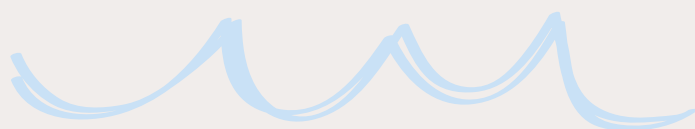


TRÆSKIBET BETTY

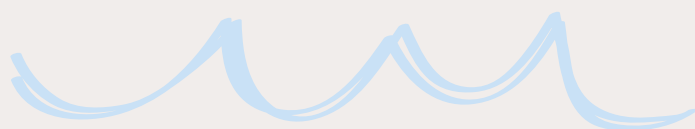


PROJEKTSAMARBEJDE



INDHOLDSFORTEGELSE

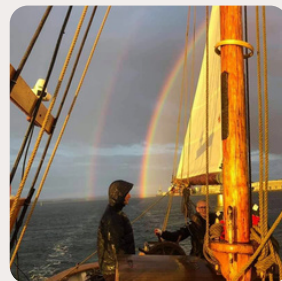
- Introduktion
- Problemformulering
- Strategi
- Kommunikationsstrategi
- Konceptet
- Strategi og mål
- Guidelines
 - Moodboard
 - Tone of voice
 - Farvepalette
 - Billedanbefalinger
 - Vision, mission og værdier
- Produkter link til Figma for content, årshjul og alt andet
- Trykte produkter
- Estimat
- Retningslinjer for partnerskaber
- Brandets vision fremadrettet
- Kontakt information



Introduktion

Træskibet Betty, bygget i 1913, er et sjældent bevaret træskib og en kilde til fællesskab, læring og autentiske oplevelser. Drevet af engagerede frivillige arbejder foreningen UniSail for at bevare Bettys historie og tilbyde sejloplevelser med fokus på autenticitet og fællesskab.

Foreningen oplever udfordringer med sin digitale tilstedeværelse, hvor hjemmesiden og sociale medier mangler en klar struktur og sammenhæng. Projektet sigter mod at styrke Bettys digitale kommunikation med en strategi, der afspejler skibets værdier og aktiviteter.



Problemformulering

Hvordan styrkes Træskibet Betty's digitale tilstedeværelse med henblik på at støtte foreningen i medlemsfastholdelse og fundraising?



Problemformuleringen søger at undersøge og identificere konkrete tiltag, der kan forbedre Træskibet Bettys digitale tilstedeværelse. Fokus er på at styrke foreningens synlighed og brandidentitet ved at udnytte digitale platforme på en strategisk og autentisk måde, der understøtter Træskibet Bettys værdier. Målet er at finde løsninger, som kan støtte foreningen og øge engagementet i både medlemsfastholdelse og fundraising.



Strategi

Strategien er udviklet for at hjælpe Træskibet Betty med at styrke sin digitale tilstedeværelse og skabe større synlighed for foreningen. Den skal sikre, at alle digitale platforme anvendes strategisk og autentisk for at afspejle og formidle Bettys kerneværdier som fællesskab, kulturarv og sejladsoplevelser.

Foreningen har brug for en samlet tilgang til kommunikation på tværs af platforme, der engagerer både eksisterende medlemmer og nye interessenter. En stærkere digital tilstedeværelse vil understøtte foreningens mission og være afgørende for at fastholde medlemmer og fremme fundraising – essentielle faktorer for Bettys fremtid.

Strategien fokuserer på at optimere både hjemmesiden og sociale medier, så de fungerer som sammenhængende kommunikationsværktøjer. Ved at skabe en rød tråd i det digitale udtryk sikres det, at foreningens værdier og aktiviteter præsenteres klart og konsekvent. Gennem storytelling og målrettet indhold kan vi bygge stærkere relationer og formidle Træskibet Bettys unikke historie og vision på en måde, der skaber værdi for både medlemmer og foreningen som helhed.

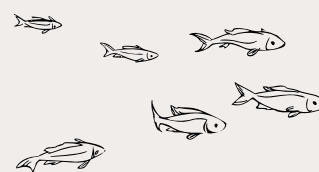


KOMMUNIKATIONSSTRATEGI

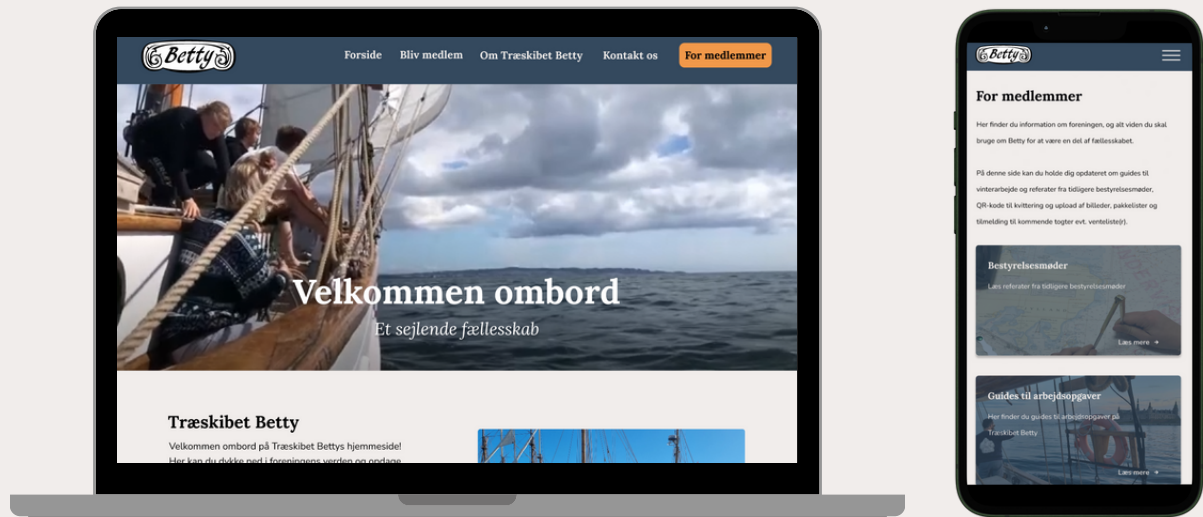
Den fremadrettede kommunikationsstrategi sigter mod at styrke foreningens relationer til både nuværende medlemmer og interessenter gennem en klar og målrettet tilgang, der bygger på værdier som fællesskab, samarbejde, tradition og læring.

Strategien prioriterer storytelling og en autentisk tone of voice, som understøttes af en sammenhængende visuel identitet på tværs af digitale platforme. Optimering af hjemmeside og sociale medier med visuel kommunikation, tydelige call-to-actions og engagerende indhold skal øge synlighed og medlemstilgang. Betty positioneres som en unik, studenterorienteret forening med fokus på praktisk maritim læring og intime fællesskaber.

Der er udviklet skabeloner til fondsansøgninger og materiale, der fremhæver Bettys værdier, hvilket letter ansøgningsprocessen og tiltrækker støtte. Strategien en stærk mission, vision og branding, kombineret med storytelling og værdiskabende aktiviteter, sikres Betty en fremtrædende plads i det maritime fællesskab og en bæredygtig fremtid.



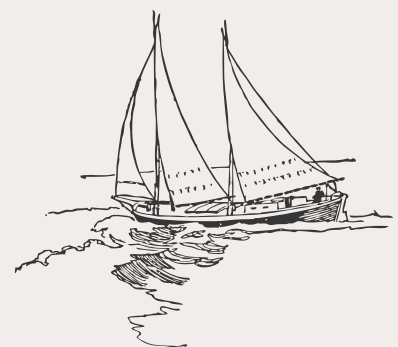
Koncept



Scan QR-kode for at se prototype

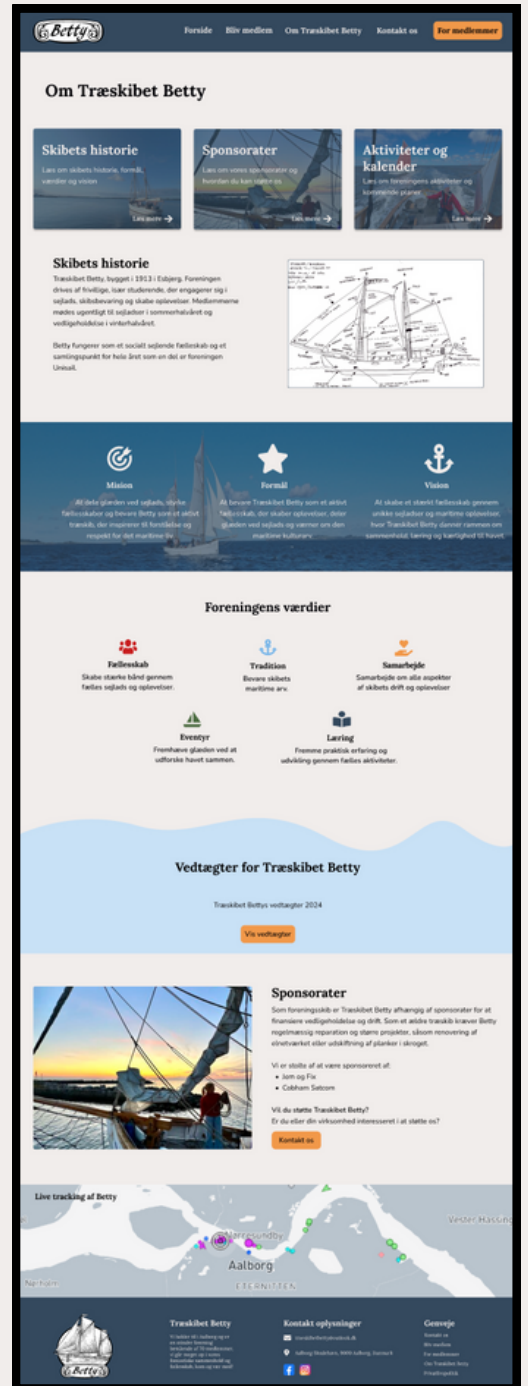
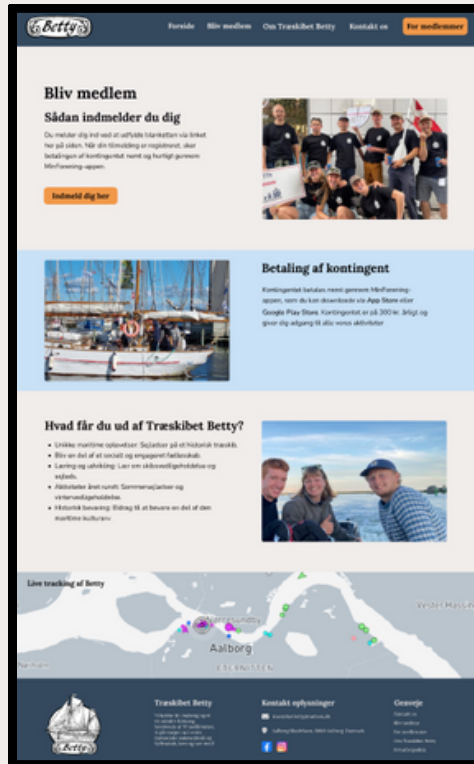
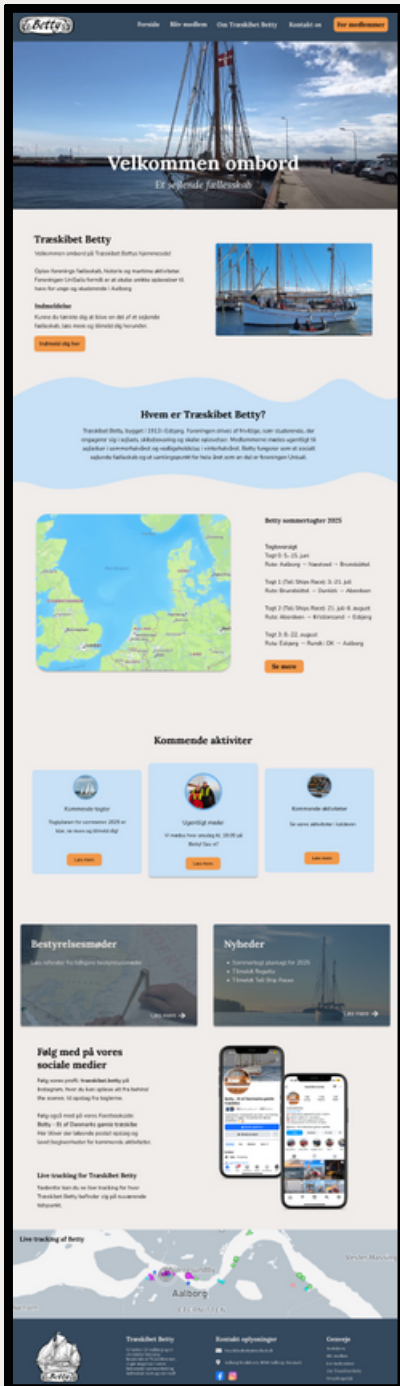
Link til prototyper i Figma

<https://www.figma.com/proto/DRUVI7I0Rs2QHxh4T1RnaW/Bachelor-projekt---Betty?page-id=960%3A267012&node-id=960277668&viewport=722%2C300%2C0.09&t=yfSzO7iPPqEi9wgs-1&scaling=min-zoom&content-scaling=fixed&starting-point-node-id=960%3A277668&show-prototype-sidebar=1>



Koncept

Billeder af prototype



Strategi og mål

Den digitale kommunikationsstrategi for Træskibet Betty har som hovedformål at styrke foreningens digitale tilstedeværelse, samtidig med at den understøtter både medlemsfastholdelse og fundraising.

Strategien bygger på en grundlæggende forståelse af foreningens kerneværdier, herunder fællesskab, samarbejde, tradition og læring. Ved at optimere digitale platforme, herunder hjemmesiden og sociale medier, sigter strategien mod at skabe en sammenhængende og autentisk kommunikation, som afspejler Bettys identitet og mission.

Foreningen behov for at kommunikationen på tværs af digitale kanaler for at øge engagementet blandt både eksisterende medlemmer og potentielle interesserede. Dette skal blandt andet opnås gennem en konsekvent visuel identitet, stærk storytelling og en målrettet digital tilgang, som understøtter foreningens formål om at bevare maritime traditioner og skabe fællesskaber.

Strategien fokuserer på at udvikle en helhedsorienteret tilgang til digital kommunikation, hvor både den visuelle identitet og det skrevne indhold er i harmoni. Ved at skabe en stærk og sammenhængende online tilstedeværelse skal foreningen ikke blot øge sin synlighed, men også skabe en tættere relation til sine medlemmer og interessenter.

De digitale platforme skal udnyttes til at fremme foreningens aktiviteter og historiefortælling, hvilket vil hjælpe med at tiltrække nye medlemmer og sponsorer.

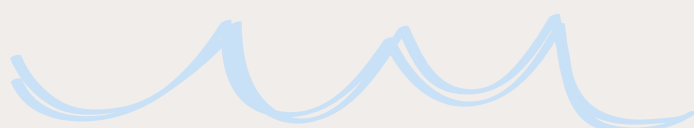




INTRO TIL GUIDELINES

Bettys brandidentitet og visuelle udtryk er fundamentet for vores visuelle identitet. De hjælper os med at skabe en sammenhængende og genkendelig brandoplevelse, der afspejler vores værdier og historie. Med en konsekvent anvendelse på tværs af alle platforme sikrer vi et professionelt og autentisk udtryk, der understøtter Bettys mission og vision.

Vores guidelines er vores daglige byggesten. De gør det muligt for os at skabe en konsistent og relevant oplevelse af foreningen på tværs af alle kanaler samt at fremstå professionelt og troværdigt som forening.



MOODBOARD

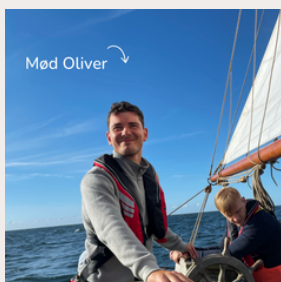
I forbindelse med udarbejdelsen af kommunikation på tværs af flere platforme, er udarbejdet moodboard med fokus på farver, billedstil, typografier m.m.

Moodboard skal fungere som et visuelt referencepunkt og sikre at den ordnet rød tråd og sammenhængen på tværs af alle platforme.



Tone of voice

Fællesskab, sejlads og sammenhold
Træskibet Betty - Et sejlende fællesskab



Aa
Aa

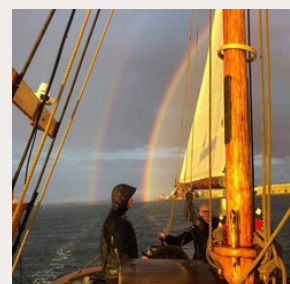
Aa
Aa

Aa
Aa



Font overskrift: Lora regular og Bold
Brødtekst: Nunito Ligh og regular

MOODBOARD



SPROGBRUG - TONE OF VOICE

Træskibet Bettys tone of voice, så den er varm, inkluderende og informativ for at styrke fællesskabet og gøre det nemt for medlemmer og interesserede at forstå og deltage i aktiviteter. Tone of voice skal sikre at kommunikationen er konsekvent engagerende og tro mod foreningens værdier og mål.

Den skal formidle Bettys maritime arv og kærlighed til havet på en engagerende måde, samtidig med at praktisk information kommunikerer klart og direkte.

Bettys stemme skal vække følelser af nostalgi, eventyrlyst og samhørighed. Ved at vise autentiske øjeblikke fra skibet og dets fællesskab skal indholdet reflektere, hvad Betty betyder for dem, der er en del af livet ombord.

Kommunikationen skal fremhæve Bettys unikke rolle i at bevare maritime traditioner og styrke fællesskabet omkring skibet. Målet er at skabe et engagement, der får folk til at tænke: *"Jeg vil være en del af det!"*

Inkluderende og venlig:

Sproget inviterer alle til at blive en del af fællesskabet, fx: *"Hos Betty er der plads til alle, der elsker havet – kom ombord og del eventyret med os."*

Fællesskabsorienteret:

Kommunikationen fremhæver samarbejde og engagement, fx: *"Kom med ombord og bliv en del af et sejrende fælleskab"*

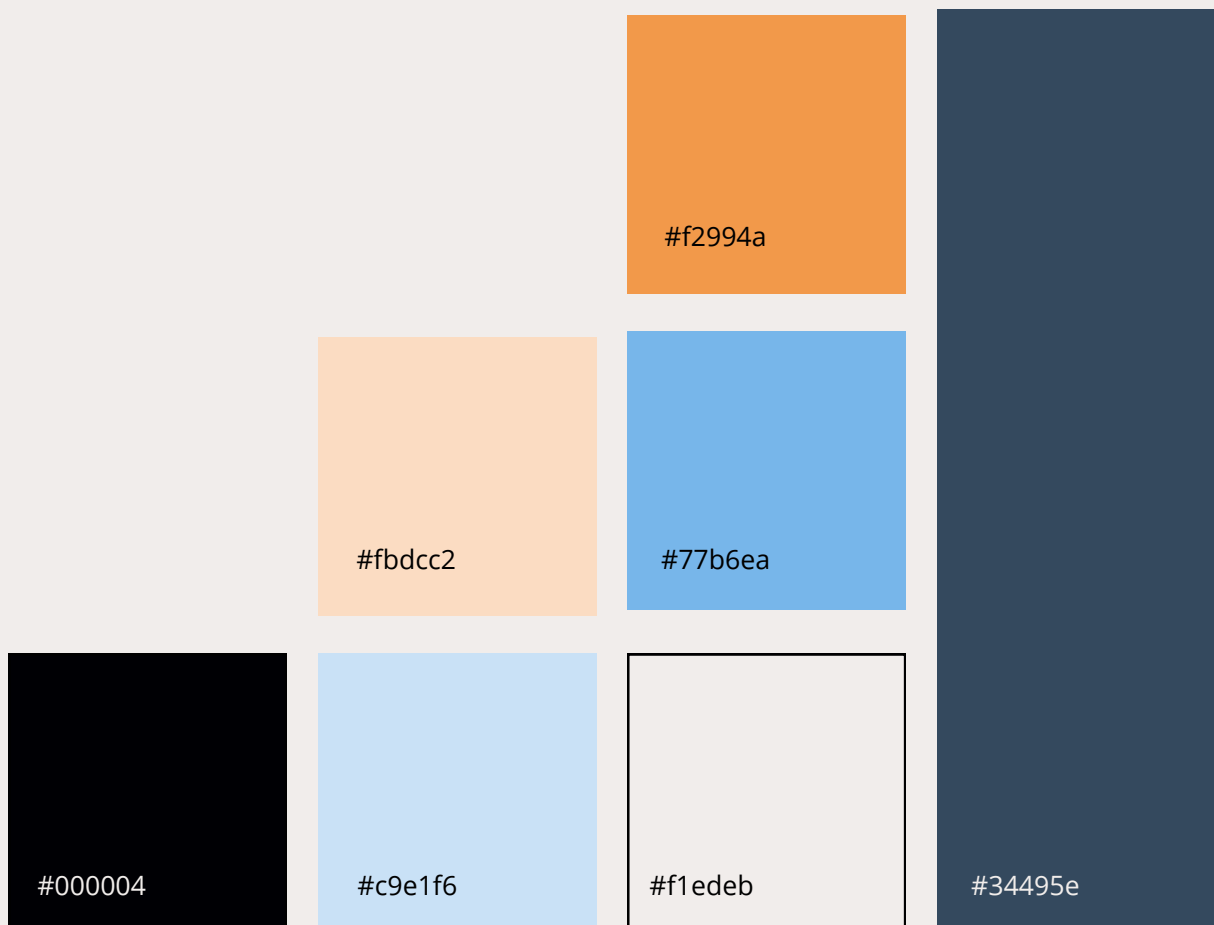
FARVEPALETTE

Farverne til foreningen Betty, er valgt med afsæt i foreningens kerneværdier og identitet.

De blå toner er inspireret af det maritime miljø og havets dybder. De symboliserer ro, stabilitet og skibets forbindelse til havet, der er en central del af Bettys historie og formål. Blå er også en farve, der fremkalder tillid og autenticitet, hvilket afspejler foreningens dedikation til ægte og traditionelle oplevelser på havet.

Den orange farve repræsenterer liv og fællesskab. Den varme, energiske tone signalerer samvær, engagement og aktivitet – alt det, der definerer foreningslivet omkring Betty. Orange skaber også en kontrast til det blå og fremhæver, at Betty ikke kun handler om skibet, men også om de mennesker og historier, der gør det levende.

Tilsammen skaber farverne en harmonisk balance mellem arv, natur og menneskeligt nærvær, hvilket understøtter foreningens visuelle identitet og værdier.



BILLEDE OG VIDEOANBEFALINGER

Der skal være en sammenhænge stil imellem billederne og video på hjemmesiden og på sociale medier. Derfor er her en anbefalinger til hvordan foreningen kan skabe sammenhængen.

Visuel stil

- Farvetema: Fokus på naturlige, maritime farver – dybblå, hvid, beige og trænuancer.
- Stemning: Autentisk, varm og inkluderende, så billeder og videoer føles som en invitation til at blive en del af fællesskabet.
- Redigering: Minimal, for at bevare ægtheden. Fokus på naturligt lys og tekstur.

Visuelle anbefalinger for Træskibet Betty

Træskibet Bettys visuelle identitet bør afspejle autenticitet og varme, med fokus på skibets arv og det fællesskab, det skaber. Billederne skal præges af maritime nuancer som dybblå, hvid og træfarve, indfanget i naturligt lys. Motiverne bør inkludere ægte øjeblikke med mennesker, detaljer af skibet og storslåede landskaber, hvor Betty står som centrum. Redigeringen skal være let og naturlig, med små justeringer for at fremhæve kontrast og farver.

Videoerne skal være fortællende og historiedrevne, med interviews og autentiske scener understøttet af naturlige lyde som havets brusen. Optagelserne kan varieres med perspektiver, nærbilleder af arbejde ombord og skibet i bevægelse. En akustisk baggrundsmusik kan supplere stemningen.

I kommunikationen skal tonen være emotionel og inspirerende med vægt på nostalgi og fællesskab. For at skabe genkendelighed og styrke identiteten bør samme stil gennemsyre alle platforme, og nyt visuelt indhold skal deles regelmæssigt.

VISION, MISSION OG VÆRDIER

Vision:

At skabe et stærkt fællesskab gennem unikke sejlads og maritime oplevelser, hvor Træskibet Betty danner rammen om sammenhold, læring og kærlighed til havet.

Mission:

At samle mennesker ombord for at dele glæden ved sejlads, styrke relationer gennem samarbejde og formidle Bettys historie. Foreningen arbejder for at bevare Betty som et aktivt træskib, der har fokus på at skabe varige fællesskaber og oplevelser, der inspirerer til en dybere forståelse og respekt for det maritime liv.

Værdier:

- Fællesskab: Skabe stærke bånd gennem fælles sejlads og oplevelser.
- Eventyr: Fremhæve glæden ved at udforske havet sammen.
- Tradition: Bevare skibets maritime arv.
- Læring: Fremme praktisk erfaring og udvikling gennem fælles aktiviteter.
- Samarbejde: Arbejde sammen om alle aspekter af skibets drift og oplevelser.



EKSEMPLER PÅ CONTENT



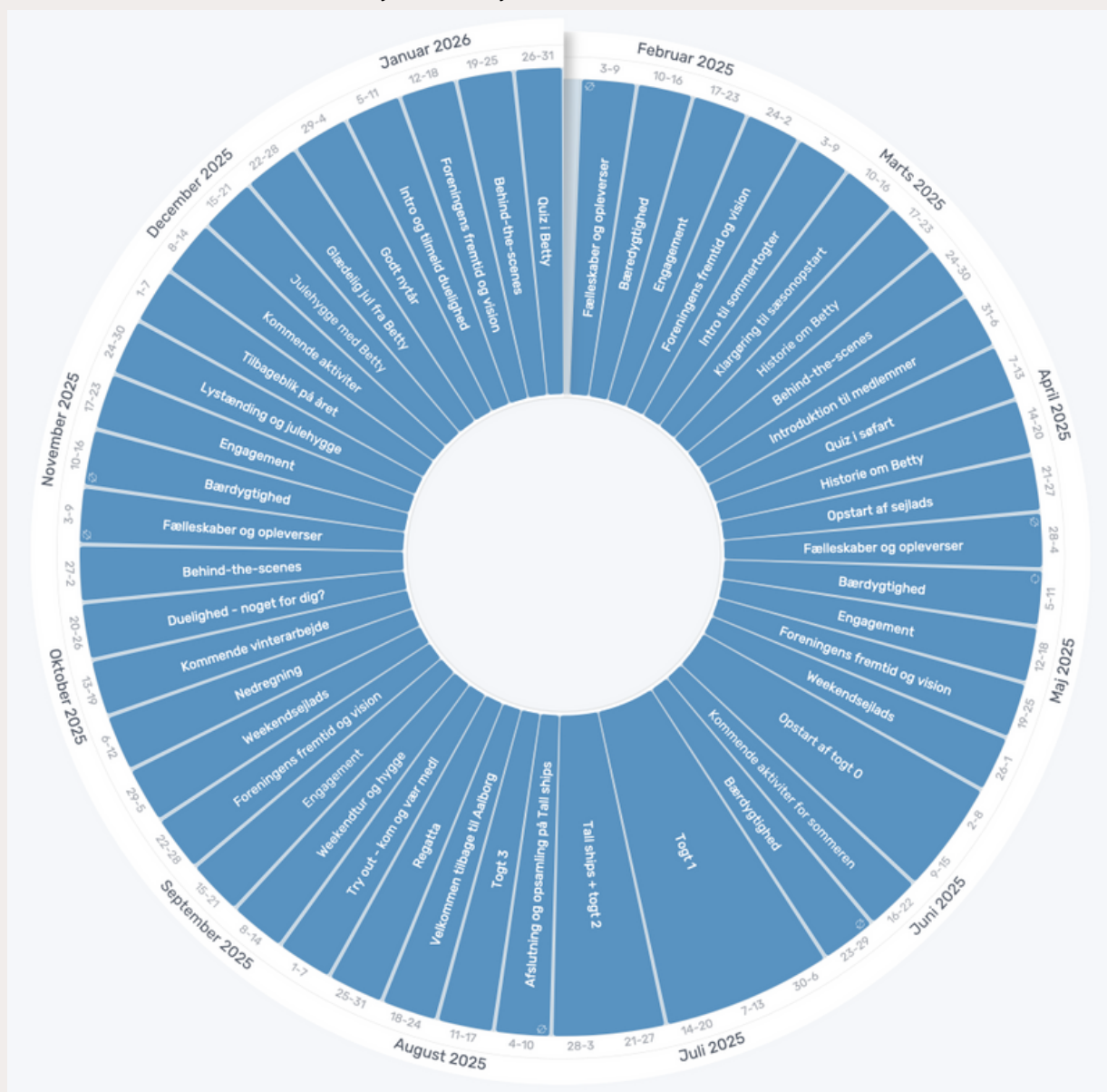
Link til content:

<https://www.figma.com/design/DRUVI7I0Rs2QHxh4T1RnaW/Bachelor-projekt---Betty?node-id=1062-103927&t=SNkJAEL2Oj2iWBhq-1>

ÅRSHJUL FOR CONTENT

For at sikre en effektiv og strategisk markedsføringsindsats for Træskibet Betty vil der udarbejdes et årshjul. Årshjulet skal hjælpe med at planlægge markedsføringsaktiviteter hen over året, så der kan skabes værdifuldt indhold både i travle og stille perioder. Dette sikrer en jævn fordeling af kommunikationen og optimerer Bettys indsats året rundt.

Nedenunder ses det udarbejdet årshjul:



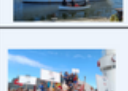
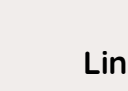
Link til årshjul:

<https://www.figma.com/design/DRUVI7I0Rs2QHxh4T1RnaW/Bachelor-projekt---Betty?node-id=1062-103927&t=SNkJAEL2Oj2iWBhg-1>

CONTENT KALENDER

Content kalenderen bygger videre på årshjulet og skal bruges til at planlægge og koordinere kommunikationen på tværs af platforme som sociale medier. Den sikrer, at indhold om togter, events og storytelling publiceres på strategiske tidspunkter, hvilket maksimerer synlighed og engagement hos eksisterende medlemmer

Nedenunder ses det udarbejdet contentkalender

Platform	Billede	Dato	Tekst	Hashtags
Instagram + Facebook		Lørdag d. 1. februar	Februar og februar på Betty 🌊 Selvom det er lidt udfordret, kommer vi os med tanken om Bettyes fantastiske februar. 🌊 Altså markeringerne i mængden, hvor historien på dækket og blive en del af et stærkt team er noget helt særligt. Drammer du om at være en del af Betty-familien og opleve alt det, som livet til os giver? 🌊 👉 Læs mere og meld dig ind her [link]	
Instagram		Onsdag d. 5. februar	Højde af Bettyes nye besætningsmedlemmer 🌊 De Olsson første gang i Betty ombord på Betty, var det bare en spontan idé i dag er Betty blevet en del af Hanshendes livshistorie. "Betty er ikke bare et skib - det er mit andet hjem. Her har jeg ikke kun bare et sætte ind, men også huset der betyder at være en del af et stærkt fællesskab. Og de mennesker jeg har fået her, er noget, jeg vil tage med mig for evigt." 🌊 Hvis Betty skaber et historien sammen - én bølge ad gangen. Skud den historie begynder her!	#HøjdeHus #Fællesskab7Eles
Instagram + Facebook		Lørdag d. 8. februar	Klar til eventyr på havet? 🌊 Drammer du om at sejle ad i skiddegangen, måske vinden fylder sejlene og skude vinder, der venter for evigt? Bettyes togter er fyldt med oplevelser, hygge og fællesskab. 🌊 👉 Se udvalgte og find det næste eventyr her [link] Vi glæder os til at byde dig velkommen ombord! 🌊	#SejleHusBetty #TagPåEventyr
Instagram + Facebook		Tirsdag d. 11. februar	Vi passer på havet, fordi vi elsker det 🌊 Havet er ikke bare en baggrund for Betty - det er vores hjerte. 🌊 Når vi sejler, ser vi det bedste og mest skønne ved naturen. Derfor går vi all, med en bølge på det, fra kærevelige møder i veddeghedsdelen af skibet til små, kærevelige valg, der gør en stor forskel. Forenlig dig en verden, hvor vi alle arbejder sammen for at bevare havets skønhed. Det er den fremtid, vi rejser for. 🌊	#ErhvervsHøjde7Eles #GrøntLøb
Instagram + Facebook		Torsdag d. 13. februar	Betty - et skib med historie 🌊 Valde du, at Betty blev bygget helt tilbage i 1937? mere end 100 år har hun sejlet gennem bølgerne og skabt minder for generationer. 🌊 👉 Her får du et glimt af Bettyes nye gennem tiden - fra dengang og til nu. Vi bevare historien, mens vi fortsætter med at skabe nye eventyr. Skud du med på rejser? 🌊	
Instagram		Mandag d. 17. februar	Vinterferien ombord på Betty 🌊 Vinterferien næmmer sig, og vi har masser af spændende oplevelser i ventet 🌊 👉 Betty byder på aktiviteter, der får os alle sammen til at blomstre. 👉 Læs mere og tilmeld dig her [link] Glæd dig til oplevelser for livet - vi ses ombord! 🌊	#EventyrHusBetty #VinterferieHusBetty
Instagram + Facebook		Onsdag d. 19. februar	Lust ombord på Betty - fællesskab og glæde 🌊 Det bedste ved Betty er ikke bare sejlerne eller de smukke destinationer. Det er menneskene ombord - fællesskabet, teamarbejdet og de uforglemmelige øjeblikke, vi skaber sammen. 🌊 Tænk på et øjeblik, hvor du står skulder ved skulder med besætningen, mens I arbejder sammen om et sæt ind, eller når I sidder om aftenen og deler historier under stjernerne. Det er livet på Betty. 👉 Her er nogle af vores yndlingsøjeblikke - næste gang kan du være en del af dem! 🌊	#Fællesskab7Eles #BettyOplevelser
Instagram		Fredag d. 21. februar	En hånd til Betty? 🌊 Betty har set mange eventyr, men indimellem har hun også brug for kærteg pløj. Denne weekend sætter vi på dækket til hyggeligt, velgighedsarbejde, og vi vil gerne have dig med. 🌊 Forenlig dig et 48-handlen i træstykke, lære nye færdigheder og blive en del af en gruppe, der elsker at arbejde sammen. Du behøver ikke erfaring - bare lysten til at lære og hjælpe. 👉 Hvor [link] 👉 Hvordan [link] og [link] Vi glæder os til at dele arbejdet - og grinet - med dig.	#WeekendHusBetty #OmGivEnHånd
Instagram		Mandag d. 24. februar	Se's næste kapitel med os 🌊 Bettyes nye og kreative begreb, og du kan være med til at forme fremtiden! 🌊 Drammer om flere medlemmer, flere togter og endnu mere fællesskab. 🌊 Vi vil være med! Meld dig ind eller del dine idéer med os. 👉 Læs mere her [link]	#BettyFremtid #BudsOmEventyret
Instagram + Facebook		Onsdag d. 26. februar	Tal til os 🌊 Vi vil tage et øjeblik til at sige tak - til jer, der sejler med, starter og gør Betty til noget særligt. 🌊 Hver eneste sejlsæt, hver eneste historie og hvert eneste øjeblik er skabt af jer. Uden jer ville Betty bare være et skib. Med jer er hun et hjem. 🌊 Her er nogle højdepunkter fra vores sæsonens arrangementer. Tak, fordi I er en del af det hele.	#TakTilVoresMedlemmer #BettyFællesskab
Instagram		Fredag d. 28. februar	Klar til forårs eventyr? 🌊 Drømmen af forår næmmer sig, og det samme gør Bettyes næste eventyr. Tænk dig et øjeblik om hvilke vind i håbet, så kan en sejlsæt og lyden af bølger med drømme. 🌊 Foråret er fyldt med muligheder for nye færdigheder, smukke sejlsæt og uforglemmelige øjeblikke. 🌊 👉 Blev du glad nu og gør dig klar til at sætte sejlet med os. 🌊 👉 Læs mere her [link]	#TagPåEventyr #SejleHusBetty
Instagram story		Onsdag d. 5. februar	Betty får kærteg pløj 🌊 Bag hvert eneste eventyr ligger et arbejde af kærlighed. Denne uge står den på vedligeholdelse, og vi er heldig gang med at klargøre Betty til næste tog. Følg med bag kulisserne og se, hvordan vi sammen giver Betty den smukke, hun fortjener. 🌊	
Instagram story		Onsdag d. 19. februar	Har du spørgsmål om Betty? 🌊 Hvad skal den til for at blive medlem? Hvordan føles det at sejle ad i vores eventyr? Og hvad gør Betty til noget? 🌊 Her du spørgsmål still dine spørgsmål - vi glæder os til at høre fra dig!	#BettyOmDit #SpørgHusBetty

TRYKTE PRODUKTER

De trykte produkter, der er udarbejdet for Træskibet Betty, er nøje designet til at understøtte foreningens kommunikation og administrative behov. Disse materialer inkluderer blandt andet vedtægter og fondsmateriale, som er leveret i PDF-format for at sikre en professionel og ensartet præsentation.

Vedtægterne præsenterer foreningens grundlag og strukturelle rammer på en klar og overskuelig måde. De er designet med fokus på læsbarhed og visuel æstetik, hvilket gør det nemt for medlemmer og interessenter at navigere og forstå indholdet.

Fondsmaterialet er udarbejdet med et visuelt og sprogligt udtryk, der formidler Træskibet Bettys værdier, mission og vision på en overbevisende måde. Dette materiale spiller en central rolle i foreningens fundraising-indsats, idet det præsenterer en sammenhængende fortælling om Bettys betydning og fremtidige mål, som appellerer til potentielle fonde og sponsorer.

Ved at bruge PDF-format sikres det, at materialerne er lette at distribuere digitalt og egner sig til både elektronisk visning og tryk. Disse trykte produkter bidrager til at styrke Træskibet Bettys visuelle identitet og understøtter foreningens arbejde med at skabe engagement og tiltrække økonomisk støtte.



Link til Vedtægter & fondsmateriale

<https://www.figma.com/design/DRUVI7I0Rs2QHXh4T1RnaW/Bachelor-projekt---Betty?node-id=1233-291&t=gLGaFdKsOr1A3FhK-1>

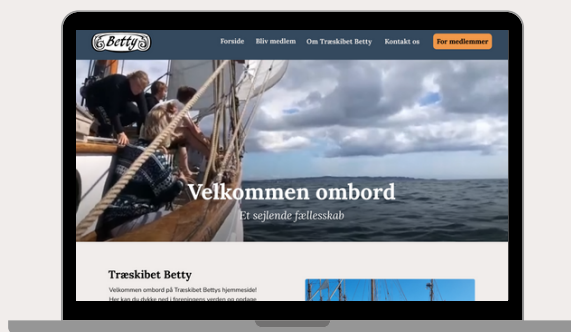
**Materialet ligger også på google drev,
under Betty og så projektsamarbejde.
Der kan ses Vedtægter & fondsmateriale**

ESTIMAT

Der er udarbejdet et estimat for udvikling af hjemmeside og content på sociale medier for Træskibet Betty, med fokus på foreningens begrænsede ressourcer og afhængighed af frivillige kræfter, fondsmidler og sponsorater.

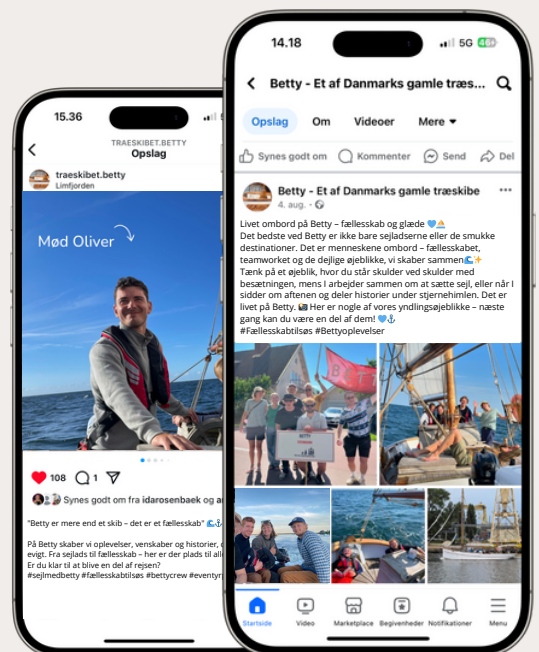


Hjemmeside udviklet af medlemmer



49 kr. pr. måned

Estimat for SoMe, udviklet af medlemmer



0 kr.

RETNINGSLINJER

Ved afslutning af samarbejdet overdrager vi alt udviklet materiale til foreningen Betty. Dette inkluderer designfiler, grafiske elementer, tekst, billeder og andet relateret indhold. Foreningen får fuld brugsret til materialet og kan anvende det, så længe det er relevant for deres aktiviteter og formål.

Eventuelle ændringer eller videreudvikling af materialet efter overdragelsen står foreningen frit for, men vi anbefaler at bevare det oprindelige udtryk for at sikre genkendelighed og kontinuitet i kommunikationen.



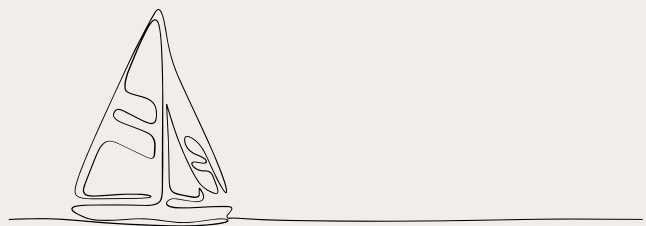
FREMADRETTET VISION

Videreførelse af kommunikationsstrategi

For at styrke Træskibet Bettys digitale tilstedeværelse i overensstemmelse med foreningens vision, bør kommunikationsstrategien fremadrettet fokusere på at skabe autentisk og engagerende indhold. Strategien skal bygge videre på Bettys maritime arv og værdier, mens den udnytter digitale platforme til at øge synligheden, styrke medlemsfastholdelsen og understøtte fundraising-indsatser.

Ved at vedligeholde en konsekvent visuel og tekstuel identitet, kombinere storytelling med målrettede kampagner og inddrage medlemmerne aktivt i kommunikationen, kan Bettys digitale fodaftryk blive både stærkere og mere relevant.

Strategien bør løbende tilpasses for at sikre, at foreningen forbliver i trit med teknologiske muligheder og medlemmernes behov.



Koncept udarbejdet af

Lina Thornbjerg Værum

Lærke Xiaoying Læsø

Melisa Maslic

Kontakt info:

linatvaerum28@gmail.com

laerkexiao@gmail.com

melisa_maslic@hotmail.com

