

BRIEF SAMHÄLLSUTMANING

BAKGRUND

Många studenter har svårt att hitta prisvärda boendevalternativ, det är brist på bra äldreboendeformer för äldre samtidigt som gapet mellan generationer och framför allt mellan unga och äldre fortsätter öka.

LÖSNING

Norra Djurgården Fastighets AB vill med sitt framtidsprojekt utveckla ett helt nytt hyreskoncept och på så sätt kunna erbjuda billiga studentbostäder och samtidigt bidra till att lösa delar av den problematik som är kopplat till dagens och framtidens äldreboende. Initialt ska en 25 våningar hög fastighet byggas med 200 lägenheter totalt med en boyta på 30 m² per lägenhet med stor balkong och glaspartier mot balkongen. Hyresrätterna för studenter ska fördelas genom lottnings.

Låga avgifter;

- Standardiserat byggande med identiska lägenheter och enkel inredning.
- Innovativt bo-koncept som bygger på att en del av lägenheterna hyrs ut mot en låg avgift till studenter, en del hyrs ut till pensionärer för en högre avgift och en del av bostäderna är gratis och finansieras genom att hyresgästen i sitt boende åtar sig att bistå de äldre med hjälp i vardagen,

Fördelningen planeras enligt följande;

- o 100 bostäder ska hyras för 4 000 kr/månad.
- o 50 bostäder hyrs ut till en dubbel avgift till äldre.
- o 50 bostäder är avgiftsfria.

Övriga värden för hyresgästen;

- Garage i källarplan för elcyklar och elbilar
- Laddstation för allmänhetens elcyklar och elbilar
- Tillgång till gemensamma elbilar för de boende
- Gemensam anläggning för träning och friskvård på översta våningen

SPEC. VISUELL KOMMUNIKATION

Skapa en "säljande" poster som beskriver projektets fördelar med hjälp av visuella element. Det visuella materialet kan ex. bestå av foto, grafik, illustration, symboler och gärna en blandning av flera olika former av visuella element. Text kan användas som stöd utan att ta fokus från det visuella.

Målgrupp

1. Beslutsfattare (politiker och övriga intressenter)
2. Studenter
3. Föräldrar till kommande studenter

USP

Fokusera på projektets USP:n (Unique selling points, dvs. vad som gör projektet unikt och vad som skiljer det från andra liknande projekt) och vilka värden projektet skapar för studenter, äldre och deras anhöriga och samhället och låt dessa ligga till grund för den visuella kommunikationen.

Idégenerera

Vad skulle kunna göra projektet ännu bättre? Kom med förslag på vad som skulle kunna addera värde och göra projektet ännu mer intressant. Addera dessa värden till ert arbete.

Format

1-2 st A3:or. Ev. foton redigeras i Photoshop och grafik/illustrationer/symboler etc. skapas i Illustrator. Text och slutproduktion sker i InDesign. Se till att arbeta i rätt format.

Skriftlig inlämning

Presentera er poster tillsammans med en text där ni;

- Beskriver hur er visualiseringsprocess såg ut samt hur olika visualiseringsverktyg skiljer sig åt.
- Motiverar era val med utgångspunkt i de analysmodeller, föreläsningar och litteratur under kursen.
- Reflekterar över hur ni (i framtiden) kan använda visualisering för kommunikation och interaktion i en företagskontext.
- Reflekterar över visualiseringens potential ur följande perspektiv; teknisk, design och marknadsföring.

SPEC. VISUELL KOMMUNIKATION

Bedömning

Bedömningen kommer att ske utifrån följande "parametrar";

- **Innovationshöjd**; hur nytänkande är visualiseringarna (val av uttryck, teknik etc.), vilka nya idéer/utveckling av projektet har adderats.
- **Koppling till litteratur och föreläsningar**.
- **Teknisk höjd**, dvs. hur har visualiseringarna och postern genomförts (detaljnivå och finish)
- **Kommunikativ/pedagogisk höjd**, hur väl står visualiseringarna för sig själva (dvs. hur väl kan de kommunicera projektet utan textstöd (eller med litet extstöd)).

Jury

Juryn består av representant från Norra Djurgården Fastighets AB, Programansvarig Renate Åkerhielm, Kursansvarig (Frida Birkelöf) samt representant från Lucerne School of Engineering and Architecture.

Tävlingsmoment

Det bästa bidraget kommer förutom äran att belönas med presentkort från IKEA.