



**TRASH.**

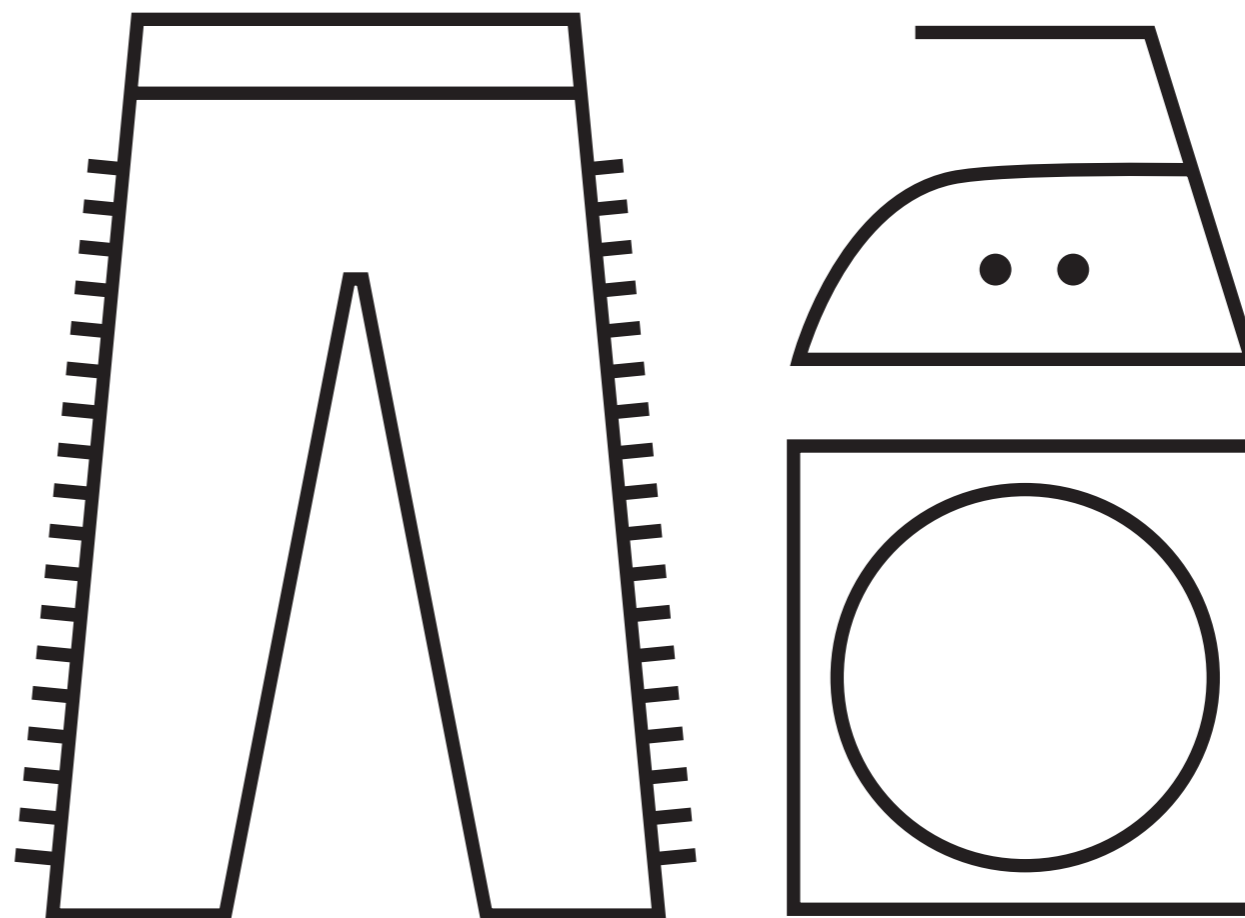
**Hvordan kan en visuell identitet gjøre  
det mer attraktivt for flere  
å handle second-hand?**

# konseptet.

Second-hand er gull verdt. Hvorfor har ikke flere skjønt det? Trash er en second-hand kjede som har som mål å øke oppmerksomhet rundt gjenbruks-trenden, og bryte de siste fordommer og barrierer knyttet til denne form for shopping. Second-hand skal ikke bare være forbeholdt spesielt interesserte eller de største miljøaktivistene.

Med et stilrent design basert på enkle og tydelige linjer, og en symbolbruk som gir assosiasjoner til det rene, skal den visuelle identiteten gjøre det attraktivt for flere å velge brukt. Spennende detaljer og et friskt språk skal stimulere til skatte-jakt og identitetsskapende shopping, og det med god samvittighet!

Second-hand fortjener en ny og høyere status, og det skal Trash sin visuelle identitet bidra til. Brukte klær er kult!



**too cool to  
be new.**

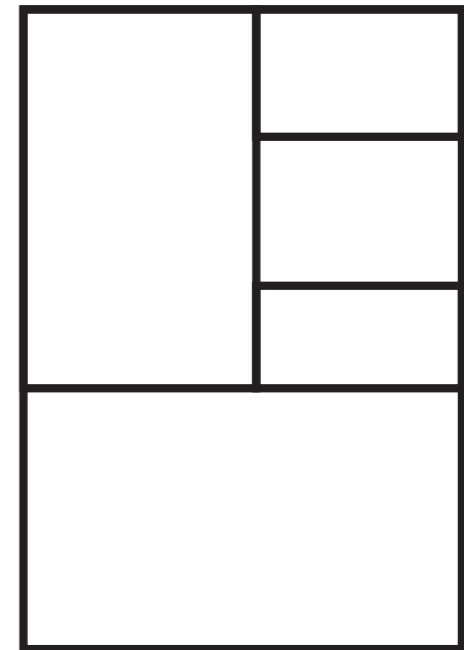
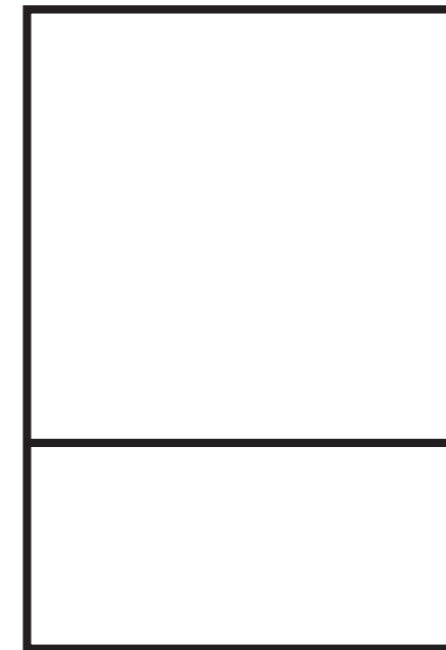
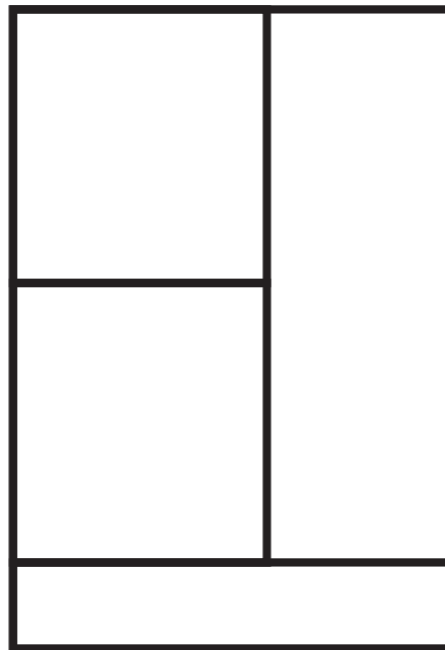
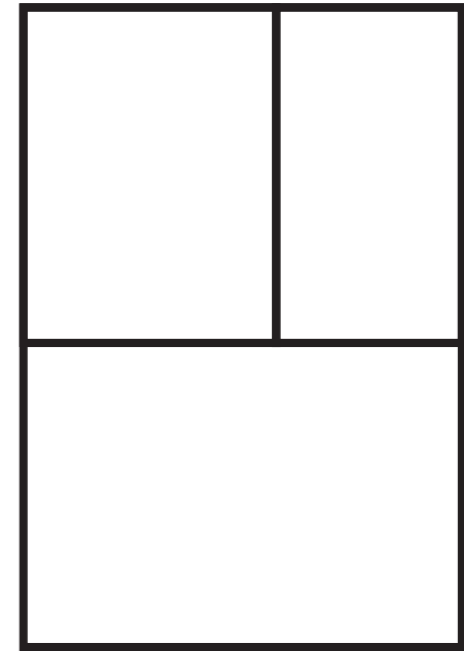
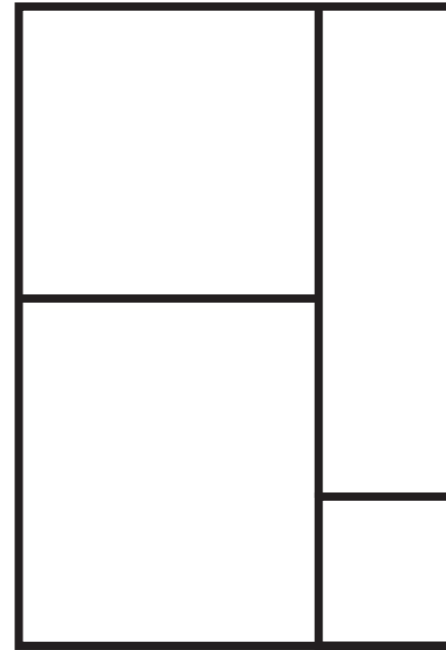
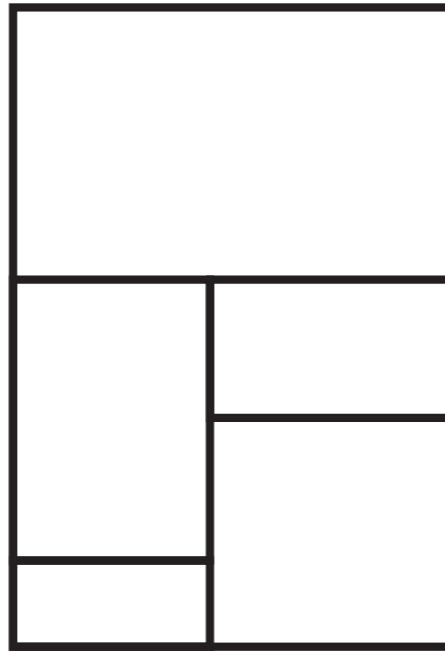


**visuell identitet.**

# grid.

Det tydelige gridet, og inkluderingen av illustrasjonene i dette, går frem som den viktigste identitetsskaperen. De rette linjene og firkantede rutene skaper et tydelig system og følelse av orden.

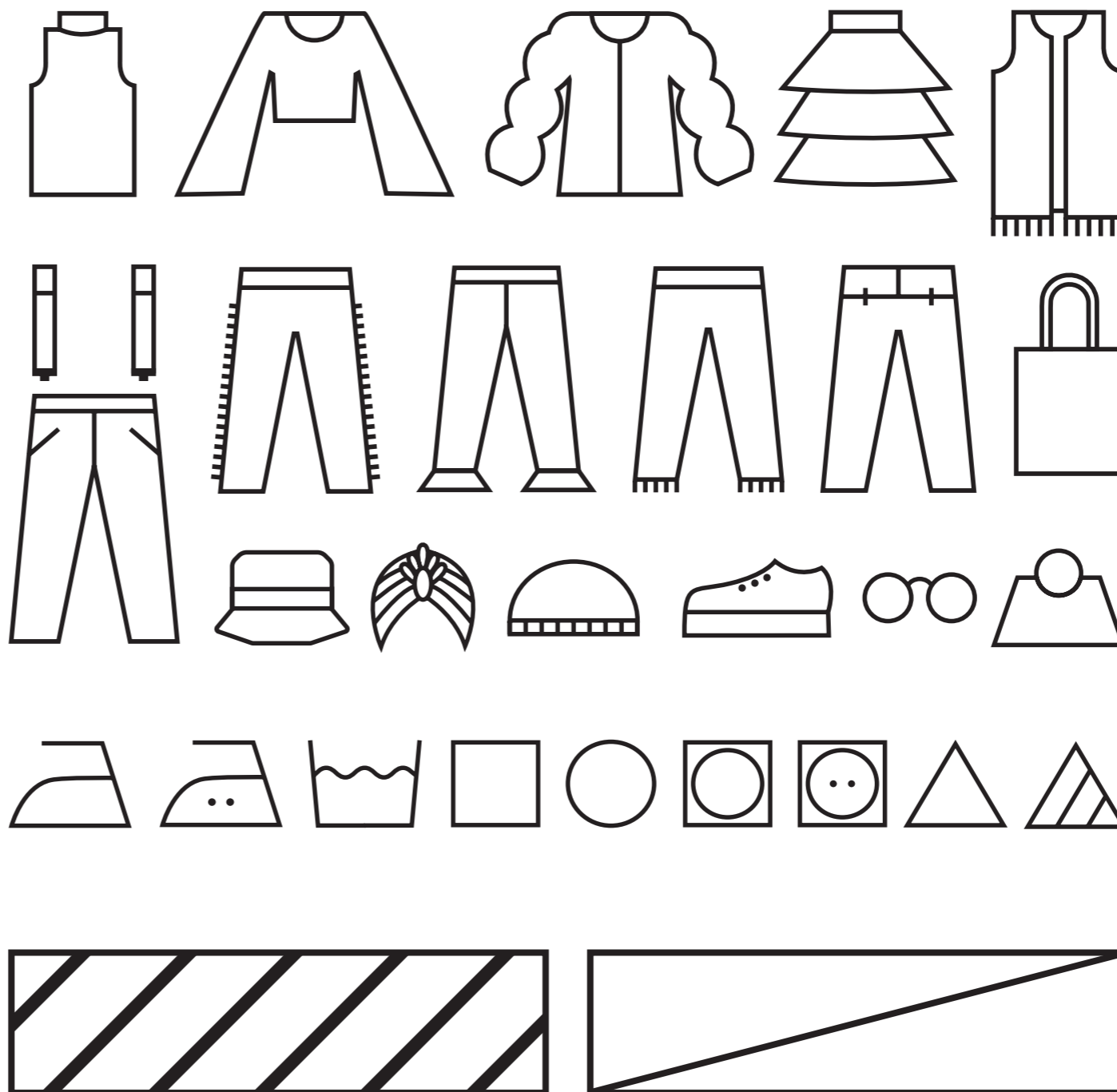
Ved at gridet tillater variasjon i antall ruter, åpnes det opp for en rekke ulike oppsett. Dette tilfører en fleksibilitet og spenning til identiteten, samt hindrer et for strengt totaluttrykk.



# illustrasjoner.

Illustrasjonenes rette linjer og simple utførelse gjør at de bygger opp under den totale identitetens uttrykk av noe enkelt, tydelig og rent. Vaskesymbolene forsterker "det rene" ved å spille på semiotikk og direkte assosiasjoner til noe som er vasket. Klessymbolenes spennende detaljer og utradisjonelle utforming, tilfører i tillegg et særpreg til det ellers enkle uttrykket. Disse får dessuten frem det unike og identitets-skapende aspektet ved second-hand.

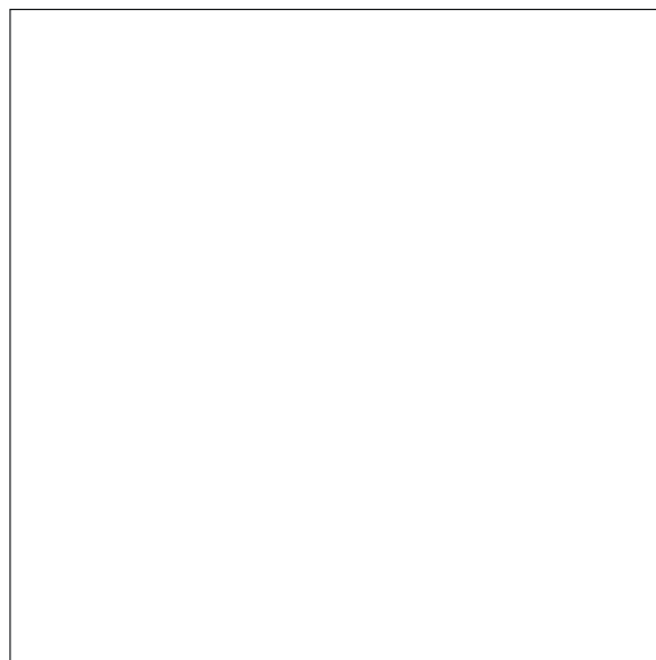
De skråstilte linjemønstrene skaper dynamikk til gridets ellers horisontale og vertikale linjer.



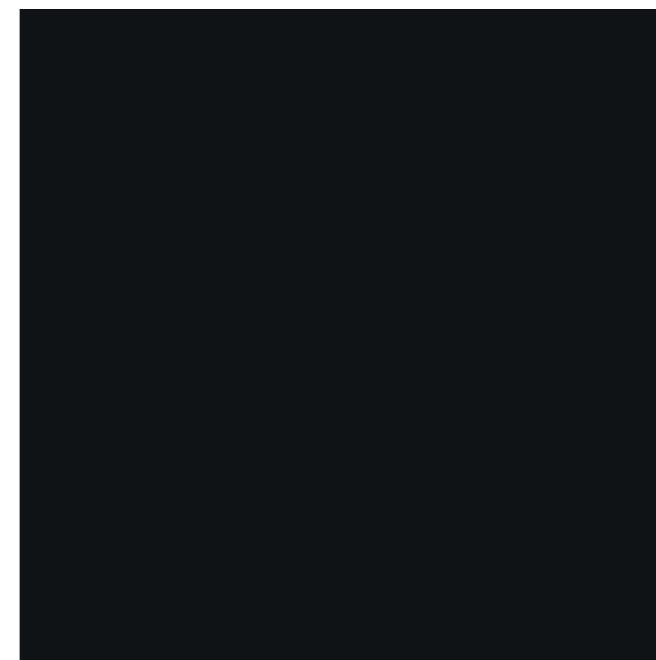
# farger.

Den enkle bruken av kun svart og hvit, gjør at den visuelle identiteten både er lett å få øye på og å oppfatte.

Visuelt er svart en tung farge som tilfører budskapet styrke og seriøsitet. Hvitt på sin side formidler renhet, trygghet og åpenhet. I kombinasjon med hverandre skaper de en spennende kontrast som kommuniserer kraftigere enn fargene hver for seg. De utfyller hverandre på en måte som virker helhetsskapende og balanserende for identiteten.



**CMYK:** 0 / 0 / 0 / 0  
**RGB:** 255 / 255 / 255



**CMYK:** 0 / 0 / 0 / 100  
**RGB:** 29 / 29 / 27

# typografi.

Identiteten kjennetegnes av en konsekvent bruk av Aktiv Grotesk Medium. Med sin høye x-høyde og manglende kontraster oppfattes den autoritær, samtidig som den er enkel og nøytral. Dette gjør at budskapet kommer frem på en presis måte uten å virke for dominerende. Ved å benytte én og samme font oppnår identiteten en helhet som er lett å oppfatte.

\*For å skape hierarki og/eller dynamikk der det trengs, støttes det typografiske av regular og bold. Regular på mengde-tekst og bold ved utheving.

## Aktiv Grotesk Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
WXYZÆØÅabcdefghijklmnop  
qrstuvwxyzæøå 0123456789

### Regular

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrs  
tuvwxyzæøå0123456789

### Medium

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrs  
tuvwxyzæøå0123456789

### Bold

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrs  
tuvwxyzæøå0123456789

# logo.

Navnetrekket er plassert i et rektangel med definerte linjer, hvilket gir logoen et stempelpreg og "her-er-vi"-uttrykk over seg. Linjene er tynnere enn selve gridet, og logoen smelter med det inn i helheten, fremfor å virke dominerende.

Ved at A'en er snudd på hodet, og ikke «oppfører» seg normalt, uttrykker logoen en «attitude» og en «edge». Dette vekker både oppmerksomhet og trigger nysgjerrighet. A'en i seg selv kan skape assosiasjoner til en søppelkasse, og underbygger med det butikkens navn og ellers snertne tone. Punktum i slutten av navnetrekket gir en kraft og følelse av «rett på sak».

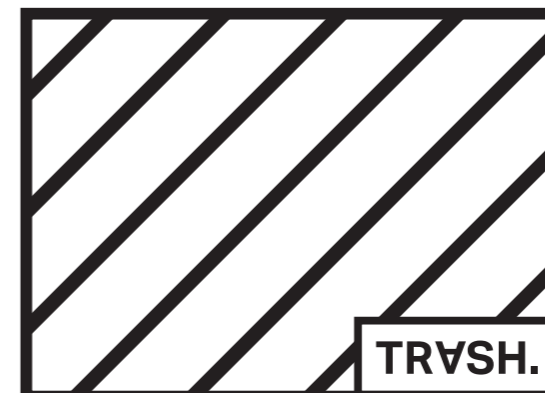
Med ønske om et enkelt og tydelig uttrykk, benyttes den samme fonten som for resten av identiteten.



logo



logo i grid



logo i grid, over mønster



# bildestil.

Bildene tilfører den ellers svart/hvite og geometriske identiteten liv og farge.

For å bevare det grafiske uttrykket skal det følges en viss bildestil. Bildene skal ha fokus på en naturlig stil som ikke skal oppfattes for iscenesatt. På den måten skal bildene fremstå som mer autentiske og appellere til flere.





# bildestil.

For å skape variasjon og spenning vil bildene i helfigur støttes av bilder med andre utsnitt.

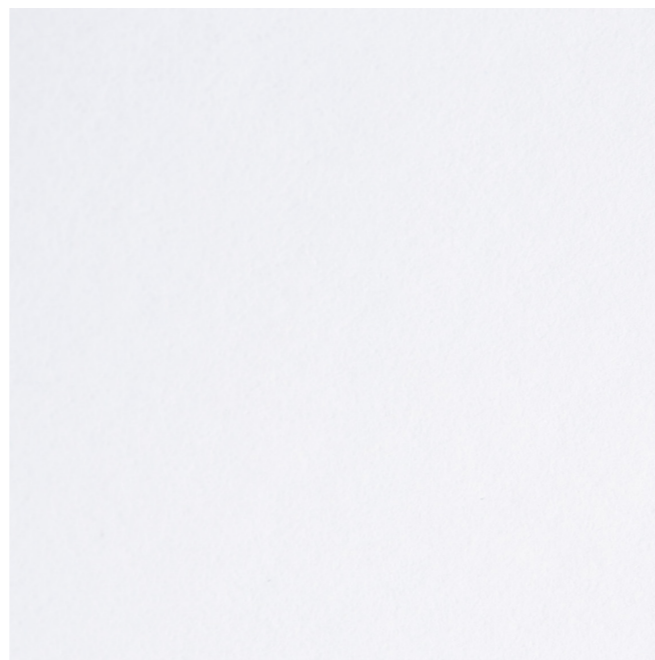




# materialer.

Identiteten skal støttes av en materialbruk som fremmer et naturlig, rent og autentisk uttrykk. Til trykket materiale vil det benyttes ubestrøket hvitt papir, og til detaljer som eksempelvis tråden på prislapper skal det brukes naturtråd. Butikkens interiør skal preges av sponplater for å støtte opp under følelsen av noe naturlig og ekte.

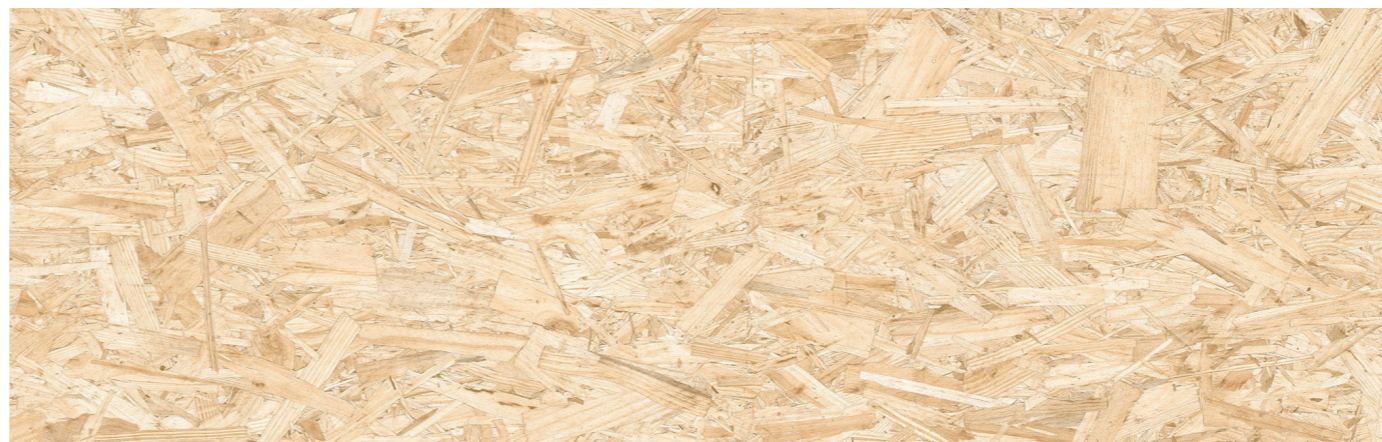
Materialbruken understreker dessuten det miljøvennlige aspektet ved second-hand.



**ubestrøket, hvitt papir**



**naturtråd**



**spon**

## tone of voice.

De kortfattede og presise setningene vekker både oppmerksomhet og nysgjerrighet. De engasjerer ved at mot-taker må ta stilling til budskapet.

Den ironiske tonen skal bidra til å alminneliggjøre second-hand, og bryte ned fordommer.

**be younger than your jeans.**

**no history, no future.**

**where's your unique?**

**can you handle it?**

**see my shiny new trash?**

**unique? ehh yes, please.**

**too cool to be new.**

**that's trashtastic.**

**profilbærere.**

**plakater.**



# plakater i bybildet.





plakater i bybildet.





# plakater i bybildet.



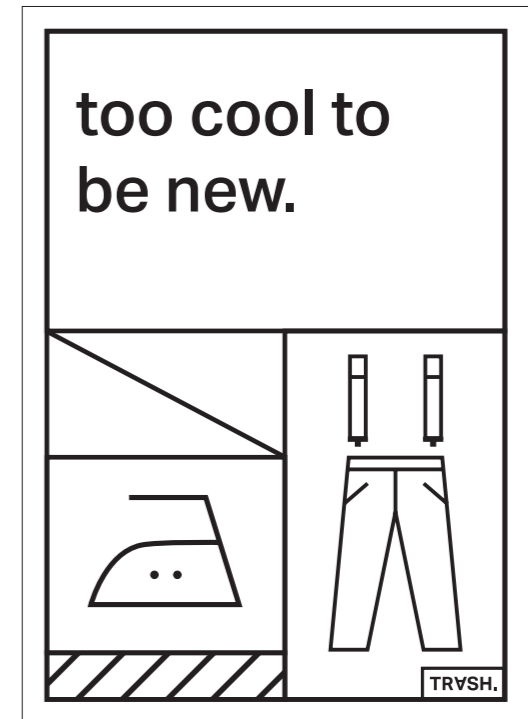
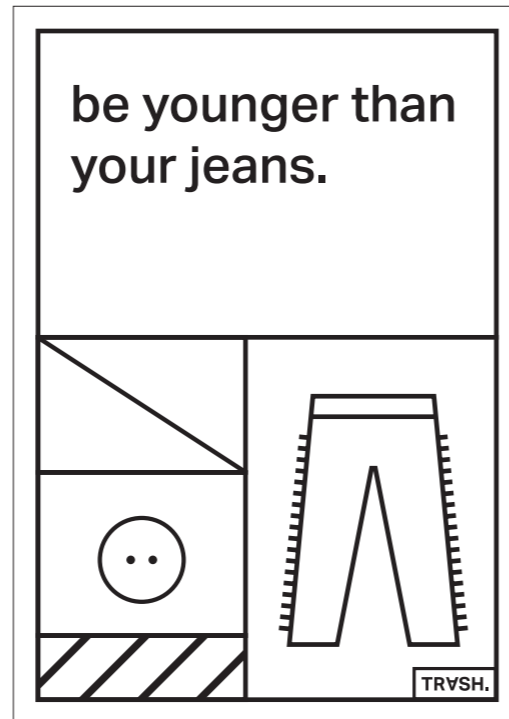
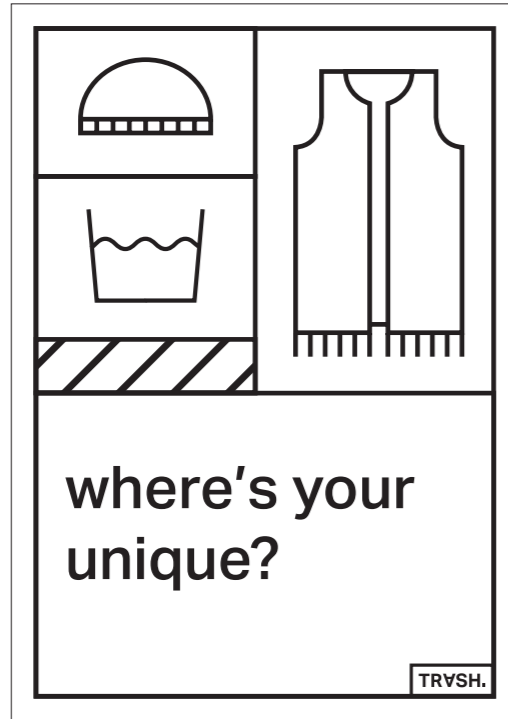


plakater i butikk.



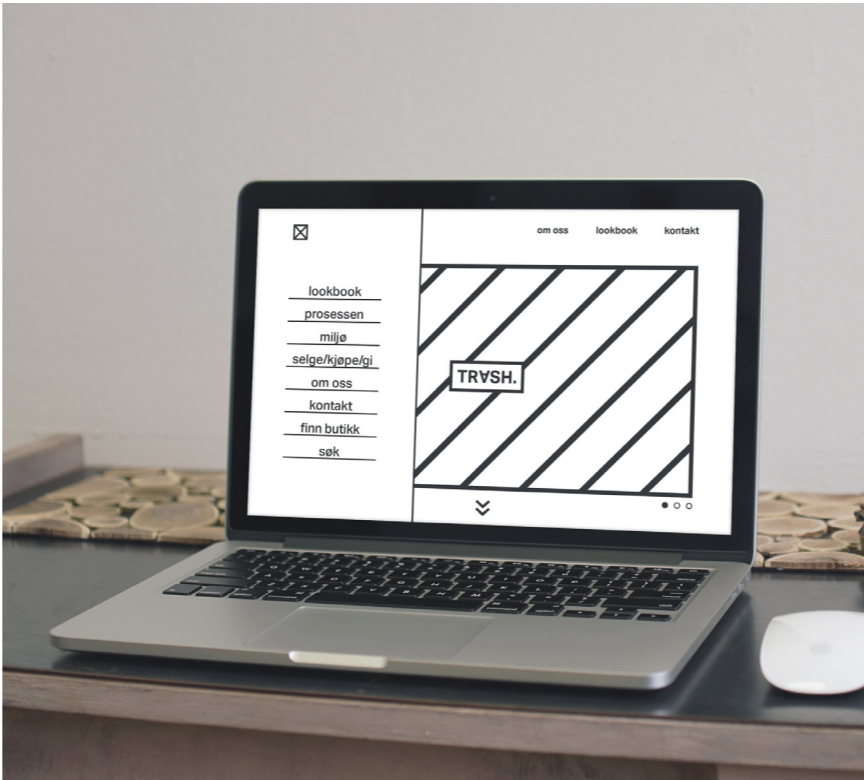
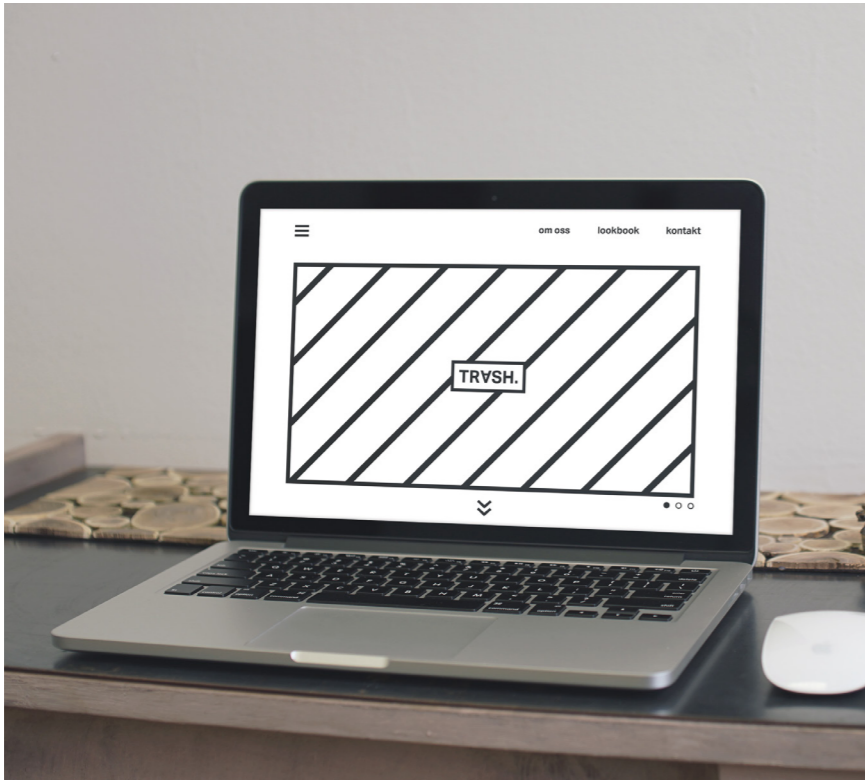


# et utvalg plakater.

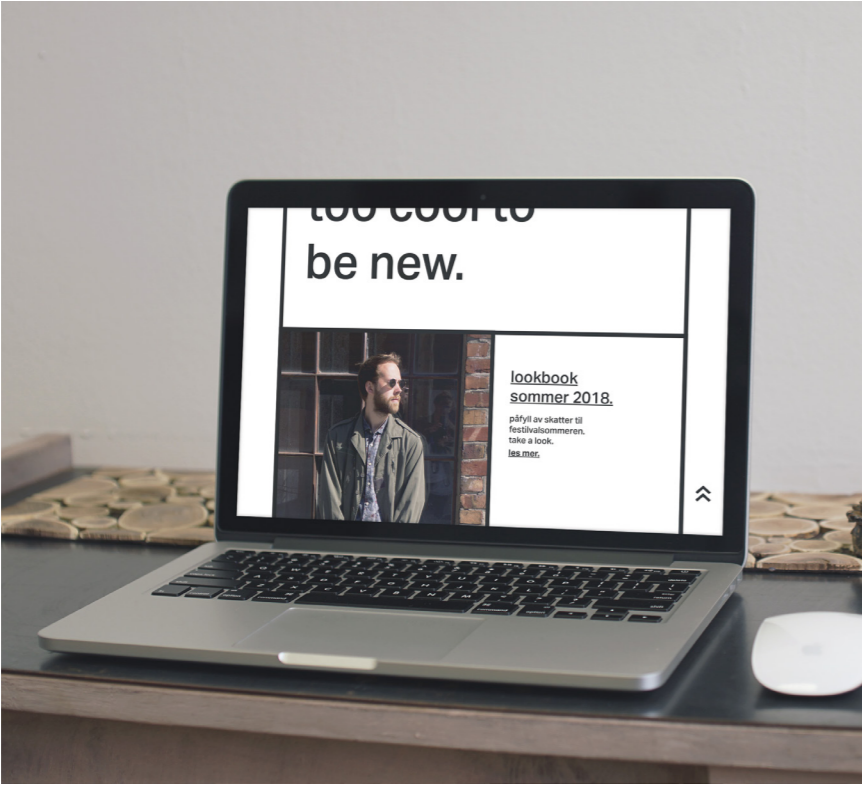


**nettside.**

# nettside - index.



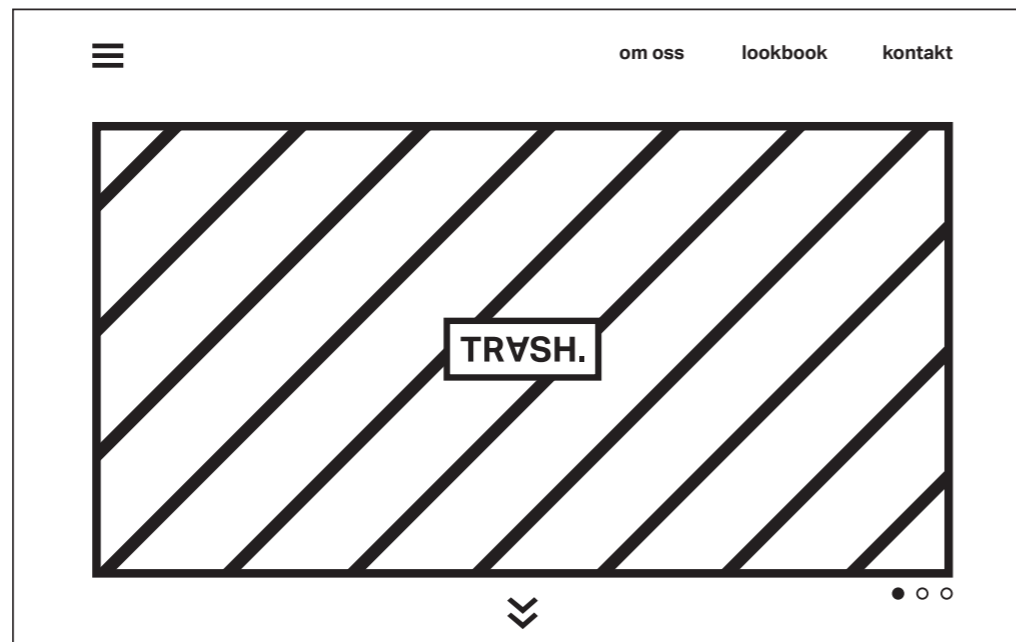
# nettside - scroll.



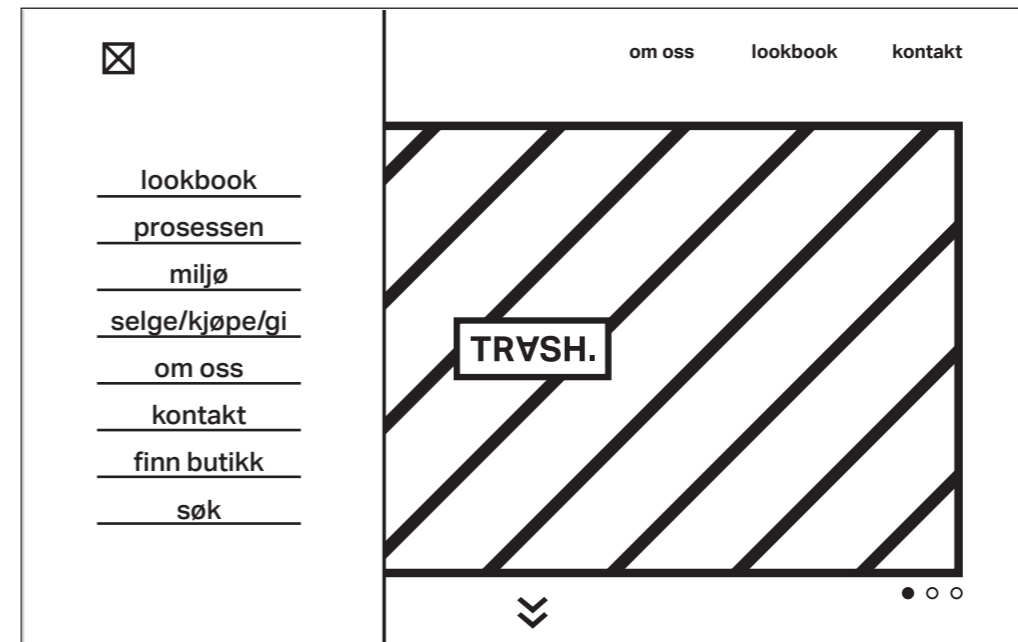


# nettside - frames av index.

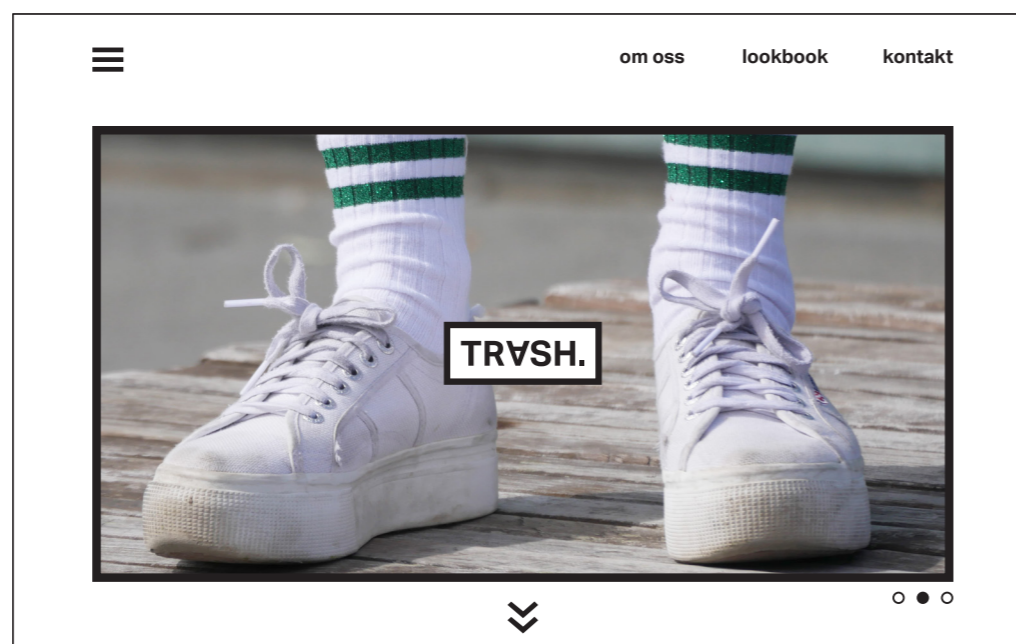
index-side, slide 1:



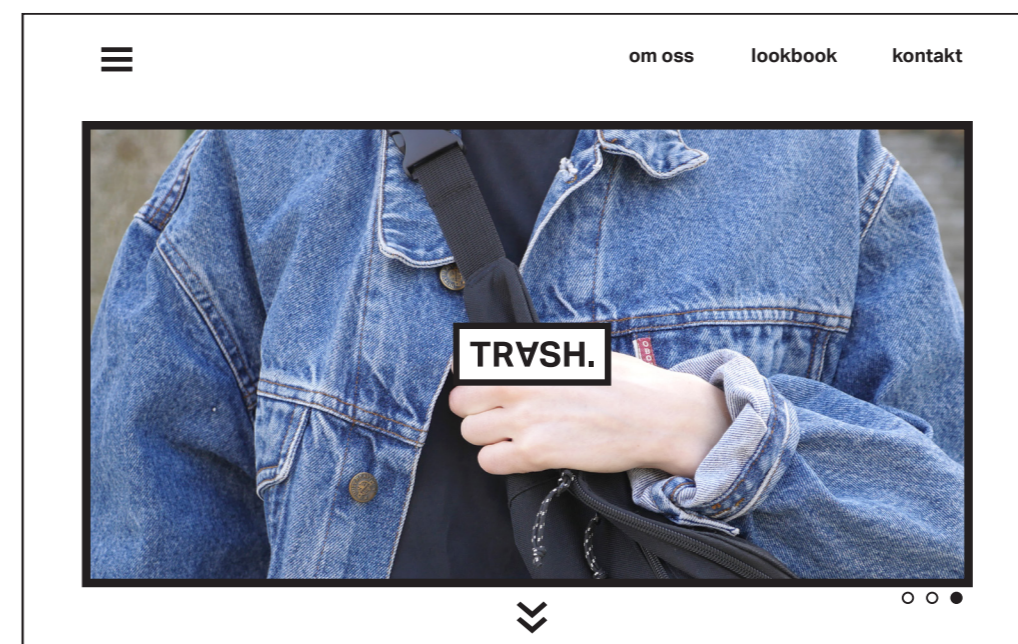
nedtrekksmeny:



index-side, slide 2:



index-side, slide 3:

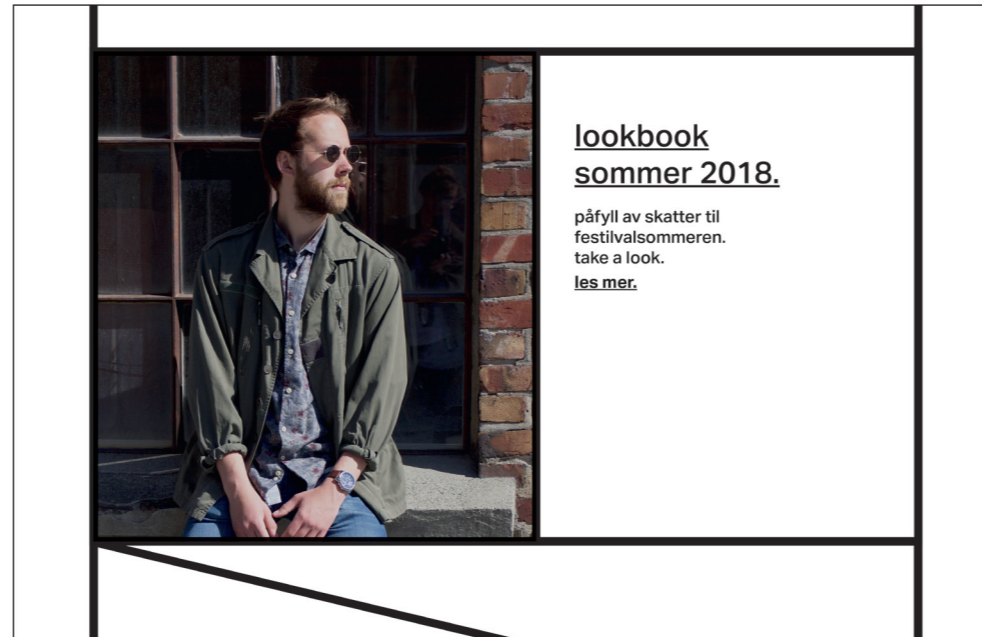


# nettside - frames av scroll.

scroll:



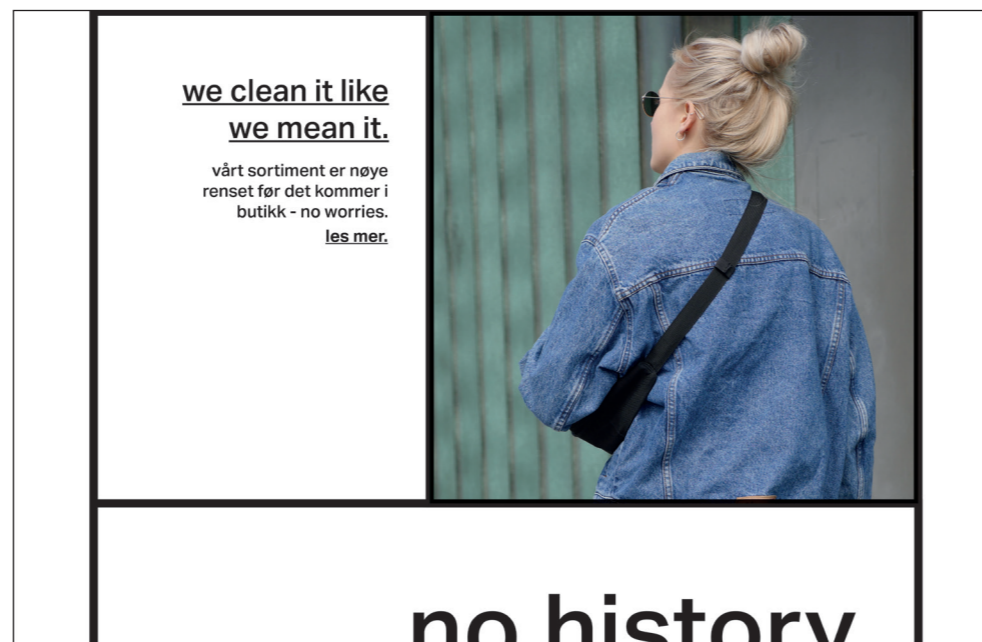
close-up scroll:



close-up scroll:



close-up scroll:



close-up av enden av scroll:



# nettside - detaljer.

nedtrekksmeny:



bildeslide på index-side:



link til sosiale medier:



meny:



avslutt:



til toppen:



veiviser:



**facebook.**



# facebook-side.

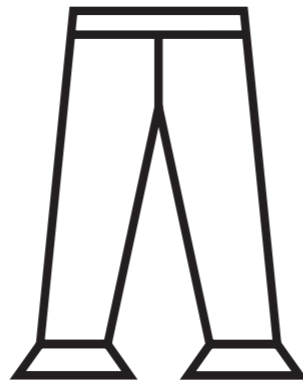

The image shows a Facebook page for 'TRASH.' (@trashsecondhand). The profile picture is a square with the word 'TRASH.' in a bold, sans-serif font. The cover photo is a close-up of a person's hands holding a denim jacket, with a 'TRASH.' logo overlaid. The page has a navigation menu on the left with options: Home, Posts, Videos, Photos, About, Likes, and a 'Create a Page' button. The main content area features a post from 16 hours ago with the text: 'Har du lyst til å lære hvordan du kan sprite opp en gammel t-skjorte? På lørdag holder vi redesign-workshop! Be there or be square.' Below the text is a graphic for the 'workshop: redesign. @trondheim' on '05.mai' from '12:00 - 15:00'. The graphic includes a line drawing of a t-shirt and a striped pattern. The post has 1,527 shares and is liked by 'Mkt Comunicacion, Ifeanyi Ezurukam and 42K others'. On the right side of the page, there is a 'Send Message' button and a 'Second-hand butikk' section with an 'Invite friends to like this Page' button. Below that, it says 'trash second-hand butikker oslo - bergen - trondheim' and '20,803 people like this and 20,779 people follow this'. At the bottom right, there is an 'About' section with the website 'www.trash.no' and 'Second-hand butikk'.

The image shows a Facebook page for 'TRASH.' (@trashsecondhand). The profile picture is a square with the word 'TRASH.' in a bold, sans-serif font. The cover photo is a large rectangle with a diagonal striped pattern and the word 'TRASH.' in a bold, sans-serif font. The page has a navigation menu on the left with options: Home, Posts, Videos, Photos, About, Likes, and a 'Create a Page' button. The main content area features a post from 16 hours ago with the text: 'BERGEN! På mandag fyller vi butikken med masse nye skatter! Førstemann til mølla!'. Below the text is a photo of a man in a dark jacket looking down. The post has 1,527 shares and is liked by 'Mkt Comunicacion, Ifeanyi Ezurukam and 42K others'. On the right side of the page, there is a 'Send Message' button and a 'Second-hand butikk' section with an 'Invite friends to like this Page' button. Below that, it says 'trash second-hand butikker oslo - bergen - trondheim' and '20,803 people like this and 20,779 people follow this'. At the bottom right, there is an 'About' section with the website 'www.trash.no' and 'Second-hand butikk'.

# et utvalg bannere.

	<p><b>workshop: redesign.</b> @trondheim</p>
	<p><b>05.mai</b> 12:00 - 15:00</p>

	<p><b>trash-talk: gjenbruk i dag.</b> @oslo</p>
<p><b>05.mai</b> 12:00 - 15:00</p>	

<p><b>klesbytte- marked.</b> @bergen</p>	
<p><b>05.mai</b> 12:00 - 15:00</p>	

	<p><b>workshop: totebags.</b> @oslo</p>
	<p><b>05.mai</b> 12:00 - 15:00</p>

**skilting.**

# skilting.

logo-skilt, utside:



prøverom-skilt, innside:

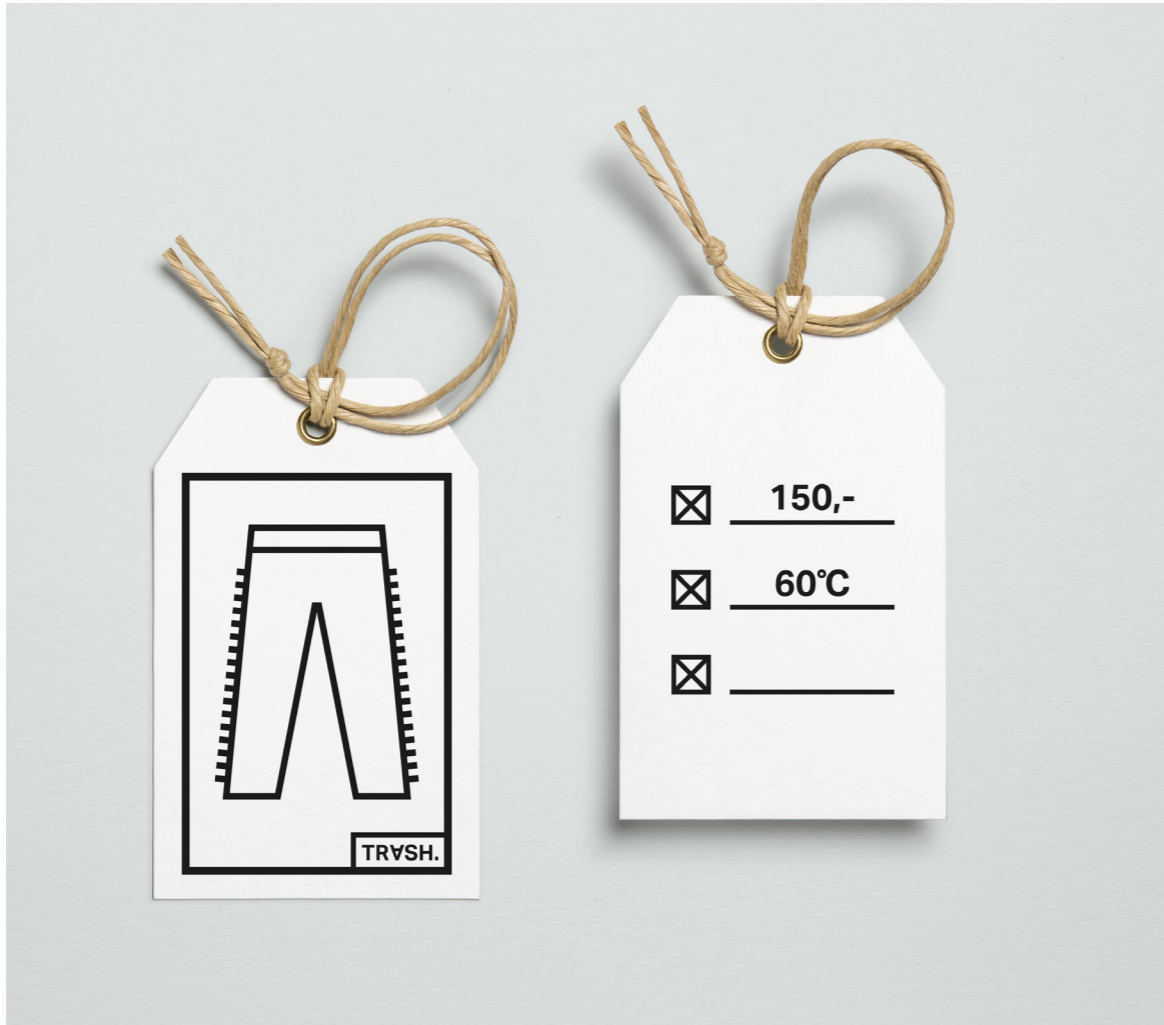


**diverse.**

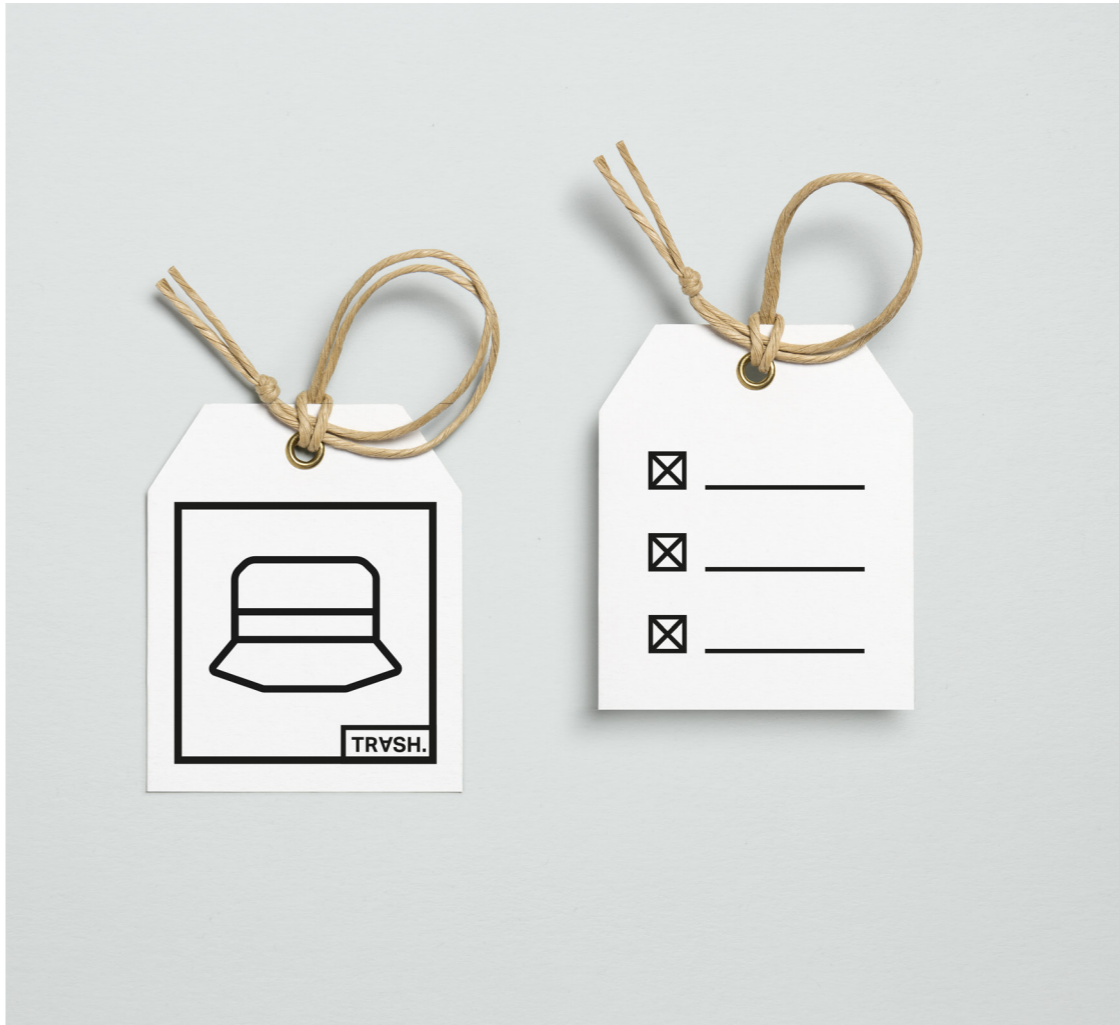


# prislapper.

stor versjon (til klær):





liten versjon (til tilbehør):





# visittkort.



## oslo:

trash second-hand butikker		
#oslo	+47 22 23 48 71	
web: www.trash.no insta: @trashsecondhand		
oslo - bergen - trondheim		
		TRVSH.

## bergen:

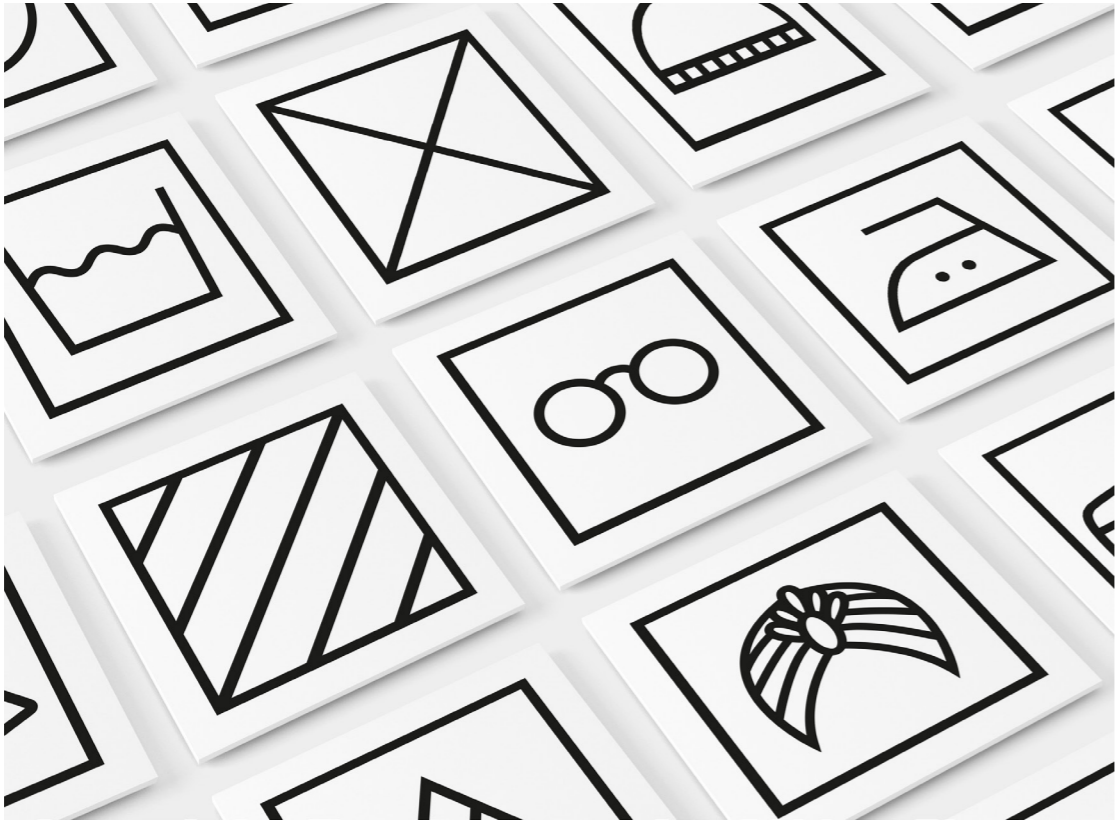
trash second-hand butikker		
#bergen	+47 22 80 83 40	
web: www.trash.no insta: @trashsecondhand		
oslo - bergen - trondheim		
		TRVSH.

## trondheim:

trash second-hand butikker		
#trondheim	+47 75 43 18 20	
web: www.trash.no insta: @trashsecondhand		
oslo - bergen - trondheim		
		TRVSH.



# klistremerker og handleposer.





# totebags.

