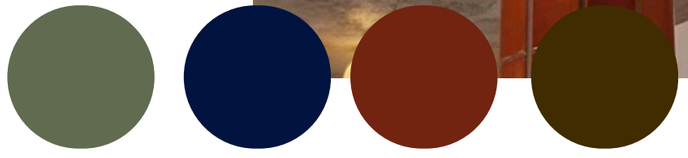


BEHAGELIG BELYSNING OG STOLPER
SOM SKABER MERE INDDELTE RUM



DSB VENTEMØBEL FRA DANMARKS
NÆSTE KLASSIKER

BEHAGELIGE OG INDDELTE
SIDDEPLADSER



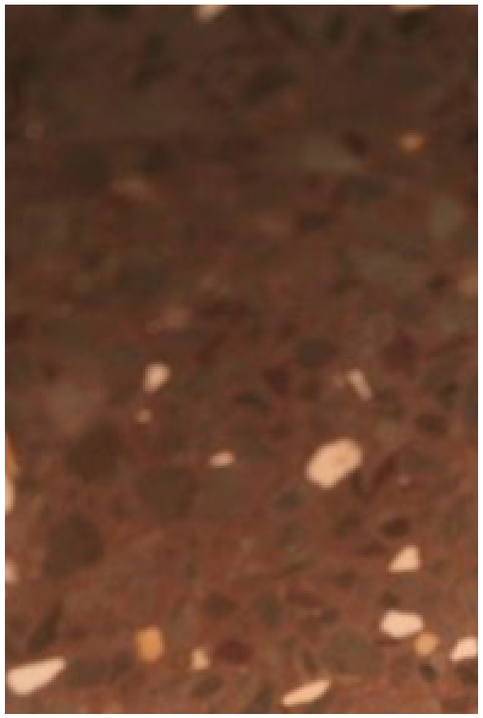
LINKEDIN PINTEREST

MATERIALER - STATIONSMILJØ, HORSENS

LINKEDIN PINTEREST



DSB VENTEMØBEL
KIRSEBÆR TRÆ



DSB VENTEMØBEL
TERRAZZO



PLANTEKASSE
STÅL



STOLPER
FLISER

MOODBOARD - VIBY STATION

BÆNKE - FLERE SIDDEPLADSER

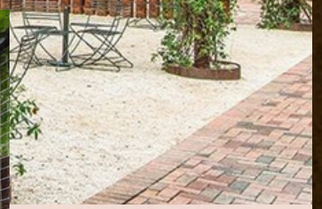




PLANTEVÆG









KAFFECYKEL (NEDSKALERING FRA HORSENS TIL VIBY)



LYS I GULVET - NUDGING MOD UDGANG



AFSÆTNINGSBORDE I RØD NUANCE

OVERDÆKKEDE STÅPLADSER

PINTEREST

MATERIALER - VIBY STATION

PINTERREST



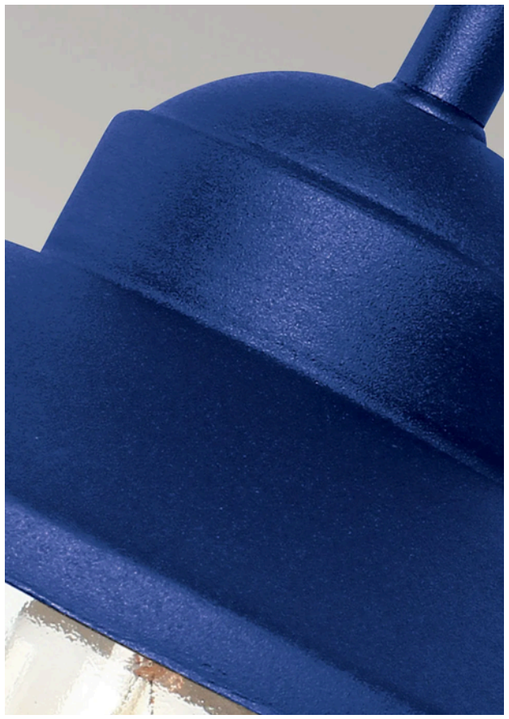
BÆNKE
EGE TRÆ



BÆNKENS STEL OG TAG
STÅL



SMÅ BORDE
STEN



STOLPER OG LAMPER
BLÅ STÅL

PERSONA 1: IMPULSIVE SPENDER, CONZOOM H1 - KOLLEGIER



PINTEREST

NAVN: NOAH

ALDER: 24 ÅR

BOPÆL: KOLLEGIUM I AARHUS - DELER LEJLIGHED MED 2 ANDRE

UDDANNELSE/JOB: STUDERER MULTIMEDIEDESIGN PÅ ERHVERVSAKADEMIET I VIBY OG HAR STUDIEJOB PÅ SPORTSBAREN PANENKA I AARHUS

FORBRUGERTYPE: IMPULSIVE SPENDER

CONZOOM GRUPPE: CONZOOM H1 – KOLLEGIER

PERSONA 2: BALANCED OPTIMIST, CONZOOM E2 - UNG ANDEL



PINTEREST

NAVN: EMMA

ALDER: 26 ÅR

BOPÆL: LEJLIGHED I AARHUS - BOR MED KÆRESTE

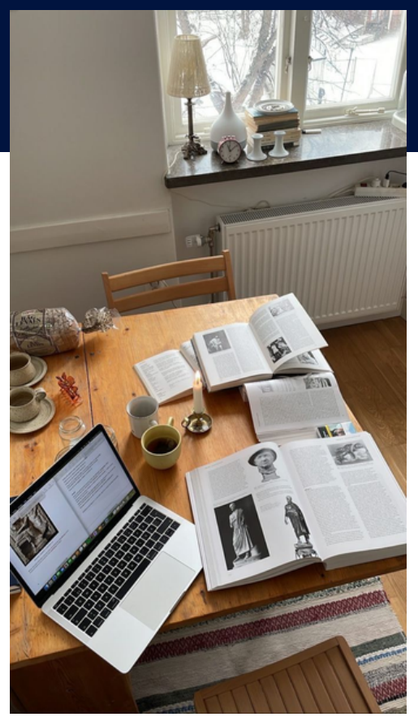
UDDANNELSE/JOB: HUN ER NYUDDANNET FRA AARHUS UNIVERSITET OG ARBEJDER SOM JUNIORPROJEKTLEDER I EN KOMMUNIKATIONSVIRKSOMHED I HORSENS

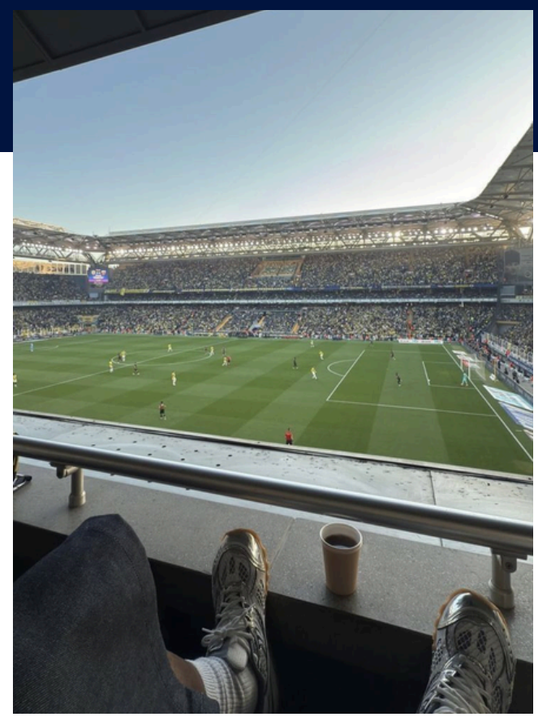
FORBRUGERTYPE: BALANCED OPTIMIST

COONZOOM GRUPPE: CONZOOM E2 – UNG ANDEL

LIVSSTILSBOARD

PERSONA 1: IMPULSIVE SPENDER, CONZOOM H1 - KOLLEGIER







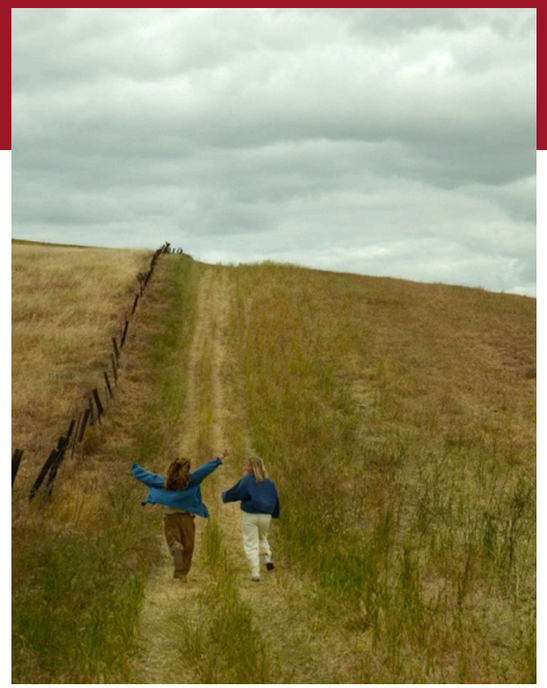
PINTEREST

LIVSSTILSBOARD

PERSONA 2: BALANCED OPTIMIST, CONZOOM E2 - UNG ANDEL











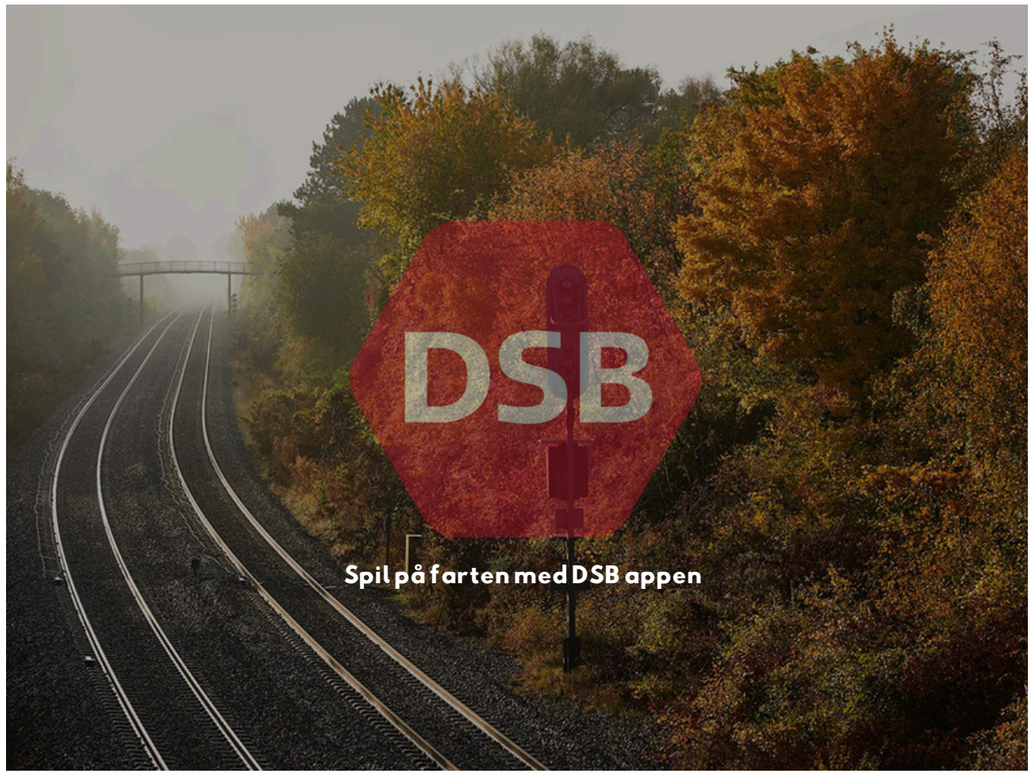
PINTEREST

MARKEDSFØRING

SPILLET "TOGTUREN" - RABAT





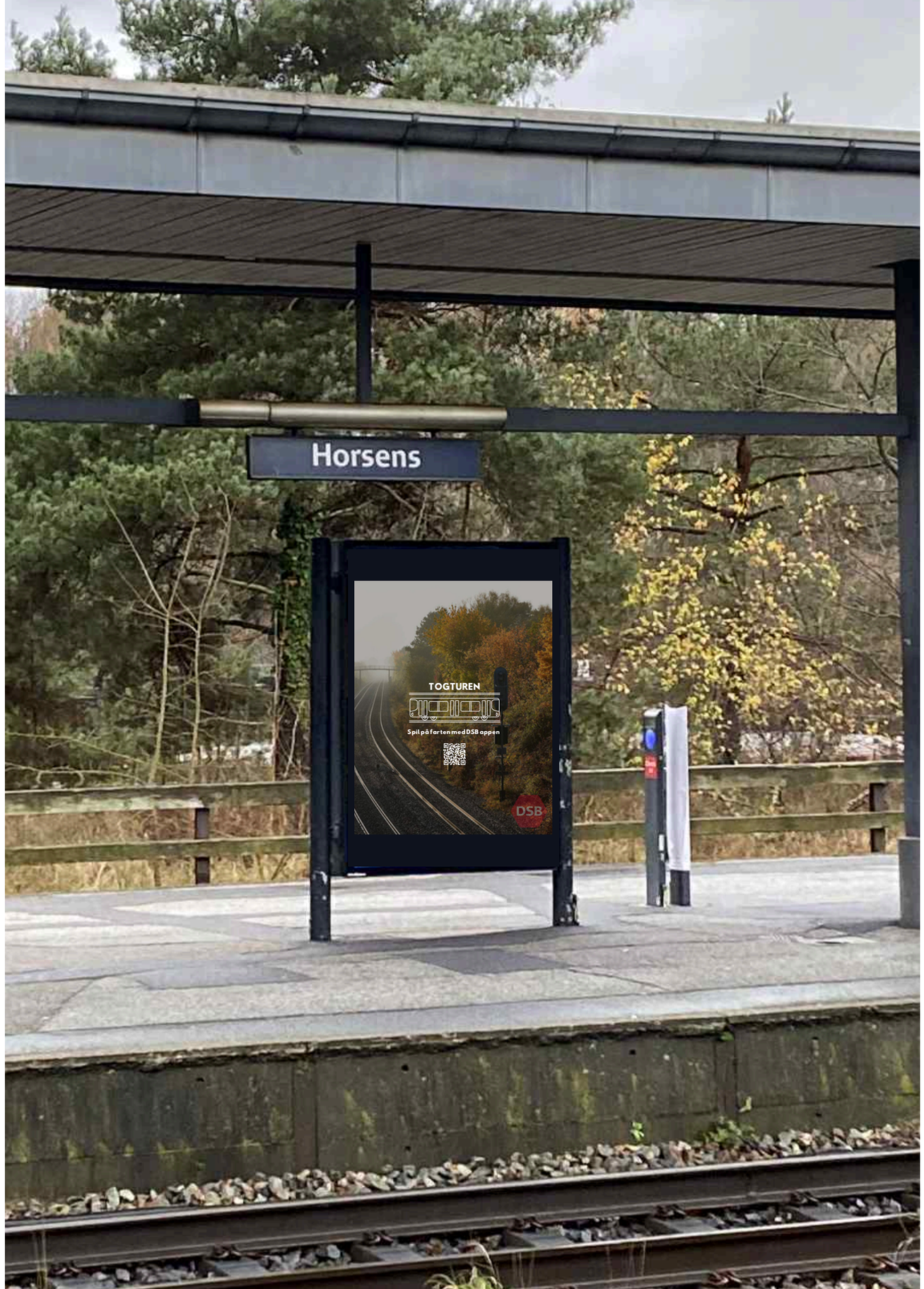




PINTEREST DSB WEBSITE

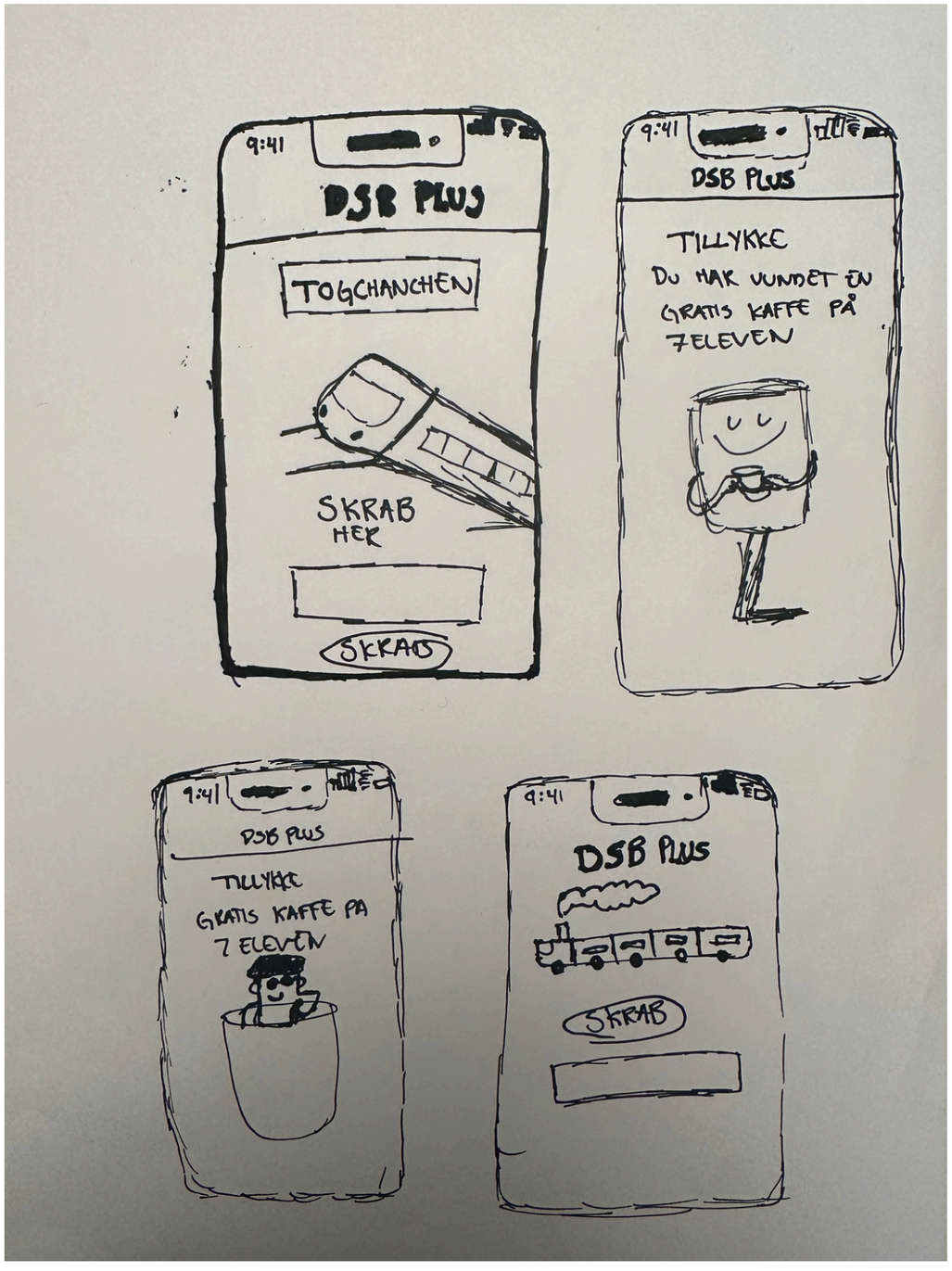
MARKEDSFØRING

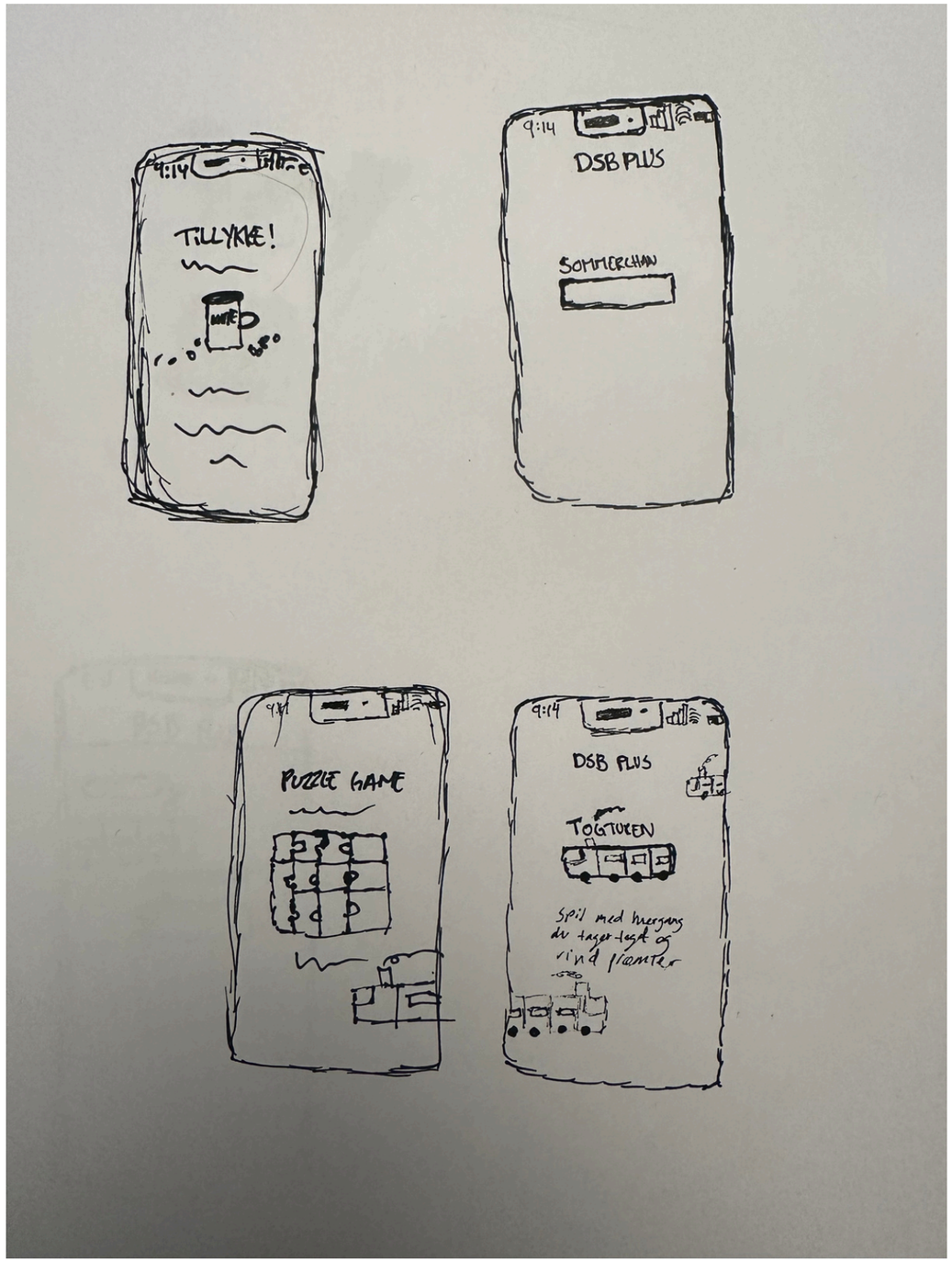
SPILLET ”TOGTUREN” - RABAT



PINTEREST EGET BILLEDE

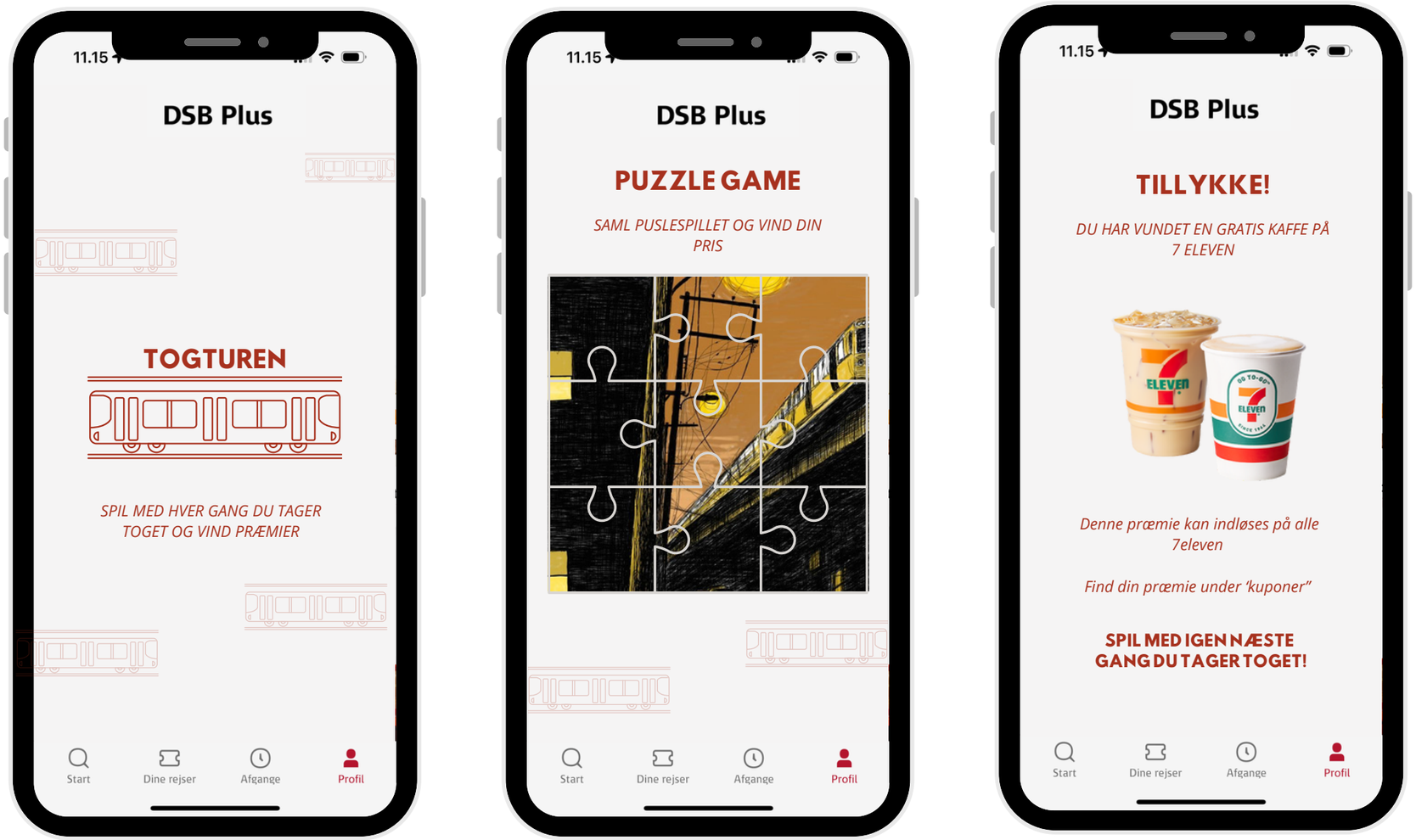
MARKEDSFØRING - SKITSERINGER





MARKEDSFØRING, DIGITALT

SPILLET "TOGTUREN" - RABAT



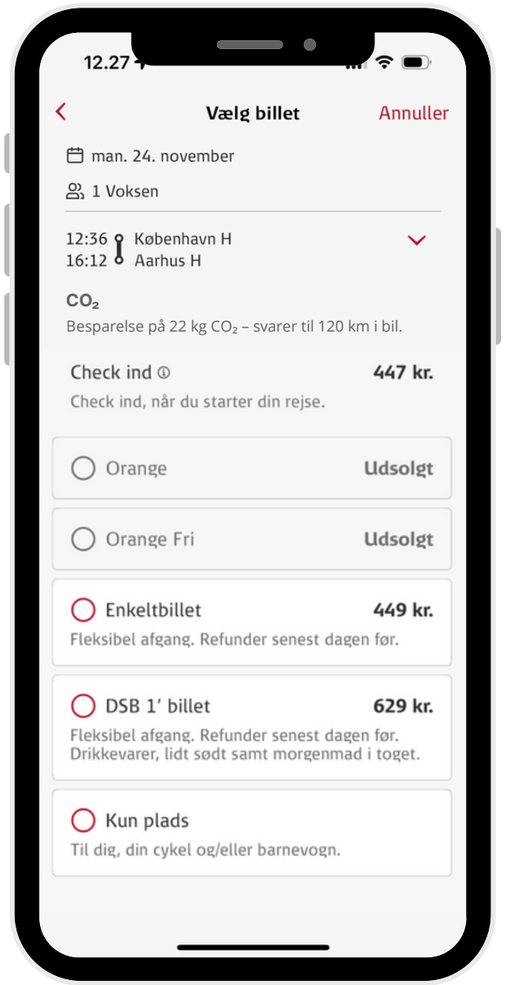
PINTEREST DSB PLUS APPEN 7-ELEVEN WEBSITE

MARKEDSFØRING, FYSISK

REJSEKORT



BILLET

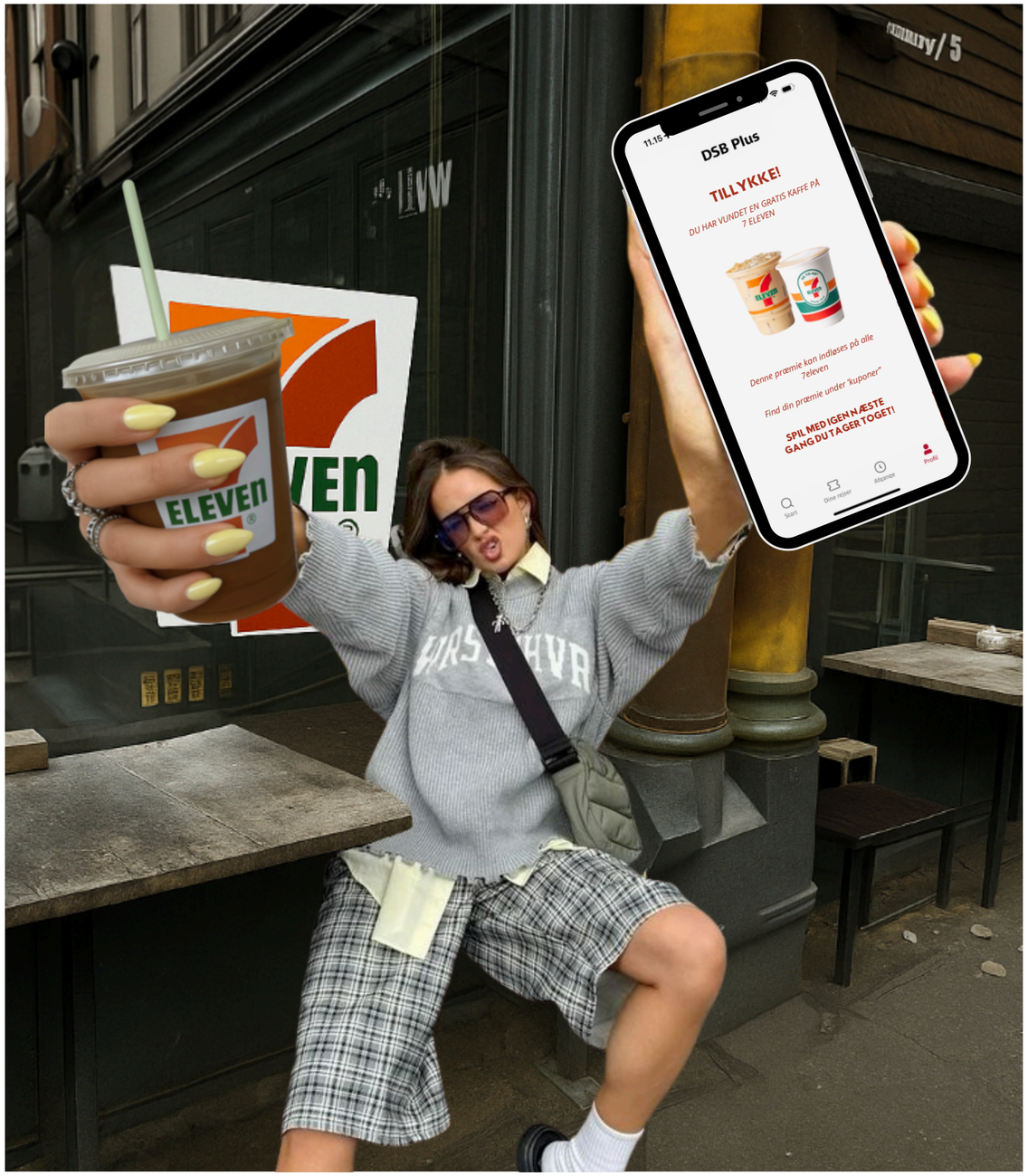


REJSEKORT

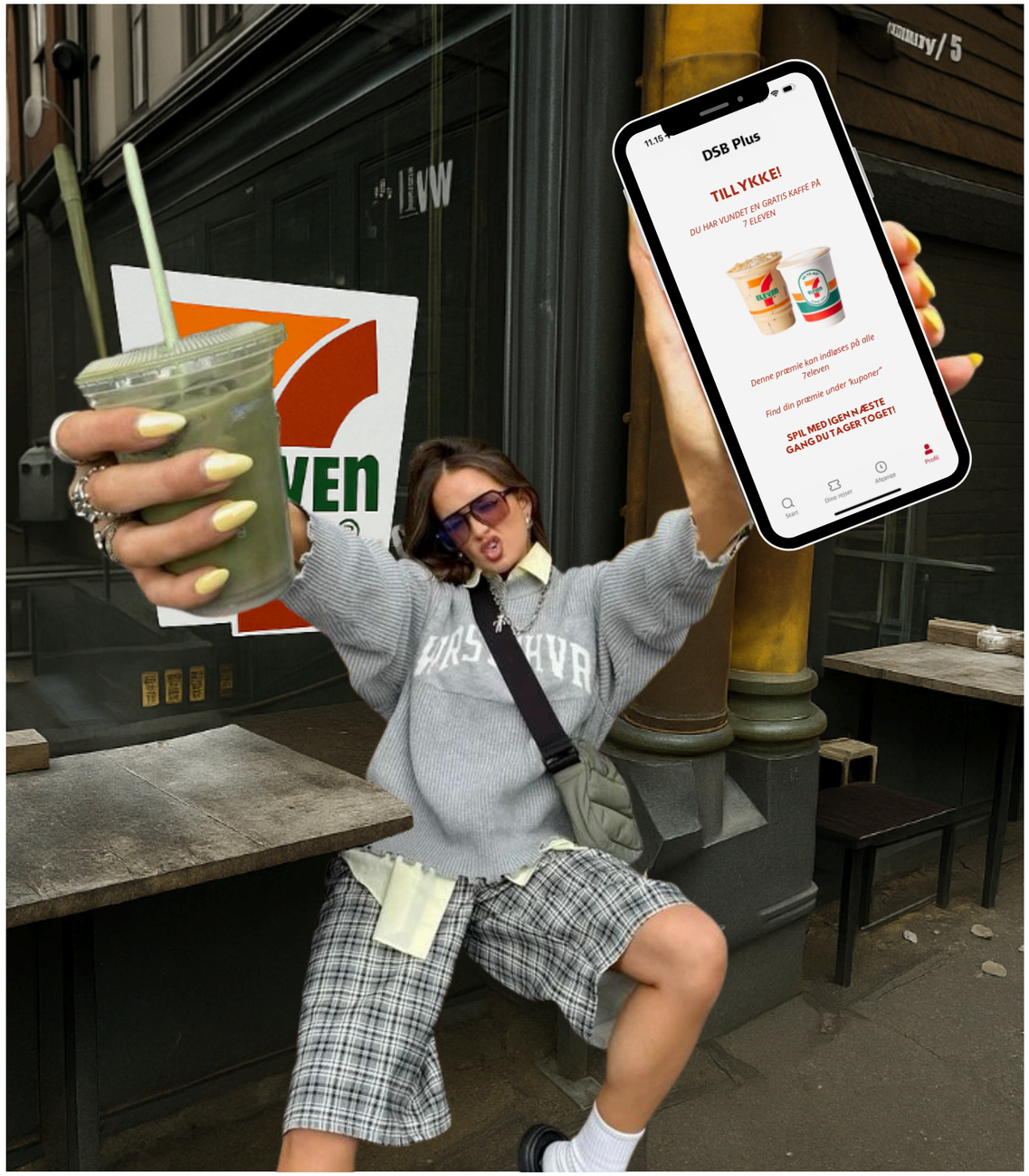


MARKEDSFØRING, DIGITALT

SPILLET "TOGTUREN" - RABAT



CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST PÅ KOPPEN OG PÅ VINDUET



CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST PÅ VINDUET

MARKEDSFØRING, DIGITALT

SPILLET "TOGTUREN" - RABAT



CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST PÅ KOPPEN OG PÅ VINDUET

MARKEDSFØRING, FYSISK

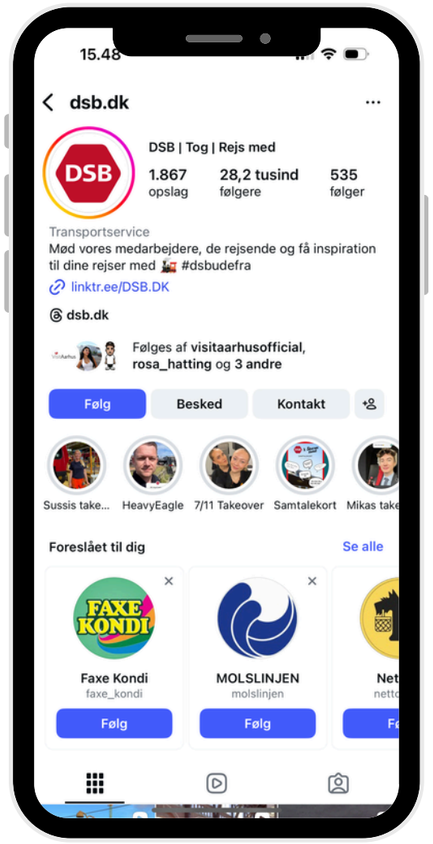
SPILLET "TOGTUREN" - RABAT

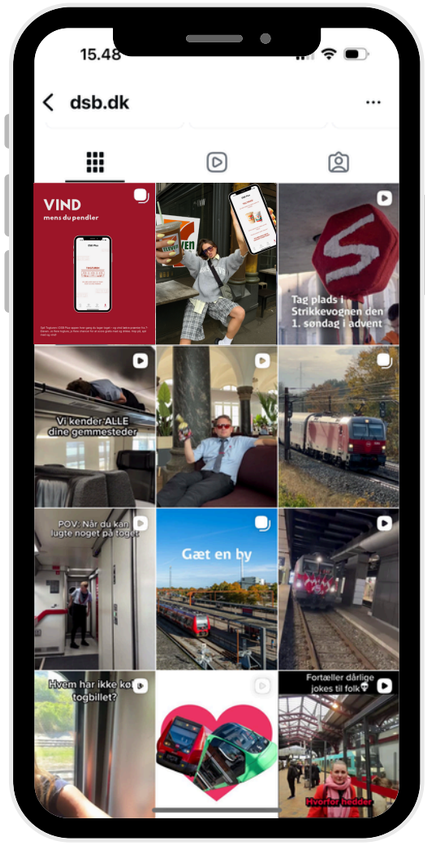


CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST PÅ KOPPEN OG PÅ VINDUET

MARKEDSFØRING, DIGITALT

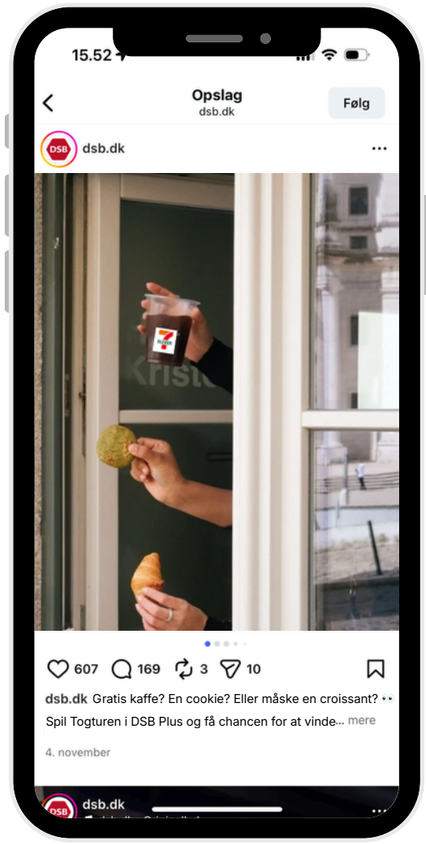
SPILLET "TOGTUREN" - RABAT











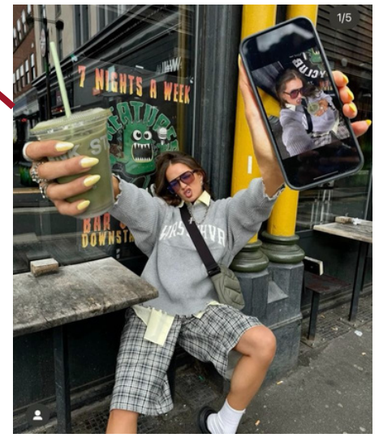
CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST PÅ KOPPEN OG PÅ VINDUET

PROMPT CHAT GPT

CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST PÅ KOPPEN OG PÅ VINDUET



FJERNET PIGEN OG LOGO
PÅ VINDUET I CANVA





kan du sætte logoet ind på vinduet

Billede blev oprettet



SAT PIGEN IND IGEN OG TOG HENDES
HÅND SAMMEN MED 7-ELEVEN LOGO
OG SATTE IND I CHAT GPT V. 5.1



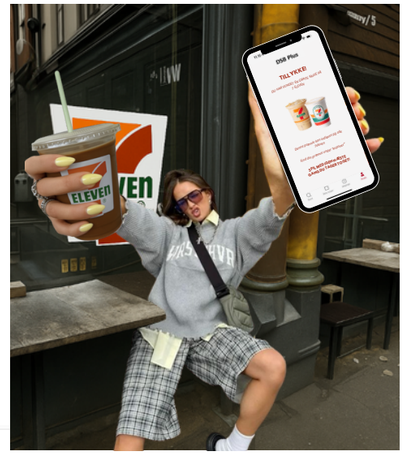


kan du få 7eleven logoet ind på koppen

Billede blev oprettet



OUTPUTET



MARKEDSFØRING, DIGITALT

7-ELEVEN TO GO CAFÉ



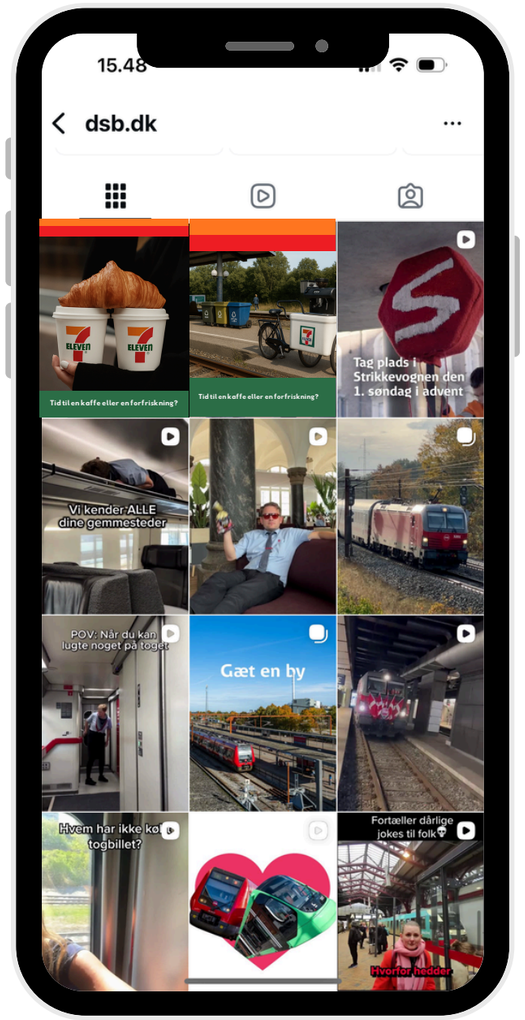


CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST SAMT LOGO PÅ 7-ELEVENS TO GO CAFÉ PÅ DEN UDARBEJDEDE VISUALISERING AF VIBY STATION

MARKEDSFØRING, DIGITALT

7-ELEVEN TO GO CAFÉ









CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST SAMT LOGO PÅ 7-ELEVENS TO GO CAFÉ PÅ DEN UDARBEJDEDE VISUALISERING AF VIBY STATION

PROMPT CHAT GPT

CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT INDSÆTTE 7-ELEVENS LOGO PÅ ET BILLEDE FRA PINTEREST



Billede fundet på Pinterest

+

Logo fundet på 7 Eleven website



Kan du ændre dette billede, så det er 7 Elevens logo, som er på kaffekopperne?

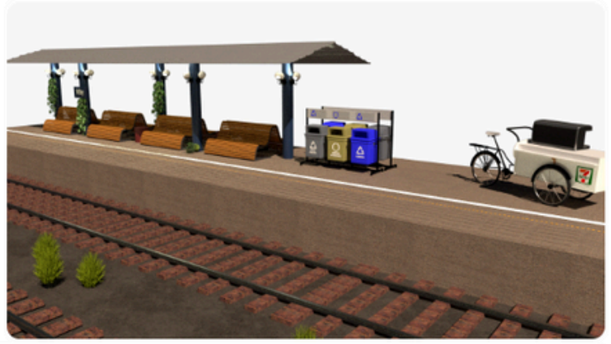
Billede og logo sat ind i Chat GPT sammen med promtpts Promts
– med henblik på at sætte 7 Elevens logo på kaffekopper



Resultat udarbejdet af Chat GPT

PROMPT CHAT GPT

CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT SÆTTE ET LOGO PÅ 7-ELEVENS TO GO CAFÉ PÅ DEN UDARBEJDEDE VISUALISERING AF VIBY STATION



kan du gøre dette billede realistisk, med fokus på 7 Elevens kaffebar vogn?





kan du på den sorte kasse ovenpå cyklen lave den til en kaffe espresso maskine



du må gerne placere kaffemaskinen på vognen i stedet for den sorte kasse, så det kun er vognen og kaffemaskinen der er der. ligesom vist på følgende billede:



kan du sætte denne kaffemaskine ind på kaffebar/vognen?

Billede blev oprettet • Coffee espresso machine on black box





kan du sætte følgende billeder sammen og sørge for, at der er et 7 Eleven logo på kaffevognen?



MARKEDSFØRING, DIGITALT

7-ELEVEN TO GO CAFÉ



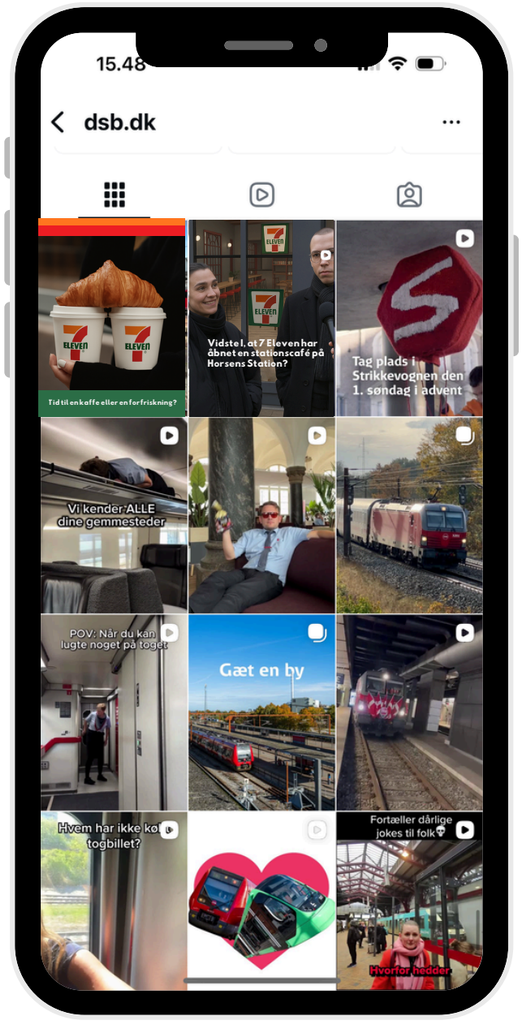
CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT KOMBINERE DEN UDARBEJDEDE VISUALISERING AF STATIONSCAFEEN MED DSB'S EGEN MARKEDSFØRINGSMATERIALE PÅ INSTAGRAM

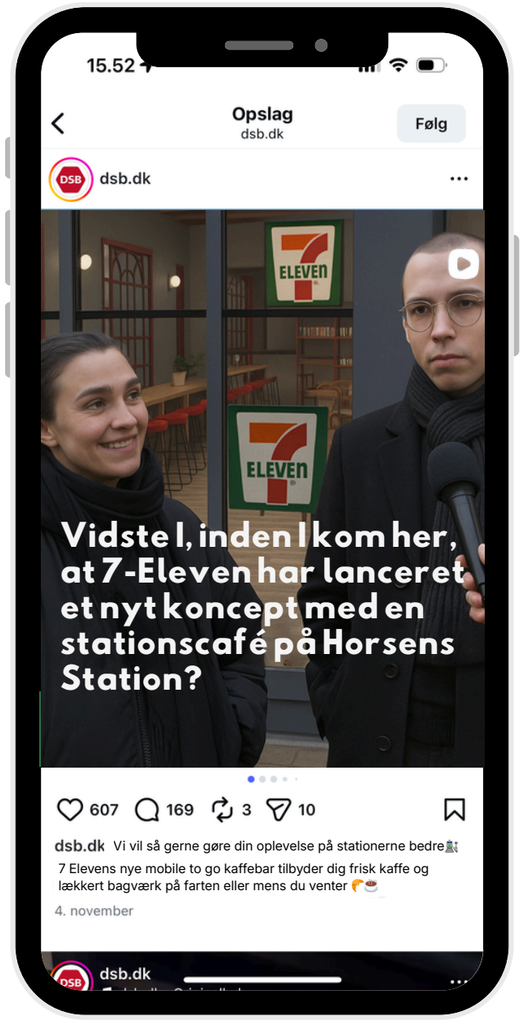
DSB INSTAGRAM 7-ELEVEN WEBSITE CHAT GPT DSB INSTAGRAM SKETCH UP V-RAY

MARKEDSFØRING, DIGITALT

7-ELEVEN TO GO CAFÉ









CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT KOMBINERE DEN UDARBEJDEDE VISUALISERING AF STATIONSCAFEEN MED DSB'S EGEN MARKEDSFØRINGSMATERIALE PÅ INSTAGRAM

PROMPT CHAT GPT

CHAT GPT V. 5.1 ER BRUGT TIL AT KOMBINERE DEN UDARBEJDEDE VISUALISERING AF STATIONSCAFEEN MED DSB'S EGEN MARKEDSFØRINGSMATERIALE PÅ INSTAGRAM





Kan du lave et billede med de her mennesker hvor de foran den her cafe og siger wauw nej (teksten skal forblive på billedet)

Billede blev oprettet • Group of people amazed outside cafe with text "wauw nej"





3D VISUALISERING
HORSENS - 7ELEVEN STATIONSCAFE









SKETCH UP V-RAY

3D VISUALISERING
HORSENS - 7ELEVEN STATIONSCAFE



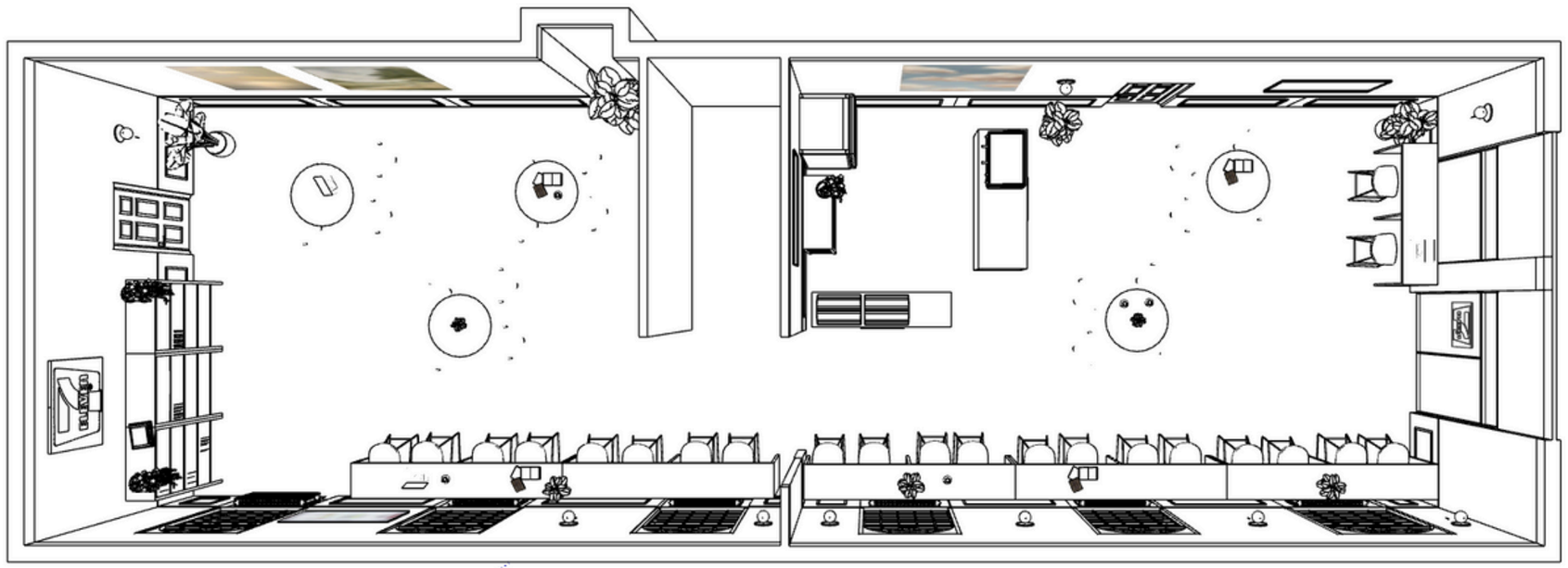


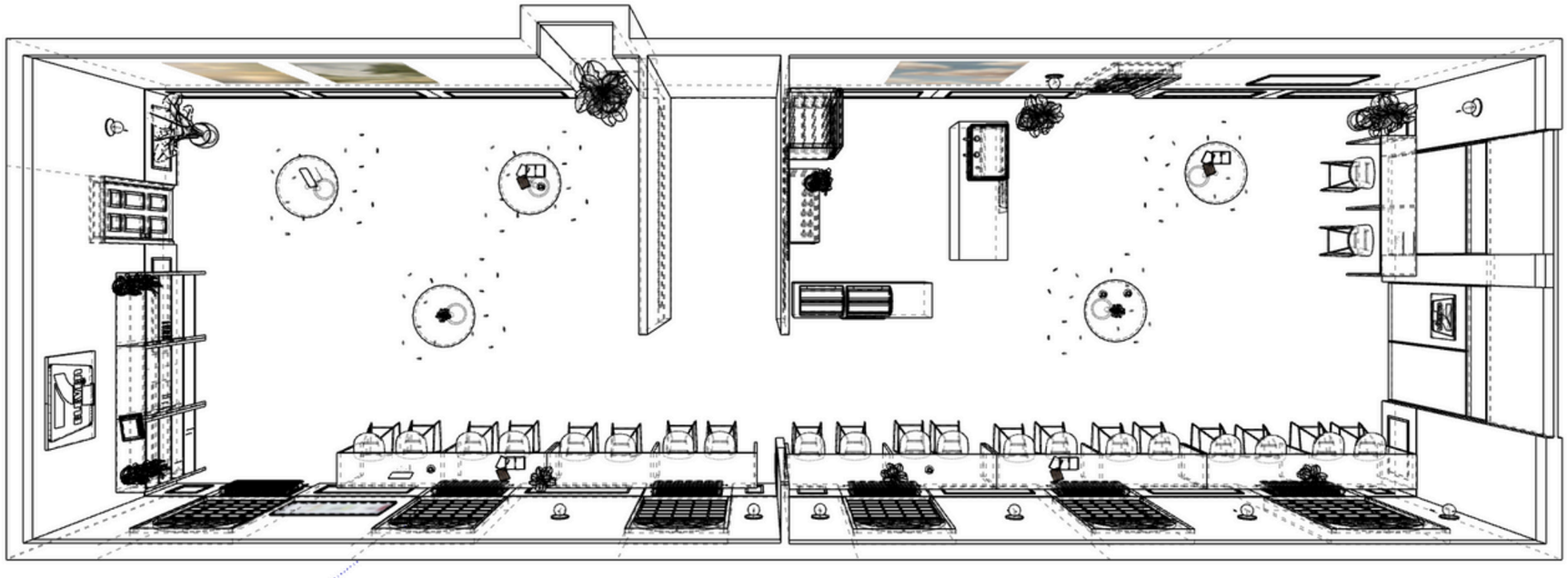




SKETCH UP V-RAY

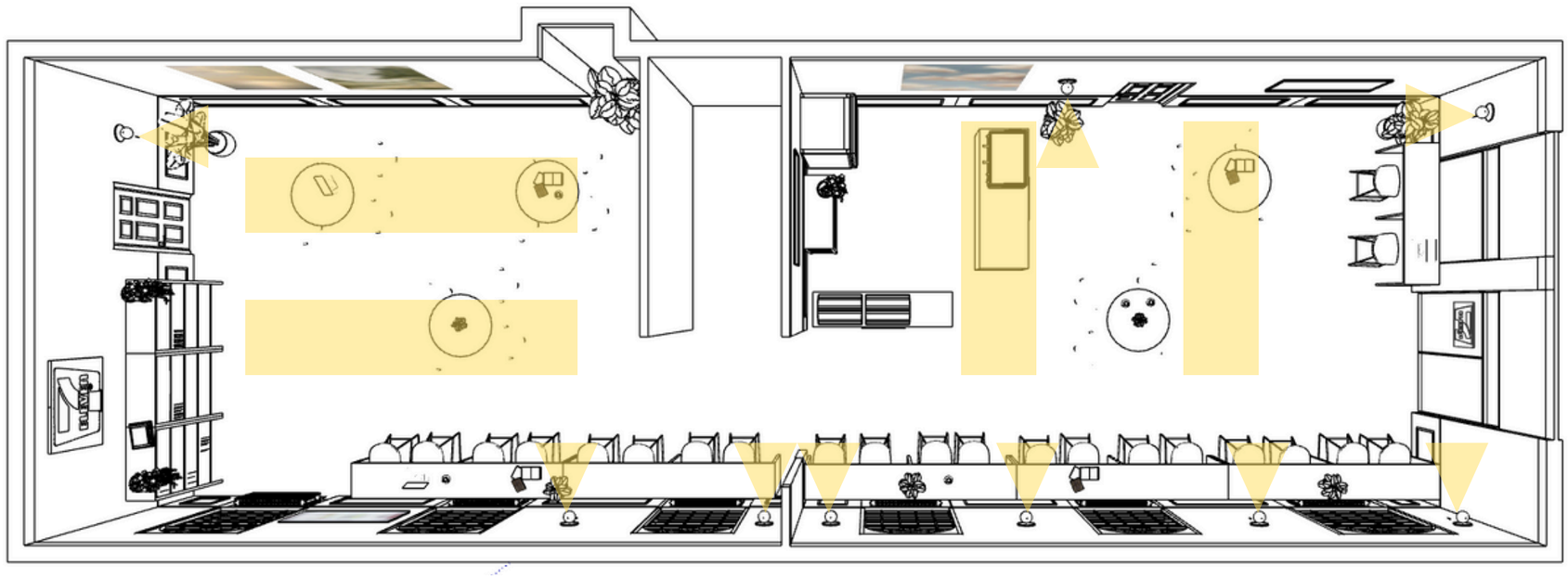
PLAN
HORSENS - 7ELEVEN STATIONSCAFE



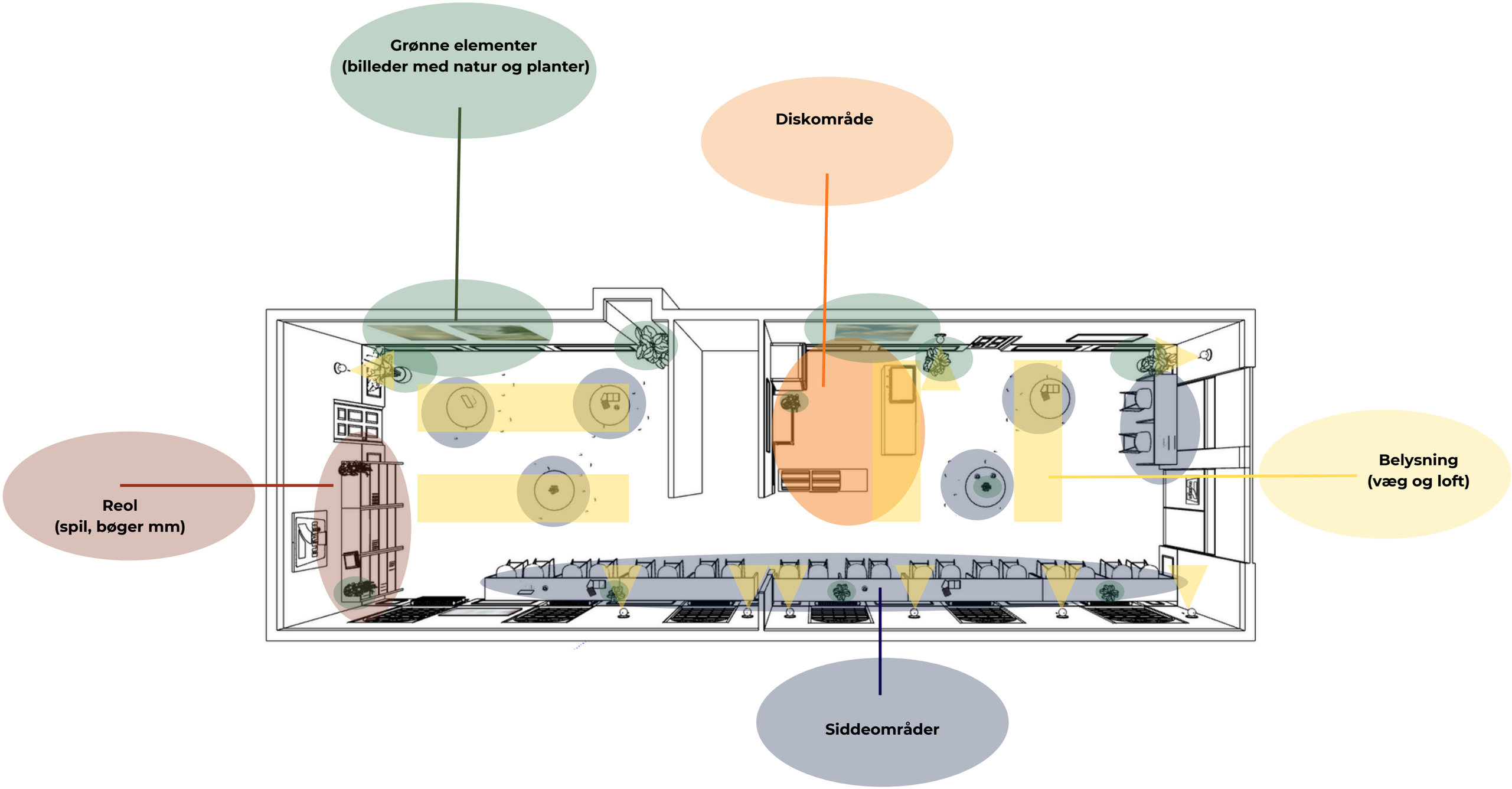


LYS PLAN
HORSENS - 7ELEVEN STATIONSCAFE

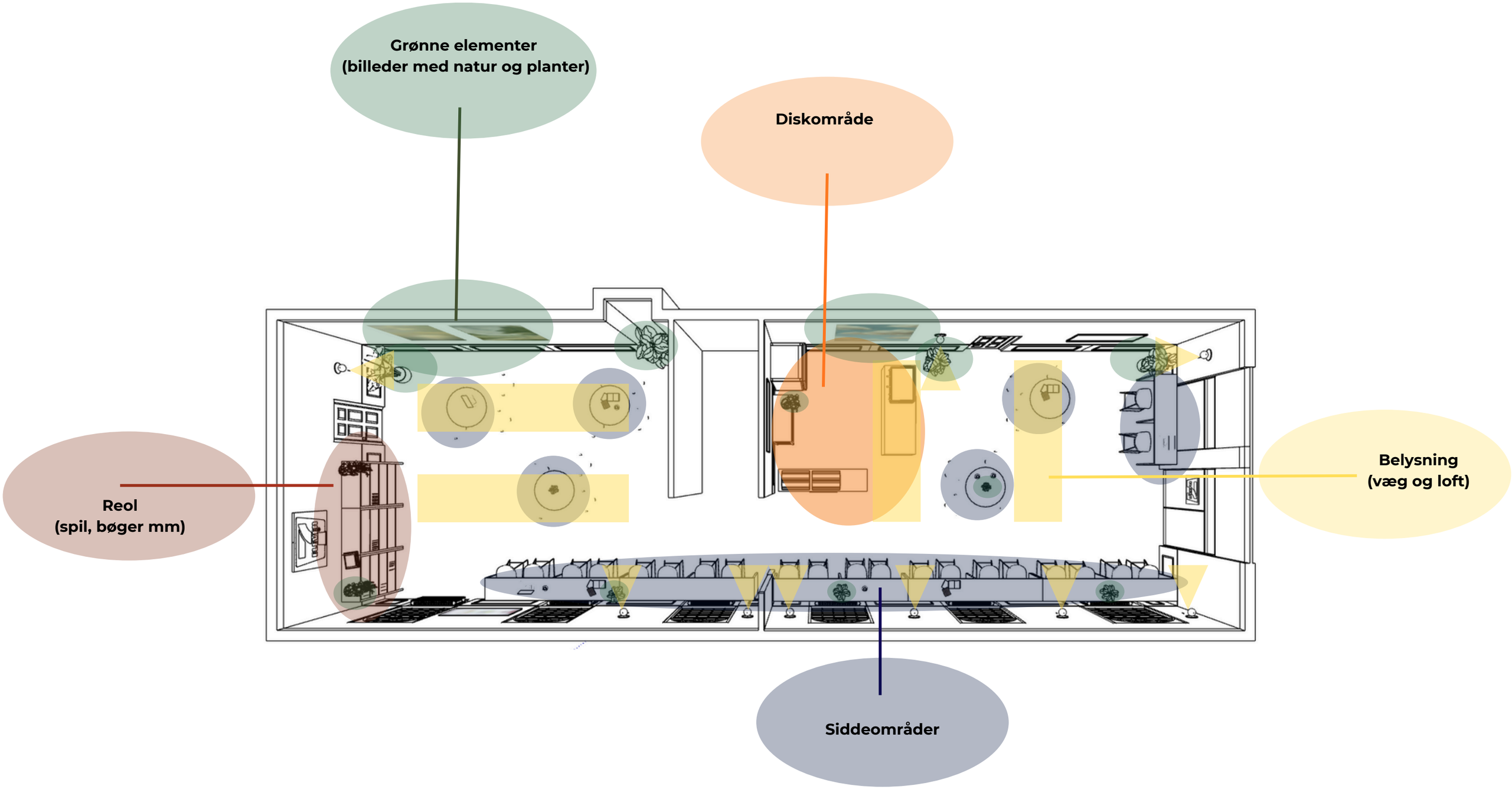




BOBLEDIAGRAM
HORSENS - 7ELEVEN STATIONSCAFE



BOBLEDIAGRAM
HORSENS - 7ELEVEN STATIONSCAFE



3D VISUALISERING
HORSENS - STATIONSMILJØ









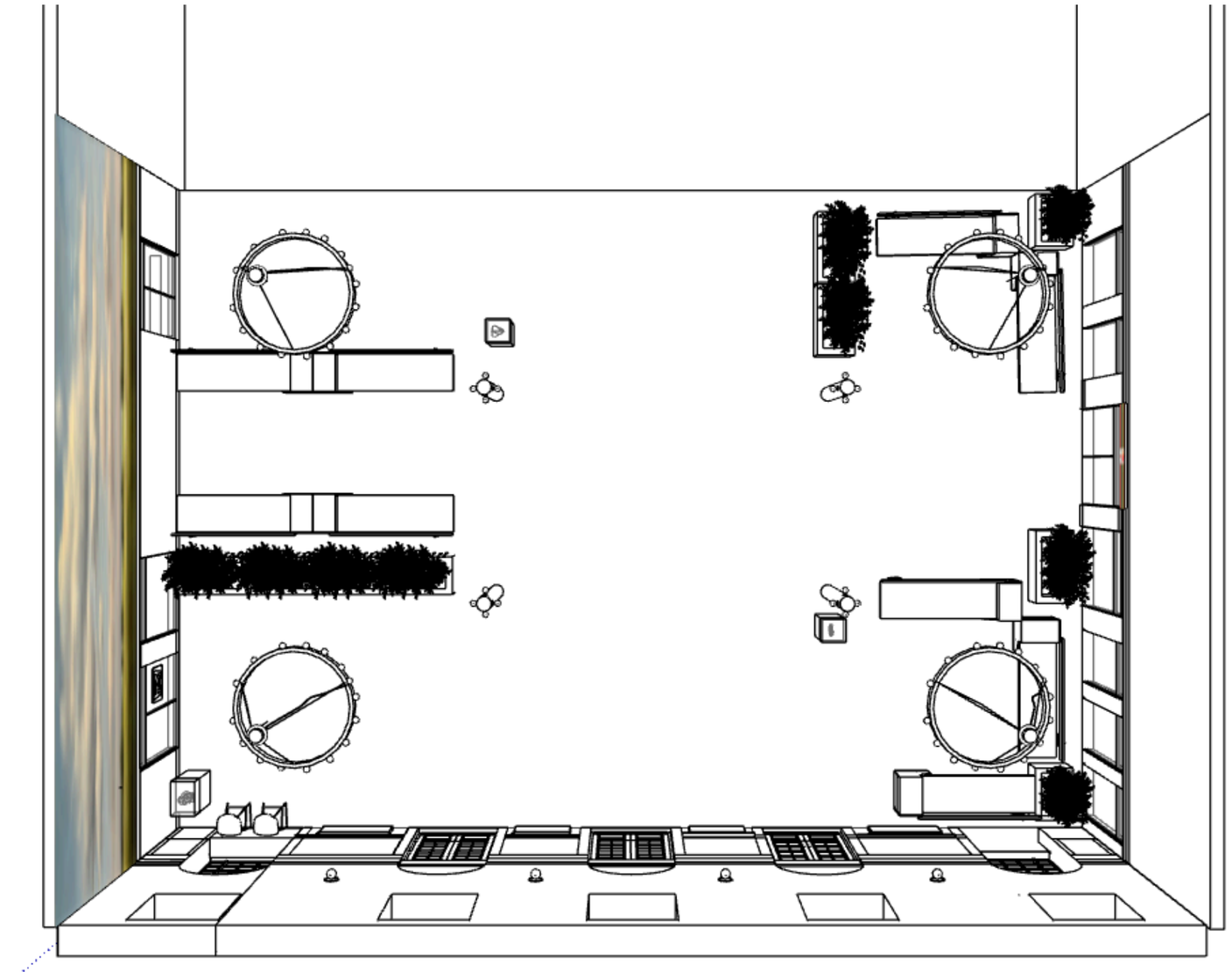
3D VISUALISERING
HORSENS - STATIONSMILJØ





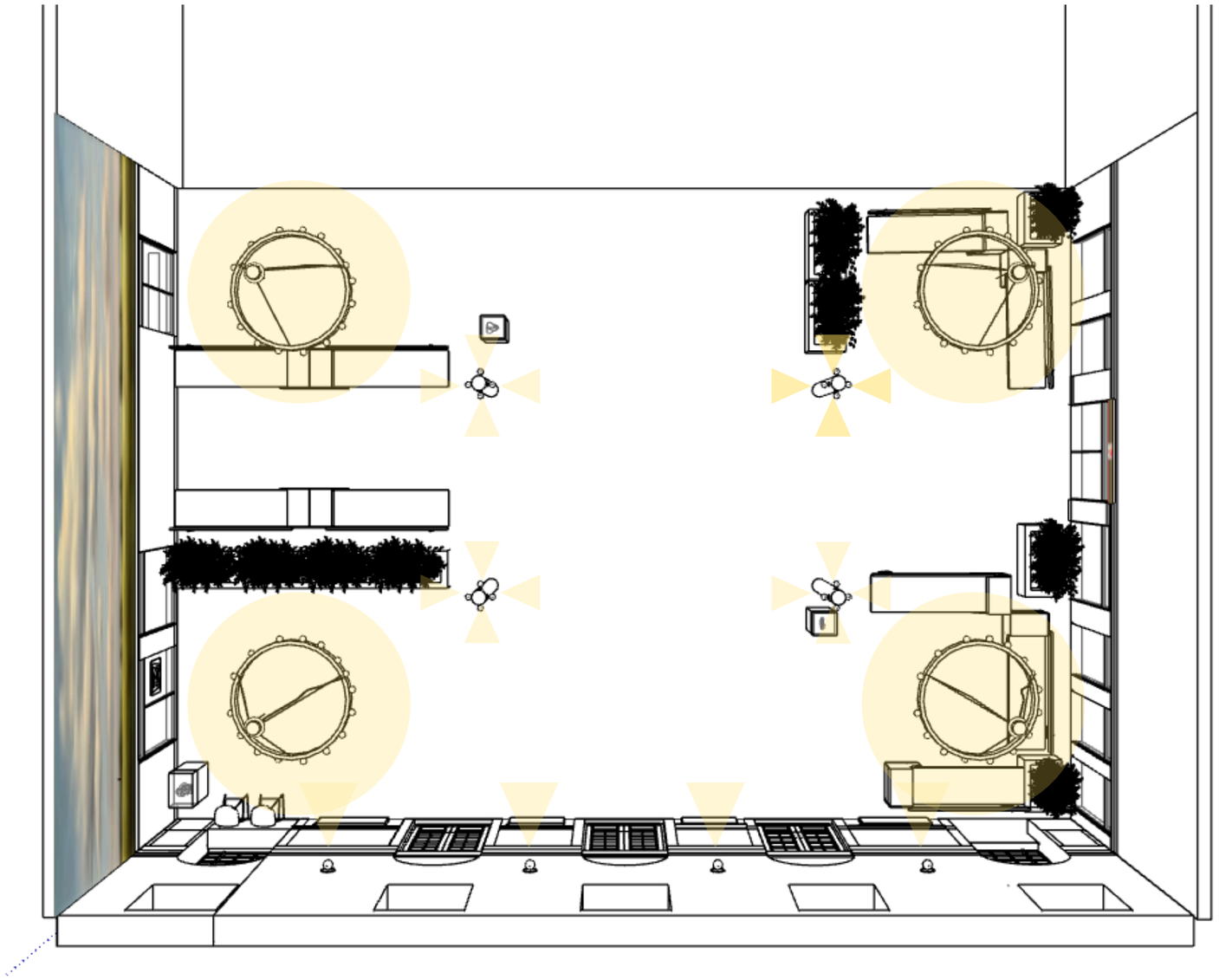


PLAN
HORSENS - STATIONSMILJØ

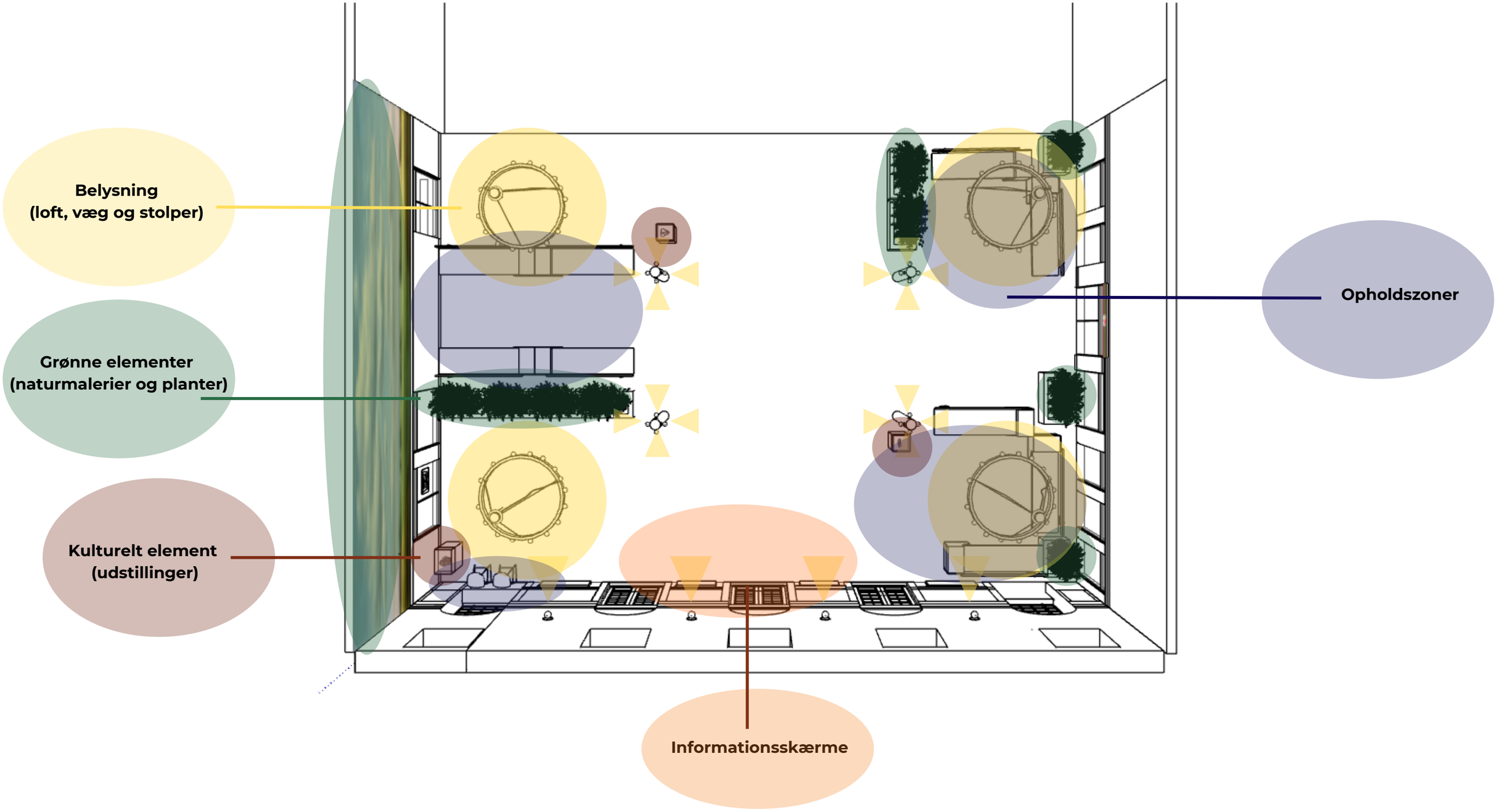


LYS PLAN
HORSENS - STATIONSMILJØ





BOBLEDIAGRAM
HORSENS - STATIONSMILJØ

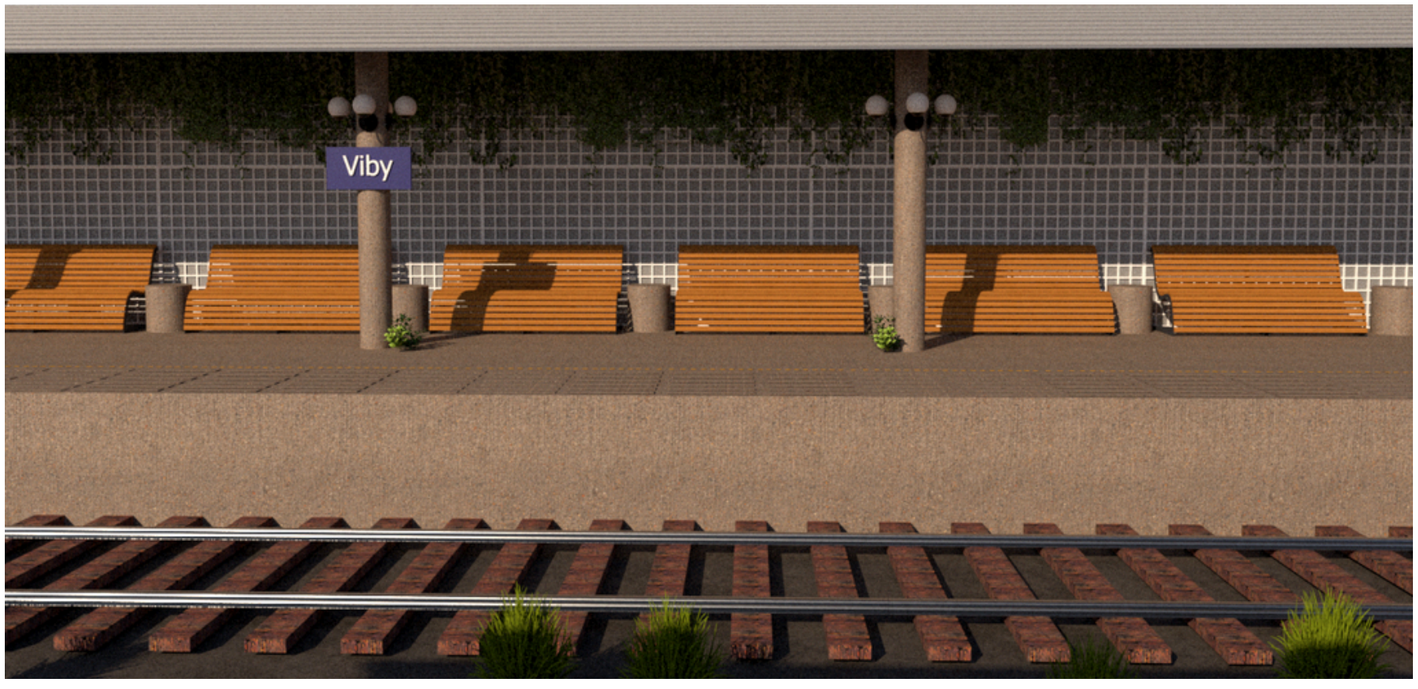


SKETCH-UP

3D VISUALISERING, PROCES
VIBY - STATIONSMILJØ







SKETCH-UP V-RAY

3D VISUALISERING
VIBY - STATIONSMILJØ









SKETCH-UP V-RAY

3D VISUALISERING
VIBY - STATIONSMILJØ

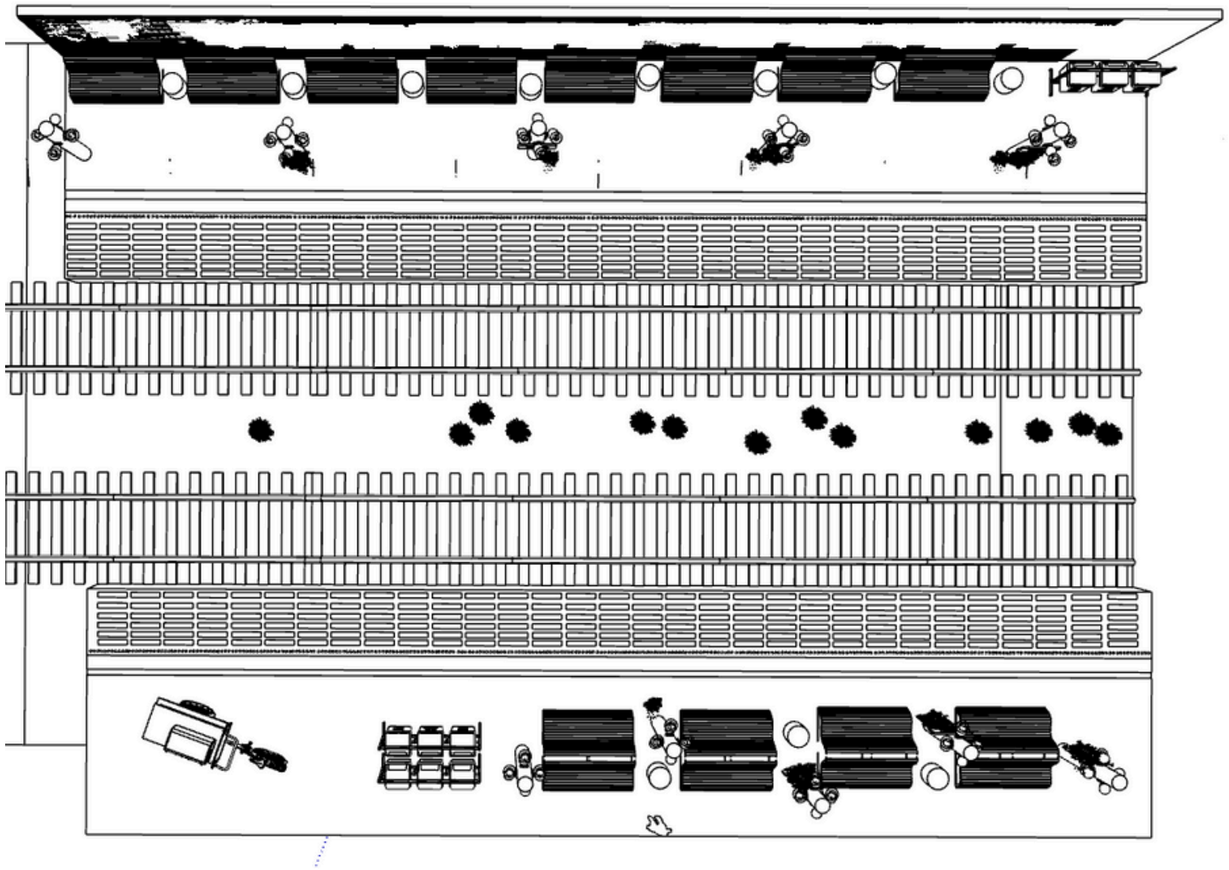


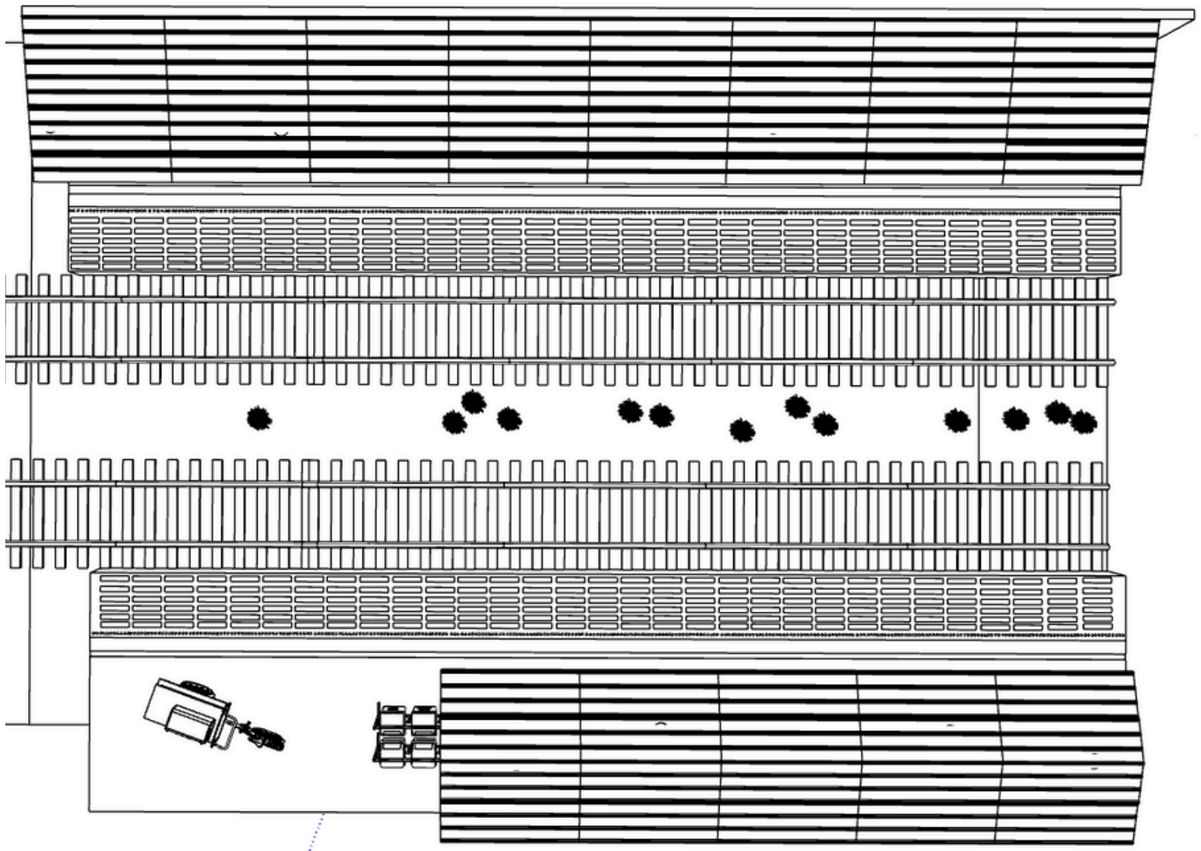




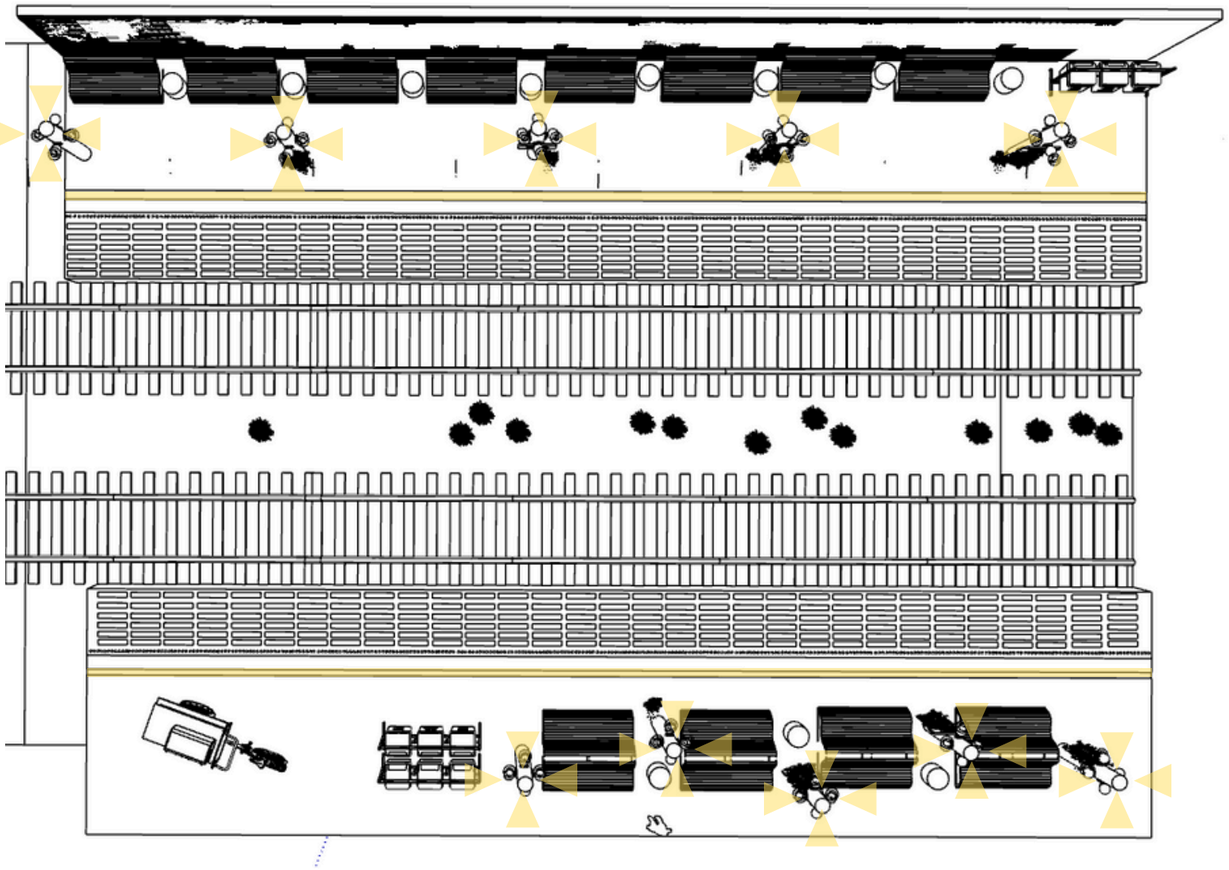
SKETCH-UP V-RAY

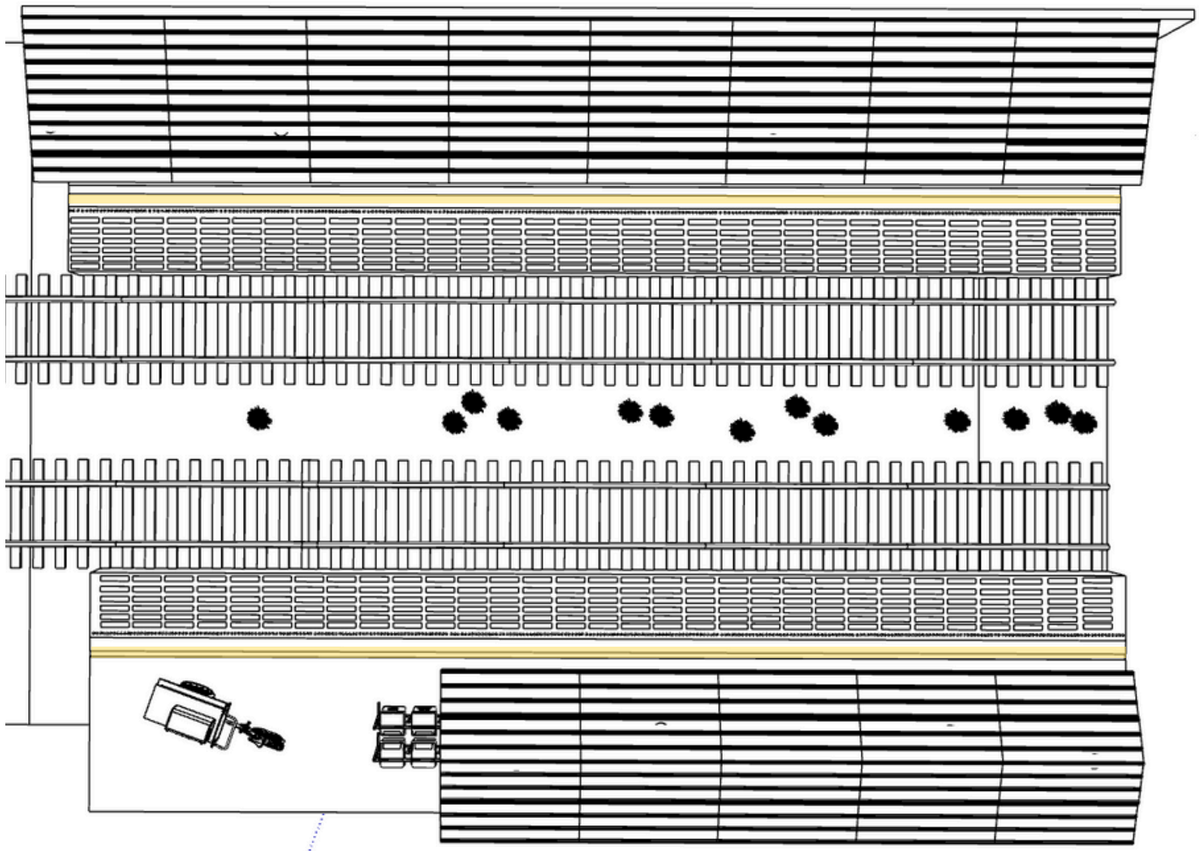
PLAN
VIBY STATION





LYS PLAN
VIBY STATION



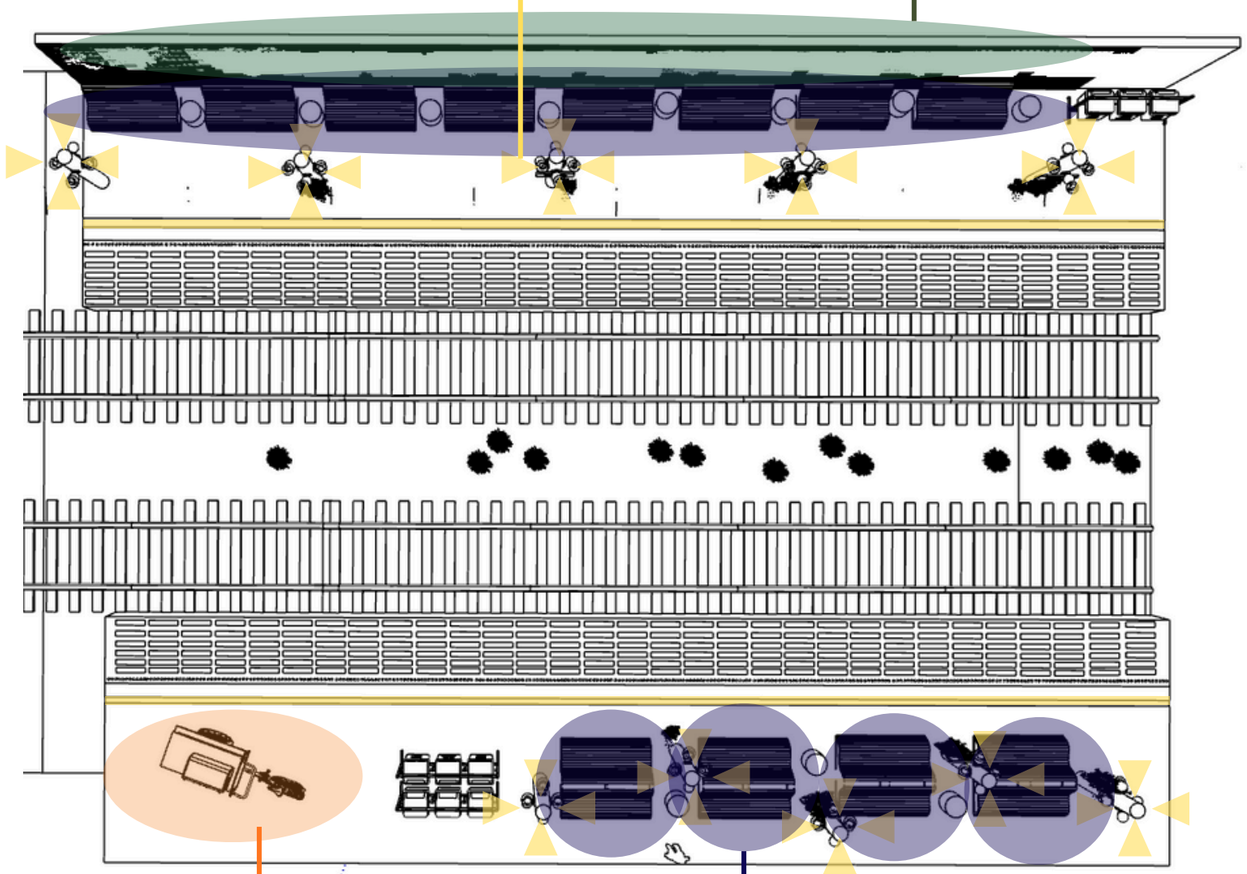


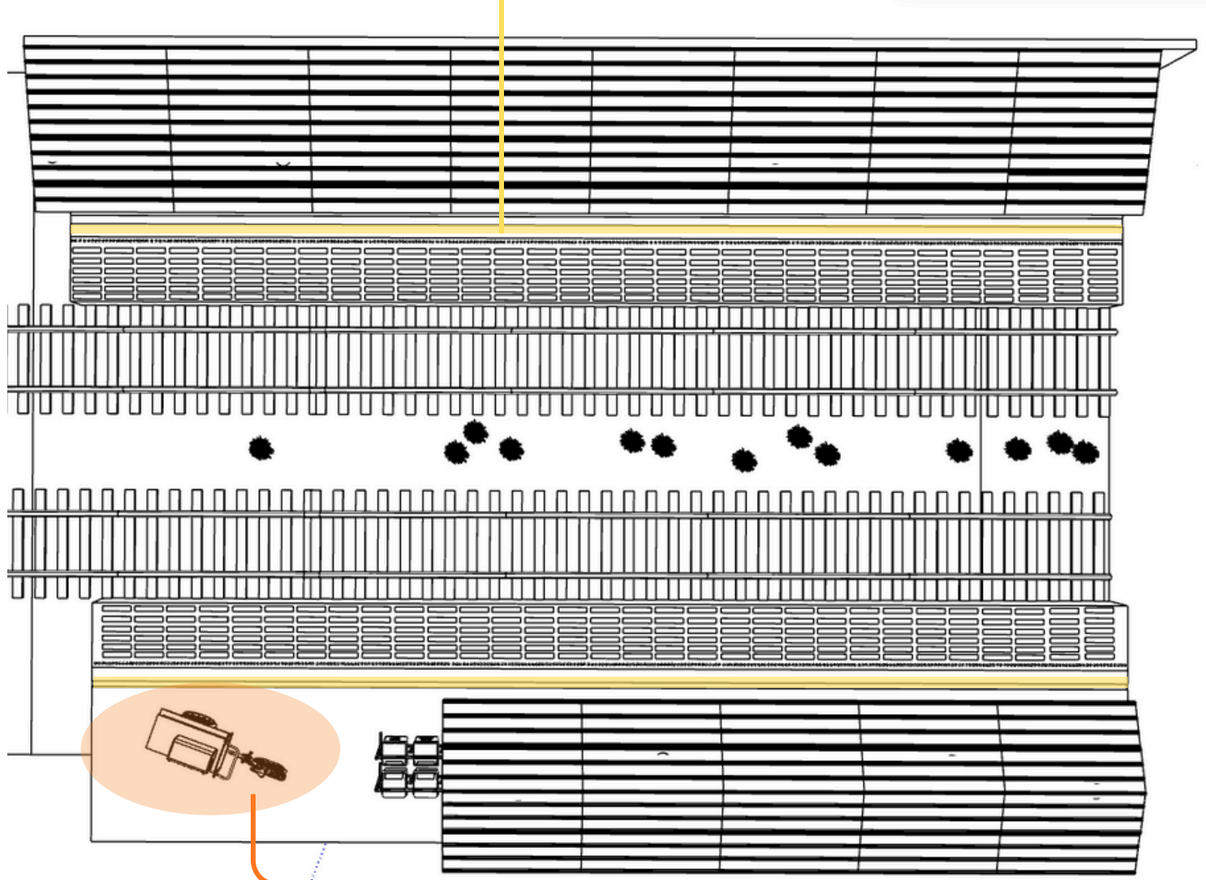
BOBLEDIAGRAM
VIBY STATION

Grønne elementer
(plantevæg og planter ved stolper)

Belysning
(belægning og stolper)

Belysning
(belægning og stolper)





to go café

Opholdszoner

to go café

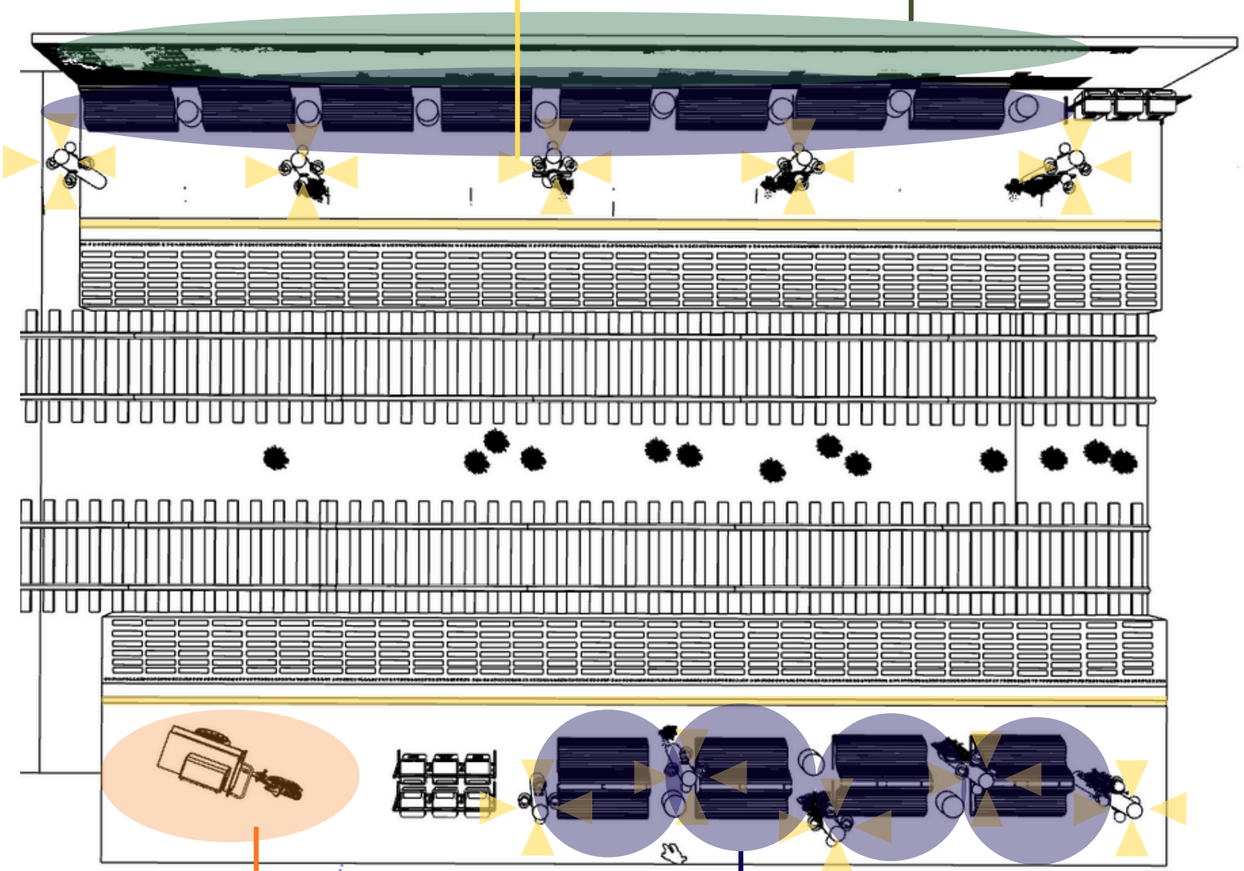
SKETCH-UP

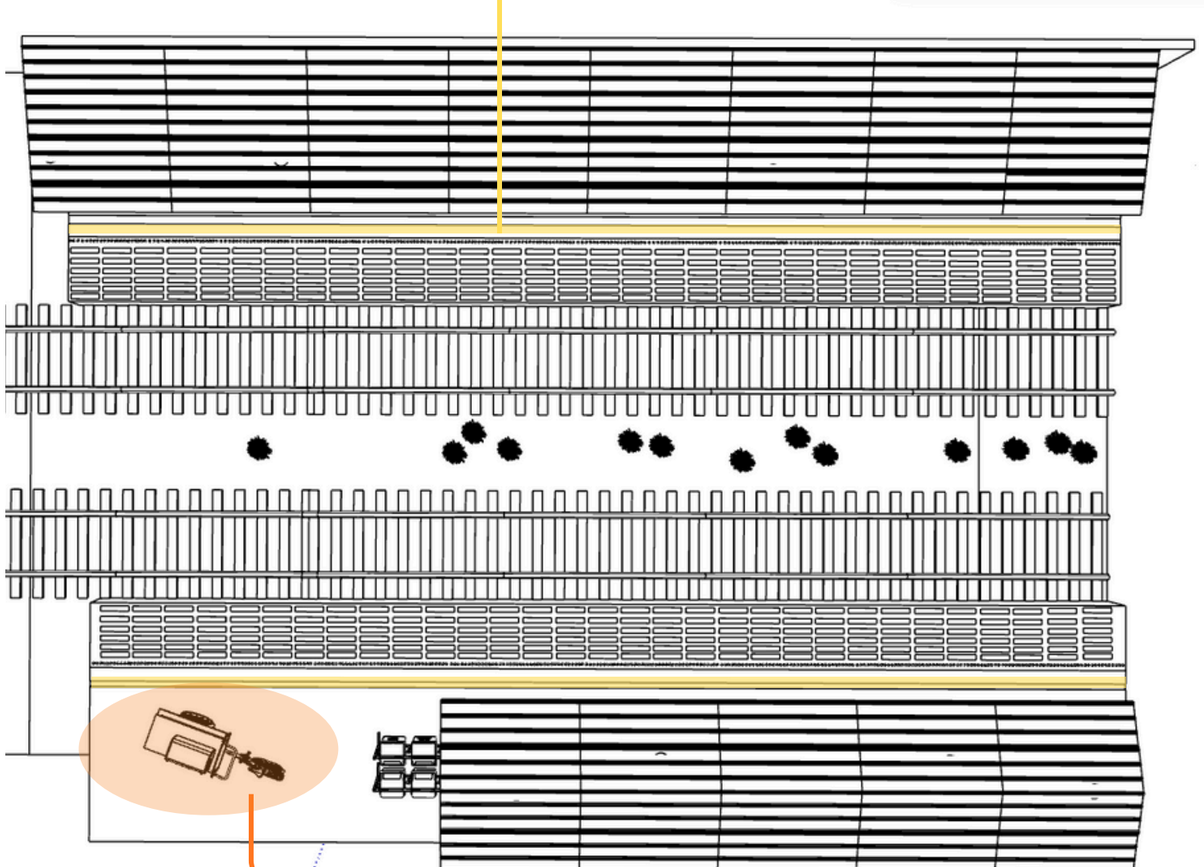
BOBLEDIAGRAM
VIBY STATION

Grønne elementer
(plantevæg og planter ved stolper)

Belysning
(belægning og stolper)

Belysning
(belægning og stolper)



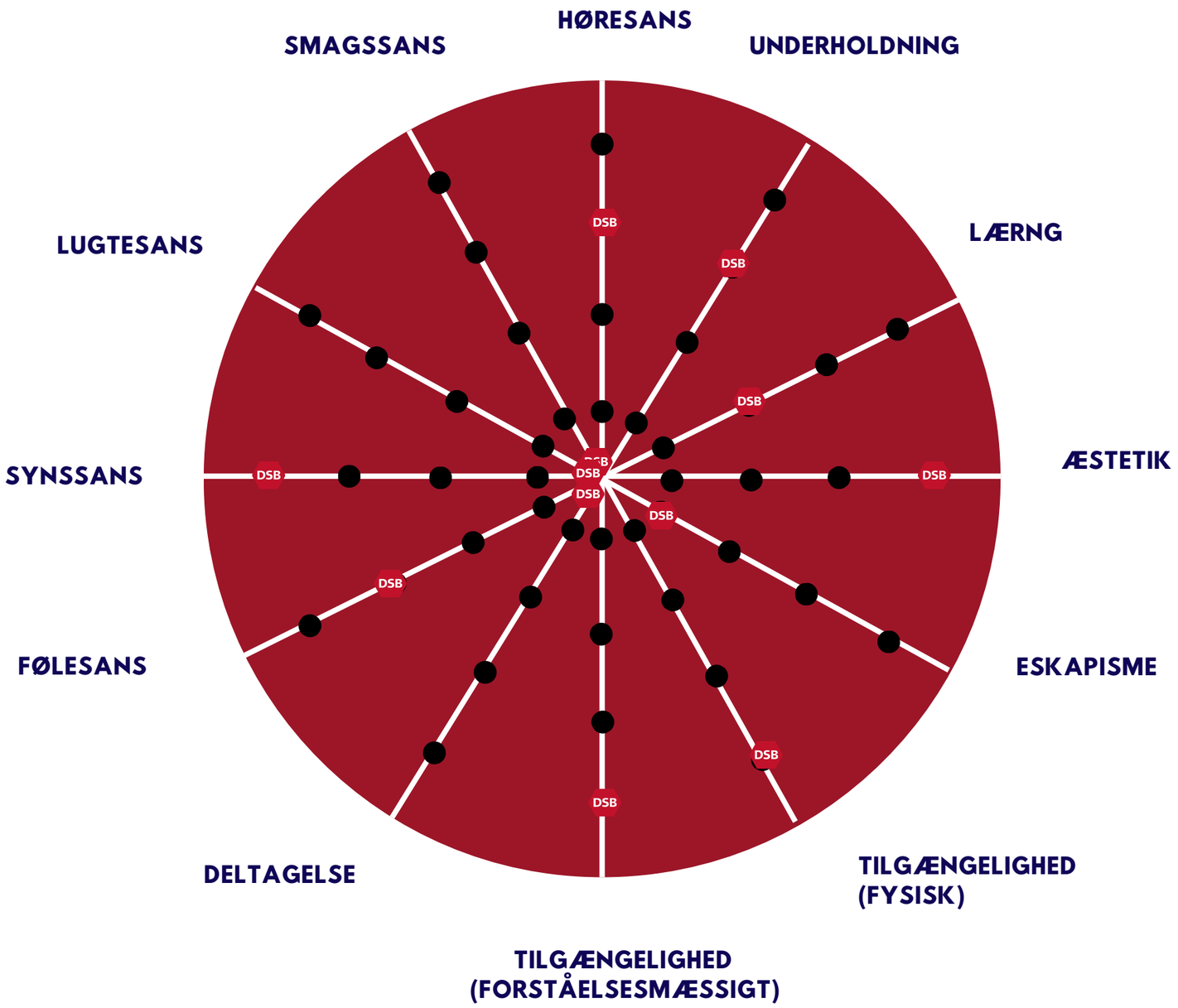


to go café

Opholdszoner

to go café

OPLEVELSESHJULET - HOVEDBYGNING, HORSENS STATION



HØRESANS: 3/5
– Verdens bedste nyheder
– Stille baggrundsmusik

SYNSSANS: 4/5
– Æstestik smukke omgivelser

FØLESANS: 3/5
– Varme og behagelige materialer - som taler til den taktile sans
– Fokus på komfort

TILGÆNGELIGHED (FORSTÅELSESMÆSSIGT): 4/5
– Let aflæseligt designudtryk og layout som tydeligt indikerer formål
– Fokus på at der er det, en togstation skal rumme/tilbyde

TILGÆNGELIGHED FYSISK: 4/5
– Let tilgængelig placering
– Der er mulighed for sanseindtryk og høj æstetik, læring og underholdning

ESKAPISME: 1/5
– Kunstudstillinger, visuelle virkemidler i form af natur malerier og grønne elementer - som skal skabe en indlevende, behagelig og æstetisk atmosfære

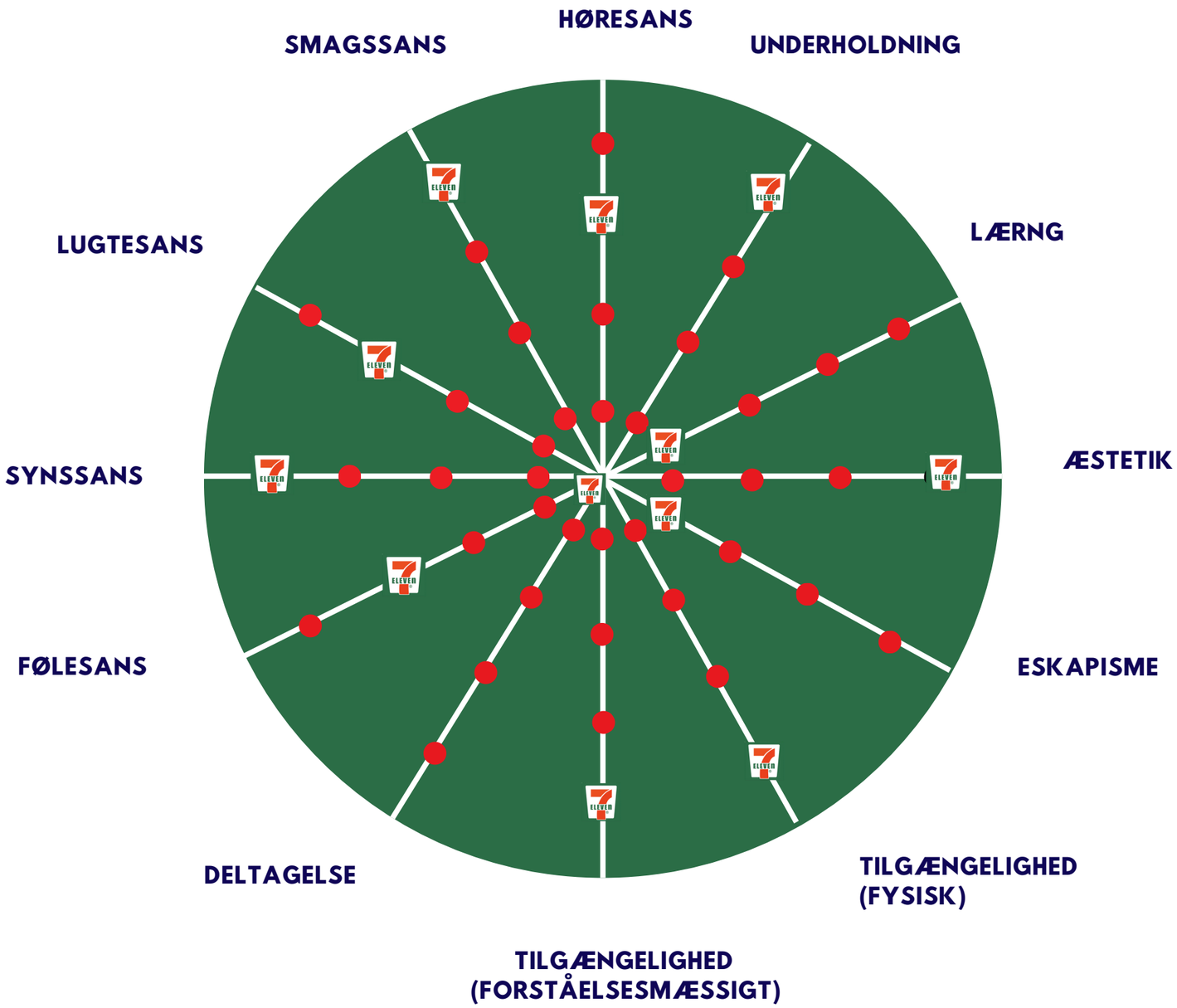
ÆSTETIK: 4/5
– Kunstudstillinger, visuelle virkemidler i form af natur malerier og grønne elementer - som skal skabe en indlevende, behagelig og æstetisk atmosfære
– Inventar som passer til bygningens arkitektoniske udformning
– Farver som harmonerer og skaber varme - og som matcher DSB's visuelle identitet

LÆRING: 1/5
– Verdens bedste nyheder - som tilføjer informativt "indhold" til oplevelsen
– Kunstværker/udstillinger som giver et indblik i lokale kunstnere i Horsens

UNDERHOLDNING: 3/5
– Verdens bedste nyheder - som tilføjer informativt "indhold" til oplevelsen
– Kunstværker/udstillinger som giver et indblik i lokale kunstnere i Horsens

Oplevelseshjulet
Lise Lyck, samlet Pine og Gilmore og Lindstrøm.
Madsen, J. H. (2015). Oplevelsesøkonomi (2. udgave ed.). Systime.

OPLEVELSESHJULET - 7-ELEVEN STATIONSCAFÉ, HORSENS STATION



HØRESANS: 3/5
– Verdens bedste nyheder
– Stille baggrundsmusik

SMAGSSANS: 4/5
– Kaffe og bagværk af god kvalitet

LUGTESANS: 3/5
– Kaffe og bagværk af god kvalitet

SYNSSANS: 4/5
– Æstetiske omgivelser som taler ind i nutidens trends
– Fokus på at inddrage 7 Elevens visuelle identitet gennem farver

FØLESANS: 3/5
– Varme og behagelige materialer - som taler til den taktile sans
– Fokus på komfort

TILGÆNGELIGHED (FORSTÅELSESMÆSSIGT): 4/5
– Let aflæseligt designudtryk og layout som tydeligt indikerer formål
– Farvevalget viser tydeligt 7 Elevens visuelle identitet

TILGÆNGELIGHED FYSISK: 4/5
– Let tilgængelig placering
– Der er mulighed for sanseindtryk og høj æstetik og underholdning

ESKAPISME: 1/5
– Natur billeder på væggene
– Grønne elementer i form af planter

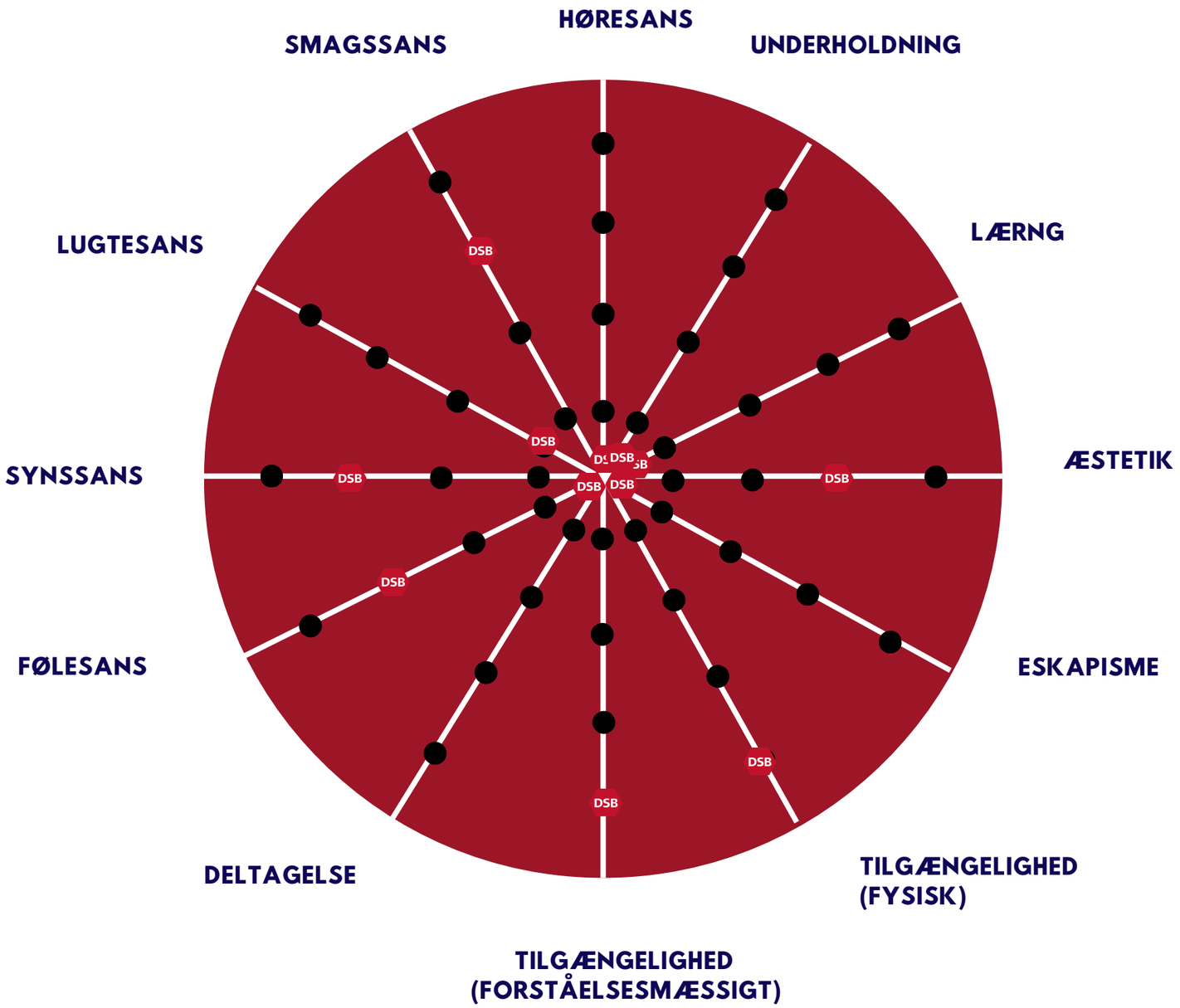
ÆSTETIK: 4/5
– Visuelle virkemidler i form af natur billeder på væggene
– Farver og materialer som harmonerer og skaber varme - og som matcher 7 elevens visuelle identitet

LÆRING: 1/5
– Verdens bedste nyheder - som tilføjer informativt "indhold" til oplevelsen

UNDERHOLDNING: 4/5
– Verdens bedste nyheder
– Stille baggrundsmusik

Oplevelseshjulet
Lise Lyck, samlet Pine og Gilmore og Lindstrøm.
Madsen, J. H. (2015). Oplevelsesøkonomi (2. udgave ed.). Systime.

OPLEVELSESHJULET - PERRONEN, VIBY STATION



SMAGSSANS: 3/5
– Kaffe fra 7 Eleven vogn som er tilgængelig indimellem

LUGTESANS: 1/5
– Duft fra kaffe ved boden som er tilgængelig indimellem

SYNSSANS: 3/5
– Grønne elementer, inventar og udtryk med fokus på æstetik
– Fokus på at inddrage DSB's visuelle identitet gennem farver

FØLESANS: 3/5
– Varme og behagelige siddepladser - som taler til den taktile sans

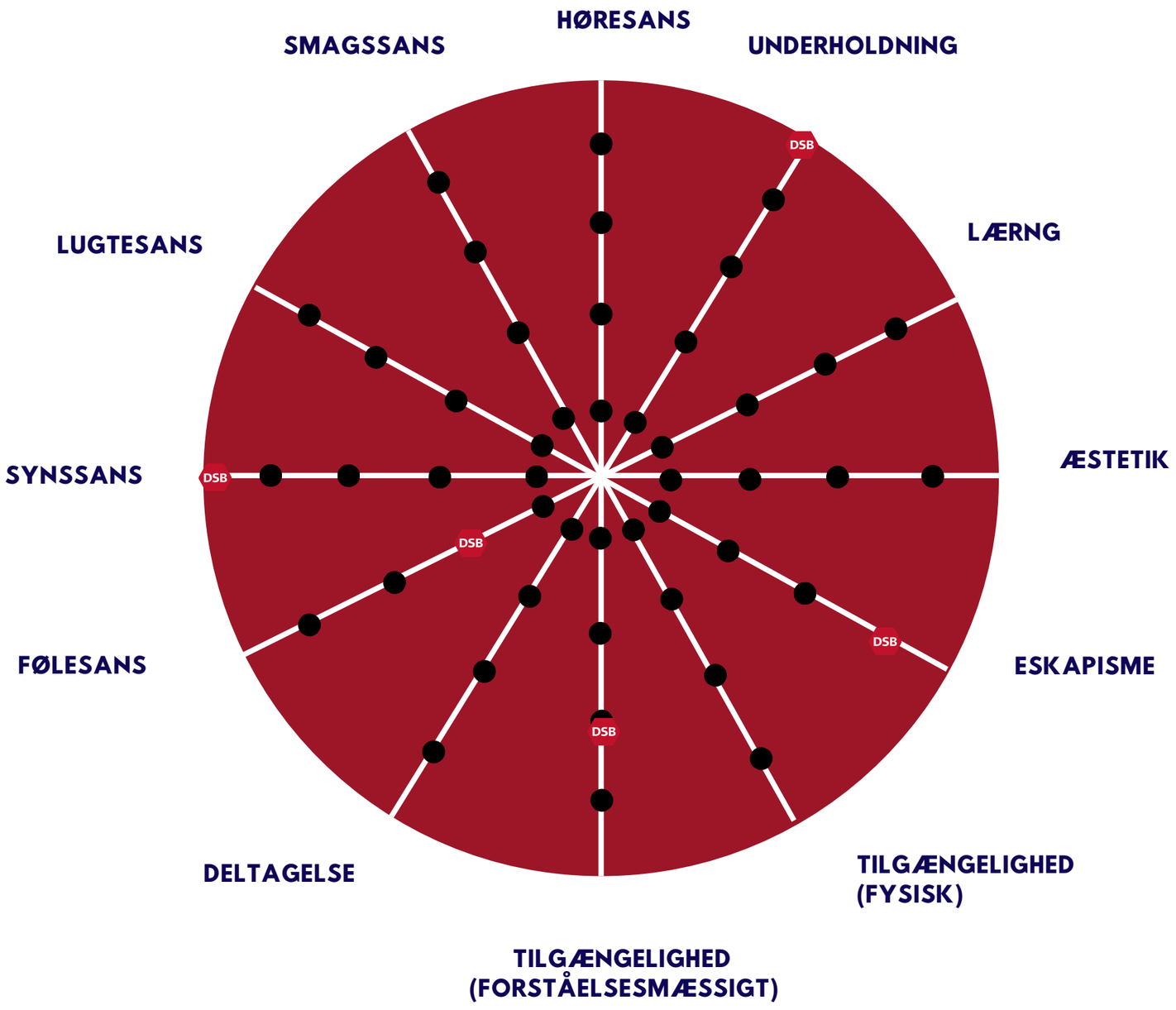
TILGÆNGELIGHED (FORSTÅELSESMÆSSIGT): 4/5
– Let aflæseligt designudtryk og layout, som tydeligt indikerer formål

TILGÆNGELIGHED FYSISK: 4/5
– Let tilgængelig placering

ÆSTETIK: 4/5
– Visuelle virkemidler i form af DSB's farver, pæne materialer og beplantning i området

Oplevelseshjulet
Lise Lyck, samlet Pine og Gilmore og Lindstrøm.
Madsen, J. H. (2015). Oplevelsesøkonomi (2. udgave ed.). Systime.

OPLEVELSESHJULET - SPILLET 'TOGTUREN' OG MARKEDSFØRINGSMATERIALE



FØLESANS: 2/5
– Interaktion med skærmen

SYNSSANS: 4/5
– DSB-farver og visuel identitet
– Klare grafiske elementer i spillet
– Æstetiske billeder og caféunivers
– Genkendelige præmier (kaffe, croissant)

ESKAPISME: 4/5
– Spillet skaber digitalt frirum
– Fokus væk fra rejsen
– Lille oplevelse under togturen
– Inspireret af "spil-og-vind"-oplevelser

UNDERHOLDNING: 5/5
– Spillet skaber excitement
– Humoristiske reaktioner i markedsføring
– Korte, engagerende videoformater
– Motivation gennem "vind i dag"-elementet

TILGÆNGELIGHED (FORSTÅELSESMÆSSIGT): 4/5
– Let aflæseligt layout
– Simpelt puslespil
– Letforståelige videoer og budskaber
– Tydelig præmiestruktur

Oplevelseshjulet
Lise Lyck, samlet Pine og Gilmore og Lindstrøm.
Madsen, J. H. (2015). Oplevelsesøkonomi (2. udgave ed.). Systime.

ÆSTETISK BÆREDYGTIGHED

DEN ÆSTETISKE OPLEVELSE ER BASERET PÅ AFLÆSNING AF DE FYSISKE OG SANSELIGE KVALITETER

FOKUS PÅ SANSELIG NYDELSE VED AT ALT ER SOM FORVENTET

DEN ÆSTETISKE OPLEVELSE ER BASERET PÅ AFKODNING AF TILLAGT SYMBOLST MERVÆRDI

FOKUS PÅ FØLELSESMÆSSIG NYDELSE VED AT ALT ER SOM FORVENTET

INSTANT PAYOFF

DET SKØNNE
NYDELSEN VED AT ALT ER SOM FORVENTET

LET AFLÆSELIGT OG SIMPLICITET
FARVEHARMONIER OVERHOLDES
SYMMETRIER OG HARMONISKE KOMPOSITIONER

COMFORT BOOSTER

DET SKØNNE
NYDELSEN VED AT ALT ER SOM FORVENTET

KORT AFKODNINGSTID
LET AT FORSTÅ
DET TRYGGE
GENKENDELIGHED
KOMFORT
DET SKØNNE

PATTERN BOOSTER

DET SKØNNE
NYDELSEN VED AT ALT ER SOM FORVENTET

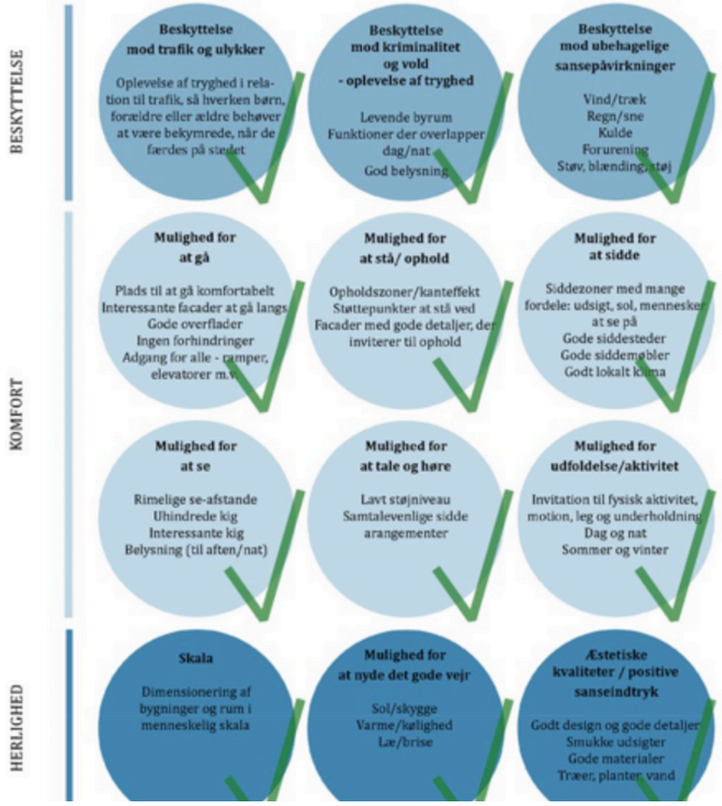
RUTINER IMØDEKOMMES - ELLER OPTIMERES
VANEDYRKELSE OG VANEDANNELSE
DET SANSELIGE OG FAMILIÆRE
TRYGHED
KONVENTIONELLE MATERIALER, FORMER OG FARVER

BLENDING IN

DET SKØNNE
NYDELSEN VED AT ALT ER SOM FORVENTET

AT TALE TIDSÅNDENS "SPROG"
TYDELIG SIGNAL VÆRDI
AT VÆRE EN DEL AF NOGET/NOGEN
TILKNYTNING
SAMHØRIGHED
CAMOUFLERING
DET NAUTRALE UDTRYK

12 KVALITETSKRITERIER



BYTYPER OG 12 KRITERIER FOR BYRUM, GEHL, JAN/GEMZØE, LARS: NYE BYRUM (2000)

BESKYTTELSE

Beskyttelse mod trafik og ulykker
– Der skabes en højere tryghed grundet belysning og mere omsluttede og ''beskyttede'' opholdszoner

Beskyttelse mod kriminalitet og vold - oplevelse af tryghed
– Belysning skaber tryghed

Beskyttelse mod ubehagelige sansepåvirkninger
– Mindsket eksponering for vind, træk, regn, sne mm. grundet tag

KOMFORT

Mulighed for at gå
– Ingen forhindringer ift. at bevæge sig komfortabelt langs perronerne

Mulighed for at stå/ophold
– Opholdsområder og plads til at stå langs perronen

Mulighed for at sidde
– Opholdsområder og øget antal siddepladser skaber større tilgængelighed

Mulighed for at se
– Grønne elementer og fokus på et æstetisk udtryk gennem inventar

Mulighed for at tale og høre
– zoner med mulighed for socialt ophold

Mulighed for udfoldelse og aktivitet
– /

HERLIGHED

Skala
– Perron elementer designet ud fra menneskelig skala

Mulighed for at nyde det gode vejr
– Sol områder og skygge områder

Æstetiske kvaliteter og positive sanseindtryk
– Grønne elementer, æstetiske bænke, detaljerede stolper med belysning, genkendelige farvenuancer

DESIGNPRINCIPPER

Table 3.1 | Principles of Design

Design principles are the abstract concepts that constitute the theory, bylaws, or governing ideas that determine the success of a design. Each **element** in a design can be evaluated according to these principles.

Scale. Overall size, such as the largeness or smallness of a room, object, or pattern.

Proportion. Size relationship or ratio of parts to whole, such as the size of a chair in relation to the size of its arms.

Balance. Equilibrium achieved by arranging components symmetrically, asymmetrically, or radially.

Rhythm. Flow of elements, usually organized according to a scheme such as repetition or alternation, progression or gradation, transition, opposition or contrast, or radiation.

Emphasis. Enhancement that produces a point of interest or focal point in a design.

Harmony. Compatibility of elements to create a pleasing whole, achieved through unity and variety.

Table 3.2 | Elements of Design

Design elements are the concrete, quantifiable components of any design. They embody the principles of design and transform theory into reality.

Space. Open and closed areas; space may be positive (filled) or negative (open).

Shape. Two-dimensional outline, often seen as a geometric figure such as a rectangle or triangle.

Form. Three-dimensional shape, such as a cube, cone, or sphere.

Mass. Weight, density, or relative solidity of a form; mass may be actual or visual.

Line. Connection between two points; line may be vertical, horizontal, angular, or curved.

Texture. Smoothness or roughness of a surface; texture may be read visually or through touch.

Pattern. Arrangement of motifs in a repetitive or variegated order; a small pattern may be read visually as texture.

Light. Natural, artificial, or a combination of both; light affects the appearance of all other elements of design.

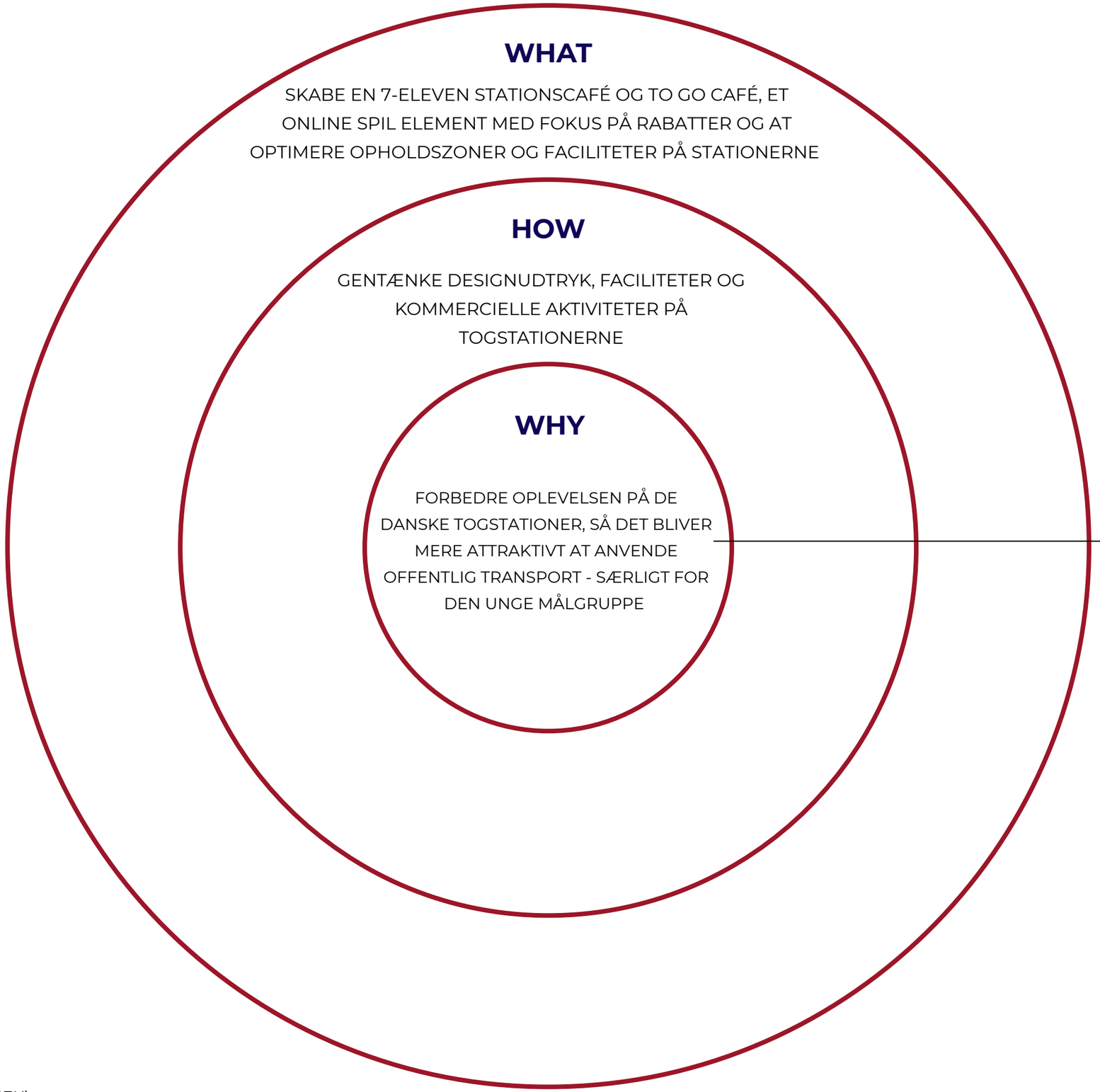
Color. Hues that vary from light to dark and from intense to dull and can be mixed with one another and combined in color schemes; color is the most personal and emotional of the elements of design.

INTERIORS AN INTRODUCTION- NIELSON & TAYLOR, 2002,

FULFILL

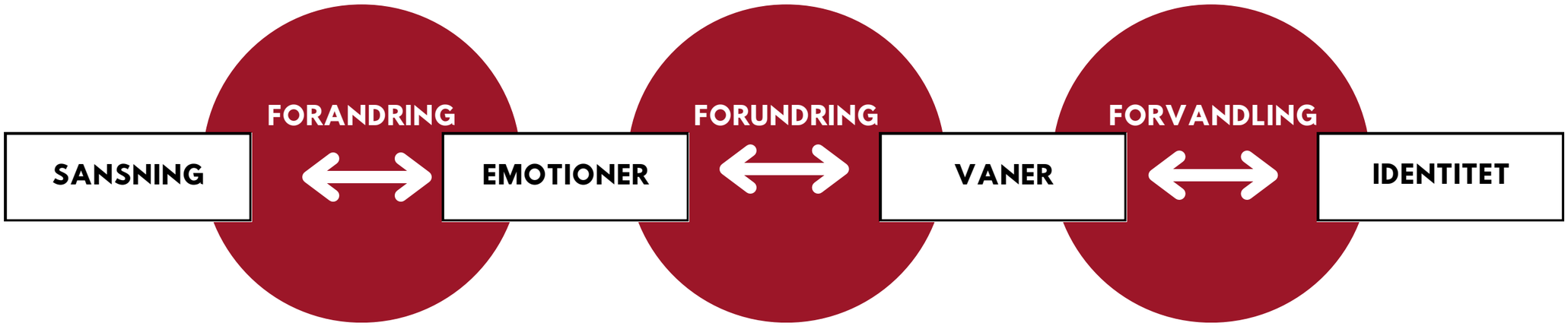
– THE GOLDEN CIRCLE
– DEN PSYKOLOGISKE STRUKTUR

THE GOLDEN CIRCLE



THE GOLDEN CIRCLE, SIMON (SINEK)

DEN PSYKOLOGISKE STRUKTUR



DEN PSYKOLOGISKE STRUKTUR, JANTZEN M.FL., 2011

PROCESMAPPE