



Rimsøhuset

## Førsteårsprøven efteråret 2015 - Rimsøhuset

### Produkt udarbejdet i forbindelse med:

Multimediedesigner uddannelsen Erhvervsakademi Aarhus (Internt).  
Rimsøhuset, Rimsø (Eksternt).

### Tidsperioder:

Projekt start:	Mandag d. 23. nov. kl. 09.00
Pitch af projekt idé:	Tirsdag d. 24 nov. kl. 11.20.
Afleveringsdato:	Onsdag d. 16. december 12:00
Aflevering af et stk. printet udgave.	Onsdag d. 16. decemer 12:30

### Live produkt:

Projekt 2.2 live website:  
<http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/index.php>

### Originalt website:

[www.rimsøhuset.dk](http://www.rimsøhuset.dk)

### Rapport & produkt udarbejdet af:

Martin René Asserbo Rasmussen	15G2
Henning Meldgaard Andersen	15G2
Carsten Aasted Gad	15G2
Amalie Risager Hansen	15G2

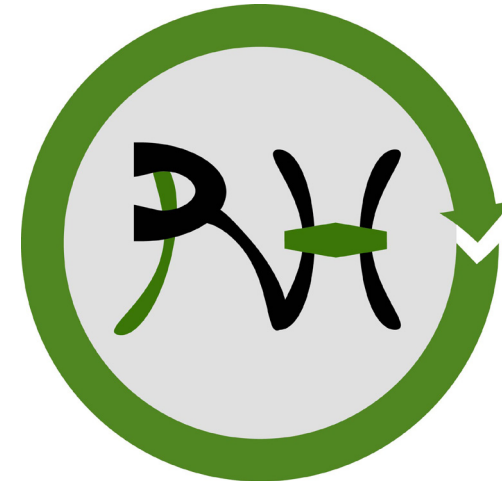
### Interne vejledere:

Jarne Wilhelm Beutnagel	Erhvervsakademi Aarhus.
Jonna Bach Zeuthen	Erhvervsakademi Aarhus.
Jeanne Bødker Nissen	Erhvervsakademi Aarhus.
Birgitte Kjær Holm	Erhvervsakademi Aarhus.

### Ekstern kontaktperson:

Bodil Buonaventzen  
Rimsøhuset, næstformand.

Antal anslag: 97.472



Må ikke offentliggøres

## Indholdsfortegnelse

<a href="#">Indledning</a>	4	<a href="#">Storytelling i billeder</a>	46
<a href="#">Projektbeskrivelse</a>	4	<a href="#">Stillbilleder</a>	46
<a href="#">Problemformulering</a>	4	<a href="#">Landing page motion billeder</a>	46
<a href="#">Problemafgrænsning</a>	5	<a href="#">Mockup</a>	47
<a href="#">Mål</a>	5	<a href="#">Delkonklusion</a>	47
<a href="#">Projekt process</a>	5	<a href="#">Interaktion</a>	48
<a href="#">Agil arbejdsmetode</a>	5	<a href="#">Hjemmesidestruktur</a>	48
<a href="#">Metodik</a>	6	<a href="#">Mappe- og filstruktur</a>	48
<a href="#">Virksomhed</a>	8	<a href="#">Programmerings Struktur</a>	48
<a href="#">Tiden før Rimsøhuset/vejen mod en kernehistorie</a>	8	<a href="#">SEO-optimering</a>	53
<a href="#">Status for Rimsøhuset</a>	11	<a href="#">Validering, test og optimering</a>	54
<a href="#">SWOT</a>	15	<a href="#">Kode validering html</a>	54
<a href="#">Brugerundersøgelse</a>	17	<a href="#">Kode validering CSS</a>	62
<a href="#">BMC</a>	21	<a href="#">Link validering</a>	64
<a href="#">Lean Canvas</a>	26	<a href="#">Optimering af loadtider</a>	64
<a href="#">Delkonklusion</a>	26	<a href="#">Delkonklusion</a>	65
<a href="#">Kommunikation</a>	27	<a href="#">Konklusion</a>	66
<a href="#">Målgruppe</a>	27	<a href="#">Perspektivering</a>	66
<a href="#">Personas</a>	30	<a href="#">Procesevaluering</a>	66
<a href="#">Ole</a>	31	<a href="#">Arbejdsfordeling</a>	67
<a href="#">Kommunikationsplan</a>	33	<a href="#">Kildeliste</a>	69
<a href="#">Måltrettet kommunikation og AIDA-modellen</a>	35		
<a href="#">SEO optimering</a>	37		
<a href="#">Facebook, Instagram og Google Konto</a>	38		
<a href="#">Delkonklusion</a>	38		
<a href="#">Design</a>	39		
<a href="#">Moodboards og stemning</a>	39		
<a href="#">Wireframes af hjemmeside</a>	39		
<a href="#">Gestaltlove</a>	40		
<a href="#">Farveskema, symbolik og betydning</a>	41		
<a href="#">Logo og visuel identitet</a>	43		
<a href="#">Visuel identitet</a>	44		
<a href="#">Typografi</a>	44		
<a href="#">Billeder</a>	44		

## Indledning

Rimsø får nyt liv, eller rettere det er, hvad der er idéen bag projekt Rimsøhuset.

I det tidligere plejehjem er der nu en flok initiativrige ildsjæle, som gør alt, hvad de kan for, at skabe et hus med liv og sjæl, og som har plads til alle.

Selve idéen opstod efter plejehjemmet blev lukket ned pga. besparelser og stod til nedrivning.

Dette ville få en stor betydning for det lille landsbysamfund, som ville komme til, at mangle et samlingssted. I stedet for at nedrive de gamle bygninger, forsøges der nu, at bruge bygningerne til, at skabe et fristed med mulighed for personlig udvikling og aktivitet.

### Projektbeskrivelse

Rimsøhuset er, med andre ord, et tværkulturelt projekt om et socialt, møde-/være-/samlings-/ og fristed som forsøger, at skabe et unikt miljø af indhold defineret af den enkelte bruger.

Formålet er, at gøre noget for fællesskabet ved, at tilbyde facilitering til gavn for den enkelte og byens fremtid.

Rimsøhuset er startet i August 2015 og har en indledende forsøgsperiode på 1 år, førend husets fremtid revurderes.

Dette eksamensprojekt er vor hjælp til, at kunne skabe bedre forudsætninger for, at det lykkes og udarbejdes af gruppe 12 på uddannelsen som Multimediedesigner i december 2015.

### Problemformulering

Rimsøhuset er et tværkulturelt projekt om et socialt, møde-/være-/samlings-/ og fristed.

Hvordan får vi bedst muligt Rimsøhusets kommunikation og budskaber ud gennem en re-designet hjemmeside?

Hvilke analyser og undersøgelser giver den bedste viden omkring deres kultur, målgruppen, mulighederne og fremtidigt design af hjemmesiden?

Hvordan hjælpes de til, at skabe et solidt fundament for fremtidsmulighederne, med flere aktive brugersegmenter for input til indholdet?

....således, at der skabes et tilbud: af mange - til flere - for alle!

*Til Kathrine - fordi hun også havde fortjent at være med.*



## Problemafgrænsning

Re-design af Rimsøhusets hjemmeside, hvor deres identitet og kultur videreføres. Tanken er ikke, at rebrande dem, men at få dem opdateret på internettet, rent æstetisk, designmæssigt og funktionelt.

## Mål

- At re-designe Rimsøhusets hjemmeside.
- At lave en brugervenlig, inddragende, forståelig og overskuelig hjemmeside til såvel eksisterende som nye brugere.
- At give mulighed for, at finde relevant og interessant information.
- At kunne tilmelde sig Rimsøhuset og byde ind med, at lave arrangementer.
- At kunne inddrage betroede brugere på hjemmesiden via admin tilgang til artikelskrivning.
- At rangere hjemmesiden bedre i søgemaskiner vha. SEO optimering.

## Projekt process

### Agil arbejdsmetode

Projektet er udført agilt ved hjælp af arbejdsmetoder, til dette - herunder Scrum og Trello. *[Agil systemudvikling - Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel s. 141.]*

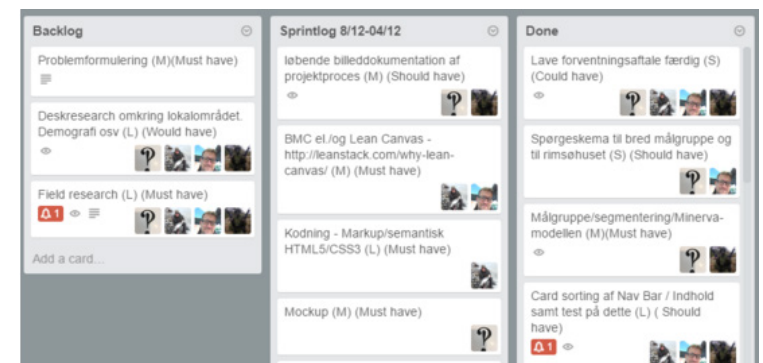
### SCRUM

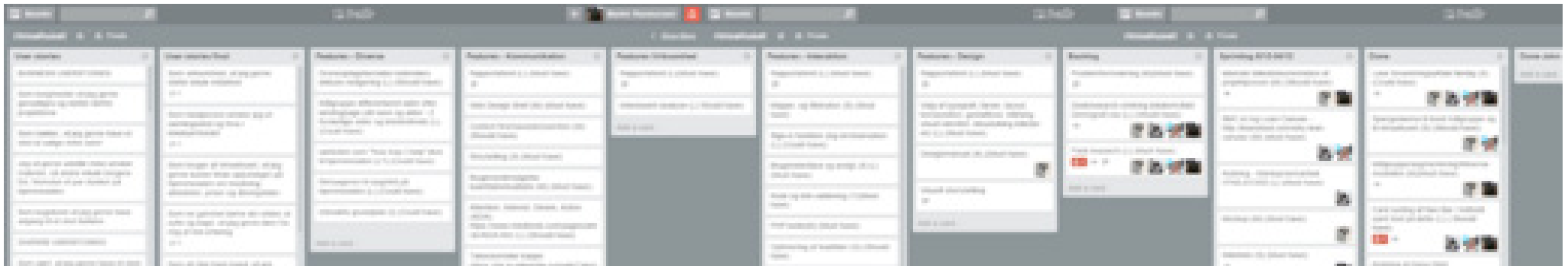
Scrum som er et projektledelsesværktøj, benyttes så Rimsøhuset fungerer som en scrum organisation hvor vi i gruppen har en intern scrummaster som hjælper til, at holder et overblik over processen, hele vejen igennem.

Hver morgen og eftermiddag redegør medlemmerne, hvor de er i processen, hvad de har nået, arbejder med, og vil nå. *[Agil systemudvikling - Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel s. 144.]*

### Trello

Trello.com er en hjemmeside, der gør det muligt, i forlængelse med en agil scrum arbejdsmetode, at have hele overblikket, over hvilke projekt elementer der er. Hvad skal nås og hvad arbejdes på nu, for hver enkelt gruppemedlem. Arbejdsmetoden virker godt i forhold til vores problemformulering, der kan deles op i afsnit, da vi er 4 medlemmer. Vores lærere har haft adgang til Trello for overblik over vores arbejdsproces.





Trello er opdateret hver dag sideløbende med projektet.

Overblik over hele vores Trello d. 07-12-2015.  
(<https://trello.com/>)

## Metodik

Med henblik på research, af virksomhedens paradigmer har vi løbende lavet desk og field research.

## Desk research

Desk research er anvendt som generelt belysnings værktøj. Såvel primære som sekundære kilder, i form af danmarks statistik og medieomtale. Dette er anvendt forud for udarbejdelse af spørgeskema, til foreningens styregruppe, med henblik på indledende segmentering og vurdering af brugerne.

## Kvalitativ research

Indledningsvist er der afholdt møde med foreningen, hvor der på forhånd er udarbejdet spørgeskema for, afdækning af den generelle markedssituation. Mødet er afviklet med hele styregruppen og udvidet i forhold til projekteret tidsforbrug idet der under mødet blev afdækket væsentlige særlige vilkår for projektet.

Desuden har styregruppen stået til rådighed for uddybende spørgsmål i hele processen via fælles kontaktnetværk ved facebook, via e-mail og personlige møder.

## Kvantitativ research

Der er udarbejdet to spørgeskemaer, som er målrettet til henholdsvis brugere, som på anden vis involverede i det konkrete projekt Rimsøhuset, samt et generelt spørgeskema for vurdering og validering af eksempelvis appelgrad og usability på deres tidligere hjemmesider, henvendt til personer uden relation til projektet og stedet.

Desuden er anvendt segmenteringsværktøjet Mind16, på brugerne med det formål, at skabe en retningslinje for deres æstetiske præferencer.

**Rimsøhuset: Har allieret sig med studerende**

Multimediedesign-studerende er blevet rådgivere på Rimsøhuset

**AF ANETTE BONDE**

Fire unge på multimediedesign-uddannelsen på Ethervsakaademiet Aarhus har valgt Rimsøhuset som emne for en eksamenopgave, de skal lave her i december. Det er til fælles gavn, idet de samtidig sørger for, at Rimsøhuset får en ny hjemmeside designet efter alle kunstens regler.

Det er nogle meget engagerede og aktive unge, der går til opgaven med krum hals. De har hjulpet med at klarlægge nogle af de problemstillinger, der har været om hjemmesiden, og de har været meget hurtige til at se, hvad der kan gøres bedre", fortæller næstformand i Rimsøhuset Bodi Buonaventen.

**HVIS DU SYNS DE VORES ARTIKLER, SÅ KLIK PÅ DETTE LINK OG BLIV VEN MED LOKALAVISEN NORDDJURS PÅ FACEBOOK**

De studerende Carsten Gad, Henning Meldgaard Andersen, Martin Rasmussen og Amalie Risager startede med at besøge Rimsøhuset og få en snak. Herefter har der været en løbende kontakt på telefon og facebook. I øjeblikket er de ved at afdække opbakningen til huset, og ud over design af hjemmesiden vil de prøve at komme med forslag til, hvordan det skaffes økonomi til huset og til promovering af stedet. Noget af det vil muligvis ske fra sidelinjen efter at eksamenopgaven er afleveret.

"Sådan er det nogle gange, at når man har mest brug for det, falder der gaver ned fra himlen", lyder det glad fra Bodi Buonaventen.

Publiseret: 03. December 2015 15:00

[Facebook](#)
[Twitter](#)
[Google+](#)

Tilmeld dig vores nyhedsbrev og få de lokale nyheder hver dag fra Lokaltavisen Norddjurs.

**KOMMENTARER/SKRIV KOMMENTAR**

Des mere man fordyber sig i projektet desto mere lovende viser mulighederne og perspektivet sig at være. Rimsøhuset indbefatter noget helt nyt som vil kunne samle regionen, et inspirerende miljø, hvor brugerne definerer indholdet!  
Tænk sig - et utroligt billig facilitetsudbud til netop det som du brænder for!  
Al mange - til alle!  
Henning M. Andersen - 2015-12-03 18:47 Klag til redaktionen

Medieomtale af projektet: Lokaltavisen Norddjurs.

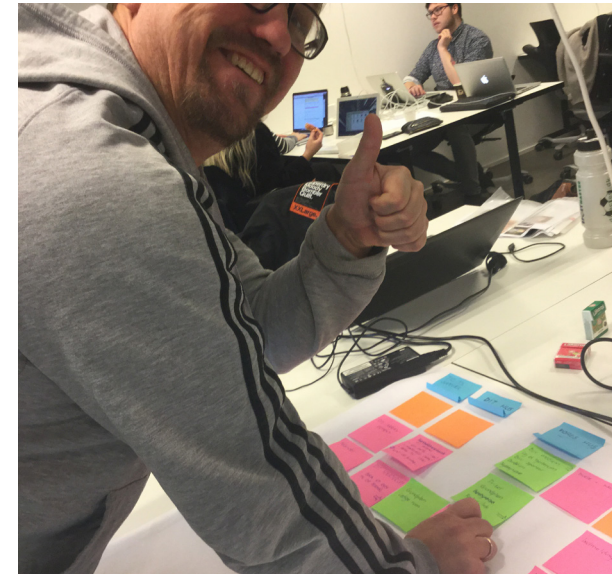
## Field research

Udover det indledende møde og de generelle spørgsmål adresseret styregruppen under processen, er der afholdt besøg på foreningen halvdelen af de dage der har været åbent. Dette er sket med henblik på at opnå det bedst mulige kendskab til projektets "sjæl" herunder ved hjælp af Scheins kulturanalyse at foretage en vurdering af de fysiske artefakter (artifacts) og validering af foreningens espoused values/justifications (underliggende værdier) i forhold til deres grundlæggende antagelser (underlying assumptions).

## Usabilitytests

Først blev den eksisterende hjemmeside testet og vurderet i forhold til vor indlæring på området med usabilitytest på medstuderende.

Første udkast af den redesignede side, er testet med gangstertest og usabilitytest, på brugersegmentet og endelig er det afleverede produkt testet på medstuderende. Den ønskede værdiforøgelse til foreningen efter projektopgavens slutprodukt er afslutningsvis testet ved diverse usabilitytest som "gangstertest" og "Think out loud test" med henholdsvis brugergruppen og igen ved medstuderende.



## Userbiltytest #1

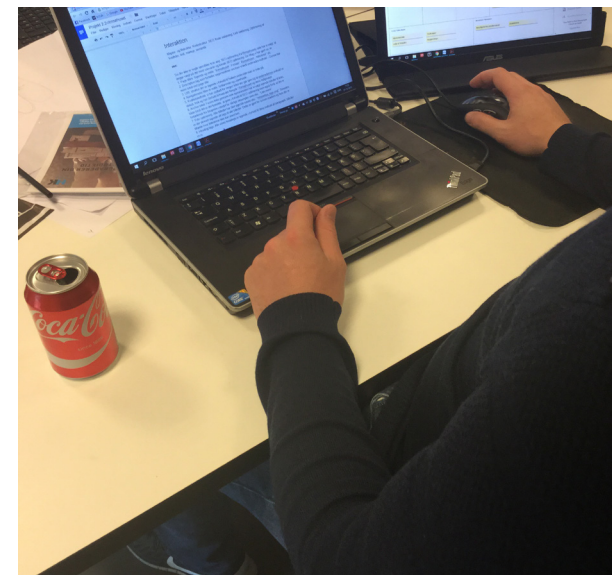
Testet 25/11-2015 på Erhvervsakademi Aarhus

Target: Professionelt review af eksisterende side

Gangster 1. indtryk	Font og farver	Menubar overskuelig	Indhold	Content	Billeder	Appel til?
Ved ikke hvad bare et hus	Grønt for meget whitespace, ingen store bogstaver	Giver ingen mening	Hvorfor er der CV	Overskueligt dog ikke menu Tekstmæssigt OK	Ikke appelerende	Ved ikke

## Test af indholdselementer

Hvor meget koster det?	Tog lang tid at lede efter hvor, gav ingen mening hvor det blev fundet Tekstmæssigt OK som forklaring
Hvordan kommer du derud?	Stedet burde måske være beskrevet i footer. Underlig placering.



Foreningen har været meget velvillige og bakket om projektet i udbredt grad og er således, - udover at have stået til rådighed for alle spørgsmål i løbet af processen - direkte engageret aktivt med forslag til moodboards og kommentarer til den visuelle identitet i form af logo overvejelser farvevalg m.m.

Dette er sket bevidst med henblik på at skabe medejerskab følelse på det endelige produkt. Dog med hensyntagen - og forudgående forventningsafstemning - til at projektet er udarbejdet som eksamensprojekt i det formål at prioritere og redegøre for proces og metoder til generelt formål i forhold til studieordningen for multimediedesign studiet, fremfor Rimsøhusets specifikke ønsker.

For at kunne skabe et overblik over Rimsøhusets situation har vi arbejdet med at udrede og undersøge betingelserne og historikken for dets tilblivelse. På denne måde har vi samtidigt skabt et grundlag for at kunne hjælpe dem med at definere deres kernehistorie.

## Virksomhed

Tiden før Rimsøhuset/vejen mod en kernehistorie

### Fra by, over vand til land

Færgeruten Grenå-Hundested var i begyndelsen af 70'erne, et knudepunkt for transport mellem Sjælland og Jylland. Ungdomsoprøret havde afstedkommet en hippiekultur, hvor det var blevet et ideal at dyrke sammenholdet, som modvægt til det traditionelle, konventionelle, konservative familiemønster. [[https://da.wikipedia.org/wiki/Ungdomsopr%C3%B8ret\\_i\\_Danmark](https://da.wikipedia.org/wiki/Ungdomsopr%C3%B8ret_i_Danmark) -set /.10/12-2015]

Det fremherskende/ kollektive princip omkring medejerskab, kunstnerisk mangfoldighed, fællesskabsånd og ideologi omkring genbrug. Blev blandt andet udbredt gennem færgeruten, når de dengang værende "moderne" kreative individer fra København og Sjælland på deres vej til eksempelvis Thy lejren, passerede Djursland.

Regionen blev således et geografisk samlingspunkt, for mange af "kollektivisternes" ud fra det naturlige værdigrundlag, om et påvirkeligt nærmiljø i symbiose med naturen - til forskel fra bymiljøet i hovedstaden og den nærliggende Grenaa by, hvor bevægelsen havde en kulturel borgerlig modstand,

Med sin beliggenhed blot 15 km. fra Grenaa var Rimsø. I lighed med lignende småbyer på Djursland et oplagt samlingspunkt for personer, med en trang til en alternativ livsfilosofi, i forhold til de konventionelle familiemønstre og et forholdsvis uforstyrret miljø, var der her en mulighed for at definere en ny livsstil, baseret på det kollektivistiske paradigme.



Gennemgang af moodboard med/ fra foreningen - Bodil Buonaventzen

*“For at du kan skabe et brand, må du udvide fortællingen bag den kultur, der har skabt virksomheden”*



## Velkommen til Rimsø

En kulturel nøgleperson i lokalområdet udvikling var tidligere, produkthandler Jørgen Bounaventzen. Som velvilligt bød alle de nye rejsende, ind i sit univers af effekter til genbrug, initiativ, skabertrang og værdibegreber om mangfoldighed og sammenhold. Således var han blandt ophavsmændene, til Kollektivernes festival i 1972 og bød rejsende velkommen til at opstille telt på hans ejendom.

Jørgen er således blevet en velkendt personlighed, for de grupper af tilrejsende og kunstnerisk inspireret personer i regionen.

43 år senere blev hans datter Bodil Bounaventzen, stifter af foreningen til Rimsøhuset.

## Hvor der er hjerterum er der husrum

Det første frø til etableringen af Rimsøhuset, blev sået da Bodil Bounaventzen, nævnte planerne om et fælles samlings-, være- og værksted overfor Grenaa's borgmester som et alternativ til nedrivning af bygningerne.

Bygningerne var forinden projekteret til nedrivning, som følge af manglende befolkningsgrundlag i byen. Samt ændret præmisse på asylbehovet i område. (<http://www.norddjurs.dk/nyheder/2014/sep/borgermoede-d-25-september-i-rimsoe-er-aflyst>) men blev reddet i 11. time, på baggrund af den fremsendte projektering, omkring et fælles aktivitetshus.

Politisk er der derfor opbakning, til projektet fra højeste instans og med henvisning til det økonomiske perspektiv, at projektet oppebærer en - ikke uvæsentlig - besparelse giver det et fornuftigt fremtidsperspektiv, for projektets realisering - dog med hensyntagen til at støtten ikke må være konkurrenceforvridende.

Dette er også ensbetydende, med at projektet har mediernes bevågenhed, hvilket medfører en mulighed for branding af projektet.

Kommunen støtter med gratis benyttelse af faciliteterne, i det første opstartsår inklusiv alle udgifter til forbrug. Perspektivering for brugen er at aftalen genforhandles, med henblik på køb af ejendommen i 2017. (se kopi af brugsaftale i bilag)

## 22 Hjerterum - hvad fylder dit?

Opgaven består således i at skabe et fundament, og i første omgang påvise en eksistensberettigelse. På sigt ønsker Rimsøhuset at etablere drift af et kulturelt værested for en målgruppe af individer, primært fra Djursland og umiddelbar lokalt område.

Mangfoldighed og genbrug, er nøgleord i mulighederne.

Dels er det ikke økonomisk råderum til eksempelvis, indkøb af møbler og lignende og dels er det essentielt at der tiltrækkes, målrettet indhold for brugerne eftersom at



grundlaget er sårbart hvis der ikke er diversitet i typen af indholdet.

Rimsøhuset udlåner de tidligere boenheder på månedsbasis til interessenter for personlig brug, og arrangerer kurser, aftenskole arrangementer, foredrag og fællesarrangementer i de øvrige dele af huset som facilitator.

Med baggrund i den kommunale støtte i etableringsfasen er det en præmis at brugen ikke må være konkurrenceforvridende eller fungerer som virksomhedsudøvelse.

I analyseafsnittene kommer vi nærmere ind på hvilke præmisser og mere specifikke forhold det medfører for projektet Rimsøhuset.

### Nekrologtest

Da kommunen i 2003 offentliggjorde at plejehjemmet Nørrevang i Rimsø skulle lukkes som følge af sammenlægning og spareplaner, gik der et chok igennem Rimsø.

Plejehjemmet var betragtet som byens hjerte, og en stor del af identiteten for byen.

Det blev derfor frygtet, at beslutningen skulle have stor påvirkning for byens videre eksistens og udvikling.

Det er paradoksalt at et plejehjem, dengang var et billede for det liv der blev levet i byen, men ikke desto mindre havde plejehjemmets sin berettigelse, i at være byens suverænt største arbejdsplads, og stedet som alle indbyggere kendte til.

Byens forsamlingshus har trange kår pga manglende tilslutning og arrangementer. Der er stort set intet erhvervsliv, og den typiske Rimsøborger er enten pensionist, eller godt på vej til at blive det.

I forbindelse med field research og interviews på stedet, blev det udtrykt at grunden udgjorde et hjerterum i byen, og at der var frygt for, at det ville efterlade et stort tomt hul i bybilledet hvis bygningerne nedrives. Særligt fordi der ikke umiddelbart er noget alternativ.

Opbakningen bør således relativt let kunne etableres fra byen, og at den endnu ikke er fuldt ud integreret, skyldes sandsynligvis den førnævnte begrænsning i antallet af arrangementer.

Rimsøhuset kan ikke ligefrem betegnes som uundværligt, men i dets grundidé, ligger kiemen til at modvirke skræks scenariet med en landsbydød, med svigtende befolkningsantal, til fordel for den nærliggende byer Glesborg(3 km.) eller Grenaa (15 km.)

Ikke bare de lokale borgere, men i høj grad også regionens kunstneriske sjæle, kreative individer og de socialt baserede iværksættere og ildsjæle, vil miste et fælles holdepunkt allerede i sin spæde opstart.



*Lokalavisen Nordjurs 1. december 2017*

### **Rimsø på vej mod landsbydød**

Det lykkedes ikke foreningen bag det sociale projekt om et kulturelsamlingssted i Rimsø at bevise om berettigelse og bygningerne rives ned først i 2018. Borgmester Jan Petersen (S) udtaler: *“Det er brandærgeligt at vi nu må efterlade hele regionen uden et kreativt samlingspunkt, men tilslutningen har været for lille”* **Se mere**

*Nekrologskrift*

## Stamdata

I forhold til det komplette projekt, findes der ikke noget lignende alternativ til Rimsøhuset i regionen. Nærmeste lignende eksempel er Godsbanen i Århus, som også profilerer sig på værksteder for brugerne.

Konceptet med at huset faciliterer rum til eget indhold, interesse og projekter, er forholdsvist innovativt. Hvorimod tanken om arrangementer, aftenskole og kurser er en pendant til den oprindelige tanke for forsamlingshuse, hvoraf der er flere i regionen. Det projekterede bed and breakfast tilbud fra efteråret 2017, er afklaret med den nærliggende Gjerrild kro, som er indforstået, og ikke vurderer tiltaget som decideret konkurrence, idet kroen allerede har tilfredsstillende belægning, og desuden fokuserer på bespisning som primær tilbud. Kroen har givet tilsagn om at ville være samarbejdspartner, når/hvis Bed & Breakfast konceptet implementeres.

Missionen er at tilbyde plads, rum og muligheder for fælles samvær og interesser, på tværs af kulturel holdning, alder, og interesse skel for brugere i hele regionen.

Projektets medstifter, Bodil Bounaventzen har beskrevet visionen meget illustrativt, som at bygningen er en metafor af en hjælpsom, givende ældre dame.

Billedlig talt er Rimsøhuset, som den længe hedengangne Grenå-Hundested færge. Den ligger fortøjet ved kajen, men landgangsbroen er sænket og klar til at byde passage-erne ind til en kulturel overfart, i egenskaben af et facilitering tilbud til netop det DU brænder for.

Af mange - for flere - til alle!

I formålet at lade et "jeg selv blive til et os - og skabe rammerne for et vi.....dit valg!

## Status for Rimsøhuset

Holder det vand?

Der er en umiddelbar substans i projektet. Konceptet taler til - og for - de kulturelle paradigmer for lokalområdet, og der synes ikke noget umiddelbart relevant alternativ. Som i alt andet entrepreneurship, er der dog flere udfordringer, markeds-mæssige hensyn, nødvendige observationer, og strategiske overvejelser, som foreningen bør være opmærksom på for at kunne lykkes.

Fundamentalt har vores projektarbejde grundlag i det digitale, teknologiske paradigme for foreningen. Overordnet udgør dette altså hovedessensen i projektarbejdet, for et komplet løsningsbaseret produkt bør foreningen ikke blot implementere de redegjorte værktøjer, som en vedvarende agil arbejdsproces, men i høj grad også forholde sig til de øvrige, almene forudsætninger for at kunne lykkes.

*En realisering af drømmen fra kollektivtiden hvor der er et fælles mål at stedet skal blomstre og lykkes på trods af alle forskellighederne*

*Fra interview med brugergruppen:  
Birgit 82 år*

*“Jeg ser stedet som en ældre dame som igennem et langt liv har taget sig kærligt af en masse mennesker. Efter at være gået på pension for et par år siden er der igen nogen som har brug for hende og efter lidt neglelak, kinderødt og læbestift kan hun blive smuk som aldrig før og klar til endnu en tårn”*

**Bodil Bounaventzen**  
medstifter

Lige såvel som det har været essentielt for os, at skabe et indgående kendskab til Rimsøhuset, og dets potentielle brugere, er det nødvendigt for dem, at fortsætte processen i deres virkelige situation, og have forståelse for hvem og hvad er vi - hvilket behov kan vi dække - og hvordan.

## Hvem er Rimsøhuset

Til redskab for vores Kulturanalyse, har vi anvendt Edgar H. Schein's model vedrørende organisationskultur og ledelse.

Analysen er lavet ud fra field research hos Rimsøhuset, og gennem samtaler med brugere såvel som ledelsesgruppe.

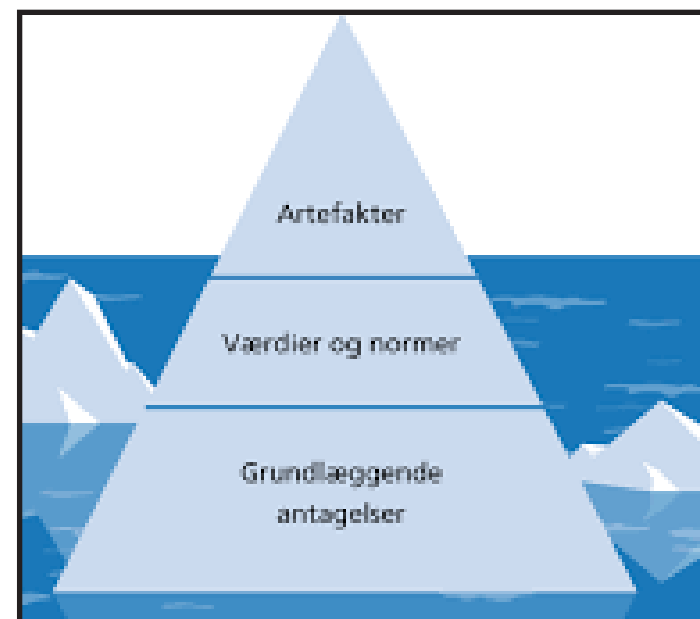
(Schein kulturanalyse - Schein, The\_corporate\_culture\_survival\_guide, chapter 2.pdf)

For optimal analyse af de grundlæggende antagelser, ville det have krævet større kendskab til kulturen, end det har været muligt.

### Artefakterne:

Rimsøhuset er et tidligere plejehjem, og består af en stor gul murstensbygning på ca. 1600m<sup>2</sup>, på en ca. 5500m<sup>2</sup> stor grund. Bygningerne ligner udenpå en ganske alm. husbygning. En gårdhave kaldet Atriumgården, ligger i midten af bygningen og er ikke blevet plejet på det sidste. Går man indenfor ad en af de flere indgange, er der mange mindre ledige rum/værelser, forbundet af lange gange med hvide vægge, koldt lys fra lysstofrør og en duft af plejehjem, fra tiden som plejehjem. De gennemgående dominerende farver i huset er hvid, grøn og lyseblå. De grønne lifte som fungerer, som løfteredskaber mellem de forskellige plateauer i bygningen. En tavle med numre på lokalerne, fortæller hvilke rum der er aktive og til hvad, de blev anvendt. Til alle de rum der tidligere er brugt som boenheder, er der tilhørende toilet. Disse er med røde gulve og hvide fliser. Køkkenet er med brune fliser på gulvet og fuldt udstyret med industri elementer.

Pt. bliver nogle af rummene brugt til oplagring af gamle genbrugsmøbler til senere brug. Enkelte rum er i brug, disse virker mere hjemlige og har aktive brugere: Butikker, kunstnerværksted, vævestue, systue, keramikværksted, et bibliotek, træningsrum, alternativ behandling og storkøkken. To mindre rum tiltænkt musikaktivitet, er blevet til ét, da en mur mellem disse er slået ned. Desuden består bygningen af to større rum; store sal og lille sal, hvoraf den store sal, fungerer som et åbent spiselokale som er hjemligt med kaffe, kunst, diverse nips og julepynt. Til den store sal



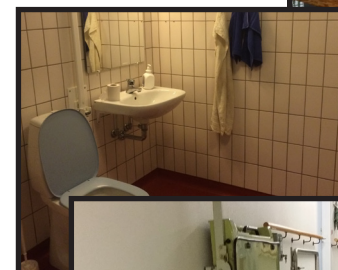
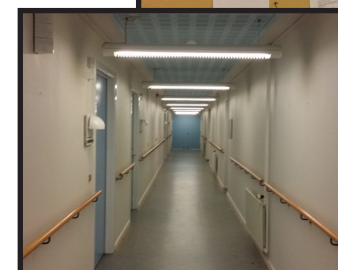
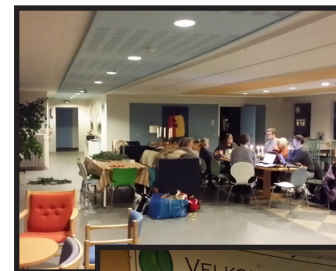
hænger en tilhørende stor opslagstavle, med information om LOF og Rimsøhusets regler, aktiviteter, m.m. Husets brugere virker afslappet i sindstilstand, benytter lokalene, og gårdhaven aktivt, og går rundt og snakker med hinanden. Rimsøhuset har internetopkobling tilgængelig. Det tidligere plejehjems handicapvenlige trapper fungerer stadig. Der er gode bade og toiletforhold, hvor mindst det ene af flere også er handicapvenlige. Opsommeret virker ca. 1/3 af bygningen aktiv og i bevægelse, hvor 2/3 dele ikke benyttes. Se bilag 03: Field research for billeder af det skrevne.

#### De underliggende værdier (Hvad Rimsøhuset ønsker, at være):

De underliggende fælles idealer og værdier er lokal sammenhold, åbenhed overfor omverdenen, løfte i fællesskab, tid til udfoldelse og kreative idéer. Alternative muligheder til det "etablerede samfund" uden, at ville være et lukket samfund eller subkultur. Som et iøjnefaldende eksempel på deres værdigrundlag Bl.a. ses en artefakt i et vindue i store sal, hvor et fotografi af børn fra Afrika står. Se bilag 03: billed 30: Don't lose hope, no condition is permanent. Samt hænger der et verdenskort der giver et indtryk af, at de gerne vil symbolisere interesse for omverdenen. Se bilag 03: Billed 27.

#### De grundlæggende antagelser (Hvordan de fremstår):

Ved første øjekast tegner der sig et billede af stedet som imødekommende over for dets brugere, besøgende og omverdenen. I en tid hvor Rimsøhuset ellers ville være blevet revet ned, bruges det nu aktivt af brugere, som benytter dets muligheder. Den menneskelige sociale og kreative aktivitet består af forhåbningsfulde og optimistiske folk, der ønsker, at udfolde sig. De fysiske rammer lever funktionelt op til idéen om et sted for kreativ udfoldelse men der mangler dog en del arbejde i forhold til indretning og design for, at kunne afinstitutionalisere stemningen og nå hen til den ønskede tanke omkring stedet som et kulturelt samlingspunkt.



## Delkonklusion

Funktionaliteten og rammerne er optimale og øjensynligt er den ønskede kultur forankret.

Der mangler blot såvel en visuel identitet som, for alvor at opnå større tilslutning, af brugere og interessenter, i forhold til det ønskede potentiale og at træde ud af plejehjemmets skygge, og ind i en lys fremtid.



*“You may say I'm a dreamer  
But I'm not the only one  
I hope someday you'll join us  
And the world will be as one”*

**John Lennon**



En forudsætning er dog at forstå det eksisterende forretningsgrundlag og til dette formål at anvende passende analyseredskaber med henblik på forståelsen af det paradigme som foreningen befinder sig i.

Vi har nu redegjort for hele historien bag og Rimsøhusets situation frem til vores projektopstart. I de kommende afsnit vil vi redegøre for forretningsgrundlaget med forskellige analyseværktøjer og virksomhedsstrategier, med henblik på forståelse af de nødvendige tiltag.

# SWOT

SWOT, matricen er lavet på baggrund af field-research og interview, med flere medlemmer fra Rimsøhuset. Uddybende referat fra interviewet findes under bilag 10.[SWOT - Exploring Strategy SWOT.pdf]

## Internt:

Rimsøhusets interne styrker, bygger på deres frivillige, som er meget engageret.

De er alle interesseret i, at få huset til at fungere.

De er kreative og innovative i deres tankegang, mht. til indretning og anskaffe inventar til huset.

Det hele bygger på genbrugsting, som gives nyt liv og design, så det passer ind i deres miljø. Huset bruges også til iværksættere, som mangler lokaler til deres arbejde eller hobbyer.

## Svagheder

Der er plads til alle, hvis de vil deltage i fællesskabet.

Der er selvfølgelig også problemer i den struktur Rimsøhuset har nu. Det at det er frivillige, kan skabe problemer med at få gennemført arbejdet med huset og vedligehold, fordi det hurtigt kan føles uoverskueligt for hver enkelt.

Det kan også være økonomien der spiller ind, da der er meget begrænsede midler til rådighed.

Disse to ting, kan spille meget ind på de åbningstider der er nu. Rimsøhuset har åbent tre dage om ugen fra 13-16, hvilket begrænser brugen af alle deres faciliteter.

Brugere der ikke kan være til stede om eftermiddagen, kan i den nuværende form ikke bruge huset, derved er der ingen grund til at være medlem.

SWOT-analyse	Styrker	Svagheder
Interne	Engagerede frivillige. Kreativitet Innovation Lokaliteten Genbrug Iværksættere Plads til alle	Økonomiske midler Frivillige Begrænsede åbningstider Lokaliteten Kommunikation Hjemmeside er ikke overskuelig
	Muligheder	Trusler
Eksterne	Kommunen støtter projektet. Samarbejdspartnere/netværk Stort opland (Djursland) Brugerpanel Godt forhold til medier Generel opbakning til projektet blandt brugere Lokalerne kan benyttes til formål som passer langt flere	Økonomiske sponsorer Hippie-kultur Usikker fremtid med <u>lokaler</u> Befolkningsfald Offentligt transport Forsamlingshuset Rimsø Må ikke tjene penge, da de har fået stillet lokaler til rådighed

At skaffe flere medlemmer er også en stor opgave, da huset ligger langt ude på landet, i en lille landsby. Det kræver at folk vil køre langt efter det. Kommunikationen fra Rimsøhuset har været okay, indtil deres webmaster stoppede. De har haft referater på hjemmeside samt opslag på facebook. Problemet har bare været det kun er en person, som står for det. Det kan godt være et stort pres, da der også er mange andre opgaver i huset som skal løses. Deres nuværende hjemmeside bliver ikke opdateret, da personen, som stod for det ikke er med længere.

## Eksternt:

Rimsøhuset har gode forudsætninger for at lykkes med deres projekt, da kommunen har stillet et nedlagt plejehjem til rådighed for dem i et år (August 2015-August 2016).

Derfor har de ingen udgifter til forbrug. De kan dog støde på problemer,

Rimsøhuset må ikke nemlig tjene penge, da det er konkurrenceforvridende, da kommunen betaler udgifter til lokaler. Dette skaber måske en konflikt på sigt, da Rimsøhuset gerne skulle skaffe kapital til at kunne købe bygningerne og blive selvkørende.

Derfor bliver Rimsøhuset formentlig afhængig af donationer fra private eller erhvervslivet. At firmaer skulle investere i Rimsøhuset ligger nok langt væk fra den tankegang, som de fleste brugere har, da de er gamle hippier. Det er en ideologi barriere der skal fjernes, før det kan lade sig gøre.

Rimsøhuset har dog et stort opland, og nogle samarbejdspartnere, hvor de tidligere har fået materielle ting fra. De kan måske også overtales til at investere i bygningerne på sigt.

Offentlig transport er også et problem, da der ikke nogen busforbindelse til Rimsø. Med faldende befolkningstal i reionen ([http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognose\\_2013-2022.pdf](http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognose_2013-2022.pdf)) er det usandsynligt at dette forhold vil ændre sig - selv med relativ succes for projektet.

Rimsøhuset kan på sigt også komme til at fungere som forsamlingshus i Rimsø, men dette kræver at det nuværende forsamlingshus lukker. De har nemlig nogle interne stridigheder med forsamlingshuset, da de fejlagtigt frygter at Rimsøhuset stjæler nogle af de events, som forsamlingshuset skal tjene penge på

Rimsøhuset kan også inddrage brugerne mere, i et brugerpanel. På den måde kan de få mere indflydelse i hverdagen, og opgaverne bliver delt ud på flere end bare bestyrelsen.



## Brugerundersøgelser

Som nævnt i afsnittet vedrørende projektprocessen er der lanceret to brugerundersøgelser i forbindelse med projektet.

Eftersom at bruger grundlaget er beskedent har vi udover traditionelt undersøgelse hos disse udarbejdet et generelt skema med henblik på evaluering af parametre for den eksisterende side som er lanceret i gruppens netværk - herunder studiekredsen.

[<https://da.surveymonkey.com/results/SM-2HCPTYXJ/>]

### Ekstern

Hvad mener du om den viste hjemmeside i forhold til:

	1: Meget	2: Rimeligt	3: OK	4: Mindre	5: Ringe	I alt	Vægtet gennemsnit
Overskuelighed	9,68% 3	22,58% 7	45,16% 14	16,13% 5	6,45% 2	31	2,87
Immersive/Fængslende (lyst til at finde ud af mere/skaber nysgerrighed/indbyder til at bruge mere tid på siden)	3,23% 1	16,13% 5	29,03% 9	29,03% 9	22,58% 7	31	3,52
Niveauet af grafisk udtryk (synes du om udseendet)	6,45% 2	12,90% 4	22,58% 7	38,71% 12	19,35% 6	31	3,52

[Kommentarer \(4\)](#)

### Kildekritik

Med forholdsvis få respondenter er der taget forbehold for validiteten af data. Imidlertid udgør en forholdsmæssig stor andel af respondenterne medstuderende med grafisk indsigt, hvorfor delementerne anvendes videre i projektet.

Der er brug for meget information og siden bør fungere mere immersive.



Forside

FARVEKURSUS

Bemaling og bevikling af garn (og stof) med Procion MX. lørdag 14. november 2015 kl. 12:00-15:00

Denne workshop giver dig mulighed for at afprøve indfarvning af bomuld, hør, silke eller uld i mikroovn med Procion MX og lege med at skabe garner/stofstykker, hvor farven varierer på fladen eller danner et mønster. Du introduceres til forskellige måder at påføre farven på og til bevikling for at reservere garnet/stoffet, så du beholder garnet ufarvet i felter eller striber. Og hvordan mindre mængder materialer kan farves jævnt. Du får en introduktion til farven og dens mange muligheder, samt en opskrift til den måde, vi bruger den på - farvning i mikroovn. Vi skal arbejde med en farve og dets toner, fra helt lys til mørk, evt. kombineret med en anden farve. Det er muligt at arbejde både på bomuld-hør-silke og uld.

Praktisk information: Du skal medbringe: Dit garn vundet op i fed, så det er klar til indfarvning. Husk fedet ikke skal være for stort, da det skal kunne være i en beholder i en mikroovn. Tøj og sko, der tåler pletter. Pen og skitsebly til noter. 3-5 Beholdere som den farve du skal arbejde med kan være i. Pensler af forskellig størrelse, pipetter, engangssprøjter. 1 rulle af det bomulds-garn man bruger til madlavning. Tætsiddende gummihandsker. Min. 1 stor skål/beholder m lag til mikroovn. 1 mindre skål/beholder m lag til mikroovn. Folie til mikroovn - 1 rulle kan godt deles af 2. 1 beholder/spand som dine materialer skal ligge i inden indfarvningen. Hvis du arbejder med både plante og proteinfibre skal du have 2 beholdere med. Har du en mikroovn, du gerne vil bruge til indfarvning, så tag den endelig med. Jo flere ovne, jo mindre ventetid for jer under kurset. Send en mail til [djurstrand@lof.dk](mailto:djurstrand@lof.dk), hvis du medbringer en microbolgeovn - på forhånd tak

• Foredragsholder Marianne Johnstad-Møller

• Adresse RiMSØhuset, Rimso Bygade 22, 8500 ([kort](#))

### Noter:

Gruppens egne observationer på at siden ikke virkede immersive blev bekræftet af 51%

58% af respondenterne betragtede sidens grafiske udtryk som mindre godt/ringe

Opfattelserne af overskueligheden på siden var jævnt fordelt og betragtes generelt som OK

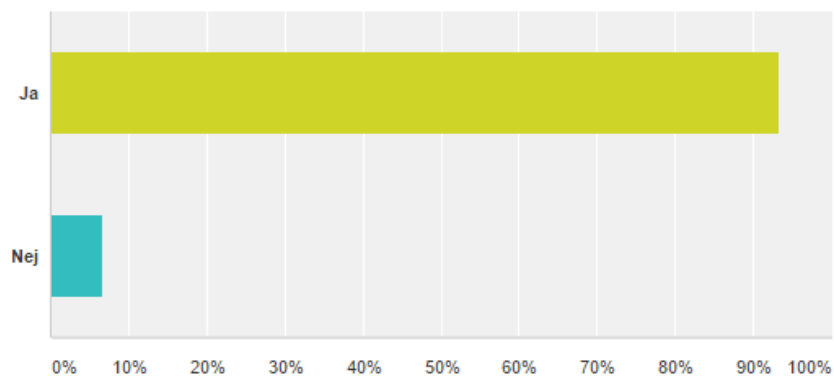
### Inspiration

På forespørgsel omkring brugervalg på arrangement og tilhørende søgeord blev bl.a. nævnt LAN arrangement-spil, Champions League fodbold-fælles TV, Julehygge-By, Arrangement-Min by og Arrangement-lo-kalt.

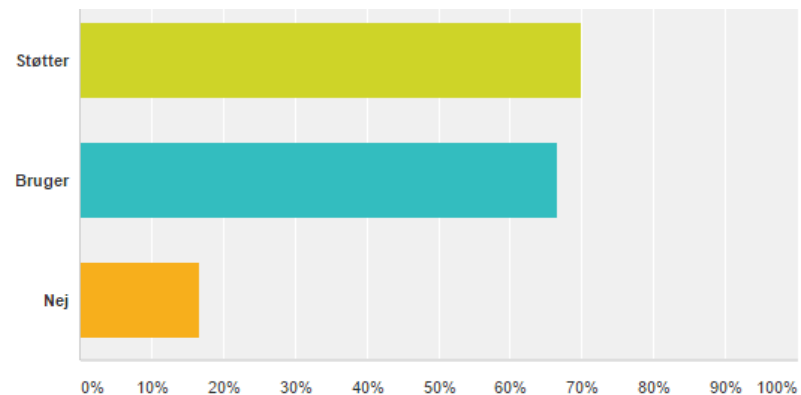
## Intern survey til Rimsøhusets brugere

[<https://da.surveymonkey.com/results/SM-HDT8FZXJ/>]

### Kender du Rimsøhusets hjemmeside?



### Støtter/bruger du rimsøhuset?



Svarvalg	Besvarelser
Ja	93,33%
Nej	6,67%

Svarvalg	Besvarelser
Støtter	70,00%
Bruger	66,67%
Nej	16,67%

## Fremtoning

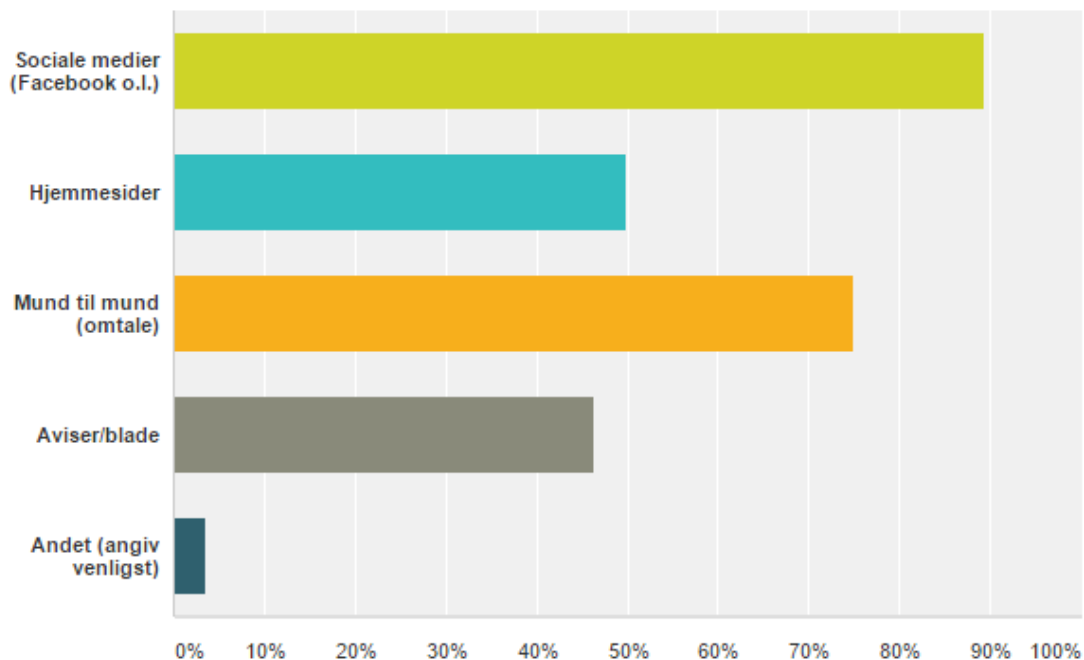
### Din mening om Rimsøhusets nuværende hjemmeside

	Meget god	God	OK	Ikke så god	Ringe	Ingen holdning	I alt	Vægtet gennemsnit
Overskuelighed <a href="#">Kommentarer (6)</a>	9,52% 2	9,52% 2	28,57% 6	52,38% 11	0,00% 0	0,00% 0	21	3,24
Udseende <a href="#">Kommentarer (5)</a>	4,76% 1	4,76% 1	28,57% 6	42,86% 9	14,29% 3	4,76% 1	21	3,71
Informationsniveau <a href="#">Kommentarer (7)</a>	19,05% 4	4,76% 1	28,57% 6	33,33% 7	14,29% 3	0,00% 0	21	3,19
Evt. andre vurderingspunkter (skriv hvad i tekstfeltet) <a href="#">Kommentarer (11)</a>	9,52% 2	4,76% 1	38,10% 8	23,81% 5	4,76% 1	19,05% 4	21	3,67



## Udbredelse

Hvilket medier bruger du til at finde aktivitetstilbud, arrangementer og sociale sammenkomster?



### Noter:

På trods af landsbyparadigmet udgør sociale medier en større platform for valg af tilbud end mund til mund metode.

Hjemmesider er en smule mere anvendt en aviser og blade til at finde tilbud

Svarvalg	Besvarelser
▼ Sociale medier (Facebook o.l.)	89,29% 25
▼ Hjemmesider	50,00% 14
▼ Mund til mund (omtale)	75,00% 21
▼ Aviser/blade	46,43% 13
▼ Andet (angiv venligst) <span style="float: right;">Besvarelser</span>	3,57% 1

Respondenter i alt: 28

## Fundamentet

Tror du du vil bruge huset mere hvis der var:

	Ja	Nej	Måske
Mere medindflydelse på indholdet (eks. foredrag, aftenskoler, fælles TV events (vild med dans, sportsbegivenheder osv), spilarrangementer for unge osv)	48,15%	22,22%	29,63%
Frie åbningstider med privat nøgle for adgang til medlemmer/brugere	55,56%	14,81%	29,63%
Tilbuddene var målrettet efter mine interesser	44,44%	14,81%	40,74%

### Noter:









Medindflydelse, frie åbningstider og brugerorienteret tilbud er væsentlige faktorer for stigende deltagelse i projektet.

Med vore resultater fra brugerundersøgelserne kan vi arbejde videre i vores analysearbejde og begynde at definere nogle indsatsområder til problemløsning.

# BMC

På baggrund af førnævnte SWOT analyse og resultaterne fra respondenterne har vi i udvalgt nogle fokusområder for projektarbejde hvorved vi mener at kunne tilføje den størst mulige værdi i form af nye tiltag og logiske forbedringer..

Førend vi redegør for disse, er det imidlertid vigtigt at forholde sig til det paradigme som projektet befinder sig i.  
Til dette formål har vi udarbejdet et Business Model Canvas som giver et overblik over situationen her og nu.

<p><b>Key Partners</b> </p> <p><b>Forretningspartnere</b>          Norddjurs kommune          LOF Djursland          Glesborg Skole</p> <p><b>Materialer</b>          Aqua Waterbeds          Fornæns skibsophugning          Div. private donatorer</p> <p><b>Øvrige</b>          Lokalavisen          Foredragsholdere</p>	<p><b>Key Activities</b> </p> <p>Samlingssted for hobby-entusiaster</p> <p>Sociale arrangementer</p> <p>Foredrag</p>	<p><b>Value Proposition</b> </p> <p>Samlingssted for personer med interesse(r) som de kan dyrke i huset</p> <p>Genbrug</p> <p>Miljø/Grøn tankegang</p> <p>Socialt samvær/Nærvær</p> <p>Støtte lokale forretningsdrivende/virksomheder.</p>	<p><b>Customer Relationship</b> </p> <p>Arrangementer</p> <p>Kurser</p> <p>Udlån af rum og faciliteter</p> <p><b>Channels</b> </p> <p>Poster/Flyers og plakater i lokalområdet</p> <p>Hjemmesiden: Rimsøhuset.dk</p> <p>Facebook gruppe: Rimsøhuset</p>	<p><b>Customer Segments</b> </p> <p>Personer med lyst og tid til samvær i husets åbningstider</p> <p>Personer med en aktiv interesse og omtanke for lokallivet.</p> <p>Folk som søger socialt samvær</p> <p><b>Småbørnsfamilier og ældre, aktive, ildsjæle</b></p>
<p><b>Cost Structure</b></p> <p><b>Driftsomkostninger</b>          Hjemmesiden          Kaffe og kage i forbindelse med arrangementer</p> <p><b>Etableringsomkostninger</b>          Materialer og arbejds løn</p>		<p><b>Revenue Streams</b> </p> <p>Kontingent fra medlemmer</p> <p>Salg fra arrangementer og events</p> <p>Indtægter fra udlån af rum</p> <p>Affiliate provenue</p> <p>Donationer</p> <p></p>		

Et sådan værktøj bør som inkorporeres agilt i forretningsplanen og med jævne mellemrum tilpasses af foreningen selv - således at overblikket bevares og indsatsområderne prioriteres.

### Business Model Canvas

I forhold til entreprenur og opstartsprojekter har en Business Model Canvas visse begrænsninger idet eksempelvis key partners og customer relationships naturligt vil være begrænset i en helt nystartet koncept.

Idet Rimsøhusprojektet er forholdsvis nyetableret, har vi evalueret på brugen og metodikken for canvaset som optimalt egnet redskab i forhold til relevant overbliksværktøj.

Denne evaluering har medført at vi betragter den alternative "Lean Canvas" som et mere hensigtsmæssigt redskab til analyseformålet for Rimsøhuset..

[<http://leanstack.com/why-lean-canvas/> -set/.28/11-2015]

### Lean Canvas vs BMC, forskellen er nøglen

Lean Canvas er en videreudvikling af den traditionelle BMC og karakteristisk ved at den har udgangspunkt i tiden før "virksomheden" er konsolideret og etableret.

Dette betyder at der er skelet til en prioritering af indholdet og udskiftning af fire delelementer fra den langt mere anerkendte grundmodel fra Alexander Osterwalder.

### Key elements

Således er delelementerne: Key partners og Key activities udskiftet med henholdsvis "Top 3 Problems" og "Top 3 Solution" hvilket giver mening i forhold til redegørelse af det essentielle i Rimsøhusets situation for at lykkedes samt princippet om at "The World is your oyster" med hensyn til brugen af huset og key activities. Forstået således at denne generel og dermed er udefinerbar og åben i forhold til de muligheder som brugerne kan bidrage med.



Fra [<http://leanstack.com/why-lean-canvas/> : set: 28/11 2015]

Desuden redegør Value Propositions grundlæggende for Key activities. mens Key partners må forventes at kunne være vedholdende til samarbejdet da appellen er umiddelbart vedvarende idet de allerede automatisk er dreven af egne interesse og gevinst, eksempelvis grundet:.

Politisk opbakning pga budgetmæssig besparelse i forhold til udgifter til nedrivning.

Faciliterings brug hos LOF og Glesborg skole har grundlag i "kunde" behov

Mediedækning har almen interesse og lokal appel og derfor attraktiv nyhedsinteresse

Derudover er Key resources ændret til "Key Metrics" hvilket vurderes at være hensigtsmæssigt da det er vigtigt i processen at forholde sig til det korrekte parameter således der ikke bruges unødige ressourcer på de forkerte formål.

Netop udskiftningen af key resources var et af de parametre som gjorde at vi havde mange overvejelser forud for beslutningen om at anvende Lean Canvas.

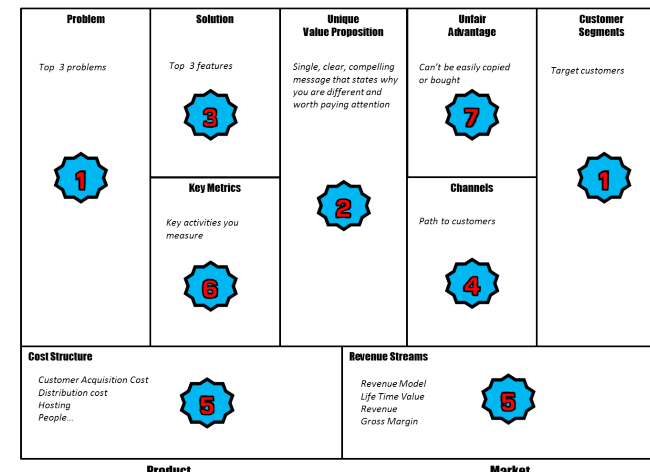
Dette skyldes at netop kompetencerne og ildsjælen hos de eksisterende Key resources er essentiel for projektet, I en vurdering af at det må formodes at de eksisterende kræfter holder ved indtil genforhandling eller købet af bygningerne - og ikke mindst i lyset af at styregruppen under kvalitativt interview har påpeget der står andre kræfter klar i kulisserne [se også interview i bilag] har vi vurderet at en fokus på et nøgleområde bør have speciel bevågenhed. Specielt i lyset af at tankerne om det kommende Bed and Breakfast fra efteråret 2016, allerede nu kan risikere at tage fokus, og dermed stå delvis i vejen for det indhold som der bør prioriteres her og nu.

### Forholdet til brugerne er unikt

Den sidste ændring i Lean i forhold til Business model Canvas er at Customer Relationships er erstattet af "Unfair Advantage" i en klar prioritering af at projektet netop bør kendetegnes ved dets unikke muligheder som der ikke findes andre steder.

Stort set alt innovations- og entrepreneurship fordrer en eller anden form for differenciering fra eksisterende tilbud og netop dette punkt er en grundlæggende parameter for Rimsøhuset.

Samlet giver dette udseendet til højre som skabelonen for et Lean Canvas:



Fra [<http://leanstack.com/why-lean-canvas/>: set: 28/11 2015]

Vi vurderer at der er flere tiltag som kan være hensigtsmæssige med henblik på at skabe merværdi for konceptet.

På baggrund af vores fieldresearch samt resultater fra spørgeskemaer vil det være åbenlyst at inkorporere følgende ændringer og tiltag:

### Customer Segments/Frie åbningstider

Da vi blev introduceret for Rimsøhuset var det åbenlyst at indholdet hovedsageligt har henvendt sig til en segmentering af ældre personer samt småbørnsfamilier i kraft af åbningstider i arbejdstiden, udseendet på hjemmesiden samt indholdet i tilbuddene, bedst eksemplificeret ved, foredrag om kristendom ved landsbypræsten, græskarskæring og børnedag med klippe-/klistre tema.

Forholdet er muligvis ubevidst og skyldes sandsynligvis at styregruppen har en naturlig relation til denne brugergruppe.

### Unfair advantage

Grundlæggende er det en helt afgørende parameter for succesén at Rimsøhuset inddrager så mange som muligt i processen. Ikke blot er det en naturlig betingelse at det gamle plejehjem skal emme af liv og at dette åbenlyst forudsætter flest mulige personers tilstedeværelse, såvel til arrangementer som på normale hverdage.

Stedet skal appellere til en bred målgruppe, både i design, såvel som indholdet. Den geografiske beliggenhed og beskedne størrelse på Rimsø by fordrer at der kan tiltrækkes brugere og bidragsydere fra hele regionen og flere aldersgrupper end de nuværende. Stedet skal brandes som det unikke møde-/samlings-/ og værested det forsøger at blive.

Optimere tilgængeligheden. Hvis stedet virkelig skal fungere som et frirum børn brugerne have adgang til stedet på alle tider af døgnet og ikke være begrænset af åbningstider og skræmmes væk af reglerne for brugen af stedet, kedelige facts og konservative, kedelige betegnelser for indholdet på hjemmesiden..

Skabe en identitet. Som tidligere plejehjem er der grundlæggende et industrialiseret præg over stedet. De lange hvide gange og det kolde lys fra lysstofrørene emmer dog af den tidligere status og der er derfor behov for at udsmykningen ændres for en mindre steriliseret visuel oplevelse. Indledningsvis forsøges identitetsskabelsen at foregå med diverse billeder og restaurering af eksempelvis borde, alternative ideer til knage og lignende.

Problem	
Bred målgruppe	Des tids
Tilgængelighed	Adg
Identiteten	

Customer Segments	
re ed	Personer med lyst og tid til samvær
ehov	Personer med en aktiv interesse og omtanke for lokallivet. Personer som søger socialt samvær
ater	Personer med brug for et frirum og en oase på det tidspunkt af døgnet hvor de har behovet.

Unfair Advantage		
)	Brugerne kan definere deres eget formål med anvendelsen	P ti
	Vi gør vores rammer til indholdet på dit behov	P ir fc
; rær		P s
gs- er.	<b>Channels</b> Poster/Flyers og plakater	P e d h





For at skabe sjæl i bygningens fysiske fremtoning kan der arbejdes med at øge brugerindflydelse.

Introduktionen af et brugerråd vil i dette formål kunne involvere flere input og hjælp i den kreative proces med udsmykning således som det er lykkedes i hjerterummet som er udlejet til musikere, hvor disse har været ansvarlige for nedrivning af vægge, indretning og lignende praktiske forberedelser.

Brugerrådet er placeret som ny feature under menupunktet "Vores hus" sammen med nyttegruppen og repræsenterer således et generelt business objective.

Da et sådant medejerskab hænger nøje sammen med forøget anvendelse og de førnævnte større brugersegmenter - og følgelig heraf kan være en længere proces, kan der indledningsvis arbejdes med at ændre belysningen samt eksempelvis tilføje diverse statements på væggene og passende navngivninger til de forskellige områder.

Et endeligt Lean Canvas kommer herefter til at se således ud.

### Delkonklusion

Således har vi defineret vore mål for indsatsområderne.

Vore problemstillinger er prioriteret og med udgangspunkt i de digitale, teknologisk udfordringer som hovedfokus og omtalt i afsnittet "Nu - holder det vand" udgør vor, grundige, research en platform for det videre arbejde.

Det er blevet tid til at reflektere på "kunderne" - i dette tilfælde de nuværende og, ikke mindst, potentielle interessenter.

## Lean Canvas

<b>Problem</b> Bred målgruppe Tilgængelighed Identiteten	<b>Solution</b> Design, appel, åbningstider, Branding Adgangssystem	<b>Unique Value Proposition</b> Samlingssted for personer med interesse(r) som de kan dyrke i huset Genbrug Miljø/Grøn tankegang Socialt samvær/Nærvær på egne præmisser, indhold og tidspunkt. Støtte lokale forretningsdrivende/virksomheder.	<b>Unfair Advantage</b> Brugerne kan definere deres eget formål med anvendelsen Vi gør vores rammer til indholdet på dit behov	<b>Customer Segments</b> Personer med lyst og tid til samvær Personer med en aktiv interesse og omtanke for lokallivet. Personer som søger socialt samvær Personer med brug for et frirum og en oase på det tidspunkt af døgnet hvor de har behovet.
	<b>Key Metrics</b> Større brugerinput og diversitet i arrangementer. Flere arrangementer Flere medlemmer, etablering af brugerråd		<b>Channels</b> Poster/Flyers og plakater i lokalområdet Hjemmesiden: Rimsøhuset.dk Facebook gruppe: Rimsøhuset	
<b>Cost Structure</b> <b>Driftsomkostninger</b> Hjemmesiden Kaffe og kage i forbindelse med arrangementer <b>Etableringsomkostninger</b> Materialer og arbejds løn		<b>Revenue Streams</b> Kontingent fra medlemmer Salg fra arrangementer og events Indtægter fra udlån af rum Affiliate provenue Donationer		
<b>Product</b>		<b>Market</b>		

## Målgruppe

### Indledning:

Målgruppen er overordnet set alle, men især folk fra lokalområdet Rimsø samt opland herunder også bidragsydere, sponsorer og til sidst kommunen. Dog ønsker Rimsøhuset sociale mennesker men også folk der er kreative og ønsker at bidrage i fællesskab. Oftest vil det være de lidt mere alternative der tiltrækkes idéen herunder folk der går op i genbrug, kunst, historie, helse og musik. De ældre mennesker er især i fokus da de ofte har tendens til at sidde derhjemme i forhold til yngre og voksne der har studier og/eller arbejde. Ofte indeholder de ældre erfaring og kreative idéer som ellers ikke ville komme til udtryk/sin ret uden et Rimsøhus. De ældre mennesker har ofte også et langt arbejdsliv bag sig som, der kan trækkes på.

(Målgruppe - Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel s. 201.)

### Norrdjurs Objektive kriterier, Demografi og Geografi

Sognet Rimsø er, rent geografisk, beliggende uden for det større byliv, den største by i nærheden er 15 km væk, hvilket er Grenaa, herfra er der togforbindelse til Århus. Der er desværre ikke offentlig transport ud til Rimsø, kun skolebussen kommer på de kanter. Rimsø ligger i norrdjurs kommune, og er et af de sogn hvor der er det største procentvise fald i befolkningen. (Kilde: "Det største procentvise fald er sket i Karlby sogn, der hører til Voldby Skoledistrikt, og Rimsø sogn, der hører til Glesborg skoledistrikt." side 21 SÅDAN HAR BEFOLKNINGEN UDVIKLET SIG 2007 - 2012 FORDELT PÅ SOGNE" [[http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkning-sprognoose\\_2013-2022.pdf](http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkning-sprognoose_2013-2022.pdf)])

Størstedelen af befolkningen i norrdjurs, er i den erhvervsaktive alder mellem 20-64 årige, disse udgør lidt over halvdelen af den samlede befolkning, dog viser prognoser at befolkningstallet er støt faldende. "Den faldende tendens har været aktuel siden 2009. Dette hænger sammen med, at de små årgange nu bliver erhvervsaktive. Samtidig forventes det, at andelen af ældre fra 65-99 år stiger fra 21,0 % i 2012 til 25,4 % i 2022, hvilket svarer til, at denne aldersklasse stiger med knap 1.500 personer. Udviklingen afspejler de store årgange født i 1940'erne"(side 6: [http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognoose\\_2013-2022.pdf](http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognoose_2013-2022.pdf))

Dette resulterer i at Rimsøhusets primære målgruppe, burde ligge mellem de 20-64 årige, da de udgør den største procentdel, (derfor er Ole i midten af denne målgruppe for at kunne være vores repræsentative bruger til hjemmesiden).

I forhold til arbejdsforholdene i norrdjurs er der ifølge kilden "Viden om arbejdsmarkedet i norrdjurs 2013", beskrevet følgende:

"Beskæftigelsen i 2012 er faldet kraftigt på dele af det

private arbejdsmarked, samtidig med at beskæftigelsen også falder - om end begrænset - inden for det offentlige. Konkret falder beskæftigelsen i Norrdjurs

især inden for byggebranchen, dog i mindre grad også inde for handel/transport og

landbrug." ( side 5: <http://star.dk/upload/AmsRegionSite/MidtJylland/4%20Viden%20om%20arbejdsmarkedet/Kommunebeskrivelser/2013/Norrdjurs%20sendt.pdf>)

Det vil sige at kommunen har svært ved at stille arbejdspladser til de nyuddannede, hvilket gør at nyuddannede ikke flytter tilbage til kommunen, efter studiet. Dette kan læses på side 10 og 11 i [[http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognose\\_2013-2022.pdf](http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognose_2013-2022.pdf) ]

Man skal tage højde for at i norrdjurs kommune er årsagen til faldet i befolkningstallet hovedsageligt følgende faktorer:

1. Et stigende fødselsunderskud, andelen af ældre i Norrdjurs Kommune er høj, og dette medfører, at antallet af døde, overstiger antallet af fødsler.
2. At der flytter flere unge fra kommunen, i forhold til det antal af børnefamilier og personer i den erhvervsaktive alder, som flytter til kommunen. (side 3 [http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognose\\_2013-2022.pdf](http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprognose_2013-2022.pdf))

#### **Adfærd (Subjektive kriterier, høj påvirkning):**

Rimsøhusets brugeres adfærd, interesser og motiv er bygget på deres fællesskab idealer. De kan se dem som værende en del af et større fællesskab. Adfærdsmæssigt udtrykker de ønske om og interesse for aktivt at bidrage til fællesskabets bedste ved eks. arbejde og/eller kreative workshops m.m. Deres forbrugsvaner er ganske alm. indkøb i Fakta men udover dette er deres passion, at ting kan genbruges.

#### **Psykografi (Subjektive kriterier, høj påvirkning):**

Især de ældre mennesker som er brugere af Rimsøhuset er generelt socialistere i under-, arbejder og middelklassen (Se segmentering). Kulturmæssigt går de op i genbrug, kunst, historie, helse og musik. Deres holdninger og meninger er derfor bl.a. at ting ikke smides ud og erstattes efter nogle år. Teknologiskepsis kan være en del af deres tankegang men ikke nødvendigvis. Livsstilmæssigt lever og ånder de for fællesskabet og sover gerne i telt og laver snobrød over bål selvom, de har tag over hovedet.



## Segmenter:

Gallup kompas: Rimsøhusets brugere kan oftest inddeles i de homogene grupper "De fællesskabsorienterede tilflyttere fra øst for Storebælt" og evt. også "traditionelle" og de "traditionelle-fællesskabsorienterede". Segmenteringsværktøjet bygger på holdninger og ud fra vores kontakt til Rimsøhuset (Se bl.a. bilag 10: Mødereferat), er det generelle billede, at de hører under disse. Desuden er fællesskabet, omsorg, miljø, kunst, teater og international åbenhed nøgleord for dem. Dette kan bl.a. ses i vores field research billeder "Bilag 02: Field research". Her ses bl.a. et badge (Billed 26) på deres velkomst væg, der danner et dansk flag af fire arme og hænder, der holder hinanden i hånden, hvor den ene er mørk i huden. Deres holdninger og synspunkter kan derfor bl.a. defineres ud fra deres valg af udsmykning/indretning. (<http://www.tns-gallup.dk/services/gallup-kompas>)

Minerva-modellen: Rimsøhusets brugere kan opdeles i mest rosa og lidt violet i forhold til handlingsmønstre, vaner og tankebaner. Karakteristika for disse minder meget om dem i Gallup Kompas. Rosa: Gruppeorientering, familie, venner, lokalsamfund, modstand mod forandring. Violet: Arbejder for at leve, oplever gennem kroppen.

Mind16: For at inddrage vores målgruppe rent designmæssigt/æstetisk i vores valg af hjemmesidedesign valgte vi, at teste Rimsøhusets brugere via ([www.mind16.com](http://www.mind16.com)). På trods af at metoden hovedsageligt benyttes i forhold til, at analysere for hvilken "shopper" brugerne er - har metoden sin berettigelse i forhold til, at besvarelserne giver målgruppen en samlet profil i forhold til det, om de er konkrete eller abstrakt tænkende, følelsesladet eller logisk tænkende, spontane eller organiserede, samt om de er mere eller mindre ekstroverte eller introverte. Disse forhold kunne have haft betydning for tilgangen til vores målgruppe og undersøgelsen blev derfor igangsat ved deling af undersøgelsen i Rimsøhusets Facebook gruppe.

Undersøgelsen kategoriserede profilerne som værende overvejende intellektuelt, emotionelle - heraf med:

48% som er intellektuelt funderet og

28% som er emotionelt funderet

Citater fra konklusionen:

"He to whom this emotion is a stranger, who can no longer pause to wonder and stand rapt in awe, is as good as dead :his eyes are closed"

"Find what you love to do and pursue it"



## NOTE:

Kildekritik af metoden

Eftersom at undersøgelsen er fremsendt til en begrænset gruppe respondenter, var vi opmærksomme på at data ville være meget sårbare for fejlkonklusioner og det blev derfor prioriteret at få flest mulige til at svare på spørgsmålene..

Flere respondenter gav dog udtryk for at de ikke forstod formålet, hvilket dels har medført at færre har lavet besvarelser end ønsket og dels at der muligvis har været en, delvis negativ, forforståelse på undersøgelsens hensigt - hvilket kan have haft betydning for svarene. Resultaterne har derfor ikke vægtet nævneværdigt i den videre proces.

## Personas

Vor research og segmentering bibringer fire repræsentative personas som anvendes til at holde fokus på det senere indhold og løsningsorienterede arbejde, herunder eksempelvis designvalg i forhold til prioritering og placering af menubjælker, appel og primære forretningsmål. [se også afsnittene omkring cardsorting, nameconvention og AIDA]

De anvendte personas er inspireret af en brainstorm på brugerscenarier hvor alle gruppedlemmerne har udarbejdet eksempler på hvad en given person kunne have som behov og hvordan dette kan løses af foreningen.

## Flow

Efter redegørelserne af de repræsentative personas illustreres eksempler på det ønskede brugermønster og flow for den pågældendes besøg på siden da dette giver et bedre overblik end et beskrevet brugerscenarie.

Præmissen er opdelt således at farverne repræsenterer henholdsvis handlinger, herunder implementerede som nye tiltag, en udfordring som kræver større indsats og opmærksomhed samt uddybende forklaring for fokuspunkt i projektarbejdet.

Som fællestræk er handlingerne opdelt i det umiddelbart forventede flow samt efterfølgende tiltænkte handlinger hvor brugeren inspireres til større engagement i en særskilt række.

Da vi har en ret bred målgruppe er det relevant at fremhæve to personaer i vores rapport. For to øvrige personas henvises til bilag 9.

Ole Kastrup Andreasen er 32 år gammel og arbejder som lærer i Grenaa. hvor han bl.a. bruger IT som kommunikations- og præsentationsværktøj.

Civilstand: Gift med to børn, en dreng på 10 og en pige 14 år.

Ole er meget ekstrovert og ynder at skabe nye bekendtskaber. Han er kraftigt motiveret af fællesskabsånd og social hygge. Som interesse er han kunstnerisk anlagt og går ofte ture i naturen og derudover er Ole guitarist i et fritidsband med fire jævnaldrende kammerater beboende rundt på Djursland.

Det nuværende band har spillet sammen i 7 år. men har på det seneste skåret ned på øvningen på grund af mangel på egnede øvelokaler.

Ole er teknologisk indvandrer og bruger som oftest sin smartphone til at holde sig opdateret "on the go" på sine interesser, sociale medier, nyheder og lokale events og begivenheder.

Ole blev først opmærksom på Rimsøhusets eksistens i forbindelse med at han lavede en søgning på google med søgeordene "øverum", "musik" "djursland" og her faldt over metateksten: "Dit indhold - vi tilbyder de bedste faciliteter til musik, øverum og hobby uanset type - dit valg."

Efterfølgende har han introduceret det for arrangementgruppen på hans arbejdsplads i forbindelse med behovet for et ude-af-huset mødelokale på et kommende fællesarrangement vedrørende den nye skolereform.

### Usergoals

Ole går ind på hjemmesiden for at:

- booke et "Hjerterum" som facilitet til at kunne øve med sine kammerater under menufanen "DIT HUS"
- sende et forslag til styregruppen om at afholde en koncert hvor bandet kan spille deres numre under menufanen "TID TIL SAMVÆR - Dit arrangement"
- kigge efter kommende arrangementer hvor han kan møde andre mennesker og dyrke fællesskabet under menufanen "TID TIL SAMVÆR - Kalenderen"
- kigge efter om han kan reservere huset til datterens confirmation under menufanen "TID TIL SAMVÆR - kalenderen"

### Buisness objective

- Potentiel bidragsyder til indhold i huset med koncert under menufanen "TID TIL SAMVÆR - Dit arrangement"
- input til udsmykning og hjælp til ombygning under menufanen "VORES HUS - Nyttegruppe"
- potentiel medlem af brugerråd under menufanen "VORES HUS - Brugerråd"



Lea Birkebakke er pensionist og 82 år gammel

Lea har været enke i 5 år. Det sidste år hvor hendes mand levede boede han på plejehjemmet som nu er blevet til Rimsøhuset og hendes tilknytning til stedet er derfor centralt og hun låner det lokale hvor hendes mand boede.

Lea har to børn på henholdsvis 45 og 47 år samt 5 børnebørn

Hun har en stor lokal omgangskreds og er velkendt i bybilledet hvor hun stort set altid har tid og lyst til at dele ud af sine oplevelser og erindringer hen over en kop kaffe eller en snak over hækken. Det meste af hendes omgangskreds er på hendes egen alder og derudover består hendes sociale netværk af børnene og børnebørnene som gerne besøger hende i det omfang det praktisk kan arrangeres.

Lea er åndsfrisk og respekterer for hendes evner inden for kokekunsten og traditionelle huslige dyder.

Lea er teknologisk indvandrer benytter hovedsageligt sin stationære computer til at søge information, men fik sidste jul en Ipad i gave af hendes børn som hun - efter lidt hjælp fra børnebørnene - nu bruger mere hyppigt især funktionen med at tage billeder har hendes interesse.

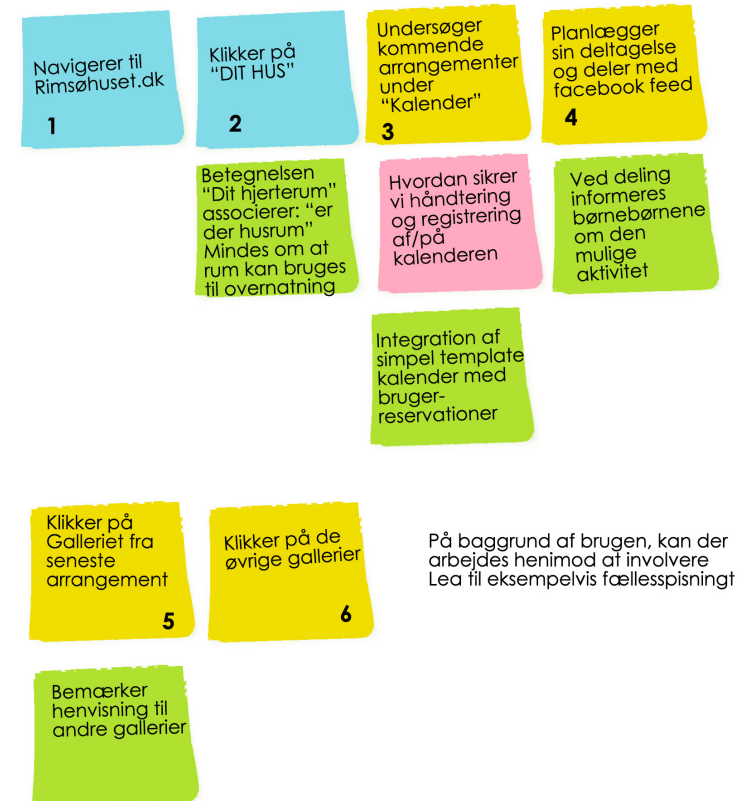
### Usergoals

Lea går ind på hjemmesiden for at:

- se på kalenderen om der er arrangementer hvor hun kan dyrke socialt samvær, både i hverdagen og sammen når børn og børnebørn er på besøg under menufanen: "TID TIL SAMVÆR - kalenderen".

### Business objective

- at minde hende om at hun kan benytte hendes "hjerterum" til en oase hvor der er plads og tid til minder, fordybelse, at læse bøger og strikke og overnatning når børn og børnebørn er på besøg under menufanen "DIT HUS - Dit hjerterum"
- hvis hun kan overbevises om hendes egnethed kan Lea være medarrangør på eksempelvis fællesspisning under menufanen "TID TIL SAMVÆR - Dit arrangement".





## Kommunikationsplan

Vi kan nu påbegynde en kommunikationsplan til vores brugere

Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel er god inden for det humanistiske paradigme og derfor god i vores henseende. Den har fungeret som redskab for gruppens samlede kommunikationsdesign.

(Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel s. 74.)

### Formål:

Et fælles samlingssted for folk med forskellige kreative interesser. Både for folk der allerede har andre muligheder men især også for folk som mangler et fysisk sted til disse. Prisen er ikke særlig høj og derfor kan alle være med.

### Faktiske afsender:

Rimsøhuset (Forening) herunder bl.a. vores kontaktperson Bodil Buonaventzen.

### Implicit afsender (ekspressive funktion):

Brugere af Rimsøhuset, lokalsamfundet, interessenter. Disse kan fremanalyseres af hjemmesidens indhold bl.a. under "sponsorer" menu link.

### Målgruppe og modtagere:

Da målgruppen er alle interesserede samt deres børn, er der ikke nogle implicitte modtagere som sådan men én stor målgruppe, som også er tiltænkt vores kommunikation. Lokalsamfundet, opland og interessenter. Sponsorer og bidragsydere. Vha. fortællende kommunikation, storytelling og grafisk design opfordres personer at tage aktiv del i fællesskabet. I forhold til det konative er det tiltænkt, at opfordre målgruppen til, at tilmelde sig via hjemmeside, vha. designet som appellerer til målgruppens interesser.

### Budskab:

At videreføre deres eksisterende eksistens, kultur, identitet og muligheder i bedre form rent kommunikativt og designmæssigt for, at få brugere, interessenter og sponsorer. Vha. af teorien bag det humanistiske paradigme/interaktionsparadigmet er det vigtigt, at inddrage brugeren i budskabet. Indholdet skal lægge op til, at brugeren kan være en aktiv medskabende del af fællesskabets kultur, kunst, musik, underholdning m.m.

## **Produktet**

Hjemmesiden laves kommunikativt æstetisk tilpasset vores målgruppe med vores valgte budskab. Desuden designes det så Rimsøhuset og dets brugere kan genkende deres egen identitet i den. Her bruger vi “Den normale funktion” for at leve op til normen af hjemmesidedesign. Desuden bruges bl.a. “Den sublime æstetiske funktion”.

## **Konteksten**

Den referentielle funktion: Logos Appel til modtagerens fornuft bruges som sådan ikke igennem hjemmesiden eftersom der ikke skal sælges noget på dette.

Den intertekstuelle funktion: Bruges ikke. Det der fanger er deres egen genkendelighed som beskrevet i ovenstående “Produktet”.

## **Medie:**

En ny hjemmeside på deres nuværende URL adresse, der bedre informere relevante brugere, sponsorer, bidragsydere og interessenter samt giver disse flere muligheder/ funktioner online. Det er tanken, at dette skal styrke forbindelsen mellem eksisterende og nye brugere. Bl.a. ældre mennesker bruger internettet mere og mere. Hjemmesiden skal fungerer på tværs af enheder da tilgangen til internettet via mobil generelt er i stor fremgang.

(<http://www.dst.dk/da/Statistik/Publikationer/VisPub?cid=020737>)

## **Koden:**

Koden er sproget mellem afsender og modtager. Hjemmesiden: Navigation og alt relevant information om huset, aktiviteter og det at tilmelde sig m.m. skrives i alm. informativt sprog. Vores sprog generelt på hjemmesiden taler til målgruppen, i et sprog de kan forstå og være med på. Her er forskellen budskabet og selve indholdet mere end sprogbruget. Vores overordnede navigations bar fortæller brugeren rent logisk hvor de er på hjemmesiden og vores in-page navigation fortæller rent logisk, hvor de er på den enkelte underside.

## Målrettet kommunikation og AIDA-modellen

I forhold til vores re-design af Rimsøhusets hjemmeside er ønsket, at appellere til, at slutbrugeren enten tilmelder sig som medlem af Rimsøhuset eller, som eksisterende medlem, benytter de nye funktionelle muligheder. Aldersmæssigt vil det ikke være børn der tilmelder sig men deres forældre, bedsteforældre etc. der tilmelder dem. I dette nævnte tilfælde vil det være beslutningstageren, der så tilmelder slutbrugeren eller slubrugeren, der overbeviser beslutningstageren om, at tilmelde sig. Her er vores designvalg indtænkt.

### AIDA- modellen består af en omvendt trekant/trakt:

I forhold til hjemmeside-design bygger denne model bl.a. videre på den amerikanske fortæller-model henvendt artikler "Hey, you, see, so". Vores tekst, billeder og video er bl.a. indtænkt i denne.

(<https://da.wikipedia.org/wiki/Nyhedstrekanten>)

(AIDA-Modellen - Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel s. 267.)

### Attention (Kognitiv opfattelse - opmærksomhed)

På dette niveau er det tiltænkt at hele vores målgruppe gerne skulle blive fanget af vores hjemmesides budskab og hensigt med hjemmesiden. Vores Rimsøhus video på vores landing page er til dette formål fordi den omhandler og illustrerer sammenhold, kreativitet, musik og portrætter både voksne og børn. Pånær det unge segment mellem 15 og 25 er hele vores målgruppe repræsenteret for opmærksomhed af det retoriske begreb pathos som det første visuelle indtryk i form af motion - levende billeder. Den stemning-smæssige julehygge tone skiller sig ud fra en ellers kedelige grå regnvejrsdag og inddrager målgruppen ret umiddelbart. Folk der ikke interesserer sig for hjemmesidens indhold vil også hurtigt kunne søge væk og altså fungerer hjemmesiden desuden uden forvirring af hensigten bag.

Effekten med genkendelighed af de portrætterede personer i videoen har også betydning i forhold til at få disse til at tage den nye hjemmeside til sig.

Som det fremgår af usability testen, tidligere omtalt, formår den nye side at formidle at siden repræsenterer:

- at kunne lave et bidrag
- samvær og fællesskaber
- at komme til arrangementer



### **Interest (Affektiv følelsesbetonet - interesse)**

Af de besøgende der måtte komme på vores nye hjemmeside, er det tiltænkt, at dem der falder indenfor målgruppen, går videre fra landing page videoen fordi, at det giver mening. De ønsker umiddelbart, at søge information på baggrund, af det der i første omgang fængede. I vores sammenhæng spilles der på værdierne for Rimsøhuset og herunder kreativt fællesskab. Informationerne appellerer til fornuften under det retoriske begreb logos efter deres tankemønstre og værdier.

### **Desire (Affektiv - ønske)**

Hvis vores besøgende finder informationen omkring stedet relevant, skal de gerne få lyst til, at "købe" produktet. Måden hvorpå dette gøres er ved, at skabe den gode stemning omkring de muligheder der er ved, at være medlem. Det være sig i tekst, storytelling og visuel stemning.

### **Action (Adfærd - handling)**

I den sidste fase af vores besøgendes handlinger er det bedst mulige resultat, at der tages handling fra modtagerens side på baggrund af afsenderen Rimsøhusets side. Den besøgende på hjemmesiden har nu været igennem en process, der har fanget dennes opmærksomhed ved stemningsvideo, fundet personlig interesse for initiativet, kreativiteten i Rimsøhuset og ønsket, at være en medskabende del af det. Fanen "Vær med" skulle gerne appellere til dette hvor en section på siden hedder "Indmeldingsblanket" for rent informativt at fortælle hvad det kræver at "være med". Efter et medlemskab fungerer hjemmesiden desuden for tilbagevendende medlemmer som nu igen tager handling på hjemmesiden men i andre sammenhænge som f.eks., at bruge kalenderen, lave opslag via facebook feed og instagram samt komme med forslag til indhold og arrangementer.

## SEO optimering

Ole Kastrup Andreassen som blev nævnt i afsnittet med repræsentative personas, er et traditionelt eksempel på hvordan tendensen er for informationssøgning.

I takt med at Google bliver mere og mere udbredt som målrettet værktøj til at søge information og tilbud får søgeordsoptimering, helt automatisk, en stadigt voksende betydning for alle former for virksomheder og foreninger der har et produkt eller et budskab at viderebringe.

Uantaget at Rimsøhuset, i den nuværende form, pr. definition ikke sælger en vare eller ydelse i konventionel forstand har den teknologiske synlighed en stor betydning. Ikke blot kan den medvirke til at skaffe en bredere målgruppe og være et væsentligt brandingelement, den kan samtidigt fungerer som et parameter overfor værdigrundlaget når grundaftalen skal genforhandles eller bygningen overtages.

Ydermere er et professionelt, målrettet arbejde og forberedelse ikke blot et aktiv når/ hvis foreningen engang kommer fri af konkurrenceklausulen (nævnt i afsnittet "Før" - "Hvor der er hjerterum er der husrum" - se også brugsaftale i bilagsmaterialet) men også kunne give et tilsnit af differentiering og, med de rigtigt valgte nøgleelementer bidrage med en forbedret præmisse til selvstændig drift og forretningsudvikling - ikke mindst i form af øget kendskab til stedet, hvilket er essentielt.

Rimsøhuset stillede ikke specifikke ønsker eller krav angående SEO optimering på grundlag af at det økonomiske ikke udgør et aspekt og en selvopfattelse af at "vores brugere kender os". Som skitseret er relevansen alligevel fundamental. I princippet er det ligegyldigt hvordan en hjemmeside ser ud, hvis ikke der skaffes nye brugere.

Hvis præmissen er at det er de samme personer som skal bruge den vil der ikke ske nogen udvikling i brugersegmentet og dermed forsvinde en stor del af det erklærede mål for succeskriteriet med projektet.

Det er urealistisk at hjemmesiden helt automatisk skulle blive fokus for en interesse uden en indsats og uantaget om dens eksistens spredes via mund-til-mund og fra det lokale medie vil det ikke være nær så effektivt som en SEO profilering.

En kontrol på den eksisterende hjemmesides SEO status resulterer i uaktuelle, intetsigende metatags og derudover indekseres foreningen kun på ordene "Rimsøhuset" og "farvekursus djursland"

Der forestår, med andre ord, et grundlæggende etablerings arbejde på dette området. Under afsnittet omkring interaktion og kodning kommer vi ind på oplagte tiltag og de delelementer som er logiske for SEO optimering til Rimsøhuset.

### Rimsøhuset

[www.rimsøhuset.dk/](http://www.rimsøhuset.dk/) ▼

FARVEKURSUS. Bemaling og bevikling af garn (og stof) med Procion MX. Lørdag 14. november 2015 kl. 12:00-15:00. Denne workshop giver dig mulighed for at ...

Du har besøgt denne side 3 gange. Seneste besøg: 24-11-15

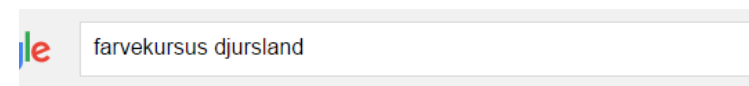
#### medlem

For at bruge huset skal man være medlem af Foreningen ...

#### Grundplan

9. Kælder. 10. Store sal. Lille sal. 5. fordelingen af værksteder ...

[Flere resultater fra xn--rimsøhuset-o8a.dk](#) »



Alle

Maps

Billeder

Videoer

Mere ▼

Søgeværktøjer

Ca. 601 resultater (0,40 sekunder)

#### LB-ColourConsult - Kurser - Farvekurser

[www.lb-colourconsult.dk/?p=9](http://www.lb-colourconsult.dk/?p=9) ▼

A Farve-Kursus for private. -> Resten for professionelle: B Målrettet Farvepsykologi C: Kreativ personaleudvikling - D: Grafisk Farve-kommunikation - E: ...

#### Rimsøhuset

[www.rimsøhuset.dk/](http://www.rimsøhuset.dk/) ▼

FARVEKURSUS. Bemaling og bevikling af garn ... Send en mail til [djursland@lof.dk](mailto:djursland@lof.dk) hvis du medbringer en microbølgeovn - på forhånd tak. • Foredragsholder ... Du har besøgt denne side 3 gange. Seneste besøg: 24-11-15

[LOE Djursland dukker ind i Rimsøhuset - Djursland](#)

## Facebook, Instagram og Google Konto.

I lighed med søgeordsoptimering har de sociale medier har en stadigt stigende indflydelse som appel og kommunikationsredskab. Visse typer af virksomheder kan efterhånden lave alt sin kommunikation og marketing via sociale medier. I tilfældet med Rimsøhuset er Facebook et oplagt aktivitetsområde i kraft af deres kommunikations-, promotion- og markeds-mæssige grundform. Facebook er desuden også velegnet til branding i form af muligheden for viral reklame og oppebærer desuden den naturlige fordel af at være det største sociale medie.

Desuden er de samtidigt knyttet til værdiforhold med opbygning af kunderelationer (CRM) samt det sociale ansvar og fokus som ikke specifikt er strategisk defineret i form af en defineret forretningsdrevet samfundsansvar (CSR). Ikke desto mindre er den filantropiske tankegang en hjørnesteen i projektets koncept.

Således har Bodil Buonaventzen udtrykt tanker omkring, på sigt, at inddrage og benytte Rimsøhuset faciliteter til brugssted for unge og ældre diagnosticeret med ADHD, autisme og med forskellige handicaps. Et sådant tiltag vil ikke blot være i overensstemmelse med det sociale grundelement for huset, men er også i overensstemmelse med marketing princippet om at sætte individet i fokus.

Som det fremgår af nedenstående skema indbefatter Rimsøhuset paradigmet for formålet, markeds anskuelsen, konceptuelt, retningslinjerne og grundlæggende værdibaseret i dets grundelement af værdibaseret marketing.

Den franske antropolog og sociolog Pierre Bourdieu skelner mellem tre primære former for kapital. Den økonomiske, kulturelle og sociale betegner han som væsentlige elementer for det såkaldte "gode liv". [[http://eppl751su2012.wmwikis.net/file/view/Kunsten er at samle det hele](http://eppl751su2012.wmwikis.net/file/view/Kunsten%20er%20at%20samle%20det%20hele)]. Forhåndsviden og den kulturelle kapital i samarbejde med de gode betingelser for en social kapital kan fungere som solide forudsætninger til en senere økonomisk kapital.

Det kræver dog at det endelige produkt står mål med de observationer og betingelser som er erhvervet.

I det kommende afsnit redegøres for det endelige produkt i form af relanceringen af den nye hjemmeside for Rimsøhuset.

## MARKETING 1.0 vs MARKETING 2.0 vs MARKETING 3.0

	MARKETING 1.0	MARKETING 2.0	MARKETING 3.0
	<b>Product-centric Marketing</b>	<b>Customer-oriented Marketing</b>	<b>Value-driven Marketing</b>
Objective	Sell products	Satisfy and retain the consumers	Make the world a better place
Enabling Forces	Industrial Revolution	Information Technology	New Wave Technology
How companies see the market	Mass Buyers with Physical Needs	Smarter Consumer with Mind and Heart	Whole Human with Mind, Heart, and Spirit
Key marketing concept	Product development	Differentiation	Values
Company marketing guidelines	Product specification	Corporate and Product Positioning	Corporate, Vision, Values
Value propositions	Functional	Functional and Emotional	Functional, Emotional, and Spiritual
Interaction with consumers	One-to-Many Transaction	One-to-One Relationship	Many-to-Many Collaboration

*“The risk climate of modernity is thus unsettling for everyone: no one escapes.”*

**Giddens, Anthony (1991)**

## Design

I dette afsnit vil det blive belyst, hvordan vi har tænkt, at designe en hjemmeside. Vores endelige designmanual kan ses efter vores rapport afsnit.

### Moodboards og stemning

Moodboards udarbejdes med henblik på at skabe en skabelon for den stemning som påtænkes gældende for den nye hjemmeside. [https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135\\$1027917110\\$/2.+semester/Design/L\\_prcent\\_C3\\_prcent\\_A6sestof/Why+Moodboards+Matter.pdf](https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135$1027917110$/2.+semester/Design/L_prcent_C3_prcent_A6sestof/Why+Moodboards+Matter.pdf)

Da projektet også har faktisk relevans da foreningen har brug for en ny hjemmeside er der udformet tre moodboards af projektgruppen samt tre fra styregruppen. Fordelen ved at inddrage kunden i denne proces er at der opnås en større sandsynlighed for accept af det endelige produkt samt at de pågældende moodboards fra brugerne hjælper til at illustrere tankerne bag i lighed med interviews, spørgeskemaer og således også fungerer som et kreativt analyseredskab.

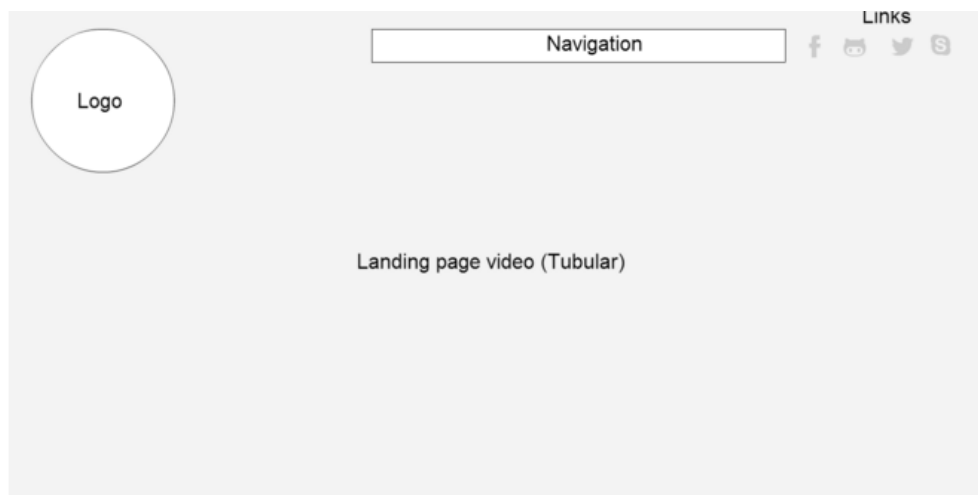
Det ene af de fremkomne moodboards fra styregruppen i Rimsøhuset er uddybet af vores kontaktperson og næstformanden Bodil Buonaventzen.



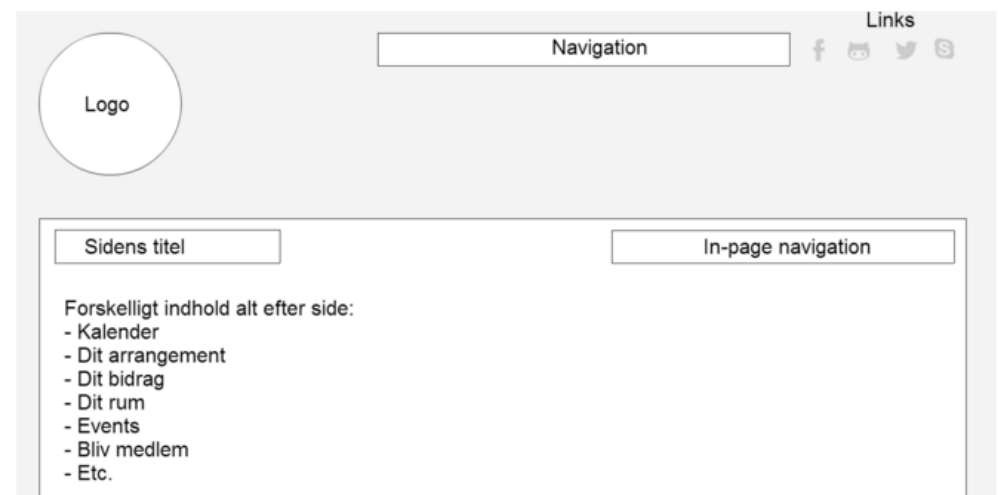
Øvrige moodboards findes i bilag 04l.

### Hjemmesidens skelet vandret/PC.

#### Wireframes af hjemmeside



#### Landing page vandret/PC.



## Gestaltlove

Gestaltlovene handler om perception: Lovene giver et psykologisk evidensbaseret grundlag for, hvordan vi som mennesker opfatter og organiserer elementer omkring os. I hjemmeside-design er de gode, at bruge, fordi det skaber helhed, hvor helheden er mere end de enkelte elementer tilsammen. Resultatet er overblik og mindsket forvirring. De tiltag vi har gjort os er følgende:

Loven om figur og baggrund: Sætter scenen og giver stemning. På vores landing page er en video fra Rimsøhuset valgt for den rette stemning. Logoet går ind under loven om den mindste afgrænsede figur på trods af dets størrelse. Tanken bag logoet er, at det hviler og skaber balance i øverste venstre side, da man læser fra øverste venstre som det første, når man tilgår hjemmesiden. Dette er fordi, at logoet er afsenders identitet og kendetegn ud ad til, til modtageren.

Tænker man udover gestaltlove og indtænker AIDA-modellen ind i denne sammenhæng går den ind under "Attention". Psykologisk skaber det opmærksomhed på et kognitivt niveau. For yderligere se afsnittet Design - Billeder - AIDA-modellen.

Loven om nærhed: Vores links til social media i øverste højre hjørne er sat nær hinanden uden, at stå i en egentlig synlig boks, som ville skille dem for meget ud fra selve designet. For hver enkelt in-page side er der i bunden til venstre to links "Gå til top" og "Gå til næste side". De står under en skillelinje som dog ikke pakker dem helt ind og skaber en pænt design.

Loven om lighed: Denne har vi ikke rigtig brugt men kunne overvejes.

Loven om lukkethed: Vores overordnede navigation samt in-page navigation er designmæssigt inde under denne. Det gør at navigation opfattes som egne elementer. Hver enkelt side på hjemmesiden har flere in-page sider som er delt op med egne baggrunde. Disse står som egne lukkede elementer med elementer i dem.

Loven om forbundethed: Denne har vi heller ikke rigtig valgt, at bruge, da vi gerne ville skabe luft i et ellers helt samlet design.

(Gestaltlovene - <http://www.nielsgamborg.dk/?p=gestaltlovene>)

Overordnet hjemmeside-design: Web-responsive fluid design med breakpoints for hjemmeside og mobile. F.eks. er white space margin i procent på indhold i venstre og højre side. Al indhold skalerer og står relativt i forhold til andre elementer. Tanken bag dette er, at gestaltlovene overholdes uanset skærmstørrelse.



# Farveskema, symbolik og betydning

## Indledning:

Inspiration til alle farvevalg har vi bl.a. fået fra desk research, field research og moodboards.

Vores primære første grundfarve i forhold til hjemmesiden er en websafe meget mørkegrøn. Vores første tanke bag var natur og olivengrøn. Grøn symbolisere bl.a. venlighed, natur, miljø, beroligende, held og lykke, healing, energi, gavmildhed, frugtbarhed, græs, håb, vækst. I den vestlige verdens sammenhæng betyder den grønne farve overordnet, at det er sikkert at fortsætte og symbolisere i øvrigt miljøbevidsthed.

Generelt for verden betyder farven gå eller fortsæt. I forhold til vores problemstilling viderefører vi Rimsøhusets identitet, budskab og vædier gennem farvens symbolik og betydning. F.eks. som tidligere beskrevet i Scheins Kulturanalyse er Rimsøhuset i håb om fortsættelse af deres kreative hus. Hvid tekst på vores grønne farve som baggrund står let læseligt og er god for en bred målgruppe. Farveblinde vil stadig se vores grundfarve som værende indenfor vores tanke af farveskema.

## Farvekoder for vores grønne farve:

- Hex farve: #336600.
- RGB decimal farve: 51, 102, 0.
- CMYK (print farve): 50, 0, 100, 60.

Grøn hover 3b 77 07

## Farvesammensætning:

- Hex/RGB farven består af 20% rød, 40% grøn, 0% blå.
- I CMYK sammenhæng som er til print består samme farve af 50% cyan, 0% magenta, 100% gul og 60% sort.

## Vores valg af yderligere farver:

- Vi har valgt to farver udover vores grøn efter et "triad color scheme":

**Stærk Gul:** Hex: #cccc32. RGB decimal: 204 204 50. CMYK: 0, 0, 75, 20.

Denne farve er tæt på mørk orange som ville være den helt nøjagtige farve at bruge efter farveskemaet. Gul fremkalder bl.a. optimisme og står for fantasi, hvilket er i overensstemmelse med den kreativitet som bl.a. er nævnt i moodboard fra Bodil Buonaventzen. Optimismen blomstrer så derfor gul. I forhold til andre værdibegreber som passer til Rimsøhuset repræsenterer farven solen og har reference til strand som et naturelement

**Lyse blå:** Hex: #77adc8. RGB decimal: 119 173 200. CMYK: 41, 14, 0, 22.

Blå er generelt den mest brugte farve sammen med grøn. Symbolikken vi har udtrukket fra blå i vores henseende går på fred, ro, harmoni, samhørighed, intuition, tillid, kærlighed, accept, forståelse, venlighed, tålmodighed, samarbejde, himmel/natur og vand.

Samlet udgør de valgte farver dermed et naturtema med den grønne skov, havet og stranden - I overensstemmelse med Rimsø`s placering og interne brand.

Udover vores 3 farver har vi valgt nedenstående disse for effekt og som standard farver:

**Meget mørk gråblå:** Hex: 33363b RGB decimal: 51 51 45. CMYK: 6, 6, 0, 79.

Denne farve er god f.eks. til kedelige bokse med information. Her er den brugt i sections for de enkelte ovenstående farver at fade ud i fra en cirkel effekt. Dette er gjort for æstetisk designmæssig inddragelse af modtageren. Tanken bag er, at det skaber en god ro og hvile i billedet og at det ikke ser så "plastik" ud.

**Hvid:** Hex: #ffffff. RGB decimal: 255, 255, 255. CMYK: 0, 0, 0, 0.

Denne farve er god at have med som standard til f.eks. tekst, white space og baggrund da den er neutral.

**Sort:** Hex: #000000. RGB decimal: 0, 0, 0. CMYK: 0, 0, 0, 100.

Denne farve er god at have med som standard til f.eks. tekst.

<http://www.colorhexa.com>

<http://www.rapidtables.com/web/color/color-scheme.htm>

<http://www.1stwebdesigner.com/5-web-design-colours-visitors-click/>

## Logo og visuel identitet

Vores nye bud på et logo er Rimsøhusets videreførelse af deres identitet i et nyt design. Logoet repræsenterer afsenders troværdighed (ethos) og appellere til afsenderfokus som noget af det første på hjemmesiden.

Tankerne bag logoet er at den grønne farve i "R" symboliserer et græstrå som svejer i vinden. Ligesom projektet er det sårbart men støttes af den resterende del af bogstavet.

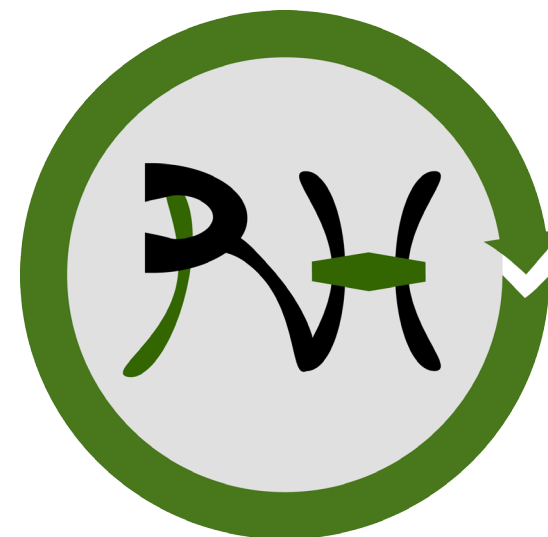
Center i bogstavet "H" er symbolik for det fællesrum som er beskrevet som hjertet i bygningen. Det er her de fleste arrangementer kommer til at finde sted og fra området er der gange ud til resten af huset.

Den cirkulære form og pilen symboliserer genbrugstanken såvel som idéen med at projektet er startet op og har et år til at bevise dets berettigelse. Håber er at det kan medføre en fortsættelse men det forudsætter at indholdet i RH beskyttes. er er en adgang ind i kernen af Rimsøhuset den er ikke aflukket, men når du er derinde er du en del af et rundt, rummeligt miljø, med en tydelig identitet.

Den fremtrædende grønne farve er redegjort i afsnittet om farvevalg.

Logoet er udarbejdet i vector grafic i illustrator således skalering til alle formater er mulig.

Brugen af logoet og forudsætningerne for samme er beskrevet i designmanualen i bilag 01.



## Visuel identitet

[https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135\\$1027917110\\$/2.+semester/Design/Visuel+identitet++logo/Visuel+identitet.+Efter\\_prcent\\_C3\\_prcent\\_A5r+2015.pdf](https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135$1027917110$/2.+semester/Design/Visuel+identitet++logo/Visuel+identitet.+Efter_prcent_C3_prcent_A5r+2015.pdf)

### Typografi

#### Overskrift valg

Vi har valgt fronten lobster tow til overskrifter til websiden på internet.

Vi har valgt fronten Axure Handridring til overskrifter til udprint både i rapport og til deres udprintes sider.

Vi har valgt to fronter til vores overskrifter, da vi designmæssigt synes at Axure Handridring, er en front som passer godt til det udtryk foreningen sender, dog er fronten ikke valgt på hjemmesiden da den ikke er i google fonts, hvilket gør at vi ikke føler os sikrer på hvorvidt vi kan få det til at fungere på nettet. Derfor har vi valgt lobster two da den er sjov, anderledes og kunne fange dem godt. Den ville dog ikke give det bedste i udprint, da den er en meget dominerende front, så derfor har vi beholdt den anden. Dette betyder at der er 2 typer af overskrifter til Rimsøhuset.

Deres udfoldelse kan ser her i designmanualen og igennem opgaven, samt på hjemmesiden.

#### Brødtekst valg

Til brødteksten har vi været præget af at de skriver i udprint, og vi ville gerne give dem en font der var web safe, og som også så godt ud på skrift. Vi ville gerne sørge for at denne var letlæselig. Vi har været inspireret af deres brugsaftale med kommunen og vi synes at denne font også passer godt til begge af vores overskrifter.

Win: 99.67%

Mac: 97.12%

<http://www.cssfontstack.com/>

### Billeder

Vi har taget de fleste billeder til hjemmesiden selv, men vi har dog også valgt at bruge nogle fra deres tidligere arrangementer på siden.

Eksempel på billeder før og efter redigering i PSD.



Man kan tydeligere se motivet, da der er blevet lagt et lighten layer indover, som ikke gør synderligt meget ved billedkvaliteten. Vi har valgt ikke at gøre for meget ved billederne, i forhold til redigeret forskønnelse (reks. rynker) da vi søger det naturlige udtryk

Billederne kommer fra deres facebook og et enkelt fra google for at finde et noget der kunne vise hvad der kunne ske i Rimsø.

billederne er fundet: <https://www.google.dk/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi7yoD2wNjJAhUGESwKHTM-SCw0QjRwIBw&url=%2Furl%3Fsa%3Di%26rct%3Dj%26q%3D%26esrc%3Ds%-26source%3Dimages%26cd%3D%26cad%3Drja%26uact%3D8%26ved%3D0ahUKEwi-7yoD2wNjJAhUGESwKHTMSCw0QjRwIBw%26url%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.dr.dk%252Fnyheder%252Fkultur%252Fforskere-voldelige-computerspil-goer-unge-mere-so-ciale%26bvm%3Dbv.109910813%2Cd.bGQ%26psig%3DAFQjCNEtdgyYdWAV5z21gnrU7Jlk-vaCDTQ%26ust%3D1450084727340318&bvm=bv.109910813,d.bGQ&psig=AFQjCNEtdgyYdWAV5z21gnrU7JlkvaCDTQ&ust=1450084727340318>

og <https://www.facebook.com/groups/100703123604473/photos/>. De rastende er taget selv.

Vi har taget nye profilbilleder til nogle af medlemmerne i bestyrelsen, og prioriteret tid og kræfter på dette, da deres udtryk udadtil gerne må være så personligt som muligt. Dette var en klar forbedring i forhold til deres tidligere hjemmeside, og giver en helt anden åbenhed over for folk udefra, da det er rigtige personer der er vist. Billederne er i størrelsen 184 x 236 pixel, og har fået en css border-radius på 50% for at afrunde dem. I forhold til stemnings billederne rundt omkring på siden, har vi lavet dem i størrelsen 200 x 200 pixel. Derefter er der lavet en css border-radius på 50% for at gøre billederne helt runde.

Der er også billeder i 400 x 400 og disse har fået en border radius på 10%.

Sponsor billederne har en plads til deres logo på 400 x 400 pixel .

Billedet af grundplanen er i størrelse 900 x 450, og er nedskaleret med 40%, da den skulle have samme størrelse som kalenderen, for at gøre det nemmere at style fremover.

Billederne er stilet og klippet ved hjælp af programmet photoshop, vi har derefter benyttet "save for web", og lavet en png fil af alle billederne, da det er bedst understøttet til nettet. Derefter har vi ved hjælp af programmet compressnow, [<http://compressnow.com/>] komprimeret vores lidt store filer, for at nedbringe loading hastigheden.



## I forhold til beskæring og komposition

Vi har valgt nogle standard størrelser, for at gøre det nemmere at style, dette hjælper med at gøre det mobilvenligt, og gør at man i fremtiden forholdsvis nemt vil kunne skifte dem ud. Vi har valgt at beskære billederne, i forhold til det gyldne snit, derved prøver vi at holde øjet fanget og interesseret i billederne, dette er dog mere synligt på nogle billeder end andre som f.eks.:

Julemanden sidder her i den ene linie af det gyldne snit, hvilket giver et mere roligt billede, end det vist ovenover, motivet er det samme, men helheden i billedet gør at ens øjne falder mere til ro. (<http://www.studienet.dk/billedanalyse/saadan-analyserer-billede/gyldne-snit/finder-gyldne-snit>)

## Storytelling i billeder

I forlængelse af vores valg af valgt design og kommunikation herunder AIDA-model tænkes storytelling ind i det færdige hjemmeside design i form af billeder og video.

(Stillbilleder og storytelling - Lisbeth Thorlacius' kommunikationsmodel s. 266.)

## Stillbilleder

Stillbilleder til hjemmesiden viser muligheder i Rimsøhuset samt personer der benytter disse. Man kan næsten se for sig hvordan de spiller musik og danser rundt. Vi har naturligvis holdt os til vores overordnede design i form af farver m.m. for at skabe den overordnede identitet.

## Landing page motion billeder

I vores valg af motion billeder, har vi valgt, at optage selve stemningen på stedet, fordi dette giver det mest optimale billede ud af til mellem afsender og modtager. Videoen viser et julehygge arrangement og viser flere essentielle ting af, hvad Rimsøhuset indeholder allerede ved første øjekast i form af underliggende værdier. Det vigtige her er, at den indeholder disse i en fortælling som modtageren kan sætte sig ind i og se sig selv i.

Vores første karakter er Sander Granlund en hyppig bruger af Rimsøhuset, som beroligende spiller musik med et smil bag det store ansigts skæg og derved inddrager med det samme i form af kinetiske signal appel. Herefter ses det, at hele vores målgruppe det nuværende brugersegment er repræsenteret i form af kreative aktiviteter således, at ingen fra vores målgruppe føler, at hjemmesiden ikke er til for dem. Slutteligt zoomes der ind på en julenisse før videoen slutter. Derfor er det både handlingen og personerne,



Fantastisk - vi er tilbage på Djurs  
her er spændende - er meldt mig ind,  
og har meldt mig ind.  
God Vind til Rimsøhuset.  
Sander Granlund

GLÆDELIG JUL ✨  
✨ til RIMSØHUSET og  
B alle husets forskelligartede  
✨ brugere og -gæster. I alle ✨  
ønskes et held & lykkebringende  
NYTÅR MED EN STOR  
✨ TAK FOR DET GAMLE... ✨  
fra Sander Drypnæs Granlund  
12. 12. 2015

I projektet var det oprindeligt planlagt at lave dronevideo som landingpage. Imidlertid er det ikke lykkedes at skaffe den nødvendige godkendelse til optagelserne og derudover er det vurderet at årstiden ikke er optimal for en sådan optagelse.

Eftersom at den eksisterende video skal udskiftes når juletiden er afsluttet og at jævnlige udskiftninger viser en hensigtsmæssig fornyelsesgrad er det påtænkt at optage dronevideoen, dels når godkendelsen er kommet frem og dels når landskabet er sneklædt.

Denne optagelse vil kunne fungere i forårs og efterårsperioden indtil alternativ optagelse i form af sammenklip fra diverse arrangementer og aktiviteter kan anvendes i sommerperioden.

### Mockup

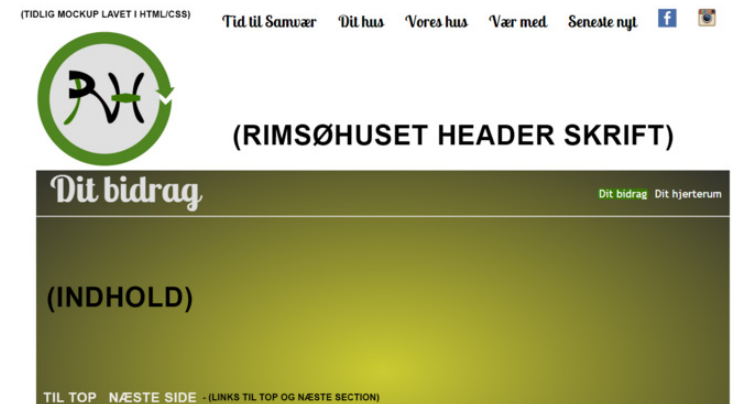
Ud fra vores wireframes, farvevalg, logo m.m. er et tidligt mockup lavet for designmæssigt, at forholde sig til en sammenhæng af alle disse. Vores valg, af typografi kan ses i navigation øverst og i vores sections titler.

### Delkonklusion

For igen løbende at indrage Rimsøhuset i vores beslutningsvalg har vi bl.a. brugt moodboards lavet af ikke bare os selv men også af Rimsøhuset. Dette er gjort for at bestemme den overordnede stemning, valg af farver og identitet.

For at bestemme et overordnet design af hjemmesidens elementer i en helhed har vi brugt teori om gestaltlove.

Herefter har vi indtænkt farver, symbolik og betydning i vores design af hjemmeside, logo og andre design produkter. Vi har udarbejdet og beskrevet valg af billeder, typografi og storytelling gennem stillbilleder og motion billeder som bruges på vores hjemmeside.



# Interaktion

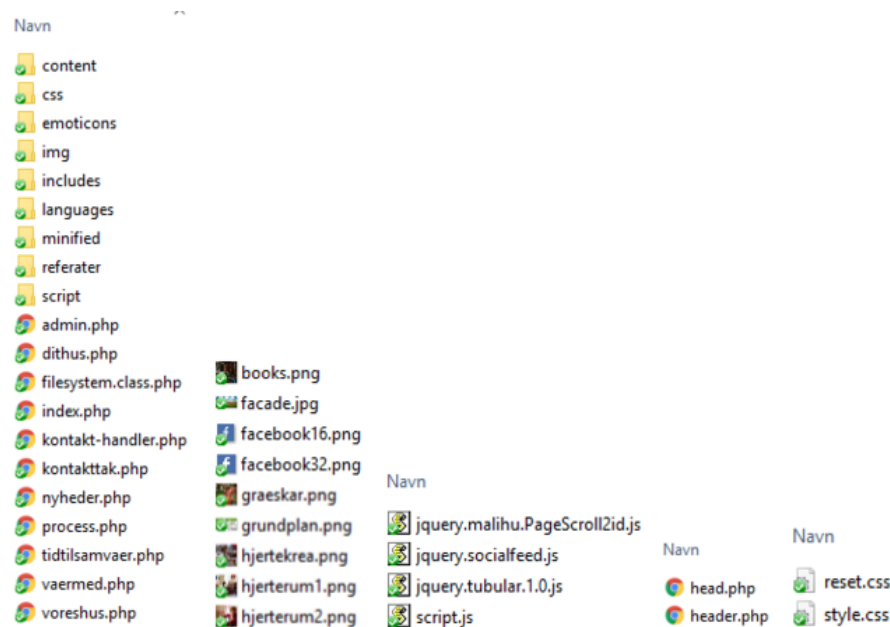
## Hjemmesidestruktur

I forlængelse af vores andre afsnit beskrives det hvordan, vi har valgt at opsætte Rimsøhusts slutprodukt i form af en hjemmeside.

### Mappe- og filstruktur

Vores mappe og filstruktur af hjemmesidens filer er organiseret optimalt for naming convention programmering og best practices. Der tages f.eks. højde for case sensitive (versal følsomhed), da de fleste web servere bl.a. er case sensitive. Dette sørger for, at sider og filer altid hentes korrekt ind og minimerer fejl. Alle siderne har forståelige sammenhængende navne og billeder, scripts, includes, styling osv. har egne mapper. Herunder ses screenshots af vores struktur hvor det f.eks. ses at en php fil til fanen “Tid til Samvær” overholder ovenstående teori under navnet “tidtilsamvaer.php”.

[http://www.w3schools.com/html/html5\\_syntax.asp](http://www.w3schools.com/html/html5_syntax.asp)



## Programmerings Struktur

Programmeringssprog: Et programmeringssprog er designet til at udføre beregninger og indeholder oftest syntakser (form/grammatik) og semantik (betydning) alt efter hvilket sprog der er tale om. Til vores hjemmeside af Rimsøhuset har vi valgt at have fuld kontrol over hvad der kodes og har derfor undladt at bruge diverse templates. HTML5 og CSS3 er skrevet af os selv mens 3. parts kode herunder PHP (server side) og JavaScript/jQuery (client side) formler og plugins er hentet ind og redigeret af os med korrekt henvisning til oprindelig udvikler.



Eksempel: Et eksempel på HTML i vores hjemmeside er image tags. “img” fortæller, at der nu skal indlæses et billede. “class” henviser til CSS for styling af billederne på hjemmesiden. “src” henter billederne ind ved først, at gå ned i mappen “img” og dernæst hente selve png filerne.

```


```

CSS står for Cascading Style Sheets og som navnet antyder er der her tale om styling af kode dokumenter. Hvor bl.a. HTML ellers vil blive præsenteret for brugeren i kedelig kronologisk rækkefølge uden et pift sørger CSS for dette. Enkelte elementer kan styles og hele hjemmesiders udseende kan styres af CSS. CSS3 er den seneste udgave. I vores hjemmeside design har vi bl.a. brugt CSS til at gøre hjemmesiden web-responsive, style billeder og tilføje farver til HTML, PHP og JavaScript. <https://da.wikipedia.org/wiki/CSS>

```
.mellembilleder{
  width: 30%;
  height: auto;
  margin-left: 2%;
  border-radius: 10%;
}
```

Eksempel:

I eksemplet er en class “.mellembilleder” lavet, der styler billeder til altid at være 30% i vidde, have en margin på 2% i venstre side, der gør, at billeder ikke vises klumpet sammen på siden samt til sidst, at runde dem af med en border, så hjemmesiden ikke virker firkantet.

PHP står for Hypertext Preprocessor, er et objektorienteret server-side programmeringssprog og skaber dynamisk forbindelse mellem client-side og server-side. Objekterne består af data i form af attributes og methods. Head og header er lavet som PHP includes på vores sider. Dette er bl.a. gjort for nemmere, at kunne redigere disse i enkelte filer frem for flere til hver enkelt side. <https://da.wikipedia.org/wiki/PHP>

```
<?php
  include('includes/header.php');
?>
<div id="content">
  <section id="section-1">
    <div class="content">
      <h2>Dit bidrag</h2>
```

Eksempel: header.php inkluderes som selvstændig fil ind i php filen “ditbidrag.php”.

JavaScript er et kraftfuldt dynamisk programmeringssprog. JQuery bygger videre på dette programmeringssprog ved at tilbyde et gratis JavaScript-bibliotek I vores sammenhæng er det yderst relevant at bruge fordi det tillader scripts på clientside, altså i brugerens browser.

<https://da.wikipedia.org/wiki/JavaScript>

<https://da.wikipedia.org/wiki/JQuery>

Eksempel: Et godt eksempel er vores landing page Tubular video der sætter en YouTube video til, at køre i ring som standard i baggrunden af hjemmesiden. Vores Rimsøhus video uploades til en YouTube konto og hentes ind i Tubular scriptet ved, at angive YouTube videoens ID. Det kan programmeres, om der f.eks. skal være lyd på videoen eller ej. I billedet herunder vises et udpluk af Tubular scriptet.

Vi har dog haft problemer med at lade videoer på tlf. Derfor har vi valgt at tilføje et “if statement” rundt om vores tubular script.

Denne “if” sætning gør at vores tubular ikke kører på skærmstørrelser under 700px.

Vi har også valgt at tilføje en:

```
$(document).ready(function() {  
    console.log("ready!");
```

Fordi at jquery stopper alle andre loads, når det skal loades.

Dette betyder at vores jquery ikke kører, før hele dokumentet er klar til det.

Vores kommunikation mellem klient og server, sker via POST, vi sender alt ikke hele url med. Vi vil ikke skabe mistillid til bruger ved at bruge GET, da det kan se i url'en

Resultat af sammenspil mellem fire programmeringssprog: Disse fire ovennævnte kodesprog står derfor utrolig stærkt sammen inden for interface og hjemmeside-design. Der indsættes vores ønskede Rimsøhus indhold, hvorefter det styles efter målgruppe og stemning. Det viste design i brugerens browser interagerer med dennes handlinger og inddrager dermed brugeren. Slutteligt skabes der direkte forbindelse mellem et user interface i form af browser og et back-end i form af server, hvorved der gives adgang, til skrivning af data mellem afsender og modtager. Resultatet er, at al vores teori og produkt af kommunikation, design og funktionalitet spiller sammen og bliver præsenteret og brugbart for Rimsøhusets brugere via en samlet hjemmeside.

Muligheder: Skulle der tænkes i andre programmeringssprog ville f.eks. .net umiddelbart være en mulighed. .net er bl.a. en konkurrent til PHP. Herudover kunne bootstrap, skeleton, wordpress og andre templates, programmer m.m. have været anvendt.

```
;(function ($, window) {  
  
    // defaults  
    var defaults = {  
        ratio: 16/9, // usually either 4/3 or 16/9 -- tweak as need  
        videoId: 'ZCAnLxRvNNc',  
        mute: true,  
        repeat: true,
```

```
/*Video plugin*/  
if(screen.width > 700){  
    $(document).ready(function() |  
        console.log("ready!") |  
        $("#wrapper").tubular({  
            videoId: 'vxuU55Pmzqk',  
            mute: true,  
            wrapperZIndex: 99,  
        });  
    });  
}
```

### Semantiske overvejelser:

Der er udfordringer på det semantiske aspekt, da alle vores undersider er bygget op på trejdepartskode. Den kode bygger på <section>, så den ikke kan bruges flere gange. Derfor har vi brugt <article> til at inddele vores indhold på en sektion. Vi har ikke brugt <aside> fordi, vi ikke har nogle elementer som ikke presser sig ind til midten af siden. Vi bruger ikke <h1>, da vi ikke har nogen overskrift som tillader brugen af tagget. Der hvor <h1> kunne være brugt, er der hvor <h2> er. Det ville dog give problemer med flere <h1> på samme side. Vi har også benyttet flere <div> da, vi ikke kunne finde et mere relevant tag, når <section> nu ikke kan bruges. Disse <div> er så navngivet på id eller class, så de giver den bedste mening.

```
<div class="content">
  <h2>Kalender</h2>
  <nav class="nav-menu-undersider">
    <ul>
      <li><a href="#section-1">Kalender</a></li>
      <li><a href="#section-2">Dit Arrangement</a></li>
```

Vi har også bygget vores navigationsbarer op omkring et <nav> indeholdende <ul> og <li>. Dette giver et godt overblik, hvis en anden skal ind og kigge i koden.

Vi har valgt ikke at bruge en <footer> på hjemmesiden, da vores hjemmeside er bygget op omkring et one-page design. Dette synes vi gjorde det til et problem at brugere ikke ville se footeren jo mindre de kom ned til bunden. Alternativt kunne vi have implementeret en footer på hver section, men det ville gøre mindre gavn.

## Semantisk oversigt

```
<div id="content">  
  <section id="section-1">  
    <div class="content">  
      <nav class="nav-menu-undersider">  
      <iframe id="kalender"  
  
  <section id="section-2">  
    <div class="content">  
      <nav class="nav-menu-undersider">  
      <article class="description">  
      <figure class="kontakt">  
        <textarea class="besked">
```

## SEO-optimering

For at implementere vores teoretiske viden omkring det, at brugeren skal kunne finde Rimsøhusets hjemmeside via søgning på internettet, har vi gjort os nogle tiltag i vores programmeringssprog bl.a. i form af meta-tags:  
(Meta tags - [http://www.metatags.info/all\\_meta\\_tags](http://www.metatags.info/all_meta_tags))

1. URL struktur der er sigende i forhold til hvilken underside der vises i browseren.
2. Page titles: Sigende og enkle. "Rimsøhuset - Forside". Rimsøhuset - Aktiviteter" etc.
3. Navigationens titler er enkle, forklarende og i øjenhøjde.
4. Description tag som fortæller søgemaskiner om hver enkelt undersides indhold - Denne har mere tekst end page title.
5. Heading tags: Alle vores heading tags (H2, H3, H4) er sigende i forhold til deres indhold af paragraph, billeder m.m.
6. Unikt kvalitetsindhold: Vi har undladt for megen tekst der går igen og at undersidernes indhold er skarpt, frisk og nyt i forhold til hvad der foregår i Rimsøhuset og dens målgruppe.
7. Anchor tekst: I vores links gennem hele hjemmesiden har vi valgt sigende tekster til links, både fordi det er det korrekte, at gøre i forhold til SEO optimering men også fordi, at det er fortællende for brugeren i stedet for dårlige eksempler som eks.: "Læs mere".
8. Foto optimering: Alle billeder har fået sigende navne eks.: "hjerterum1.png". Desuden er der skrevet sigende alt tags til alle billeder. Dette er gjort for screen readers og hvis der er tilfælde hvor billederne ikke kan vises/ses.
9. Idet der ikke er opnået endelig tilladelse til publicering fra foreningen, er der midlertidigt kodet en rel="no follow" således, at indeksering ikke foretages.
10. Et sitemap er nødvendigt for at indekserings-robotter hurtigt kan aflæse indholdet på hjemmeside.

Eksempel: En page title er angivet for siden "dithus.php". Denne page title ses bl.a. i browser faner og når der gemmes bogmærker. Her er det valgt at givet titlen "Rimsøhuset.dk/Dit hus/Dit bidrag, Dit hjerterum". Første hjemmeside URL adresse fortæller, at vi stadig er på hjemmesiden, "Dit hus" fortæller hvilken side der vises, "Dit bidrag, Dit hjerterum" viser hvilke muligheder der er på siden. Her er nr. 1 og nr. 2 altså indtænkt.

```
$pageTitle="Rimsøhuset.dk/Dit hus/Dit bidrag, Dit hjerterum";
```

# Validering, test og optimering

I forlængelse af vores forrige afsnit om opbygningen af vores slutprodukt, beskrives det hvilke tiltag vi har gjort os efterfølgende for, at sikre os, at det lever op til forventningen.

## Kode validering html

Showing results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/index.php>

Checker Input

Show  source  outline  image report

Check by

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

- Info** The Content-Type was text/html. Using the HTML parser.
- Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.
- Error** Bad value for attribute role on element header.  
From line 24, column 2; to line 24, column 34  

```
</head> <header role="" class="topmenu" > <div>
```
- Error** Start tag body seen but an element of the same type was already open.  
From line 46, column 2; to line 46, column 7  

```
header> <body> <ma
```

Første validering af index.php, viste 2 errors. Vi havde ikke fået lukket <body> og <html> igen. Vi havde også en attribut på vores header, som ikke skulle være der. Den var fra noget trejdepartskode, som ikke skulle bruges.

De to fejl blev rettet.

### Showing results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/index.php>

Checker Input

Show  source  outline  image report

Check by

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

1. **Info** The Content-Type was `text/html`. Using the HTML parser.
2. **Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.

Document checking completed. No errors or warnings to show.

Valideringen af tidtilsamvaer.php viser flere fejl. Disse fejl er fra vores google kalender plugin, som vi ikke retter til. Der er også en warning med at der mangler <h2>-<h6>. Denne warning retter vi heller ikke, da det ikke er grundlag for det i vores kontekst.

Showing results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/tidtilsamvaer.php>

Checker Input

Show  source  outline  image report

Check by

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

- Info** The Content-Type was `text/html`. Using the HTML parser.
- Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.
- Error** `&` did not start a character reference. (`&` probably should have been escaped as `&amp;`;) At line 59, column 103  
`set%40gmail.com&ctz=Europe/Cop`
- Error** Bad value `900;` for attribute `width` on element `iframe`: Expected a digit but saw `;` instead.  
From line 59, column 7; to line 59, column 202  
`hr>=<iframe id="kalender" src="https://calendar.google.com/calendar/embed?src=rimsoehuset%40gmail.com&ctz=Europe/Copenhagen" style="border: 0" width="900;" height="450;" frameborder="0" scrolling="no"></ifra`  
Syntax of non-negative integer:  
One or more digits (0–9). For example: 42 and 0 are valid, but -273 is not.
- Error** Bad value `450;` for attribute `height` on element `iframe`: Expected a digit but saw `;` instead.  
From line 59, column 7; to line 59, column 202  
`hr>=<iframe id="kalender" src="https://calendar.google.com/calendar/embed?src=rimsoehuset%40gmail.com&ctz=Europe/Copenhagen" style="border: 0" width="900;" height="450;" frameborder="0" scrolling="no"></ifra`  
Syntax of non-negative integer:  
One or more digits (0–9). For example: 42 and 0 are valid, but -273 is not.
- Error** The `frameborder` attribute on the `iframe` element is obsolete. [Use CSS instead.](#)  
From line 59, column 7; to line 59, column 202  
`hr>=<iframe id="kalender" src="https://calendar.google.com/calendar/embed?src=rimsoehuset%40gmail.com&ctz=Europe/Copenhagen" style="border: 0" width="900;" height="450;" frameborder="0" scrolling="no"></ifra`
- Error** The `scrolling` attribute on the `iframe` element is obsolete. [Use CSS instead.](#)  
From line 59, column 7; to line 59, column 202  
`hr>=<iframe id="kalender" src="https://calendar.google.com/calendar/embed?src=rimsoehuset%40gmail.com&ctz=Europe/Copenhagen" style="border: 0" width="900;" height="450;" frameborder="0" scrolling="no"></ifra`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles.](#)  
From line 75, column 7; to line 75, column 35  
`hr>=<article class="description">=<`

Document checking completed.



Første validering af dithus.php, viser ingen fejl, men én warning mht. <h2>-<h6>. Denne warning retter vi heller ikke, da det ikke er grundlag for det i vores kontekst.

### Showing results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/dithus.php>

Checker Input

Show  source  outline  image report

Check by

<http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/dithus.php>

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

- Info** The Content-Type was `text/html`. Using the HTML parser.
- Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` - `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 96, column 7; to line 96, column 35  
`h3>` `<article class="description">`

Document checking completed.

Første validering af voreshus.php, viser ingen fejl, men én warning mht. <h2>-<h6>. Denne warning retter vi heller ikke, da det ikke er grundlag for det i vores kontekst.

Showing results for http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/voreshus.php

Checker Input

SHOW  source  outline  image report

Check by

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

- Info** The Content-Type was text/html. Using the HTML parser.
- Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 64, column 7; to line 64, column 35  
`hr`>  
`<article class="description">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 93, column 7; to line 93, column 35  
`hr`>  
`<article class="description">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 126, column 7; to line 126, column 48  
`t">`  
`<article id="grundplan" class="paragraph">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 153, column 7; to line 153, column 15  
`hr`>  
`<article>`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 176, column 7; to line 176, column 33  
`hr`>  
`<article class="paragraph">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 204, column 7; to line 204, column 33  
`hr`>  
`<article class="paragraph">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 499, column 8; to line 499, column 16  
`3>`  
`<article>`

Document checking completed.

Første validering af vaermed.php viste en fejl med et </p> som stod forkert i koden. Derudover flere warning med <h2>-<h6>.

Showing results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/vaermed.php>

Checker Input

Show  source  outline  image report

Check by

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

- Info** The Content-Type was text/html. Using the HTML parser.
- Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` - `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 102, column 7; to line 102, column 33  
`h3>` `<article class="paragraph">`
- Error** No `p` element in scope but a `p` end tag seen.  
From line 150, column 8; to line 150, column 11  
`</p>`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` - `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 134, column 7; to line 134, column 33  
`h3>` `<article class="paragraph">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` - `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 158, column 7; to line 158, column 33  
`le>` `<article class="paragraph">`

Document checking completed.

Anden validering viser at `</p>` er rettet og warnings forbliver som de er.

Showing results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/voreshus.php>

Checker Input

Show  source  outline  image report

Check by

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

- Info** The Content-Type was `text/html`. Using the HTML parser.
- Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 64, column 7; to line 64, column 35  
`hr>` `<article class="description">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 93, column 7; to line 93, column 35  
`hr>` `<article class="description">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 126, column 7; to line 126, column 48  
`t">` `<article id="grundplan" class="paragraph">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 153, column 7; to line 153, column 15  
`hr>` `<article>`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 176, column 7; to line 176, column 33  
`hr>` `<article class="paragraph">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 204, column 7; to line 204, column 33  
`hr>` `<article class="paragraph">`
- Warning** Article lacks heading. Consider using `h2`-`h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 499, column 8; to line 499, column 16  
`3>` `<article>`

# Første validering af nyheder.php viser warnings, dem gør vi ikke noget ved.

Showing results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/nyheder.php>

Checker Input

Show  source  outline  image report

Check by

Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings.

Message Filtering

1. **Info** The Content-Type was text/html. Using the HTML parser.
2. **Info** Using the schema for HTML with SVG 1.1, MathML 3.0, RDFa 1.1, and ITS 2.0 support.
3. **Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` or `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 58, column 6; to line 58, column 27  

```
<hr>...  
...<article id="nyheder">...
```
4. **Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` or `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 61, column 7; to line 61, column 45  

```
e">...  
...<article class="fb-xfbml-parse-ignore">...
```
5. **Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` or `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 60, column 6; to line 60, column 225  

```
cle>...  
...<article class="fb-page" data-href="https://www.facebook.com/Rimsoehuset-1684492481796913" data-tabs=_1-header="true" data-adapt-container-width="true" data-hide-cover="false" data-show-facepile="true">...
```
6. **Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` or `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 68, column 7; to line 68, column 45  

```
e">...  
...<article class="fb-xfbml-parse-ignore">...
```
7. **Warning** Article lacks heading. Consider using `h2` or `h6` elements to [add identifying headings to all articles](#).  
From line 67, column 6; to line 67, column 225  

```
cle>...  
...<article class="fb-page" data-href="https://www.facebook.com/Rimsoehuset-1684492481796913" data-tabs=_1-header="true" data-adapt-container-width="true" data-hide-cover="false" data-show-facepile="true">...
```

Document checking completed.

## Kode validering CSS

Første validering af CSS viser 11 fejl og 48 warnings. 4 af fejlene er fra vores hånd. Resten af fejlene er fra trejdepartskode. Disse trejdepartsfejl bliver ikke rettet, da de virker hensigten. De 48 warnings handler om transitions til andre browsers end chrome. De er med



The W3C CSS Validation Service

W3C CSS Validator results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/index.php> (CSS level 3)

Jump to: [Errors \(11\)](#) [Warnings \(48\)](#) [Validated CSS](#)

W3C CSS Validator results for <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/index.php> (CSS level 3)

### Sorry! We found the following errors (11)

URI : <http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/css/style.css>

66	header.topmenu	Value Error : position top is not a position value : top
160	#cssmenu > ul > li > a	Parse Error
190	#cssmenu > ul > li > a	Parse Error
206	#cssmenu > ul > li > a	Parse Error
352		Feature -webkit-min-device-pixel-ratio doesn't exist for media screen and (max-width: 1024px), only screen and (min--moz-device-pixel-ratio: 2) and (max-width: 1024px), only screen and (-o-min-device-pixel-ratio: 2/1) and (max-width: 1024px), only screen and (min-device-pixel-ratio: 2) and (max-width: 1024px), only screen and (min-resolution: 192dpi) and (max-width: 1024px), only screen and (min-resolution: 2dppx) and (max-width: 1024px) { #cssmenu { width: 100%; } #cssmenu ul { width: 100%; display: none; } #cssmenu align-center > ul, #cssmenu align-right ul ul { text-align: left; } #cssmenu ul li, #cssmenu ul li li, #cssmenu ul li li li { width: 100%; height: auto; border-top: 1px solid rgba(120, 120, 120, 0.15); } #cssmenu ul li a, #cssmenu ul li li a { width: 100%; } #cssmenu > ul > li, #cssmenu align-center > ul > li, #cssmenu align-right > ul > li { float: none; display: block; } #cssmenu ul ul li a { padding: 20px 20px 20px 30px; font-size: 12px; color: #333; background: none; } #cssmenu ul ul li li a { padding-left: 40px; } #cssmenu ul ul li li li a { padding-left: 40px; } #cssmenu ul ul li a { position: relative; left: 0; right: auto; width: 100%; margin: 0; } #menu-line { display: none; } #cssmenu #menu-button { display: block; padding: 30px; color: #333; -webkit-text-stroke-width: 0.0px; -webkit-text-stroke-color: ; cursor: pointer; font-size: 0px; text-transform: uppercase; } #cssmenu #menu-button:after { content: ""; position: absolute; top: 20px; right: 20px; display: block; width: 15px; height: 2px; background: #000000; } #cssmenu #menu-button:before { content: ""; position: absolute; top: 25px; right: 20px; display: block; width: 15px; height: 3px; border-top: 2px solid #000000; border-bottom: 2px solid #000000; } }
444	p	Value Error : font-weight thin is not a font-weight value : thin
690	p	Value Error : font-weight thin is not a font-weight value : thin
829	p	Value Error : font-weight thin is not a font-weight value : thin
URI : <a href="http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/minified/themes/default.min.css">http://cardengad.com/multimediedesign/rimsoehuset/minified/themes/default.min.css</a>		
1	div.sceditor-toolbar	Property user-select doesn't exist : none
1	ie6 div.sceditor-group, ie7 div.sceditor-group	Property zoom doesn't exist : 1
1	ie6 .sceditor-button, ie7 .sceditor-button	Property zoom doesn't exist : 1

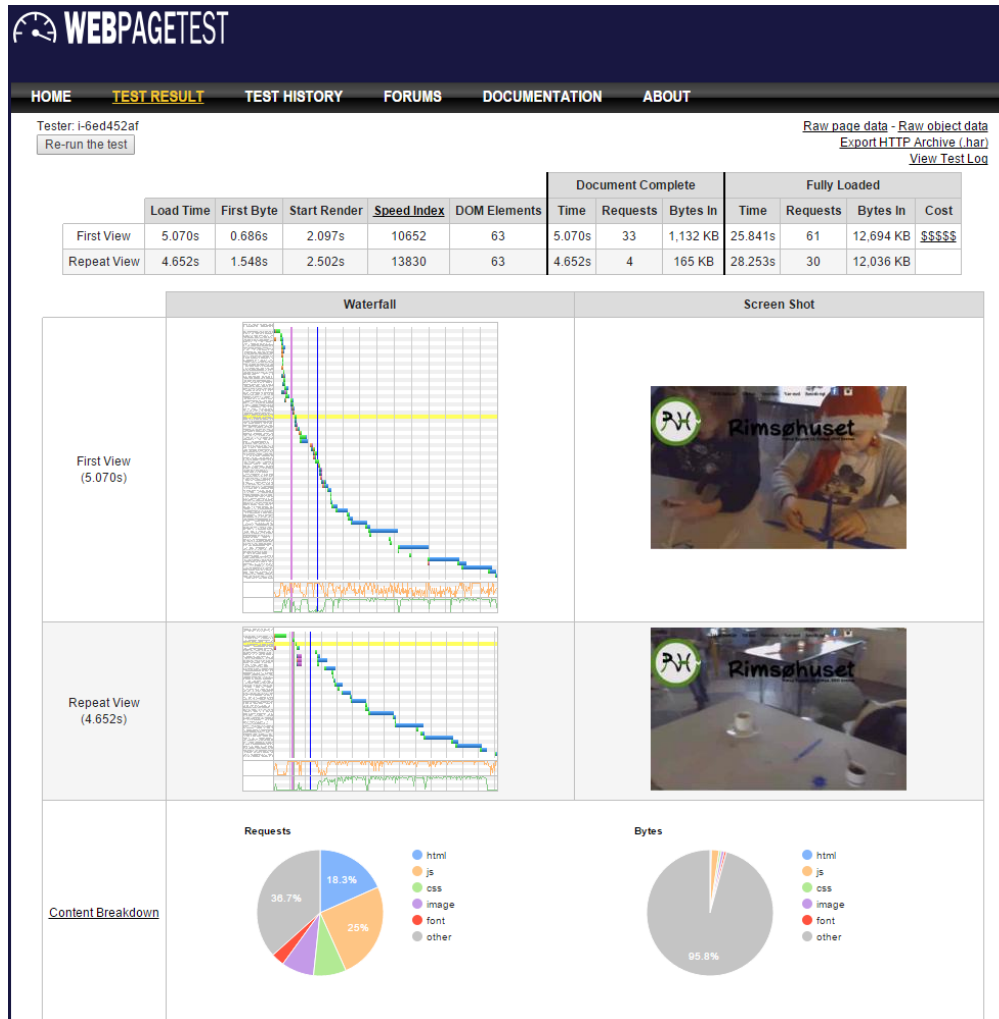


## Link validering

Alle links virker, med undtagelse af vores Instagram link. Det virker ikke fordi, Rimsøhuset ikke har en Instagram bruger endnu. Linket er dog gjort klart, da Rimsøhuset gerne vi have en Instagram profil hurtigst mulig.

## Optimering af loadtider

Vi har optimeret vores loading tider, ved at gøre billederne mindre. Det der trækker det meget op, er vores svg billeder og loading af video fra youtube. Dette er dog en prioritering fra vores side, da det giver et godt udtryk kvalitetsmæssig på hjemmesiden.





## **Delkonklusion**

En konklusion på vores mappe- og filstruktur er, at vi har fulgt best practices i forhold til programmering og web servere. Vores valg af programmeringssprog til hjemmeside design står stærkt i samspil. Vores programmerings Struktur er bygget uden templates og div. programmer men med 3. parts kode vi har redigeret efter vores overordnede design identitet. Vi har anvendt teori om SEO-optimering i vores programmeringssprog.

## Konklusion

Med vores projektarbejde har vi opnået et indgående kendskab til projektet Rimsøhuset og de paradigmer og udfordringer som det står foran.

Med vores version 2.0 af en redesignet hjemmeside har vi hjulpet dem på vej mod et såvel, praktisk internt, som kommunikativt eksternt hjælpemiddel til formålet om et blive et tværkulturelt, projekt med at etablere et socialt være-/samlings-/ fritids-/ og fristed. Ikke blot har de fået praktiske redskaber men fra vor viden omkring design, kommunikation og virksomhed har vi samtidigt givet et godt bud på en visuel identitet som kan hjælpe dem til at forme en succesfuld fremtid.

De står foran en stor udfordring med at skabe indholdet og tilpasse elementerne i processen så det afspejler den unikke virkelighed som projektet befinder sig i.

Dette har ikke blot betydning for den fysiske fremtoning og ombygning som det tidligere plejehjem undergår, men også i forhold til den platform og identitetsformidling som hjemmesiden udgør. Vi har forsynet dem med et fremskridt til det første stykke vej i tråd med de eksisterende brugere og appelgrad hen imod mange flere og nye til de spændende projekt.

Med rapporten og elementerne til analyse samt teorierne for effektiv målrettet branding har de redskaber til at skabe version 3.0 i overensstemmelse med målet om en konstant progressiv rejse mod en unik identitet

## Perspektivering

I forhold til dette projekt kunne vi have gjort så meget, vores valg er taget ud fra de beslutninger vi har gennemdiskuteret men vi er med tiden blevet meget klogere, vi kunne heltiden finde ud af noget

## Procesevaluering

Fortiden i Rimsø har sat sine spor, ind i fremtiden. Hvor den er på vej hen, er der ingen der ved. vi har i denne opgave været i nærkontakt med kunden og dette har skabt både konflikter og løsninger. Men alt i alt er vi kommet ud med et godt produkt som vores kunde gerne vil se nærmere på.

Koden er ikke langt fra fuldstændigt optimal, men der er dog stadig fejl der skal ordnes kildekritiske

# Arbejdsfordeling

## Generelt:

Scrum master:	Carsten.
Overordnet projekt emne idé:	Amalie.
Deltagelse i og forståelse for det overordnede projekt:	Amalie, Henning, Carsten, Martin.
Forventningsaftale dokument til gruppen:	Henning.
Løbende billeddokumentation af processen:	Amalie, Martin.
Rapportskrivning:	Amalie, Henning, Carsten, Martin.
Rapportstruktur og rettelse:	Amalie, Henning, Carsten, Martin.

## Design produkt:

Opsætning af rapport i InDesign:	Henning.
Designmanual:	Henning.
Video og billeder til hjemmesiden:	Amalie.
Billedredigering:	Henning, Amalie
Moodboards:	Amalie, Carsten, Martin.
Wireframe sketches:	Amalie, Martin.
Endelige wireframes:	Martin.
Mockups	Martin
Logo sketches:	Amalie, Henning, Carsten, Martin.
Færdige logoer:	Henning, Carsten.
Endeligt valgt logo:	Carsten.
Design posters:	Amalie.

## Hjemmeside produkt:

Kodning af alle hjemmesidens elementer:	Carsten.
Kodning af Google kalender (3. parts kode):	Amalie.
Kodning af web-responsive navbar (3. parts kode):	Martin.

## Field research - Rimsøhuset:

Field research:	Amalie, Henning, Carsten, Martin.
Usability Test:	Henning.
Spørgeskema - Kvalitativ:	Amalie, Henning, Carsten, Martin.
Spørgeskemaer - Kvantitative:	Henning.

## Field-research - Rimsøhuset (fortsat)

Spørgeskemaer - Kvantitative:

Møde agenda, ordstyrer og interviewer:

Mødereferat:

Henning.

Henning.

Henning.

## Desk research - Rimsøhuset og relevant information:

Rimsøhusets online tilstedeværelse samt indhold:

Rimsøhuset historie:

Statistik og data:

Love og regler:

Amalie, Henning, Carsten, Martin.

Amalie, Henning, Carsten, Martin.

Amalie.

Henning.

## Rapport afsnit:

Forside:

Titelblad:

Indledning:

Projektbeskrivelse:

Agil arbejdsmetode:

Metodik:

Carsten.

Martin.

Amalie.

Martin, Amalie, Henning.

Martin, Henning

Henning.

Virksomhed:

Kulturanalyse:

Kernefortælling:

SWOT:

BMC:

Lean Canvas

Martin, Henning.

Henning.

Carsten.

Carsten, Henning.

Henning.

Kommunikation:

Målgruppe:

Personas:

Kommunikationsplan:

Målrette kommunikation og AIDA-model:

Sociale medier:

Google og Facebook konto:

Martin.

Henning, Amalie.

Martin.

Martin.

Henning, Amalie

Amalie.

Design:

Moodboards

Wireframes af hjemmeside:

Carsten, Martin, Amalie, Brugerne

Martin.

## Kildeliste:

### Rimsøhuset:

Rimsøhuset. egen hjemmeside Set [11/23/2015]. Fra august 2015. På [www.rimsøhuset.dk]. Rimsøhuset Facebook. Rimsøhuset facebook side. Set [11/23/2015]. Fra august 2015. På [https://www.facebook.com/groups/100703123604473/?fref=ts].

Bøger: SWOT Exploring Strategy SWOT.pdf

Anthony, Gidden. (1991) Self and society in late modern age. Cambridge. Forlag Polity Press.

Busch, A. M. (2012) Kommunikation i Multimediedesign. Forlag Hans Reitzel.

Castro, E. & Hyslop, B. (2012) HTML5 and CSS3. Forlag Peachpit Press.

Johnson, G. & Whittington, R. m.fl. (2011) Exploring Strategy. Forlag. Pearson.

Landa, Robin .(2011) Graphic Design Solutions. Forlag Clark Baxter .

Pillon, E. & Vodder, M. (2013) Introduktion til digital marketing og tværmedial kommunikation. Forlag Hans Reitzels.

### Links til litteratur, artikler, statistik og værktøjer:

AIDA. AIDA: Attention-Interest-Desire-Action. Set [12/01/2015]. Fra 2015. På [https://www.mindtools.com/pages/article/AIDA.htm].

Ams Region Site/Midt Jylland Viden om arbejdsmarkedet. personer i Norddjurs . Set [12/07/2015]. Fra 2013. På [http://star.dk/upload/AmsRegionSite/MidtJylland/4%20Viden%20om%20arbejdsmarkedet/Kommunebeskrivelser/2013/Norrdjurs%20sendt.pdf].

Borgermøde i Rimsø er aflyst. Aflysning af borgermøde i Rimsø Forsamlingshus torsdag d. 25. september 2014 kl. 19.00-20.30. Set [12/03/2015]. Fra 2014 På [http://www.norrdjurs.dk/nyheder/2014/sep/borgermoede-d-25-september-i-rimsoe-er-aflyst].

Bourdieu, Pierre. ( 6. the forms of capital. Set [12/03/2015]. På [http://eppl751su2012.wmwikis.net/file/view/Bourdieu.ch6.Forms.of.Capital.pdf/350871874/Bourdieu.ch6.Forms.of.Capital.pdf].

Color hexa . color . Set [12/14/2015]. På [http://www.colorhexa.com].

Color scheme. color. Set [12/07/2015]. På [http://www.rapidtables.com/web/color/color-scheme.htm].

Css. css. Set [12/15/2015]. På [https://da.wikipedia.org/wiki/CSS].

Css font sikkerhed. css fontstack. Set [12/03/2015]. På [http://www.cssfontstack.com/].

Det gyldne snit. billede. Set [12/02/2015]. På [http://www.studienet.dk/billedanalyse/saadan-analyserer-billede/gyldne-snit/finder-gyldne-snit].

Gestaltlovene Set[12/06/2015]. På [ <http://www.nielsgamborg.dk/?p=gestaltlovene>]

Html. html. Set [12/08/2015]. På [ <https://da.wikipedia.org/wiki/HTML>].

JavaScript. JavaScript. Set [12/02/2015]. På [ <https://da.wikipedia.org/wiki/JavaScript>].

jQuery. jQuery. Set [12/09/2015]. På [ <https://da.wikipedia.org/wiki/JQuery>].

Kotler, Philip . marketing. 3.0. Set [12/13/2015]. Fra 2010 På [ [https://books.google.dk/books?hl=da&lr=&id=8pk60fGn50oC&oi=fnd&p-g=PR9&dq=kotler+marketing+3.0&ots=Lo71xFLV1u&sig=L1XdwDX29lEKZVXuYzv3LRyZXkk&redir\\_esc=y#v=onepage&q=kotler%20marketing%203.0&f=false](https://books.google.dk/books?hl=da&lr=&id=8pk60fGn50oC&oi=fnd&p-g=PR9&dq=kotler+marketing+3.0&ots=Lo71xFLV1u&sig=L1XdwDX29lEKZVXuYzv3LRyZXkk&redir_esc=y#v=onepage&q=kotler%20marketing%203.0&f=false)].

Load tider. Set[12/15/2015] På[<http://www.webpagetest.org/>]

LOF. samarbejde med Rimsøhuset. Set [12/02/2015]. Fra 2015 På [ <http://djursland.lof.dk/>].

Meta tags set [12/15/2015]. På [http://www.metatags.info/all\\_meta\\_tags](http://www.metatags.info/all_meta_tags)

Mind 16. spørger undersøgelse. Set [12/06/2015]. Fra bogen Kommunikation i Multimediedesign. På [ [www.mind16.com](http://www.mind16.com)].

Moodbords matter. moodbords . Set [12/14/2015]. Fra 2015 På [ [https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135\\$1027917110\\$/2.+semester/Design/L\\_prcent\\_C3\\_prcent\\_A6sestof/Why+Moodboards+Matter.pdf](https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135$1027917110$/2.+semester/Design/L_prcent_C3_prcent_A6sestof/Why+Moodboards+Matter.pdf)].

Norrdjurs . befolkningsprognose. Set [12/01/2015]. er fra februar 2013 På [ [http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprog-nose\\_2013-2022.pdf](http://www.norrdjurs.dk/media/864607/befolkningsprog-nose_2013-2022.pdf)].

Norrdjurs . Rimsø. Set [12/03/2015]. Fra 2015. På [ <http://www.norrdjurs.dk/soegning#?cludoquery=rims%C3%B8&cludopage=1>].

Nyhedstrekanten. Set [12/09/2015]. På [ <https://da.wikipedia.org/wiki/Nyhedstrekanten>]

PHP. PHP. Set [12/10/2015]. På [ <https://da.wikipedia.org/wiki/PHP>]

Rimsø. Rimsø. Set [11/24/2015]. Fra 2015 På [ <http://xn--rims-jra.dk/>].

Rimsø på google map. Rimsø lokaltion . Set [12/03/2015]. Fra 2015 På [https://www.google.dk/maps/dir/Gren%C3%A5/Rims%C3%B8/56.4910109,10.8735546/@56.4582889,10.7769318,12z/am=t/data=!3m1!4m1!4m14!1m5!1m1!1s0x464dd5ba03117935:0xa00afcc1d50fee0!2m2!1d10.894919!2d56.411808!1m5!1m1!1s0x464e806856978bd5:0x52d79e0394bf6ae7!2m2!1d10.797277!2d56.479086!1m0!3e0].

Rimsøhuset. nu begynder der at ske noget. Set [12/11/2015]. Fra 07. Juli 201. På [http://norddjurs.lokalavisen.dk/rimsoehu-set-nu-begynder-der-at-ske-noget-/20150707/artikler/707139973/1462].

Rimsøhuset og os. projekt . Set [12/14/2015]. Fra 03. December 2015 På [http://norddjurs.lokalavisen.dk/rimsoehuset-har-allieret-sig-med-studerende-/Kultur/20151203/artikler/712089848/1460].

Schein kulturanalyse - Schein, Set [12/13/2014]. På[The\_corporate\_culture\_survival\_guide, chapter 2.pdf]

Trello Scrum værktøj Brugt hele forløbet [https://trello.com/]

Ungdomsoprøret i Danmark. JavaScript. JavaScript. Fundet [12/02/2015]. På [https://da.wikipedia.org/wiki/JavaScript].Ungdomsoprøret. Set [12/14/2015]. Fra 14. juni 2015 På [https://da.wikipedia.org/wiki/Ungdomsopr%C3%B8ret\_i\_Danmark].

Valg i norddjurs. Set [12/03/2015]. Fra 2013. På [http://kmdvalg.dk/kv/2013/k84713707.htm].  
validering af css Set[12/15/2015][http://www.w3schools.com/website/web\_validate.asp]  
validering af html Set[12/15/2015]: https://validator.w3.org/

Visuel identitet . fronter. Set [12/01/2015]. På [https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135\$1027917110\$/2.+semester/Design/Visuel+identitet++logo/Visuel+identitet.+Efter\_prcent\_C3\_prcent\_A5r+2015.pdf ].

Web desing colours . color. Set [12/04/2015]. På [http://www.1stwebdesigner.com/5-web-design-colours-visitors-click].

Why lean canvas. lean canvas. Set [12/01/2015]. Fra Feb 27 2012. På [http://leanstack.com/why-lean-canvas/].

Til billede formindisning. compress now. Set [12/14/2015]. På [http://compressnow.com/].

### **3.parts kode:**

CMS system. /2.semester/interaktion. Set [12/03/2015]. På [Fronter/MDU-15g (1md15g2)/2.semester/interaktion].

Facebook feed . facebook feed. Set [12/10/2015]. På [https://developers.facebook.com/docs/plugins/page-plugin].

Flat jQuery Responsive Menu. Menuen . Set[12/10/2015]. På [http://cssmenu.com/menu/flat-jquery-responsive-menu].

Kontaktformular. 1.semester/interaktion. Set[12/02/2015]. På [Fronter/MDU-15g (1md15g2)/1.semester/interaktion].

Minified. Minified. Fundet [12/07/2015]. På [http://www.sceditor.com /].

One-page side script . one-page script. Set[12/02/2015]. På [:http://www.jqueryscript.net/layout/jQuery-Plugin-For-One-Page-Navigation-Plugin-Page-Scroll-To-ID.html ].

Sean mccambridge. baggrund video. Set [12/01/2015]. På [http://www.seanmccambridge.com/tubular/].

### Billede kilder

billeder til siden som ikke selv er taget. Set [12/15/2015] [https://www.facebook.com/groups/100703123604473/photos/]

billede af lan. lan billede. Set [12/04/2015]. På [https://www.google.dk/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi7yoD2wNjJAhUGESwKHTMSCw0QjRwIBw&url=%2Furl%3F-sa%3Di%26rct%3Dj%26q%3D%26esrc%3Ds%26source%3Dimages%26cd%3D%26cad%3Drja%26uact%3D8%26ved%3D0ahUKEwi7yoD2wNjJAhUGESwKHTMSCw0QjRwIBw%26url%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.dr.dk%252Fnyheder%252Fkultur%252Fforskere-voldelige-computerspil-goer-unge-mere-sociale%26bvm%3Dbv.109910813%2Cd.bGQ-%26psig%3DAFQjCNEtdgyYdwAV5z21gnrU7JlkvaCDTQ%26ust%3D1450084727340318&bvm=bv.109910813,d.bGQ&psig=AFQjCNEtdgyYdwAV5z21gnrU7JlkvaCDTQ&ust=1450084727340318].

de restende billeder er lavet eller taget selv



Rimsø på google map. Rimsø lokaltion . Set [12/03/2015]. Fra 2015 På [https://www.google.dk/maps/dir/Gren%C3%A5/Rims%C3%B8/56.4910109,10.8735546/@56.4582889,10.7769318,12z/am=t/data=!3m1!4m1!4m14!1m5!1m1!1s0x464dd5ba03117935:0xa00afcc1d50fee0!2m2!1d10.894919!2d56.411808!1m5!1m1!1s0x464e806856978bd5:0x52d79e0394bf6ae7!2m2!1d10.797277!2d56.479086!1m0!3e0].

Rimsøhuset. nu begynder der at ske noget. Set [12/11/2015]. Fra 07. Juli 201. På [http://norddjurs.lokalavisen.dk/rimsoehu-set-nu-begynder-der-at-ske-noget-/20150707/artikler/707139973/1462].

Rimsøhuset og os. projekt . Set [12/14/2015]. Fra 03. December 2015 På [http://norddjurs.lokalavisen.dk/rimsoehuset-har-allieret-sig-med-studerende-/Kultur/20151203/artikler/712089848/1460].

Schein kulturanalyse - Schein, Set [12/13/2014]. På[The\_corporate\_culture\_survival\_guide, chapter 2.pdf]

Trello Scrum værktøj Brugt hele forløbet [https://trello.com/]

Ungdomsoprøret i Danmark. JavaScript. JavaScript. Fundet [12/02/2015]. På [https://da.wikipedia.org/wiki/JavaScript].Ungdomsoprøret. Set [12/14/2015]. Fra 14. juni 2015 På [https://da.wikipedia.org/wiki/Ungdomsopr%C3%B8ret\_i\_Danmark].

Valg i norddjurs. Set [12/03/2015]. Fra 2013. På [http://kmdvalg.dk/kv/2013/k84713707.htm].  
validering af css Set[12/15/2015][http://www.w3schools.com/website/web\_validate.asp]  
validering af html Set[12/15/2015]: https://validator.w3.org/

Visuel identitet . fronter. Set [12/01/2015]. På [https://fronter.com/eaaa/links/files.phtml/774180135\$1027917110\$/2.+semester/Design/Visuel+identitet++logo/Visuel+identitet.+Efter\_prcent\_C3\_prcent\_A5r+2015.pdf ].

Web desing colours . color. Set [12/04/2015]. På [http://www.1stwebdesigner.com/5-web-design-colours-visitors-click].

Why lean canvas. lean canvas. Set [12/01/2015]. Fra Feb 27 2012. På [http://leanstack.com/why-lean-canvas/].

Til billede formindisning. compress now. Set [12/14/2015]. På [http://compressnow.com/].

### **3.parts kode:**

CMS system. /2.semester/interaktion. Set [12/03/2015]. På [Fronter/MDU-15g (1md15g2)/2.semester/interaktion].

Facebook feed . facebook feed. Set [12/10/2015]. På [https://developers.facebook.com/docs/plugins/page-plugin].

Flat jQuery Responsive Menu. Menuen . Set[12/10/2015]. På [http://cssmenu.com/menu/flat-jquery-responsive-menu].

## Field-research - Rimsøhuset (fortsat)

Spørgeskemaer - Kvantitative:

Møde agenda, ordstyrer og interviewer:

Mødereferat:

Henning.

Henning.

Henning.

## Desk research - Rimsøhuset og relevant information:

Rimsøhusets online tilstedeværelse samt indhold:

Rimsøhuset historie:

Statistik og data:

Love og regler:

Amalie, Henning, Carsten, Martin.

Amalie, Henning, Carsten, Martin.

Amalie.

Henning.

## Rapport afsnit:

Forside:

Titelblad:

Indledning:

Projektbeskrivelse:

Agil arbejdsmetode:

Metodik:

Carsten.

Martin.

Amalie.

Martin, Amalie, Henning.

Martin, Henning

Henning.

Virksomhed:

Kulturanalyse:

Kernefortælling:

SWOT:

BMC:

Lean Canvas

Martin, Henning.

Henning.

Carsten.

Carsten, Henning.

Henning.

Kommunikation:

Målgruppe:

Personas:

Kommunikationsplan:

Målrætte kommunikation og AIDA-model:

Sociale medier:

Google og Facebook konto:

Martin.

Henning, Amalie.

Martin.

Martin.

Henning, Amalie

Amalie.

Design:

Moodboards

Wireframes af hjemmeside:

Carsten, Martin, Amalie, Brugerne

Martin.

Farveskema, symbolik og betydning:	Martin.
Typografi:	Amalie.
Billeder:	Amalie.
Logo og visuel identitet:	Henning.
Mockup:	Martin.
Storytelling i billeder:	Martin.
Interaktion:	
Mappe- og filstruktur:	Martin.
Programmerings struktur:	Martin, Carsten.
SEO optimering:	Martin.
Kode validering:	Carsten.
Link validering:	Carsten.
Optimering af loadtider:	Carsten.
Tests:	Carsten.
Konklusion, perspektivering, evaluering:	Amalie, Henning
Arbejdsfordeling:	Martin.
Kildeliste:	Amalie
Bilag:	Amalie, Martin.