

Case – strategisk design og grafiske tjenester

Norske tog AS: Videreutvikling og uttak av visuell profil

Bakgrunn: Norske tog AS sin visuelle profil

Norske tog AS sin visuelle profil skal uttrykke et solid og profesjonelt selskap med et tydelig samfunnsoppdrag. Profilen må understøtte vår rolle som en kunnskapsrik og faglig tung rådgiver i spørsmål om jernbanen, og samtidig formidle at vi er en internasjonal virksomhet med spisskompetanse innen ingeniørfag, design og anskaffelse av togmateriell. Vår virksomhet omfatter tett samarbeid med ledende europeiske leverandører som Alstom (Frankrike) og Stadler (Sveits), noe som stiller høye krav til en moderne, presis og troverdig visuell identitet.

Hovedmålgruppen for vår kommunikasjon er kundene våre – Vy, SJ Nord og Go-Ahead – samt sentrale samarbeidspartnere som Bane NOR og Jernbanedirektoratet. I tillegg er Samferdselsdepartementet vår eier og en viktig premissgiver for vårt arbeid. Den grafiske profilen må derfor fungere på tvers av fagmiljøer, nivåer og formelle kontekster, og samtidig være fleksibel nok til å brukes i dialog med våre internasjonale leverandører og samarbeidspartnere.

En videreutviklet visuell identitet skal bidra til å styrke vår posisjon, tydeliggjøre vårt samfunnsoppdrag og sikre en helhetlig og profesjonell kommunikasjon i alle flater – fra strategiske dokumenter og tekniske spesifikasjoner til presentasjoner, digitale kanaler og internasjonale anskaffelsesprosesser.

Oppgavebeskrivelse:

Norske tog ønsker tilbyders vurdering av dagens visuelle profil og innspill til hvordan profilen kan videreutvikles og tas ut på en helhetlig og konsistent måte i sentrale flater – særlig presentasjoner, årsrapport og nettsider: [Rapporter – Norske tog](#)

Norske togs selskapspresentasjon er vedlagt som vedlegg E.2.1. Årsrapportene som er tilgjengelige via lenken ovenfor, samt øvrig informasjon på Norske togs nettsider (<https://www.norsketog.no>), kan benyttes som grunnlag ved besvarelsen av caset.

Caset skal vise tilbyders strategiske designforståelse og evne til å oversette identitet og merkevare til et funksjonelt, visuelt uttrykk i praksis.

Del A – Strategiske designinnspill (maks 2–3 sider)

Tilbyder skal beskrive:

1. Overordnet vurdering av dagens visuelle uttrykk

- styrker
- eventuelle uklarheter eller forbedringsområder

2. Designprinsipper (3–5 punkter)

Eksempel:

- hva skal profilen først og fremst kommunisere?
- hvordan balansere det statlige/trygge med det moderne, internasjonale og fremoverlente?

3. Helhet på tvers av flater

- hvordan sikres rød tråd mellom presentasjoner, årsrapport og nettsider?
- hva bør være felles, og hva kan variere?

Del B – Visuelle eksempler / demonstrasjon

Tilbyder skal vise hvordan prinsippene kan tas ut visuelt, ved å levere **eksempler** (ikke ferdige maler):

For presentasjoner (maksimalt 5 sider):

- Forside / kapittelåpner
- Én innholdsslide (tekst + visuelt element)
- Én tall- eller KPI-slide
- Én slide med graf eller tabell
- Én modell/prosess-/oversiktsslide

For årsrapport (maksimalt 3 sider):

- Forslag til oppslag/forsidestruktur
- Eksempel på visualisering av tall eller forklarende grafikk

For nettside (maksimalt 3 sider):

- Eksempel på én side eller seksjon (skisse/mockup-nivå holder)
- Hvordan typografi, farger og grafikk kan brukes digitalt

Leveransen skal være på konsept- og eksempel nivå, ikke ferdig produksjonsmateriale.