

Kan du vise børnekulturens kant?

Alle børn har ret til kunst og kultur i deres hverdag.

Det har Kulturprinsen kæmpet for at sikre i mere end 20 år. Sidste år blev det arbejde anerkendt med tilskud fra Kulturministeriets udlodningsmidler, hvilket gav os luft under vingerne til at få rykket vores strategi et skridt tættere på vores ambitioner – derfor skifter vi navn til *Institut for Børnekultur*.

Vores nye navn og det nye strategiske grundlag skal være med til at sikre, at vi bliver set som en ekspertstemme på området. Det kræver selvfølgelig også et nyt look. Det skal være tydeligt fra første øjekast, hvem Institut for Børnekultur er. Vi vil vise beslutningstagerne, at børnekulturen har kant, er i konstant udvikling og hører lige så meget sammen med politik, pædagogik, uddannelse og samfund, som med kunst, kultur og leg. Børnekultur er andet og meget mere end karsedyrkning i bemalede mælkekartoner.

Institut for Børnekultur har ligeledes brug for en ny hjemmeside, hvor vi kan fange fagpersoner, formidle forskning, prale med projekter og meget andet.

En lille introduktion aka. Institut for Børnekulturs kernefortælling:

”Kunst og kultur har en afgørende betydning for børns liv, udvikling og dannelse. Institut for Børnekulturs opgave er at skabe de optimale rammer for, at børn kan udfolde sig, dyrke deres nysgerrighed og indgå i fællesskaber. Det gør vi ved at skabe faglig synergi i krydsfeltet, hvor professionel kunst og kultur møder pædagogik i dagtilbud, skole, SFO og klub.

Vi udvikler og værner om kvaliteten af den børnekulturelle praksis ved at forene praksisnære erfaringer med forskning og uddannelse, og vi arbejder med afsæt i samfundsaktuelle dagsordner og lokale kontekster. Vi sikrer, at samarbejdet på tværs af professioner og faglige niveauer bliver til vedvarende indsatser, der fremmer og styrker børnekulturen i Danmark – til gavn for alle børn.” fra Institut for Børnekulturs strategi for 2024-2026.

Institut for Børnekulturs værdier:

Talk the talk about the walk we walk; vi arbejder ud fra fire grundlæggende værdier, der skal kunne ses i den nye visuelle identitet og digitale tilstedeværelse. De fire værdier er: æstetik, relevans, faglighed og bæredygtighed.

Kunst, kultur og æstetiske processer er grundlæggende for vores arbejde, og vi har altid det sansende og eksperimenterende for øje. Det æstetiske rum åbner for kreativitet, inddragelse og nysgerrighed og giver plads til samarbejdspartnere, aktører og børn, så de oplever sig selv som en del af processen og produktet.

- Hjemmesiden må godt være interaktiv og legende på en måde, vi ikke engang vidste, den kunne være.

Det er afgørende for Instituttet, at vores arbejde og de tværfaglige forbindelser, vi skaber, har en relevans. Med det mener vi, at det skal give mening og skabe værdi hos aktørerne. Med samtidsbevidsthed og øje for omverden, udvikler vi betydningsfulde projekter og samarbejder, der rækker ind i fremtiden.

- Hjemmesiden skal gøre det nemt for travle politikere hurtigt at finde det, de leder efter, men derfor må den stadig godt have fremtidsflair, der går udover et ”klassisk” setup. Almost anything goes.

For os har fagligheden rod i integritet, autenticitet og professionalisme i kunstnerisk og pædagogisk praksis.

- Det er vigtigt for os, at den nye visuelle identitet er med til at løfte børnekulturen op til den status den bør have; som et seriøst emne, der fortjener national politisk opmærksomhed.

Vi arbejder med udgangspunkt i FN's børnekonvention og de 17 verdensmål for bæredygtig udvikling, og vi er især optagede af den sociale bæredygtighed.

- Det er vigtigt, at der er tænkt over lige adgang i udviklingen af vores nye hjemmeside og visuelle identitet, og at leverandører har forholdt sig til klimabelastning i valgt teknologi.

En slags opsummering:

Tricket for jer bliver at skabe en visuel identitet og hjemmeside, der giver Institut for Børnekultur æstetisk flair med *kant*, men som stadig kan ramme fagfolk og beslutningstagere.

Den nye visuelle identitet forventes at indeholde logo og designmanual. Det kunne være fedt, hvis designmanualen kommer omkring brugen af foto og video. Vi er en organisation, som arbejder med kunst og kultur, så det er medier, vi gerne vil gøre brug af i formidlingen af vores arbejde. Det regner vi med, at I har styr på, men nu nævner vi det lige alligevel.

Det forventes, at Instituttets kommunikationsmedarbejder selv skal kunne håndtere den færdige hjemmeside, så vi ikke får brug for at ringe til jer, hver gang der skal beskrives nye projekter på siden.

Praktisk info

Deadline for indsendelse af tilbud er d. 27/6 2024. I kan bare ringe med spørgsmål helt frem til deadline. Institut for Børnekultur kontakter potentielle leverandører d. 4/7, med indkaldelse til præsentationsmøde d. 7/8.

Tilbud sendes til kommunikationsmedarbejder Mille Boje Carlsen via mcar@kulturprinsen.dk.

Bemærk, at det ikke er muligt at sende filer direkte via WeTransfer, da disse blokeres uden notifikation.

Tilbuddet forventes at indeholde:

- Skitseforslag og præsentation af dette.
- Estimat for honorar for opgaven og evt. muligheder for skalering.
- Forslag til proces og tidsplan.
- Henvisning til eksempler på tidligere lignende opgaver udført – gerne med beskrivelse af, hvordan disse adskiller sig fra det forventede produkt for Institut for Børnekultur.
- Tilbuddet kan indsendes i selvvælg format.

Kvalifikationskrav

Institut for Børnekultur forventer, at I kan levere en fuldendt visuel identitet, designmanual og website.

Vi forventer høj professionalisme og tilgængelighed (vi skal nok lade være med at kime jer ned, men det kan ske, at vi har nogle spørgsmål til jer i løbet af processen). Udviklingen af website vil også kræve noget koordinering med IT-afdelingen i Viborg Kommune, da de administrerer vores digitale infrastruktur. Vi skal nok sørge for kommunikationen, men det kan være godt at være opmærksom på, at der kan komme specifikke anmodninger fra den kant (de plejer være meget søde).

Tildelingskriterier

Vi kigger alle de fantastiske bud igennem og vælger nogle stykker, som får mulighed for at komme og give en uddybende præsentation for Instituttets medarbejdere, inden vi vælger The One.

Tilbuddene evalueres efter en samlet bedømmelse af pris, kvalitet, kreativitet og erfaring.

Kommunikationsafdelingen giver udtryk for, at det er meget vigtigt, at der er en sammenhæng mellem det visuelle og funktionerne på hjemmesiden. Det gør simpelthen noget for helhedsoplevelsen, at der lige er kælet for nogle detaljer.

Det er vigtigere for os, at det I præsenterer os for, er cutting edge, end at I har 25 års erfaring med denne her slags arbejde.

Vi foretrækker at finde en leverandør, der kan klare det hele – designe en lækker visuel identitet OG bygge den geniale hjemmeside op. Men hvis du står og kan gøre én af delene helt fænomenalt, så prøv at kontakte os alligevel, det kan jo være, vi kan finde et perfekt match mellem jer.

Kontakt

Er der noget, vi ikke er kommet helt omkring? Har I brug for at vide, hvad der egentligt helt præcis skal være på den der hjemmeside? Eller har I bare lyst til at snakke om det sidste nye indenfor webdesign og typografier – så tag fat i vores kommunikationsmedarbejder Mille Boje Carlsen på mcar@kulturprinsen.dk eller 60 21 88 15.