

BOP3103  
Bacheloroppgave

Hvordan bruke en familiebedrifts historie  
i utviklingen av en visuell identitet?

# Prosessbok

Høyskolen Kristiania  
Vår 2020

«Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.»



# Introduksjon

*Denne seksjonen inneholder bakgrunnen for denne oppgaven, samt en redegjørelse for problemstillingen.*





## 1.0 Innledning

I min bacheloroppgave ønsker jeg å utvikle en visuell identitet til min families campingplass. Gjennom arbeidet ønsker jeg å finne kjerneverdiene til min familie og utforske hvordan de kan uttrykkes visuelt for å danne en identitet til campingen.

### 1.1 Prosjektets bakgrunn og tema

I dette prosjektet ønsker jeg å utvikle en visuell identitet til min families campingplass: Øvre Pasvik Camping. Campingens plassering ligger som navnet tilsier, i Øvre Pasvik. Området ligger nord-øst, klemte mellom Finland og Russland. Stedet byr på stille natur, tradisjonsrik lokalkultur og en flerkulturell historie.

Driften startet i 1989 av farmor og farfar. De bygde campingen selv med hjelp fra slekta og nærmiljøet. Farmor og farfar drev campingen fram til 2013 - da var det på tide å pensjonere seg. I 2014 tok min far og stemor over campingens drift, og det har vært liv i den siden.

Jeg har vokst opp på campingplassen og har et nært forhold til den. Jeg har ønsket å lage en visuell identitet til campingen helt siden jeg begynte på grafisk design studiet i 2017. Campingens plassering har aldri hatt en tydelig visuell identitet. Alt av profilbærere har blitt designet av ulike trykkerier og det er så og si kun campingens navn som har vært den røde tråden opp gjennom årene. Dette synes jeg er litt interessant i og med at campingens plassering har klart å trekke til seg nye og gamle gjester alle disse årene, helt uten en tydelig visuell identitet.

Gjennom prosjektet ønsker jeg å lære mer om områdets historie og kultur. Campingens drift og den har vært preget av det

flerkulturelle miljøet i Pasvikdalen, hvor samiske, finske og russiske tradisjoner har kookt sammen. På campingens plassering har bærekraft og selvforsyning stått i fokus lenge før det ble på "moten". Jeg ønsker å utvikle en visuell identitet som kan gjenspeile verdiene til familien min og lokalkulturen - og da bidra til at verdiene bevares for fremtiden.

### 1.2 Prosjektets formål og hensikt

Dette prosjektet skal først og fremst resultere i en visuell identitet til Øvre Pasvik Camping, men identiteten skal også støtte opp under campingens mål om å være en aktør for Pasvikdalens lokalkultur og tradisjoner. Bygda har krympet de siste årene og fortsetter trenden vil både bygda og dens kultur forsvinne. Øvre Pasvik Camping er en av få gjenværende aktører i området som fortsetter å praktisere lokalkulturen.

Gjennom identitetsarbeidet i dette prosjektet, ønsker jeg å fremme lokalkulturen og dens verdier. For å oppnå dette ønsker jeg å utforske verdiene til familien min gjennom et designperspektiv, og bruke dette som et grunnlag for den visuelle identiteten til Øvre Pasvik Camping. Den nye identiteten skal bidra til å fremme campingens plassering som en aktør for lokalkulturen i Øvre Pasvik, og på den måten bidra til å bevare og videreføre den skjøre bygdekulturen.

Rent personlig ønsker jeg å lære mer om min families historie og dyrke egen identitet. Det ligger en stor personlig verdi i å skape en felles forståelse i familien om at "dette er oss".

### 1.3 Problemstilling og underspørsmål

Den konkrete problemstillingen til dette prosjektet er:  
*Hvordan bruke en familiebedrifts historie i utviklingen av en visuell identitet?*

For å svare på dette ønsker jeg å utforske historien og verdiene til familien min gjennom et designperspektiv, og bruke dette som et grunnlag for den visuelle identiteten til Øvre Pasvik Camping.

### 1.4 Prosjektets avgrensninger

Lokalhistorien til Pasvikdalen er lang og kompleks. I denne oppgaven kommer jeg ikke til å gå i dybden på dette temaet, og bare snakke kort om de større linjene som har påvirket lokalkulturen i området.





**EN FAMILIEBEDRIFT**

Farmor - Edith Randa - Grunnlegger

Farfar - Svern Randa - Tidligere ansatt

Stemor - Hanne-Tove Randa - Daglig leder

Pappa - Atle Randa - Eier







# Case studies

*Tidlig i prosessen ble følgende indentiteter  
undersøkt til inspirasjon for prosessen videre.*



## 2.1 Der Peppern Gror

### Arbeid av Metric Design

"The Restaurant is a celebration of the first Indian immigrants who came to Norway in the late 1960's."

Reiseruta som de første immigrantene måtte gjennom for å komme til Norge, har blitt en del av logoen. Det en liten del av historien som allikevel forteller mye.

Fargepaletten er dus, litt som de gamle familiebildene fra 60-tallet.

For campingen kan en lignende tilnærming være å knytte inn områdets historie som russisk, norsk og finsk. Selve landområdet har tilhørt alle tre, i tillegg er kulturen påvirket av alle tre.



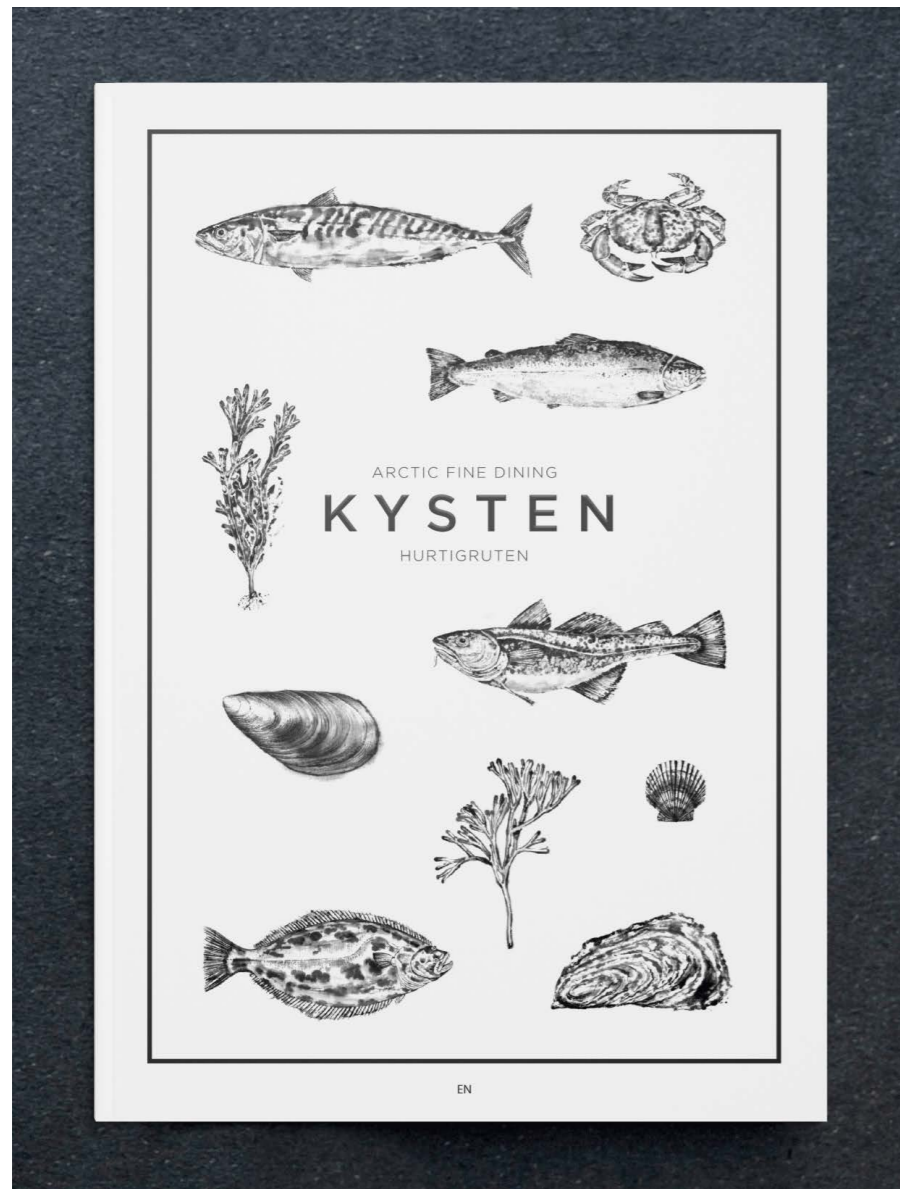


## 2.2 Kysten

### Arbeid av Metric Design

Illustrasjoner av organismer fra kysten som restauranten tilhører. Illustrasjonsstilen har et rustikk uttrykk, og minner om gammeldags vannmaling/blekk, noe som gir et tradisjonelt uttrykk.

For campingen kan dette være illustrasjoner av multebær, gjedde, abbor, bjørn, finnmarsposj, furu, osv.



## 2.3 Sentralen

### Arbeid av Metric Design

Under utviklingen av den visuelle identiteten fant Metric en gammel skrifttype fra da bygget var en bank. Denne skriften ble utgangspunktet for en ny skrift som har fått hovedrollen i den nye identiteten.

Campingen kan ha noe visuelt materiale som kan bli en slik inspirasjonsskilde. Jeg tenker umiddelbart på en T-skjorte med et bjørnemotiv. Både jeg og farfar ser på det motivet som en slags logo som har eksistert for campingen opp gjennom tiden.

“Denne bank vil stå til evige tider, hvis den ikke blir sprengt ved trykk innenfra” er også et sitat de fant under innsiktsarbeidet. Lignende sitater fra bestemor (grunnleggeren av campingen) har vi mange av. Hun har mange kjerringråd og tradisjoner som kan bli fine sitater.





## 2.4 Norske sedler

### Arbeid av Metric Design

"The banknote motifs are all about how Norwegians use the ocean; about how we combine our access to resources with knowledge and how the ocean affects the Norwegian way of life and social model"

Her har Metric klart å utvikle et konkret konsept for Norges historie og identitet. Havet, blir som et anker i historiefortellingen om Norges identitet.

Et lignende anker for Øvre Pasvik Camping kan være elva, skogen eller dyrelivet rundt campinga.





## 2.5 Bifolk

### Arbeid av Dinamo

"Vi valgte navnet «Bifolk» – fagbegrepet for et biesamfunn og de hardtarbeidende biene. Det passet perfekt til gjengen på Nordpolen, og det sjonglerer "bier" og "byfolk". Stripene i designet viderefører dette; bikubeformen, bienes utseende og fotgjengeroverganger."

Her har Dinamo funnet et konsept som binder sammen to ulike sider ved produktet, noe som bidrar til å fremme produktets historie.

Jeg kommer ikke på en umiddelbar dualitet for Øvre Pasvik Camping, men det er verdt å ta med seg tilnærmingen videre.



[dynamo.no/arbeider/bifolk-honning-fra-ekte-by-bier](https://dynamo.no/arbeider/bifolk-honning-fra-ekte-by-bier)



## 2.6 Epleslang

### Arbeid av Dinamo

"Epleslang trengte et design som skulle selge produktet godt samtidig rekruttere flere eplegivere slik at de kan skape flere arbeidsplasser. De trengte et enkelt, kostnadseffektivt og miljøvennlig emballasje- og etikettsystem som kunne produseres lokalt og påføres flaskene manuelt av bedriften."

Dinamo er gode på å konkretisere hva designet skal oppnå. Dette er noe jeg ønsker å oppnå i min egen designprosess.



[dinamo.no/arbeider/epleslang](https://dinamo.no/arbeider/epleslang)

## 2.7 Svalbard Fangst

### Arbeid av Tank

”Overordnet mål for prosjektet var å gi Svalbard Fangst et troverdig og sannferdig ansikt utad når de med andakt stod ovenfor en markant kommersialisering av virksomheten.”

Dette overordnede målet er ganske likt for campingen i tillegg har begge bedriftene et nært forhold til bærekraft og dyreliv





## 2.8 Finnmark Rein

### Arbeid av Uniform

Å bruke sitater og dokumentariske fotografier fra familien kan være med på å bygge troverdighet og stolthet i campingen.

Reindriftsutøverne er fagfolk som sitter på stor kompetanse. Disse løftes frem gjennom sitater og dokumentariske foto. Det gir troverdighet til merkevaren og stolthet til de som leverer til Finnmark Rein.



[uniform.no/arbeider/finnmark-rein](https://uniform.no/arbeider/finnmark-rein)



## 2.9 SMAK 2020

### Hvordan markedsfører lokale matvarer seg?

På SMAK 2020 var det mange ulike matvarer som ble stilt ut, noe som ga meg en god mulighet til å kartlegge hvordan lokale matvarer pakkes inn markedsføres.

### Foredrag av Margit Dale og Trond Moi

Jeg så også et foredrag av Margit Dale og Trond Moi hvor de snakket om hvordan man bygger lokalmat som merkevare. Hovedpunktene deres var at produktet MÅ bestå av god kvalitet og ha en unik historie (som knytter produktet til sitt geografiske område).





## Dagens situasjon

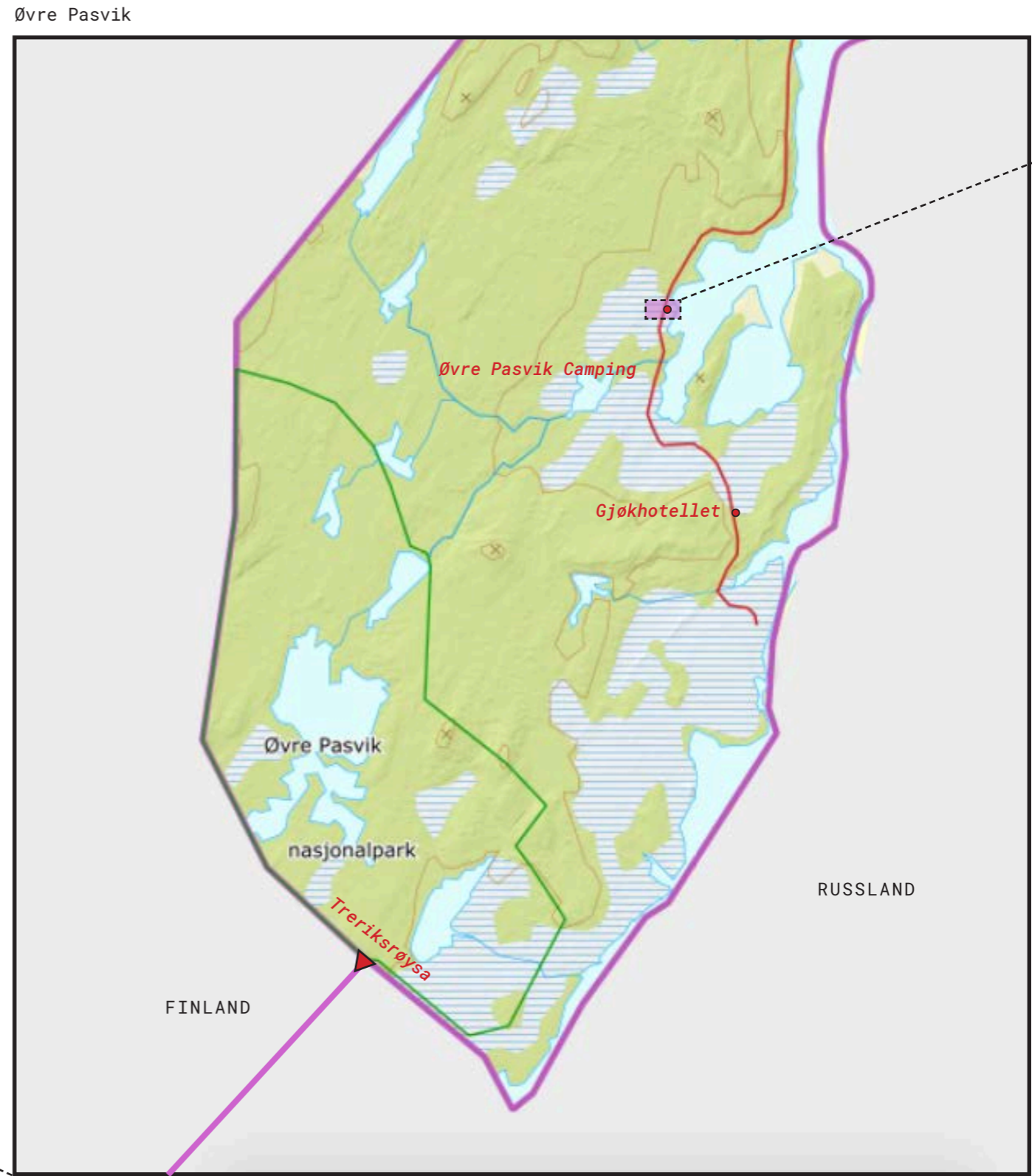
*Denne seksjonen inneholder innsikten som ble opparbeidet under kartleggingen av campingens nåværende situasjon.*





### 3.1 Beliggenhet

### 3.1 Beliggenhet



#### Øvre Pasvik Camping

69°12'46.4"N 29°09'20.6"E

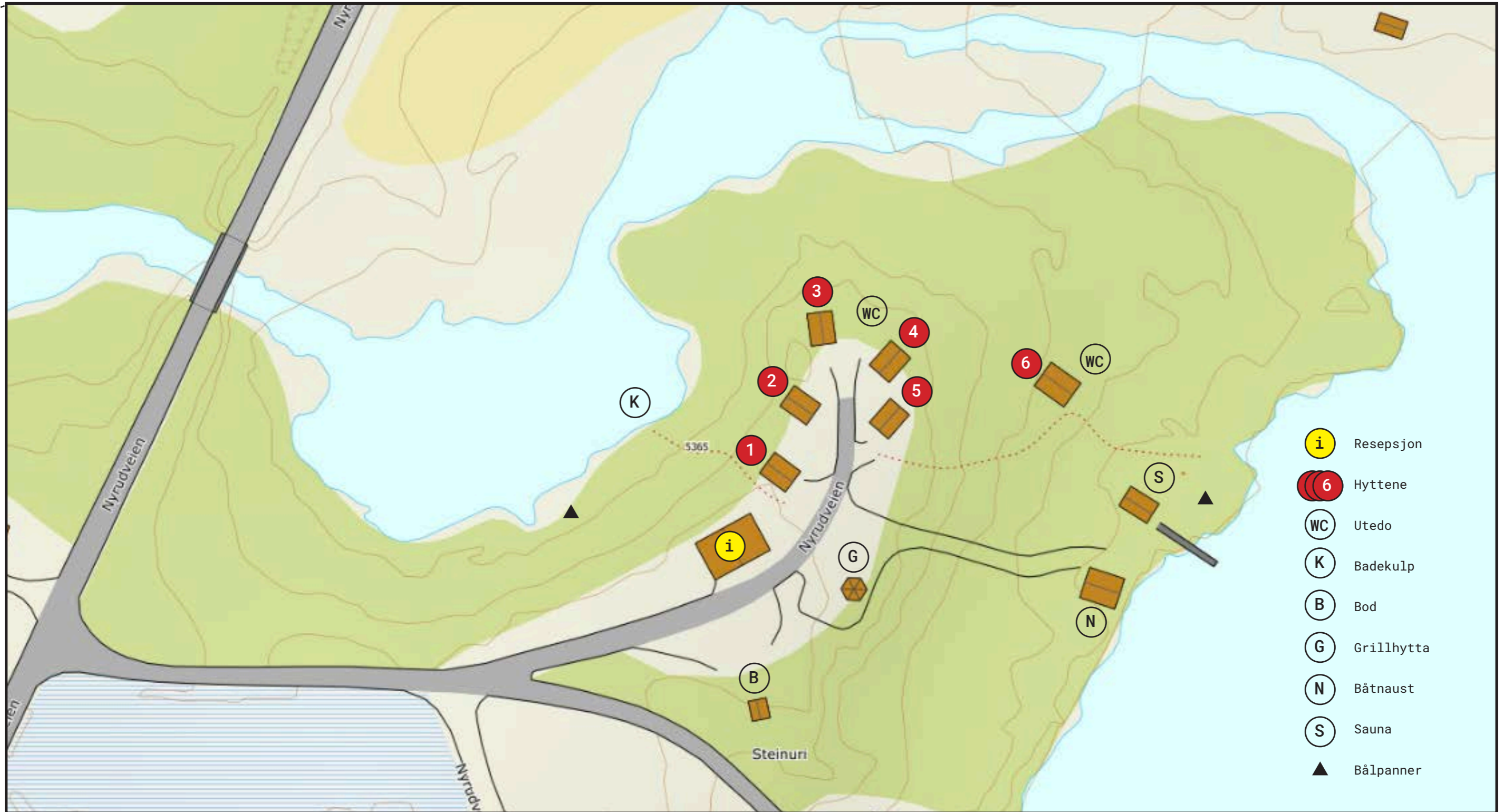
#### Avstander

- Slottet: 1350 km
- Kirkenes Lufthavn: 94 km
- Kirkenessentrum: 93 km
- Svanvik: 54 km
- Treriksryssa: 32 km
- Finskegrensa: 10 km
- Gjøkhotellet: 8 km
- Russegrensa: 5 km



### 3.1 Beliggenhet

Øvre Pasvik Camping







3.2 Dagens situasjon i bilder

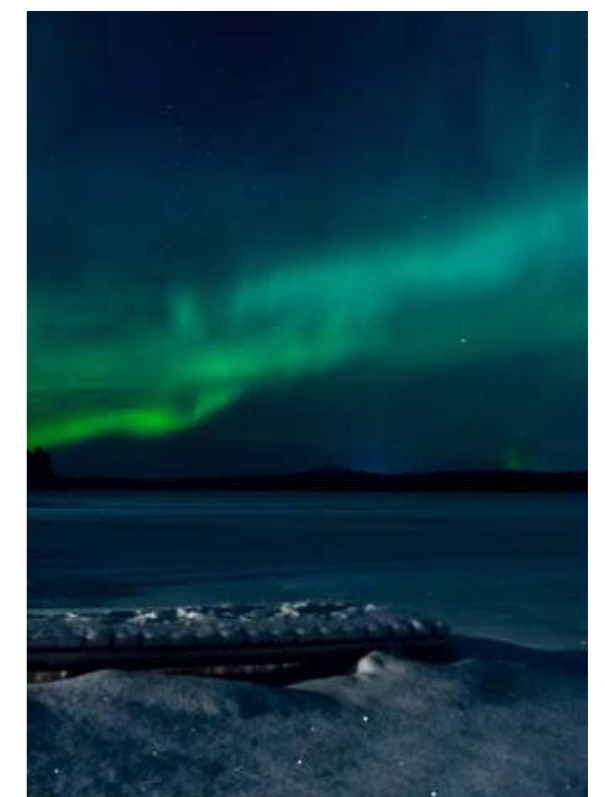


### 3.2 Dagens situasjon i bilder





3.2 Dagens situasjon i bilder







### 3.3 Produkt- og tjenesteportefølje



### 3.3 Produkt- og tjenesteportefølje

#### Oppholdstjenester:

Liten standard hytte (4 pers).....	600,-
Stor hytte (7 pers).....	700,-
Telt med bilparkering.....	165,-
Telt.....	100,-
Bobil/camping vogn m/strøm.....	250,-
Bobil/ campingvogn u/ strøm.....	200,-
Lavvo med vedovn.....	200,-

#### Tilleggstjenester:

Komplett sengesett (pr sett).....	100,-
Utvask av liten hytte.....	100,-
Utvask av stor hytte.....	150,-





### 3.3 Produkt- og tjenesteportefølje

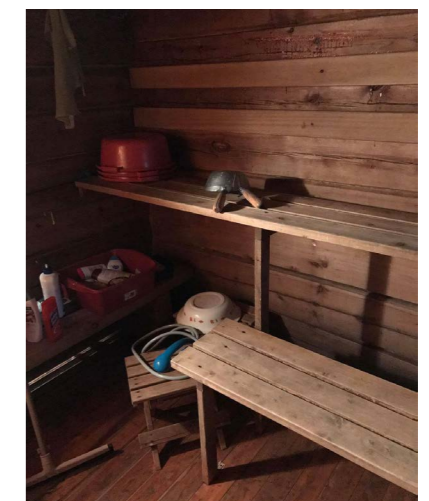
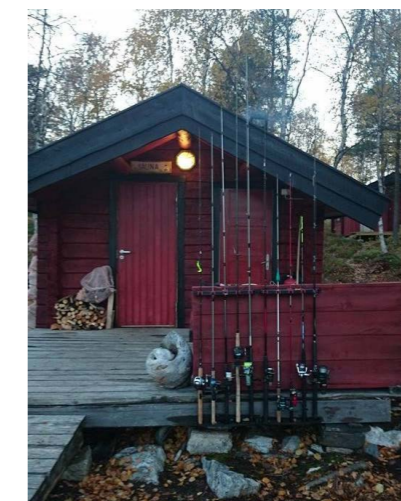
#### Badstu og grillhus:

Badstu (2 timer, inkl. ved).....	150,-
Reservering av grillhus, pr time.....	20,-



#### Diverse priser og tjenester:

Dusj krever myntinnkast, 5 min.....	10,-
Sekk med ved.....	50,-
Polett til vaskemaskin.....	20,-
Henting med bil m/u henger .....	Pris avtales per oppdrag





### 3.3 Produkt- og tjenesteportefølje

#### Mat og drikke:

Kopp kaffe.....	20,-
Is.....	30,-
0.5l brus.....	30,-
Gjeddekaker (500 g) .....	100,-
Røkt abbor og sik (500g).....	100,-

#### Kano, sykkel og båt:

Kano pr. døgn.....	250,-
Sykkel pr. døgn.....	120,-
Båt pr. time.....	50,-





### 3.3 Produkt- og tjenesteportefølje

#### Oppholdstjenester:

Liten standard hytte (4 pers).....	600,-
Stor hytte (7 pers).....	700,-
Telt med bilparkering.....	165,-
Telt.....	100,-
Bobil/camping vogn m/strøm.....	250,-
Bobil/ campingvogn u/ strøm.....	200,-
Lavvo med vedovn.....	200,-

#### Tilleggstjenester:

Komplett sengesett (pr sett).....	100,-
Utvask av liten hytte.....	100,-
Utvask av stor hytte.....	150,-

#### Diverse priser og tjenester:

Dusj krever myntinnkast, 5 min.....	10,-
Sekk med ved.....	50,-
Polett til vaskemaskin.....	20,-
Henting med bil m/u henger .....	Pris avtales per oppdrag

#### Badstu og grillhus:

Badstu (2 timer, inkl. ved).....	150,-
Reservering av grillhus, pr time.....	20,-

#### Mat og drikke:

Kaffe.....	20,-
Is.....	30,-
0.5l brus.....	30,-
Gjeddekaker (500 g) .....	100,-
Røkt abbor og sik (500g).....	100,-

#### Kano, sykkel og båt:

Kano pr. døgn.....	250,-
Sykkel pr. døgn.....	120,-
Båt pr. time.....	50,-

---

#### Fremtidige produkter og tjenester:

Allergivennlig hytte.....	700,-
Overnatting i hengekøye.....	200,-



Bestill

### Søk

Reisemål / Navn på overnattingssted:

Innsjekkingsdato

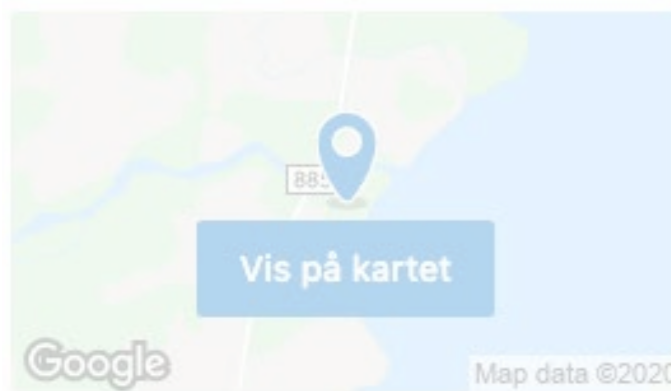
Utsjekkingsdato

2 voksne

Ingen barn 1 rom

Dette er en jobbreise

Søk



Transport til Øvre Pasvik

Info og priser    Fasiliteter    Les dette før du booker    Gjesteomtaler (39)

Campingplass **Øvre Pasvik Camping** Ligger ved stranden · Privat strand Bestill

Flyplasstransport

Vaggetem, 9925 Vaggatem, Norge – **Utmerket beliggenhet** – vis kart



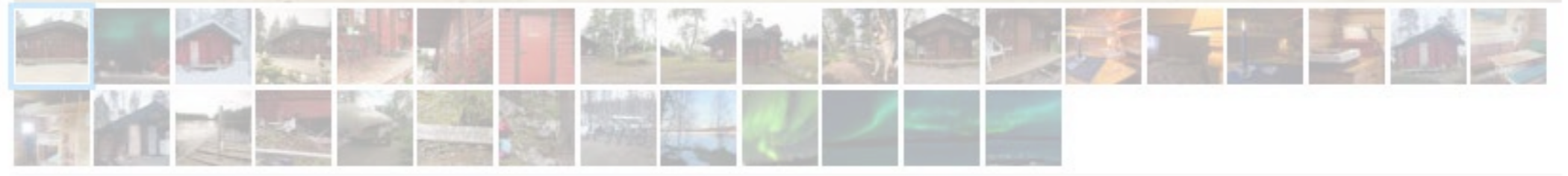
**Bra** 7,9  
39 gjesteomtaler

Det viste seg at det ikke var noe ledig. Men verten ordnet med et hus i nærheten, vi hadde det superfint 😊

M Marianne 🇳🇴 Norge

**Utmerket beliggenhet!** 9,2

## 3.4 Dagens kommunikasjonsflater





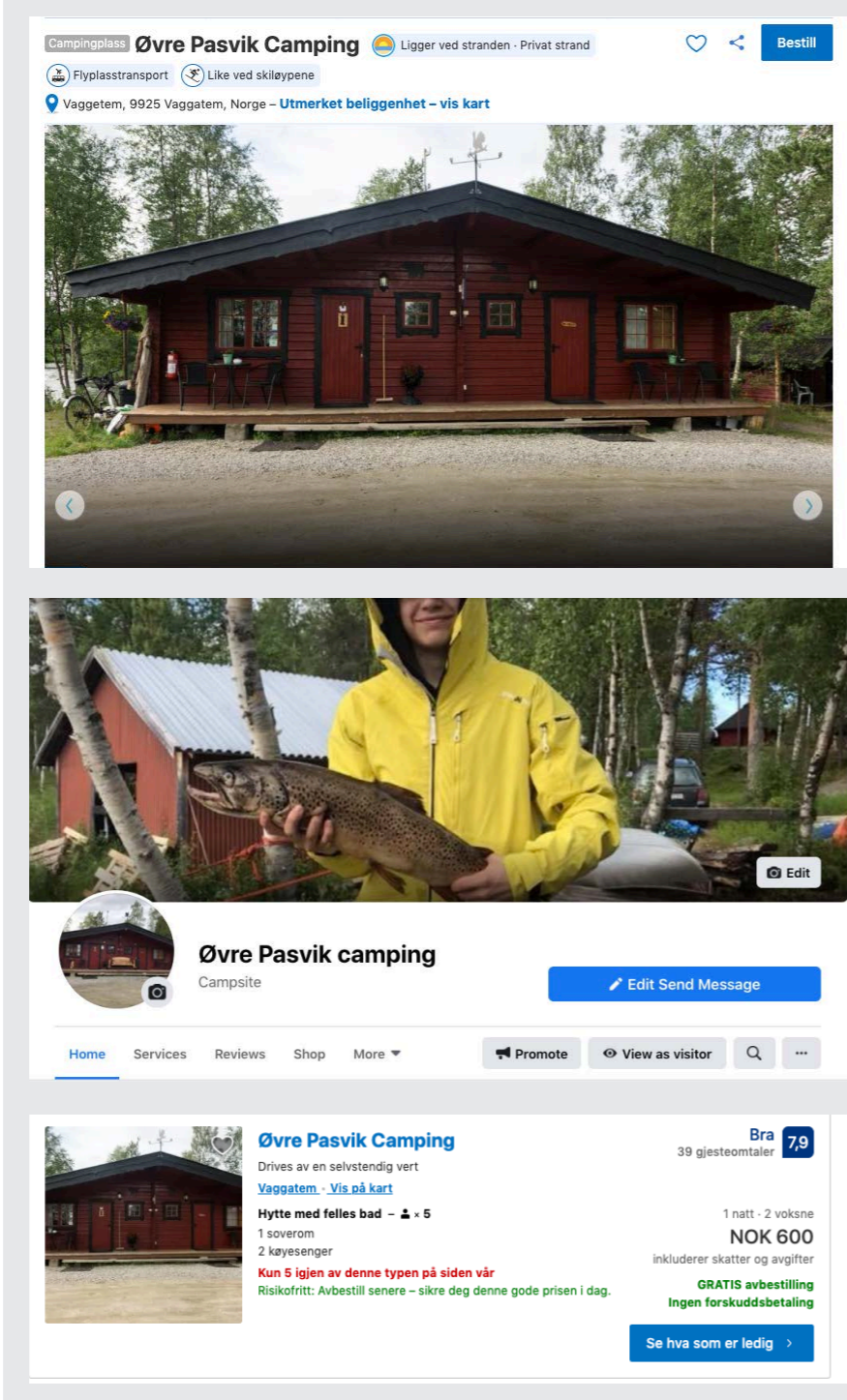
### 3.4.1 Oversikt

#### Digitale flater:

- Pasvikcamping.no
- Booking.com
- Tripadvisor
- Google Maps
- Facebook
- Instagram

#### Muligheter:

- Campingportalen.no



The screenshot shows the website for Øvre Pasvik Camping. At the top, there is a navigation bar with the name 'Øvre Pasvik Camping', location 'Ligger ved stranden · Privat strand', and a 'Bestill' button. Below this is a main image of a red wooden cabin. A secondary image shows a person in a yellow jacket holding a large fish. The bottom part of the screenshot shows a booking card for a cabin, including details like 'Hytte med felles bad - 5 x 5', '1 soverom', '2 køyesenger', and a price of 'NOK 600'. There are also buttons for 'Se hva som er ledig' and 'Edit Send Message'.

#### Fysiske flater:

- Visittkort
- Skilt ved veien
- Skilt på byggene

#### Muligheter:

- Brosjyrer
- Infoskilt i sauna
- Infoskilt i grillhytta
- Infohefte i hyttene
- Etiketter til gjeddekaker
- Prisliste



## 3.4.2 Pasvikcamping.no

### Hjemmesiden:

Hjemmesiden til campingen har ikke blitt vedlikeholdt. Det mangler bilder, informasjon, har en del skrivefeil – hele nettstedet må rett og slett renoveres.

Den visuelle profilen kommer til å ta høyde for at designet må funke på nett, men denne oppgaven kommer ikke til å designe en ny nettside. Noen skisser vil nok bli laget for å illustrere identiteten i bruk.

# Øvre Pasvik camping

START VEIBESKRIVELSE HYTTENE PRISLISTE NYHETER OM OSS FRILUFTSLIV


For bestilling og info ring [959 11 305](tel:95911305) eller send e-post til [Atle.Randa@PasvikCamping.no](mailto:Atle.Randa@PasvikCamping.no)

## Velkommen til Øvre Pasvik camping

📅 5. mars 2014

### Åpent hele året .

Utleie av campinghytter, sengetøy, kano, båt, sykkel, scooter taxi, transport til og fra skogs koiene samt kjentmann for ferdsel i skogsområdene. Arrangerer turer på Pasvikelva. Behjelpelig med arrangering av de fleste typer aktiviteter som bading i vedfyrt sauna, utendørs grilling, tilrettelegging av opplevelser og arrangementer, transport til og fra skogs koier, guiding av fotturer / skiturer til Treriksrøysa og Øvre Pasvik Nasjonalpark. Kjentmann på fisketur med båt på Pasvikelva og guide på skogsturer i Pasvik.





## 2.4.1 Booking.com

Per dagsdato kommer de fleste bestillingene gjennom booking.com  
På plattformen er mulig å laste opp bilder og skrive egne tekster  
(markert i gult). Det meste er standardisert fra plattformens side.

### Muligheter:

- Bildevalg
- Formulering av teksten

**Info og priser** **Fasiliteter** **Les dette før du booker** **Gjesteomtaler (39)**

Campingplass **Øvre Pasvik Camping** Ligger ved stranden · Privat strand

Flyplasstransport Like ved skiløypene

Vaggetem, 9925 Vaggetem, Norge – **Utmerket beliggenhet** – vis kart

**Søk**  
Reisemål / Navn på overnattingssted:  
Vaggetem  
Innsjekkingsdato:  
2 onsdag 2. desember 2020  
Utsjekkingsdato:  
3 torsdag 3. desember 2020  
1 natts opphold  
2 voksne  
Ingen barn 1 rom  
Søk

Transport til Øvre Pasvik Camping fra Kirkenes flyplass, Høybukta  
Bil 90 min.  
Parkeringsplass er gratis.

Liker du dette, men er ikke helt sikker ennå?

Øvre Pasvik Camping ligger i Svanvik, nær både den finske og russiske grensen. Overnattingsstedet har en privat strand og badstue.  
Alle hyttene har uteplass, kjøkkenkrok med kjøleskap og vannkoker, utsikt over innsjøen og elva samt sengetøy og rengjøringsutstyr.  
På Øvre Pasvik Camping finner du grillutstyr og en fellesstue. Du kan få dagligvarer levert på døren, og prøve deg på ulike vannsportaktiviteter. I nærområdet kan du blant annet gå på ski og fiske. Du kan leie sykkel på stedet.  
Parkerina tilbys avoiftsfritt. Campinoplassen ligger 100 km fra Høybukta.

**Dette liker gjestene:**  
Perfekt for 1 natts opphold!  
Førsteklasses beliggenhet: Populært blant gjester som nylig har bodd her (9,2)  
Gratis privat parkeringsplass finnes på stedet  
Like ved skiløypene

**Hytte med felles bad**

7,6 Renhold 39 gjesteomtaler

Utsikt over innsjø Utsikt over hage  
Utsikt over elven Uteplass

Gratis parkeringsplass

Størrelse på huset: 14 m<sup>2</sup>

2 køyesenger

Dette feriehuset har vannkoker, uteplass og utsikt.

**På badet du deler med andre:**

- ✓ Håndklær
- ✓ Felles toalett
- ✓ Håndklær/sengetøy mot et pristillegg

**Utsikt:**

- ✓ Utsikt over innsjø
- ✓ Utsikt over hage
- ✓ Utsikt over elven

**Fasiliteter i huset:**

- ✓ Hele boenheten ligger i 1. etasje
- ✓ Badstue
- ✓ Sengetøy
- ✓ Parkett/tregulv
- ✓ Egen inngang
- ✓ Myggnett
- ✓ Varmeapparat
- ✓ Vifte
- ✓ Vaskemaskin
- ✓ Rengjøringsprodukter
- ✓ Kjøleskap
- ✓ Kjøkkenutstyr
- ✓ Kjøkkenkrok
- ✓ Vannkoker
- ✓ Kokeplater
- ✓ Spisebord
- ✓ Sittehjørne
- ✓ Terrasse
- ✓ Uteplass
- ✓ Stikkontakt nær sengen
- ✓ Klesstativ

**Røyking:** Røyking forbudt

**Parkering:**  
P og er kostnadsfritt privat parking is possible på stedet (forhåndsreservasjon ikke nødvendig).


Savner du noe informasjon? [Ja](#) / [Nei](#)


5 Hytte med felles bad  
GRATIS avbestilling før 2. juni 2020 kl. 11:59 PM  
INGEN FORSKUDSBETALING – betal på overnattingsstedet.

NOK 600 for 1 natt

## 2.4.1 Booking.com

I søkeresultatet er det kun bildet som kan redigeres.





**Winther Tourism**  
Drives av en selvstendig vert  
[Tana](#) · [Vis på kart](#)  
**Firemannsrom Economy med felles bad** –   
2 køyesenger  
**Kun 2 igjen av denne typen rom på siden vår**

**Fantastisk** **9,1**  
15 gjestekomtaler  
Renhold 9,5

1 natt · 2 voksne  
**NOK 750**  
inkluderer skatter og avgifter

[Se hva som er ledig >](#)




**Øvre Pasvik Camping**  
Drives av en selvstendig vert  
[Vaggatem](#) · [Vis på kart](#)  
**Hytte med felles bad** –  × 5  
1 soverom  
2 køyesenger  
**Kun 5 igjen av denne typen på siden vår**  
Risikofritt: Avbestill senere – sikre deg denne gode prisen i dag.


**Bra** **7,9**  
39 gjestekomtaler

1 natt · 2 voksne  
**NOK 600**  
inkluderer skatter og avgifter  
**GRATIS avbestilling**  
**Ingen forskuddsbetaling**

[Se hva som er ledig >](#)



**Frokost inkludert**

**Scandic Kirkenes** ★★★★★  
[Kirkenes](#) · [Vis på kart](#)  
**Dobbelrom Standard** –   
2 enkeltsenger  
**Kun 4 igjen av denne typen rom på siden vår**  
Risikofritt: Avbestill senere – sikre deg denne gode prisen i dag.

**Meget bra** **8,1**  
1 012 gjestekomtaler

1 natt · 2 voksne  
**NOK 1 245**  
inkluderer skatter og avgifter



## 2.4.2 Tripadvisor


Tripadvisor er ganske lik Booking.com.

Det er kun mulig å endre bilder og tekst.

Hovedforskjellen her, er at bilder fra reisende også vises på samme side. Dette har ført til at et bilde av nabogården er det første bildet til campingen, noe som er litt misvisende.

### Muligheter:

- Bildevalg
- Formulering av teksten



### Øvre-Pasvik Camping

Booking.com

**kr 600**

Vis tilbud

✓ Gratis avbestilling  
✓ Bestill nå, betal under oppholdet

Hytte/campingplass  
●●●●● 13 anmeldelser  
Nr. 2 av 18 overnattingssteder med Beste verdi i Sør-Varanger

Gratis parkering  
Strand

### Øvre-Pasvik Camping

●●●●● 13 anmeldelser | Nr. 1 av 2 temaovernattinger i Svanvik  
Vaggatem, Svanvik 9925 Norge

Lagre | Del eksternt

#### Laveste priser for ditt opphold

Innsjekking: --/--/--  
Utsjekking: --/--/--  
Gjester: 1 rom, 2 voksne, 0 barn


Lås den laveste prisen fra disse nettstedene

Booking.com **kr 600**

✓ Bestill nå, betal under oppholdet

Vis tilbud

Prisene leveres av partnerne våre for ett rom, med varieren...



Se alle bildene (50)

Reisende (25)

Rom og suite (16)

Familie- og lekeområder (4)

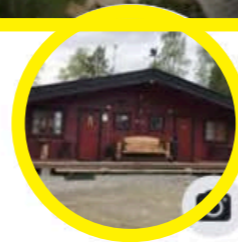
Hvordan betalinger til oss påvirker rekkefølgen av prisene som vises. Romtyper kan variere.

32

## 2.4.1 Facebook

### Muligheter:

- Profilbildet
- Forsidebildet. Kan være ett bilde, flere bilder i en karusell eller en video
- Legge inn tjenester og produkter.
- Arrangementer.
- Innlegg. Kan være tekst, bilder, video, lenke.



**Øvre Pasvik camping**

Campsite

[Edit Send Message](#)

[Home](#)

[Services](#)

[Reviews](#)

[Shop](#)

[More](#) ▼

[Promote](#)

[View as visitor](#)





## 2.4.1 Facebook

Facebook er den plattformen som brukes mest. Her poster daglig leder bilder av hverdagen på camping, med korte bildetekster. Det postes 1-2 ganger i måneden.

Bildetekstene er skrevet på norsk, noen ganger med litt dialekt og inneholder av og til skrivefeil.

Bildene tas som regel med mobil, men daglig leder har en liten fotointeresse og tar mange bilder med et speilreflekskamera. Kameraet tas som regel frem når nordlys og dyr skal dokumenteres.

### Funn fra Facebook Insights:

- De 5 siste innleggene har 254 likes i gjennomsnitt.
- Facebook Insights viser også at innlegg med fokus på landskap, natur eller dyreliv får flest likes.
- Videoer får flere likes og når ut til et større publikum.

**Øvre Pasvik camping**  
18 January · 🌐

Vinteren er her stille og kalt -32  
Men det er jo helt fantastisk lys nå 🤗🤗🤗❄️🧤

**Øvre Pasvik camping is at Øvre Pasvik camping.**  
12 July 2018 · Svanvik · 🌐

Nå er sommeren her 🤗🤗  
Vi har ennå et par hytter ledig til helga om noen ønsker en sommertur  
🤗🤗🤗🤗🤗🤗

**Øvre Pasvik camping**  
23 July 2019 · 🌐

Litt utbytte av dorgeturen 🤗🤗🤗🤗🤗🤗

**Øvre Pasvik camping is at Øvre Pasvik camping.**  
20 July 2019 · Svanvik · 🌐

Da var første flytebrygge på vannet 😊

Cathrine Hadland, Bent Atle Randa and 94 others · 8 shares



## 2.4.1 Instagram

Instagramkontoen brukes mindre enn Facebook. Her er det færre følgere og indre engasjement på innleggene.

### Muligheter:

- Profilbildet.
- Tekst i bio
- Link til nettside
- Geotag.
- Innlegg. Består av bilder eller video, geotag og bildetekst

The image shows two screenshots from the Instagram app. The left screenshot displays the profile page for 'pasvikcamping'. At the top, there is a back arrow, the username 'pasvikcamping', and a three-dot menu icon. Below this is a circular profile picture showing a person with a dog in a snowy setting. To the right of the profile picture, the statistics are listed: 27 innlegg, 370 følgere, and 336 Følger. The bio section is highlighted with a yellow border and contains the text: 'Øvre Pasvik camping', 'Vi leier ut campinghytter, sengetøy, kano, båt, sykkel, scootertaxi, transport til og fra skogskoiene og kjentmann for ferdsel i... mer', 'Se oversettelse', and the website 'pasvikcamping.no'. Below the bio, it says 'Følges av adriarranda009, adrian.randa og 6 andre'. At the bottom of the profile page, there are buttons for 'Følger' (with a dropdown arrow), 'Melding', and another dropdown arrow, along with icons for a grid and a profile picture.

The right screenshot shows a post from the same account. At the top, there is a back arrow, the username 'pasvikcamping', and a three-dot menu icon. The post features a large image of a snowy landscape with trees and a sunset. Below the image, there are icons for liking, commenting, sharing, and saving. The text below the image reads: 'Likt av cathrinehadland og 117 andre', 'pasvikcamping #Winter sunn # paradis #camping #winter #lykke #happines', and '26. januar 2019 • Se oversettelse'.



## 2.4.1 Oppsummering

### Digitale flater:

Nettsiden har størst frihet til å uttrykke identiteten slik man vil. Ellers er bookingsidene og SoMe mer begrenset. Tekst, bilder og video er kommunikasjonsflatene her. Plattformenes typografi og farger omringer innholdet, og begrenser helhetsinntrykket noe.

Det er selvfølgelig mulig å designe bilder som benytter campingens typo, farger osv, men disse kan potensielt være tidkrevende å lage. Bookingsidene trenger ikke å oppdateres ofte, så disse sidene kan potensielt bruke designede bilder i kombinasjon med fotografi. Sosiale medier skal derimot oppdateres ofte, og for daglig leder er det viktig at dette er raskt og enkelt.

Språk, bildevalg og bildestil er de faktorene som vil være mest avgjørende for kommunikasjonen på de digitale flatene. Det er også viktig at det er gjennomførbart for daglig leder å lage innholdet til SoMe på egenhånd, og at det er raskt og effektivt.

The image shows two screenshots from the Instagram app. The left screenshot displays the profile page for 'pasvikcamping'. The profile picture shows a person with a dog in a snowy setting. The bio reads: 'Øvre Pasvik camping', 'Vi leier ut campinghytter, sengetøy, kano, båt, sykkel, scootertaxi, transport til og fra skogskoiene og kjentmann for ferdsel i... mer', 'Se oversettelse', 'pasvikcamping.no', and 'Følges av adriarranda009, adrian.randa og 6 andre'. The statistics show 27 innlegg, 370 følgere, and 336 Følger. At the bottom, there are buttons for 'Følger', 'Melding', and a grid icon. Below the profile is a grid of six images: an owl, a snowy landscape with a tent, a person with a sled, a cabin, the aurora borealis, and a reindeer.

The right screenshot shows a post from 'pasvikcamping' with the caption 'Øvre Pasvik camping'. The image is a winter landscape with snow-covered trees and a sunset over a frozen lake. The post has 117 likes and the caption includes the text: 'Likt av cathrinehadland og 117 andre', 'pasvikcamping #Winter sunn # paradis #camping #winter #lykke #happines', 'Vis alle 4 kommentarene', and '26. januar 2019 • Se oversettelse'.



## 2.4.2 Dagens rating



facebook

4.4

4.4 out of 5 ⓘ  
Based on the opinion of 18 people



  
**Tripadvisor**

**4,5** Ypperlig  13 anmeldelser

Nr. 1 av 2 temaovernattinger i Svanvik

	Sted
	Renslighet
	Service
	Verdi





Øvre-Pasvik camping  
Svanvik

**4,5** ★★★★★ Veldig bra  57 anmeldelser på Google



**Booking.com**

**7,9** Bra · 39 gjestekomtaler  [Skriv en omtale](#)

Personale 	Valuta for pengene 
 8,8	 7,8
Fasiliteter 	Beliggenhet 
 7,1	 9,2
Renhold 	
 7,6	
Komfort 	
 7,4	

 Høy score for Vaggatem  
 Lav score for Vaggatem

7,9 av 10 tilsvarer omtrent 4,0 av 5





2.5 Dagens intressenter



## 2.5 Dagens interessenter

### 2.5.1 Private gjester

- Uerfarne campere
- Villmarksfolk
- Jegere
- Fugletittere
- Campingvogn/bobil

### 2.5.2 Bedriftskunder

- Skoler (klasseturer/leirskole)
- Pasvik folkehøyskole
- Finnmarkskollektivet
- Jakt og fiske (SVJFF)
- Pasvik Trail
- Finnmarksløpet
- Surf and Turf

### 2.5.3 Samarbeidspartnere

- Pasvik Taxi
- Barents Safari
- Biotope (fugletitterforening)
- Vikan porselen (lokal håndverker)
- Øvre Pasvik Nasjonalparkstyre (Nibio)
- Pasvik Inari Trilateral Park
- Fylkesmannen
- FeFo



## 2.5.1 Private gjester



### Fugletittere

- Både norske (juni) og internasjonale 50/50
- Bor i hytte
- Har planlagt turen godt
- Lojale og forutsigbare, kommer år etter år

### Felles for disse gruppene er:

- Erfarne turfolk som har bodd på campingplass før
- Trives i natur og vil ha villmarksopplevelse, ikke glamping
- Bruker mye tid ute i skogen, og er nesten bare på campingen for å sove
- Har et mål med oppholdet og trenger ikke særlig oppfølging, de vet hva de skal
- Stiller få krav til service og tjenester



### Villmarksfolk

- Både norske og internasjonale
- Bor i telt (noen ganger hytte)
- Er som regel ikke fra kommunen og er ikke kjent i området
- Noen har ikke planlagt noe spesielt, men vet at de vil ut på tur og trenger turtips
- Start og slutt på campingen
- Leier kanskje kano
- Som villmarksperson trenger jeg attraktive



### Jegere

- Er norske, gjerne fra Finnmark
- Bor i hytte
- Kjent i området og har planlagt turen godt
- Forutsigbare, kommer år etter år



## 2.5.1 Private gjester



### Uerfarne campere

- Mest skandinaviske, noen ganger internasjonale
- Bor i hytte
- Skal ikke på lange turer i skog og mark, men tar gjerne en tur innom Treriksrøysa.
- Ønsker aktiviteter på campingplassen
  - Bruker grillhuset
  - Bader / tar badstu
  - Fisker / leier båt
- Har ikke planlagt turen og trenger hjelp gjennom oppholdet
- Har ikke fått med seg at dette er en villmarkscamp, ikke glamping. Dette kan føre til misnøye, samt urimelige krav.



### Campingvogn/bobil

- Både norske og internasjonale
- Bor i egen campingvogn/bobil
- Kommer for å nyte stillheten
- Vil bare ha strøm og toaletter
- Litt informasjon

### Felles disse gruppene er:

- Ikke nødvendigvis ute etter villmarksopplevelse
- De ønsker et avbrekk fra hverdagsmaset



## 2.5.2 Bedriftskunder



### Bedriftskunder

- Skoler (klasseseturer/leirskole)
- Pasvik folkehøyskole
- Finnmarkskollektivet
- Jakt og fiske (SVJFF)
- Pasvik Trail
- Finnmarksløpet
- Surf and Turf

### Behov

- Pakkepris og spesialtilpasset opphold
- Krever mer planlegging i forkant av oppholdet
- Krever mer oppfølging underveis



## 2.5.4 Årshjul

### Vinter:

Lavsesong for camping. Ferre gjester til tross for nordlyssesong. Noen gjester som søker "ekstrem" villmark. - 30 grader. erfarne turfolk. Hundeløpene. Finnmarksløp uke 10 Pasvik trail uke 12. Få faste bobiler

### Påske:

Privatpersoner dominerer påsken. Disse gjestene trenger mer tilrettelegging for at de skal få en fin opplevelse. De ønsker å gjøre ting på campingområdet, så da må det kjøres løype for å at de skal stå på ski, det må borres hull i isen, badstua må fyres og spørsmål må besvares. De ønsker service og tjenester, naturen i seg selv er ikke nok.

### Vår:

Leirskole eller avslutningstur. Våren er en høysesong for fugletittere. De kommer fra hele verden: England, Tyskland, Spania, USA, Italia, Østerrike, Belgia, Nederland, Frankrike, m.m.

Fugletitterne er glade i naturen og vil gjerne se bjørn og fiske i elva/vannene. De er naturvante mennesker som stiller få krav til camping. De er ute hele dagen. Vil bare ha en plass å sove og lage mat. De tar ikke med seg unødvendig

utstyr, og blir ikke sure av når det koster ekstra for laken. De er rutinerne campere. Tilflyttere som ønsker en hyttetur. Sykepleiere, politi ol.

### Sommer:

Sommeren byr på varierte kunder, men det som preger de ansatte mest er alle de uerfarne camperne. Det kommer mange som er ukjente med området, som kanskje også er ukjente med å være ute i naturen. De trenger derfor ekstra service og hjelp, noe som betyr lange dager for de ansatte.

Alle målgruppene er innom ila sommeren.

Av tjenester ønsker de uerfarne hjelp med fiske, turforslag, badstufyring, og aktivitetsforslag generelt. De spør om området og er nysgjerrige.

De uerfarne camperne kommer i mange fasonger, det er alt fra unge par til pensjonister, til familier og de kan være norske eller utenlandske.

Det kommer flere campingvogner og -biler. Disse ønsker som oftest å finne stillheten. De skal ikke ut på tur i skog og mark, men nyter rolige dager ved elva.

I juli og august kommer det bær- og sopp-sankere. Disse ønsker

tips om hvor de finner bæra, og spør gjerne også om hvilke sopper som finnes i området.

### Høst:

Om høsten er det mest jegere.

Ringmerkere fra England via Biotope.

Veldig annerledes. Stiller lite krav til camping. De er ute hele dagen. Vil bare ha en plass å sove å lage mat. Tar ikke med seg unødvendig utstyr, blir ikke sure av at det koster ekstra for laken.

Skolebesøk – VG1 og folkehøyskole. Holder lite foredrag.

Firmatur, avslutter høysesong med kick-off.



## 2.5.5 Konkurrenter: Analyse

Wanda Grimsgaard (2018) bruker følgende konkurrentkategorier for å kartlegge konkurrentene til en virksomhet.

For Øvre Pasvik Camping ser kartleggingen slik ut:

### Merkekonkurrenter:

**BIRK (750,-)**

tilbyr hytte-, telt- og campingutleie til lignende priser. BIRK ligger også i samme naturområde og kan by på mange av de samme fordelene. Hovedforskjellen er at de ikke ligger nært elva/ har bademuligheter på området, samt at BIRK driver med hundekjøring.

### Produktkonkurrenter:

**Åpne koier/ødestuer (Gratis)**

Det finner et par åpne koier og ødestuer i Øvre Pasvik. Disse kan man ikke forhåndbooke, så man er aldri garantert en ledig sengeplass, men til gjengjeld er de gratis.

**«Wooden Cottage by the Fjord» (1080,-)**

er en hytte som leies ut av en privatperson. Hytta gir gjestene mer rom og komfort, men på bekostning av «hyttefølelsen», da hytta kan minne om en leilighet. Hytta ligger i stille natur med fin utsikt, men koster litt mer per natt.

**Sollia Gjestegård (1200 - 2000,-)**

tilbyr stille natur, komfort og «arctic living». De koster en del mer, men har hotellstandard når det kommer til komfort og service. De fremstår mer profesjonelle enn de fremstår personlig og nære.

**Kirkenes Snowhotel (2300 - 6200,-)**

tilbyr hytter og «igloer». De fremstår profesjonelle og lukseriøse. De jobber hardt for å kunne tilby det beste av aktis, og bruker en del klisjeer som appellerer til en utenlandsk målgruppe.

### Generiske konkurrenter:

**Thon og Scandic Hotell (1700 - 2100,-)**

tilbyr profesjonelle og moderne hotellrom med høy standard. Hotellene ligger i sentrum.

**Kirkenes Hotell (850,-)**

Tilbyr rimelige hotellrom med utdatert design og middels standard i Kirkenes sentrum.

### Samlede budsjettkonkurrenter:

**Arctic Campers (1300 - 1800,-)**

tilbyr vans med sovemuligheter - en trendy reisemåte som er svært instagramvennlig, men på bekostning av plass og komfort. De har kontor i Tromsø.

**Telt og turutstyr**

Målgruppen kan velge å kjøpe eget telt fremfor å leie hytte.

### Konklusjon:

**Øvre Pasvik Camping (600,-)**

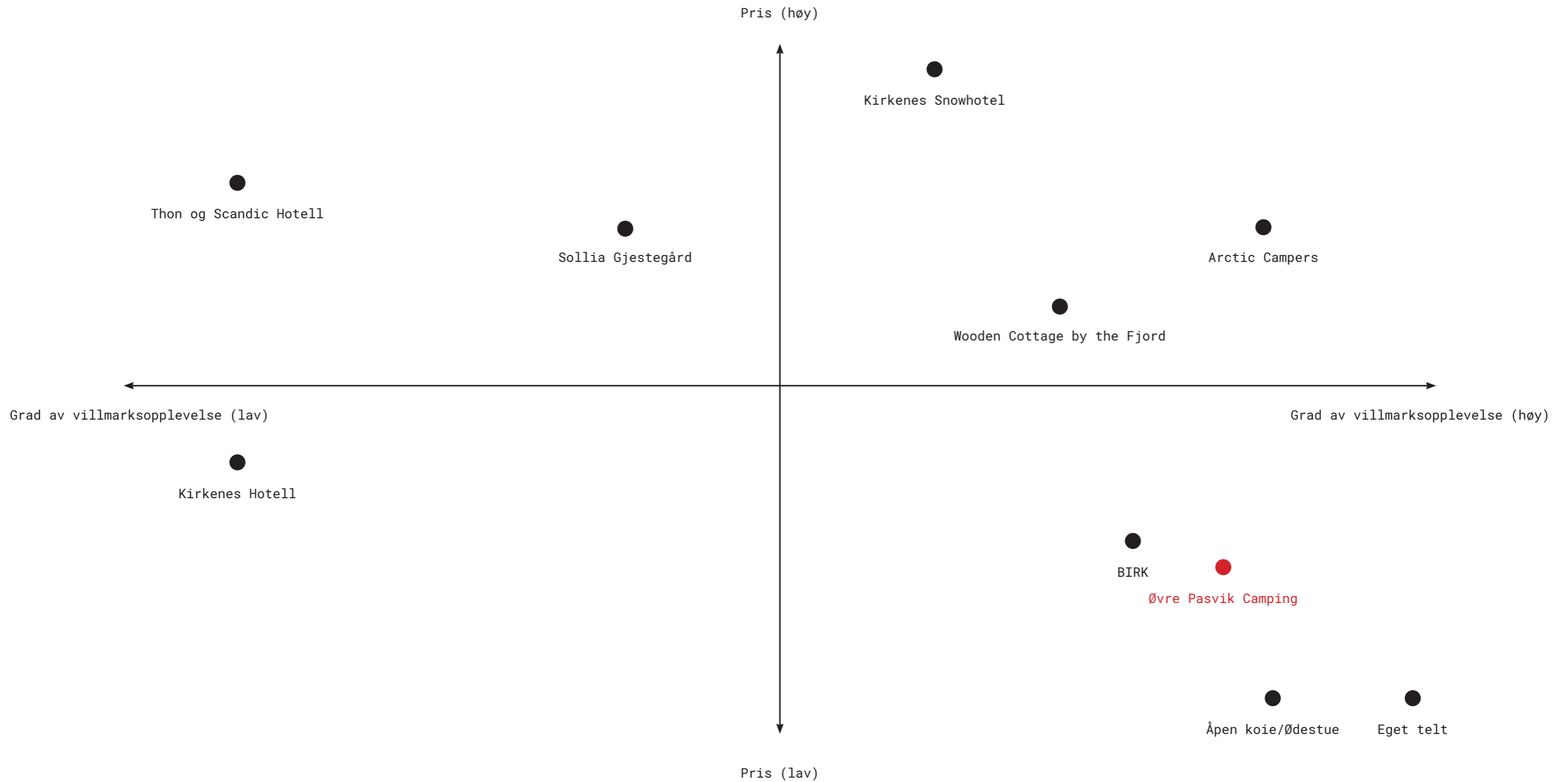
Nærmeste konkurrent er BIRK som har ganske lik beliggenhet, produktportefølje og prising. De tilbyr begge villmarkshytter som på bekostning av komfort gir en mer «ekte» turopplevelse. BIRK scorer noe lavere på grad av villmarksopplevelse, da de tilbyr restaurant- og frokosttjenester, i tillegg til at flere av rommene de leier ut er en del av en enebolig, og dermed ikke er en hytte i klassisk forstand. De markedsfører seg kanskje mer som en villmarks B&B fremfor villmarkscamp.

Innenfor Sør-Varanger kommune konkurrerer Øvre Pasvik Camping hovedsakelig mot privatpersoner som leier ut hyttene sine, BIRK, åpne koier/ødestuer og muligheten til å ta eget telt rett ut i skogen.



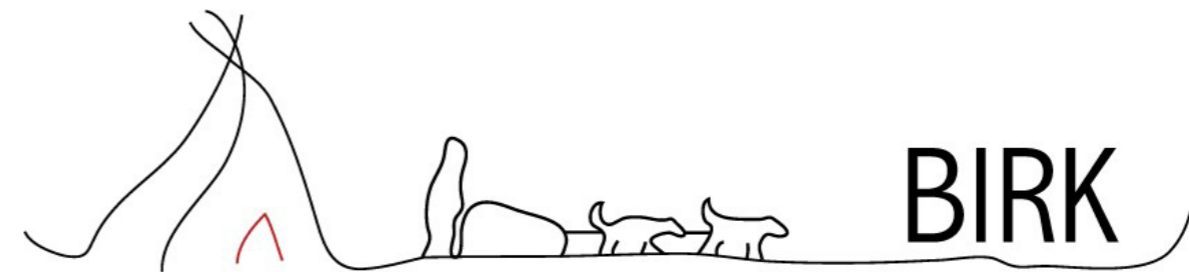
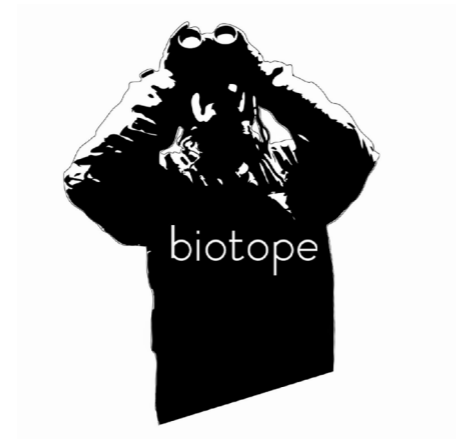
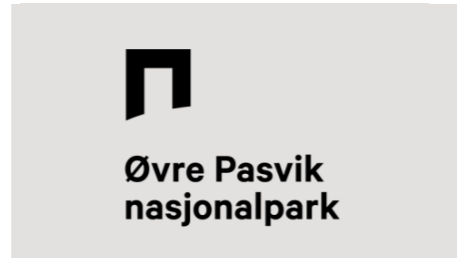
## 2.5.5 Konkurrenter: Posisjoneringsakse

Grad av villmarksopplevelse er bedømt etter hvor mye det ligner på en telttur i skogen. Hotellrom i sentrum er lavest, telting i skogen er høyest.

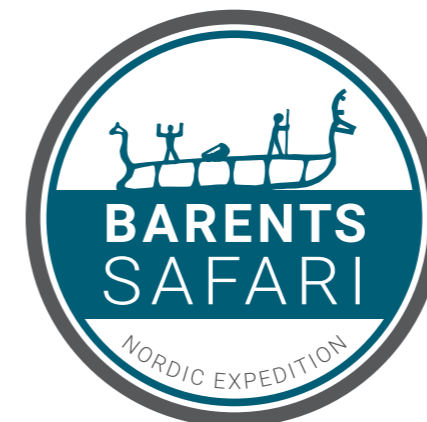
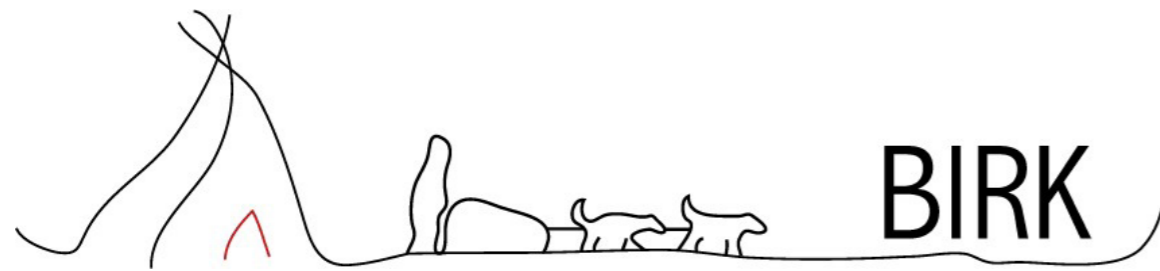




## 2.5.6 Visuell analyse



2.5.6 Visuell analyse





A person wearing a blue and white argyle sweater is sitting at a desk, writing in a large, open notebook with a blue pen. The notebook pages are filled with handwritten text. A black rectangular box with white text is overlaid on the center of the notebook. The background is slightly blurred, showing a chair and a blue bag.

## 2.6 Dagens problemer og utfordringer

## 2.6.2 SWOT-analyse (1/2)

SWOT-analyse satt opp etter mal fra Wanda Grimsgaard (2018)

For Øvre Pasvik Camping ser analysen slik ut:

### Styrker

- Personalet har god lokalkunnskap. Kan gi tips om turer, fortelle om stedets historie og gi kunnskap om naturen
- Tilbyr utleie av turutstyr (Kano, sykler, båt)
- Familien har sterk tilknytning til stedet
- Selger lokale matvarer (gjeddekake, multebærsyltetøy, bjørkesaft)
- Eierne er svært villige til å yte ekstra for at gjestene skal ha et godt opphold
- Sauna (billig sammenlignet med andre aktører)
- Grillhus
- Fiskemuligheter på området
- Bademuligheter

### Svakheter

- Få ansatte, høy arbeidsmengde
- Rot på campingområdet
- Litt dårlig vask av og til
- Slitte møbler
- Manglene utstyr i hyttene
- Koster penger for å dusje
- Lav synlighet fra veien
- Lav tilstedeværelse på nett. Vanskelig å finne informasjon om camping.
- Dårlig kommunikasjon utad. Når man først finner camping på nett er det vanskelig å skjønne hva camping er

### Muligheter

- Gjøkhotellet
- Treriksrøysa
- Nordlys
- Midnattsol
- Rikt dyreliv
- Reindrift i nabohuset
- Finnmarksløpet
- Pasvik Trail
- Jaktseasonen
- Skoler og barnehager i kommunen
- Taxi- og minibusselskap
- Fugletitterforeninger
- Villmarksbloggere
- Biologer
- Krihistorie
- Samisk arv

### Trusler

- Dårlig vei skremmer enkelte gjester
- Gratis tilgang på koier og ødestuer kan «stjele» potensielle gjester
- Langt til matbutikk/ressurser
- Gjester kan være redde for bjørn
- BIRK



## 2.6.2 SWOT-analyse (2/2)

SWOT-analyse satt opp etter mål fra Wanda Grimsgaard (2018)

For Øvre Pasvik Camping ser analysen slik ut:

### Styrker / Muligheter

Hvilke styrker kan optimalisere mulighetene?

- Personalet har god lokalkunnskap: De kan tipse gjestene om Gjøkhotellet og Treriksrøysa, samt gi kunnskap om dyrelivet, den samiske arven og krigshistorien til området. Dette kan gi økt opplevelsesverdi og en personlig touch.
- Samarbeide med skoler å bidra på klasseseturer med lokal kunnskap og utleie av utstyr osv.
- Tjenester som utleie og utkjøring av kano er attraktivt for jegere og villmarsfolk som vil ut på lengre turer i nasjonalparken
- Samarbeide med jaktlag: Tilby pakkepris for hytte, sauna, utkjøring av kano osv.
- Selger lokale matvarer: Knytte gjeddekakaene mot fiskemulighetene til stedet og fremme den lange tradisjonen til campingene. Gjeddekakene har vært et sentralt produkt for driften, selv før det ble en campingplass. Knytte bjørkesirupen mot bærekraftig drift. Et eksklusivt vårprodukt fra trærne i området.

### Svakheter / Muligheter

Hvordan bruke mulighetene til å minimere svakhetene?

- Fremme Øvre Pasvik som destinasjon gjennom god informasjon (på internett) om nordlys, midnattssol, dyreliv, gjøkhotellet, treriksrøysa og den samiske arven.

### Styrker / Trusler

Hvordan bruke styrkene for å minimere truslene?

- Sauna, dusj og elektrisitet kan være et forlokkende tilbud etter noen netter i koie/ødestue. En natt på campingen etter et opphold i koie kan være et attraktivt tilbud. Slå dette sammen med tilbud om utkjøring av kano for å komme seg til koia, og vi har et godt samarbeid om en god turopplevelse.

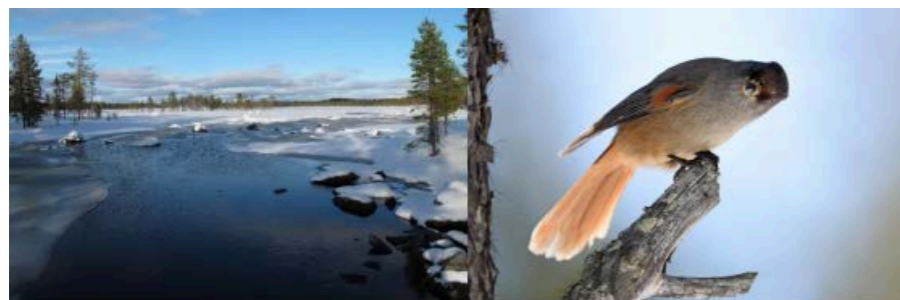
### Svakheter / Trusler

Hvordan minimere svakhetene for å unngå truslene?

- Gjennom forbedring av hyttenes standard (oppdatere utstyr, bedre renhold, rydde uteområdet) kan anmeldelsene bli bedre på nett, noe som minker risikoen for at de velger BIRK fremfor Øvre Pasvik Camping.
- Bedre informasjon på nett kan skape et riktigere bilde av campingene, slik at gjestene som booker et opphold er de gjestene som ønsker en villmarksopplevelse, og som er forberedt på dårlig vei og lang avstand til butikken.
- Bli synligere på nett. Ny nettside som er SEO. Oppdatere tekst på booking.com.

## 2.6.3 Handlinger og krav fra interessenter

Nasjonalparkstyret for Øvre Pasvik har publisert en strategi for besøksforvaltning i området Øvre Pasvik Camping befinner seg i. Her er noen sentrale utdrag fra rapporten:



### Strategi for besøksforvaltning - Øvre Pasvik nasjonalpark og Øvre Pasvik landskapsvernområde



#### Gjøkhotellets fremtid som informasjonssenter:

«Gjøkhotellet består i dag av en samling bygg med enestående museal og historisk verdi i SørVaranger. [...]. Den eldste bygningen, Skogfosskoia, er dokumentert i bruk allerede i 1882, og har således overlevd all koloniserings- og krigshistorie i Pasvikdalen.» (Randa, 2013)

#### Samisk arv og barkuttak:

På om lag 100 gamle furutrær i Øvre Pasvik landskapsvernområde er det funnet spor av samisk barkuttak og monogram som gir ny kunnskap om den samiske historien i Øvre Pasvik. Sporene vitner sannsynligvis fra østsamisk, enaresamisk og nordsamisk bruk i de siste århundrer, og regnes som automatisk fredete samiske kulturminner. I Øvre Pasvik nasjonalpark ble det i 2017 kartlagt om lag 130 gamle furutrær med samiske kulturspor.

Barken ble tørket og knust til barkgryn, som deretter ble brukt til jevning i kjøtt- og fiskekraft. Barkuttak er en bærekraftig praksis hvor trærne lever videre etter uttak.

#### Åpne koier og ødestuer:

Det er flere åpne koier for publikum, med 2 koier i Øvre Pasvik nasjonalpark som driftes av nasjonalparkstyret, og noen åpne ødestuer som driftes av FeFo. Koiene og ødestuene er åpne året rundt. De kan ikke forhåndsbestilles og er enkelt utrustet med vedovn, gassbluss og brisker.

#### Kommentar:

*Gjøkhotellet kan bidra som en ekstern styrke (mulighet) for Øvre Pasvik Camping.*

#### Kommentar:

*Informasjon om barkuttak kan gi gjestene økt opplevelsesverdi når de er på tur og gjenkjenner barkuttak langs turstien. Litt som å se villdyr når man er på tur.*

*Å finne nye spor av barkuttak er også et godt virkemiddel for å skape lokalt engasjement og identitetsfølelse for Øvre Pasvik. Nye funn kan sendes inn til Nasjonalparkstyret.*

#### Kommentar:

*Potensielle konkurrenter. Konkurrerer ikke om økonomiske midler, men om «tidsbudsjettet» til målgruppa.*





*Bildet viser stabburet på Gjøkhotellet som er antatt 110 år gammelt*



*Bildet viser stallen på Gjøkhotellet er i år antatt 100 år gammel.*



*Bildet viser Skogfosskoia, beskrevet første gang i 1882*



*Bildet viser spor av barkuttak.*



Nature values are preserved,  
and tourism activities promote nature protection

- Nature is an important reason for travel
- **Visitors are informed about nature and nature conservation**
- Tourism does not disturb nature - all areas are not suitable for tourism
- Visitor groups are small and trails are used whenever possible
- Tourism is channelled with the help of information and by placing of facilities
- Facilities are constructed without harm to the environment and areas of natural beauty are left in their natural state
- Degradation of nature and other impacts are monitored and, if necessary, measures are undertaken
- **Marketing supports sustainable nature conservation**

Local economy is supported

- **Products and services of local entrepreneurs are always used when possible**
- Local people are employed when possible, but also people and ideas from outside the region are seen as a potential
- Involvement and partnerships with indigenous people and local communities are sought and supported

All activities are environmentally friendly

- Minimum loading of the environment is assured
- The objective is rubbish-free hiking, with minimum stress on environment
- Transportation systems with minimised impact on environment are given preference
- Motorised transportation is guided to the most suitable areas
- Firewood is used frugally
- Emissions into water and air are minimised, and renewable energy sources are favoured
- **Visitors are provided with information about best practises for environmentally friendly behaviour**

Visitors' appreciation and knowledge  
of nature and culture are promoted

- Information is available beforehand
- **Knowledge is easy to find and in an interesting form and content**
- Trained guides have knowledge about nature, culture, history, and inspire visitors
- Possibilities are created for feedback to enable participation in the management of the area

Quality and safety in all business operations are ensured

- Information is reliable
- Essential safety rules and regulations are followed
- Training is organised in co-operation with entrepreneurs
- Planning is open and interactive, and opinions of the visitors are appreciated
- Priority is given to those wanting to commit themselves to these principles of sustainable nature tourism

Local culture and heritage are respected

- Local culture is met open-mindedly
- Local people are involved in planning and implementing new activities
- Sensitivity, rights and wishes of indigenous people are respected
- Whenever possible, cultural heritage is included in information and experiences are offered
- Historical and scientific sites are respected, and damage of important cultural heritage sites are prevented
- Local guides familiar with culture are used



A person wearing a blue and white argyle sweater is sitting at a desk, writing in a large, open notebook with a blue pen. The notebook pages are filled with handwritten text. A black text box is overlaid on the center of the image, containing the text '2.7 Forretningsmessige mål og designstrategi'.

## 2.7 Forretningsmessige mål og designstrategi

## 2.7 Forretningsmessige mål og designstrategi

FORRETNINGSMESSIGE MÅL	DESIGNSTRATEGI
Fremme Øvre Pasvik Camping som en aktør med sterk tilknytning Pasvikdalens lokalkultur og tradisjoner.	Helheten til den visuelle indentiteten må skape assosiasjoner til tradisjonelt håndverk og gårdsbruk.
Nå ut til de riktige kundene – jegere, villmarksfolk, fugletittere og campere som ønsker en enkel tilværelse tett på naturen.	<p>Kommunisere tydelig at campingen er en enkel og ujålete villmarkscamp i stille natur.</p> <p>Dette er spesielt viktig på booking.com og Facebook som er hovedkanalene til campingen. Språk, bildevalg og bildestil er de faktorene som vil være mest avgjørende for kommunikasjonen på disse digitale flatene. Det er derfor viktig at språk, bildevalg og bildestil kan kommunisere riktig på egenhånd.</p>
Fremstå som en troverdig og jordnær aktør.	Designet må være konsistent på tvers av de ulike kommunikasjonsflatene for å gi et gjennomført og troverdig uttrykk, på en jovial og hverdagslig måte.
Fremme Øvre Pasvik som feriedestinasjon.	Bruke bilder av midnattsol, nordlys, natur og campingliv til å kommunisere hva campingen og Øvre Pasvik kan tilby. Designet bør gi rom for mye bildebruk og la bildene ta hovedrollen.
Benytte Facebook til å opprettholde gode relasjoner med stamkunder, lokalbefolkningen og samarbeidspartnere.	Det må være gjennomførbart for daglig leder å lage innholdet til Facebook på egenhånd, og at det er raskt og effektivt.
Fortsette salg av gjeddekaker, og styrke gjeddekakenes posisjon som de beste og "originale" gjeddekakene fra Pasvikdalen. Gjeddekakene har vært et sentralt produkt for driften, selv før det ble en campingplass.	<p>Den visuelle indentiteten må funke på små etiketter.</p> <p>Designet må kommunisere tradisjon, håndverk, kvalitet og lokalkultur.</p>



**4**

**Historien**



**0**



4.1 Intervju med farfar



## 3.1 Intervju med farfar

### Hvorfor ønsket dere å starte en camping?

Naboen ga ideen, tomte var til salgs og man ville jo ikke at noen skulle bygge hytte midt i bygda. En kjenning eide tomte, og ville nå selge den. Han begynte å bli gammel, og var entreprenør i sin tid. Vi hadde blitt enig om å møtes for å ta en prat om overtakelsen, og da vi kom frem var papirene klare. Han hadde ordnet alt, så det gjenstod bare å bli enig om en pris og signere papirene.

På denne tiden begynte skogbruket å dabbe av, så vi ønsket å starte en ny drift man kunne leve av her oppe i skogen.

Edith hadde gått etablererskolen, så både tomt og bedrift stod i hennes navn.



### Hvordan foregikk byggingen av campingen?

Å bygge campingen var et hobbyprosjekt. Jeg jobbet enda i skogen på dagen, så campingen ble bygget i helgene og på kveldstid. Jeg kjøpte tømmer fra skogbruket jeg jobbet på og regnet ut hvor mye som trengtes for å bygge hyttene. Dette var tidlig på 90-tallet, kanskje i 1994. På våren passet det å kjøre tømmeret ut til tomte. Vi fikk låne utstyr av naboer i bygda. Vi begynte å bygge 5 hytter. Før vi var ferdige med takene kom det en storm, og jeg måtte ut på natta for å se til pressenningene. Noe hadde rukket å slites av.

Vi fikk tips om at det var mulig å søke om midler fra Statskog, og vi fikk faktisk 200.000 NOK derfra. Vi kjøpte administrasjonsbygget med disse pengene. Bygget hadde stått montert på Melkefoss, så det måtte demonteres og gjenoppbygges. Bygda hjalp til med den jobben også!

En elektriker måtte vi jo hyre for å sørge for at strømmen var lagt inn skikkelig, men dattera vår hadde nettopp blitt ferdig med elektrikerstudiene og hjalp til med installeringen.





## 3.1 Intervju med farfar

Når ble dere ferdige med byggingen?

Vi leide ut noen hytter før strømmen var på plass. Jeg hadde kjøpt noen gassovner, så vi leide ut hyttene mens vi bygget. Vi var vell nokså ferdig i 1996.

Hvem var de første gjestene?

De første kundene var kjentfolk, biler kom stadig innom. Vi betalte ikke for noe markedsføring. Folk snakket om prosjektet vårt og kom innom for å se hvordan det gikk. Jungeltelegrafene gjorde sitt og gjestene kom vell egentlig av seg selv. Vi hadde jo ikke lån på campingen, så vi måtte ikke stresse med å fylle den til enhver tid. Nasjonalparken og fuglelivet tiltrakk seg også en del gjester. Turterrenget har også tiltrukket seg turfolk, det er et fint og flatt landskap som er enkelt å gå i. Vi sørget også for å promotere villmarkskoiene som var gratis å overnatte i, samt treriksøysa.

De første internasjonale gjestene var kanskje Tyske. Det var hvertfall flest av de i starten. Ellers hadde vi besøk fra hele verden; Peru, Japan, Kina... Jungeltelegrafene gjorde sitt blant de internasjonale gjestene også. Noen Tyskerne skrev om campingen i et tidsskrift, de var forfær over effekten som stillheten her oppe har på kroppen, og skrev noe om dette i en artikkel. Fuglelivet ble også fremmet i noen tidsskrift, så det kom en del internasjonale fugletittere, men de har jo kommet til Øvre Pasvik i alle år.





## 3.1 Intervju med farfar

Hvilke verdier synes du er viktigst for campingen?

Campingen handlet om å gi muligheter for friluftsliv – å gjøre villmarka tilgjengelig for folk. Vi skaffet fort de første kanoene slik at gjestene kunne komme seg ut på elva, enten de ville fiske eller bare padle en tur. Vi fikk også gamle sykler fra folk rundt om i bygda. Jeg kjøpte inn deler og fikset syklene – man lærer mye av å jobbe med campingen hehe. Vi leide ut syklene slik at man ikke måtte kjøre på dårlige skogsbilveier med bil. Etterhvert fikk vi også båtutleie, da kunne folk hoppe i båten og fiske.

Vi har noen «berømte» gjeddekaker på campingen, hvor kom den oppskriften fra?

Nei den var det jo Edith som lagde! Hun var flink å lage mat. Hun pleide å selge middager i helgene, for da var det stor interesse for mat. Folk som var på tur i skogen ville gjerne stoppe innom for middag påvei hjem. Lappebiffen var veldig populær. Jeg pleide å brune biffen på en stor bålpanne ute, så oppbevarte vi de i porsjoner, så når det kom gjester kunne Edith ta ut nøyaktig mengde kjøtt, lage til litt saus, koke gulrøtter og poteter og servere med tyttebær. Alt var som regel egenprodusert mat, men noen ganger var det kjøpte gulrøtter for det var ikke hvert år vi fikk god avling.

Ja, så var det multekrem til dessert!

Gjeddekakene solgte vi av og til 10-talls kilo av. Edith lagde ferdig farsen, mens jeg stod ute å stekte på bålpannen.

Gunnar hadde fiskemottak, så vi kjøpte gjeddefilet fra Gunnar. Den var av og til så fersk at vi måtte salte fisken over natta. Prosedyren ble som følger: Gjedda må sløyes og henges til tørk for å bli kvitt slimet. Deretter kan man filetere, før fileen må saltes for å få fastere konsistens. Det betød gjerne at vi måtte hente fileen hos Gunnar på kvelden, strø den med salt og lage kaker dagen etterpå. Det har vært samme oppskrifta hele veien. Noen ganger lagde Edith blinks til turgjester – brød stekt med fiskefarse på begge sider.





## 3.1 Intervju med farfar

### Hvilke høydepunkter har campingen hatt?

De siste årene var både jeg og Edith i pensjonistforeninga, så foreninga har hatt møter på campinga flere ganger. Det har vært ekstra hyggelig!

Jeg savner også kulturdagen på Noatun. Da kunne man lære den gamle måten å koke såpe på, utvinning av tjerra og Russere viste folk hvilke sopp man kunne sanke. Det er nok mulig å starte det igjen, for jeg vet at folk er interesserte i å delta. Vi hadde jo besøk av 4H denne vinteren, som ville lære seg å sette garn under isen!

Det var også en spennende tid da Brita-Bjørnen\* var på besøk. Da strømmet det til med gjester som ville se på bjørnen.

### Hvilke utfordringer har campingen hatt?

Etter campinga ble bygd har det ikke vært mange utfordringer, jeg kommer på et prosjekt som ikke gikk som det skulle. For å få flere vintergjester på campinga, startet vi et samarbeid med to finnlendere med hytte rett over finskegrensa. Tanken var at de skulle komme med gjester på skutersafari igjennom Pillolaportene, overnatte på campinga og låne badstua. De kom med buss og skutere for å teste løypa og alt var rigget klart, men så ble nasjonalparken utvidet og løypa gjennom Pillolaportene ble stengt. Nå er det bare hundeløpene som gir aktivitet på vinterstid.



### \* Historien om Brita-Bjørnen

Det var en rolig sommerdag i 1994. Oldefar tok morgenkaffen ved kjøkkenbordet da han så en bjørn beite ute på jordet. Bjørnen dukket opp til faste tider, og det tok ikke lang tid før folk hørte ryktet om denne "tamme" bjørnen. Folk strømmet til fra byen i håp om å se bjørnen, og på den første dagen med publikum tilstede tok bjørnen med seg en liten overraskelse: To bjørnunger! Oldefar døpte bjørnen etter oldebarnet sitt; Brita.

Brita-Bjørnen ble værende rundt bygda en liten stund, før det ble bestemt å jage henne bort ved hjelp av Pyrinerehunder.

Brita gjorde inntrykk på bygda, som stadig mimrer tilbake til sommeren i 1994. Det ble tatt fine fotografier i tillegg til at bygda lagde en T-skjorte med et tegnet bilde av Brita-Bjørnen og ungene hennes.



## 3.1 Intervju med farfar

Har det vært noen store endringer opp gjennom campingens historie?

Nei, det har ikke vært noe særlige endringer. Vi utvidet med sauna og storhytta, ellers har det ikke vært noe særlig endring. Vi har vært opptatt av at campingens ikke skulle være noe underskuddsprosjekt og har holdt oss gjeldsfrie. Endringene har derfor kommet sakte men sikkert.

Det var en periode vi fikk noen midler av en forening gjennom etableringsskolen som Edith hadde gått på, men de stilte så mange krav at vi følte til slutt at de bestemte for mye – Da vil vi heller klare oss selv!

Kan du se noen endring i hvilke type gjester som er på campingens?

Nei, det er stort sett den samme typen. De som liker å være ute i naturen. De får nå dagene til å gå hehe. De leier båt, er ute å fiske, går turer i skogen og vil vell egentlig bare ha en villmarksopplevelse.

Er det noe spesielt du forbinder campingens med?

Da jeg og Edith giftet oss flyttet vi inn på Knutsenbrakka som lå på tomte til campingens. Det har vært en kjent plass for oss.





A photograph of a lake with a forested shoreline under a cloudy sky. A black box with white text is overlaid on the image.

## 4.2 Farfars dikt



## 4.2 Farfars dikt

### Våren i Pasvik. mai 1999

Vinterens grep har nå sluppet taket,  
den lyse årstid er atter tilbake.

Det skjer i et tempo vi undres over,  
lyset er der mens vi ligger å sover.

En tenker ikke på det i disse dager,  
når sola igjen over åskammen rager.

Snart høres skriket fra den første svane,  
vi følger dens flukt, den har funnet sin bane.

Hektiske tider vi går i møte,  
i bekkefar står det gåsunger søte.

Alt i naturen vet hva som gjelder,  
tiden er inne til å lade sine seller.

Det går mot sommeren her oppe hos oss,  
den fordres fram som en brusende foss.

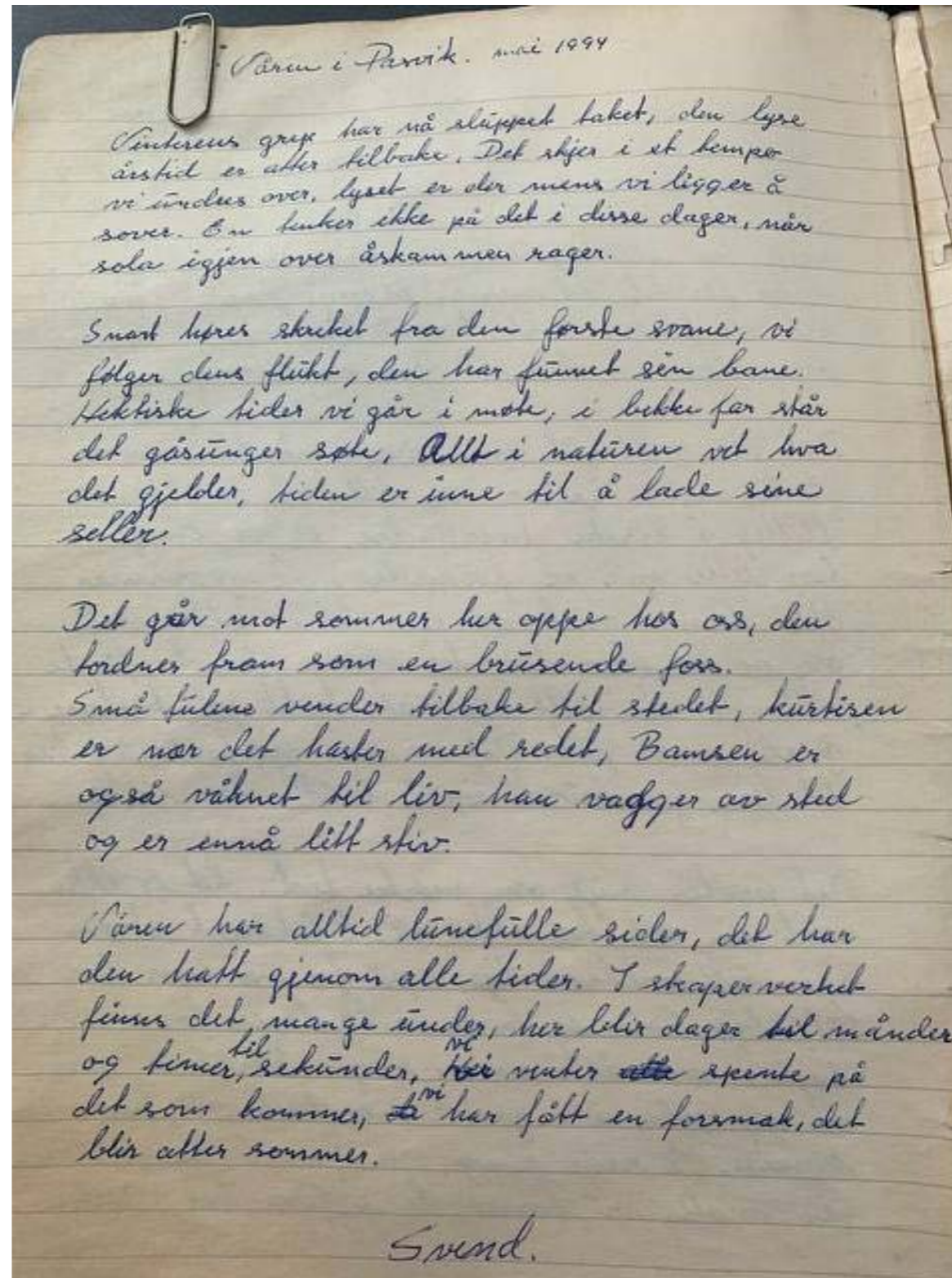
Småfuglene vender tilbake til stedet,  
kurtisen er nær det haster med redet.

Bamsen er også våknet til liv,  
han vagger av sted og er ennå litt stiv.

Våren har alltid lunefulle sider,  
det har den hatt gjennom alle tider.

I skaperverket finnes det mange under,  
her blir dager til måneder og timer til sekunder.

Vi venter spente på det som kommer,  
vi har fått en forsmak, det blir atter sommer.





## 4.2 Farfars dikt

### Vaggetem i Øvre Pasvik. 1994

Øvre Pasvik plasseres slik på karte,  
det er her vi kan si at landet starte.

En treriksgrense med Russer og Finner,  
har ikke alltid skapt de beste minner.

Røysa besøkes av mange for tiden,  
kanskje de trekkes tilbake siden.

Naturpark med landskap av Sibirske aner,  
med sjeldne fugler i lange baner.

Fuglereservat der det yrer av liv,  
ute på vannet og inne i siv.

Navnet Vaggetem har med vann å gjøre,  
på vinteren kan reinen trave når en kjøre.

I sommerhalvåret når vinden suse,  
blir bølgene så store at en høre det bruse.

Skoltesamene ble meget betatt,  
der fjellet steg oppfra vannet så bratt.

De ga dette skue sin fortjente ros,  
de døpte navnet for Vorados.

Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren.

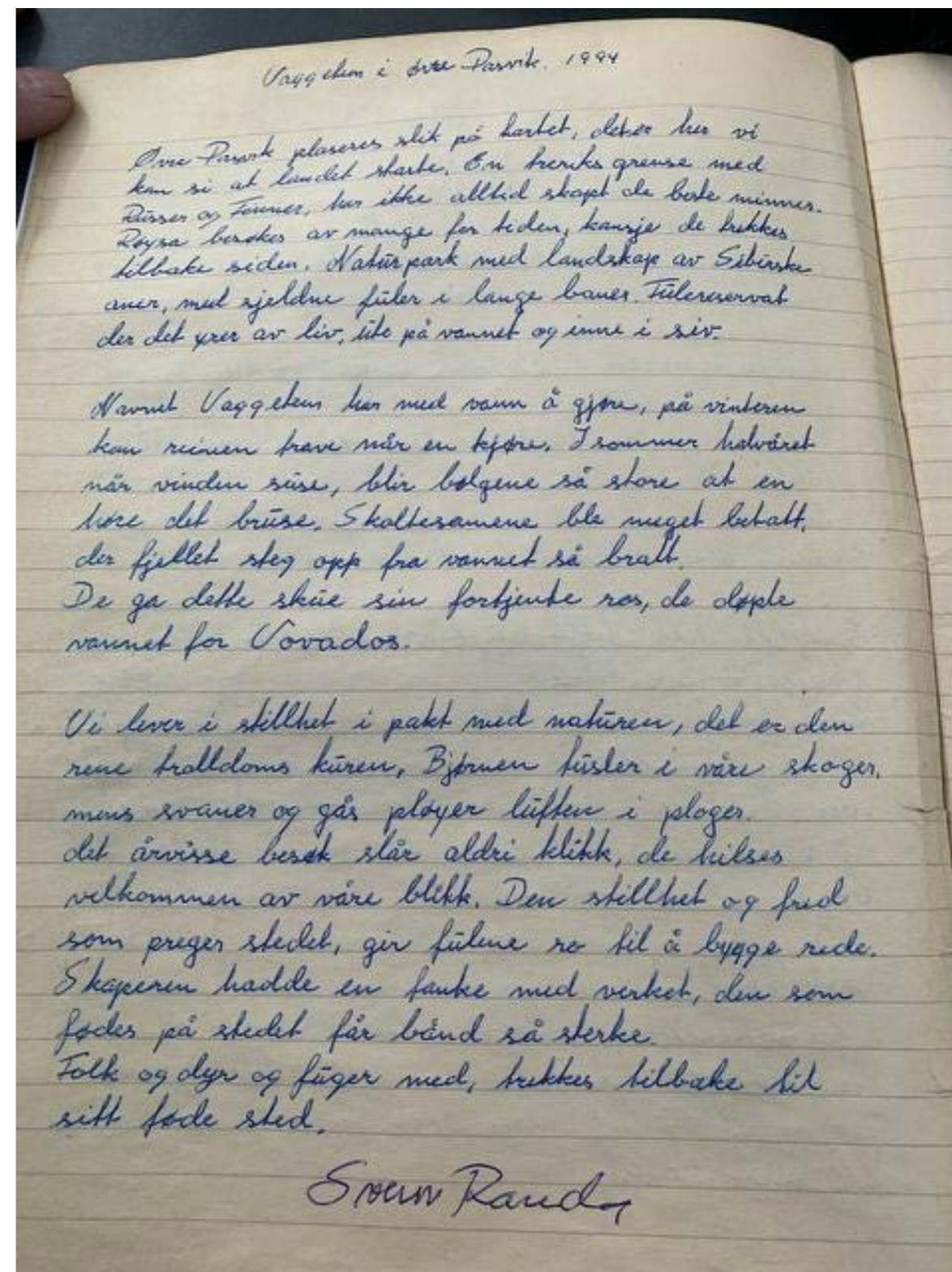
Bjørnen tusler i våre skoger,  
mens svaner og gås pløyer luften i ploger.

Det årwise besøk slår aldri klikk,  
de hilses velkommen av våre blick.

Den stillhet og fred som preger stedet,  
gir fuglene ro til å bygge rede.

Skaperen hadde en tanke med verket,  
den som fødes på stedet får bånd så sterke.

Folk og dyr og fugler med,  
trekkes tilbake til sitt fødested.



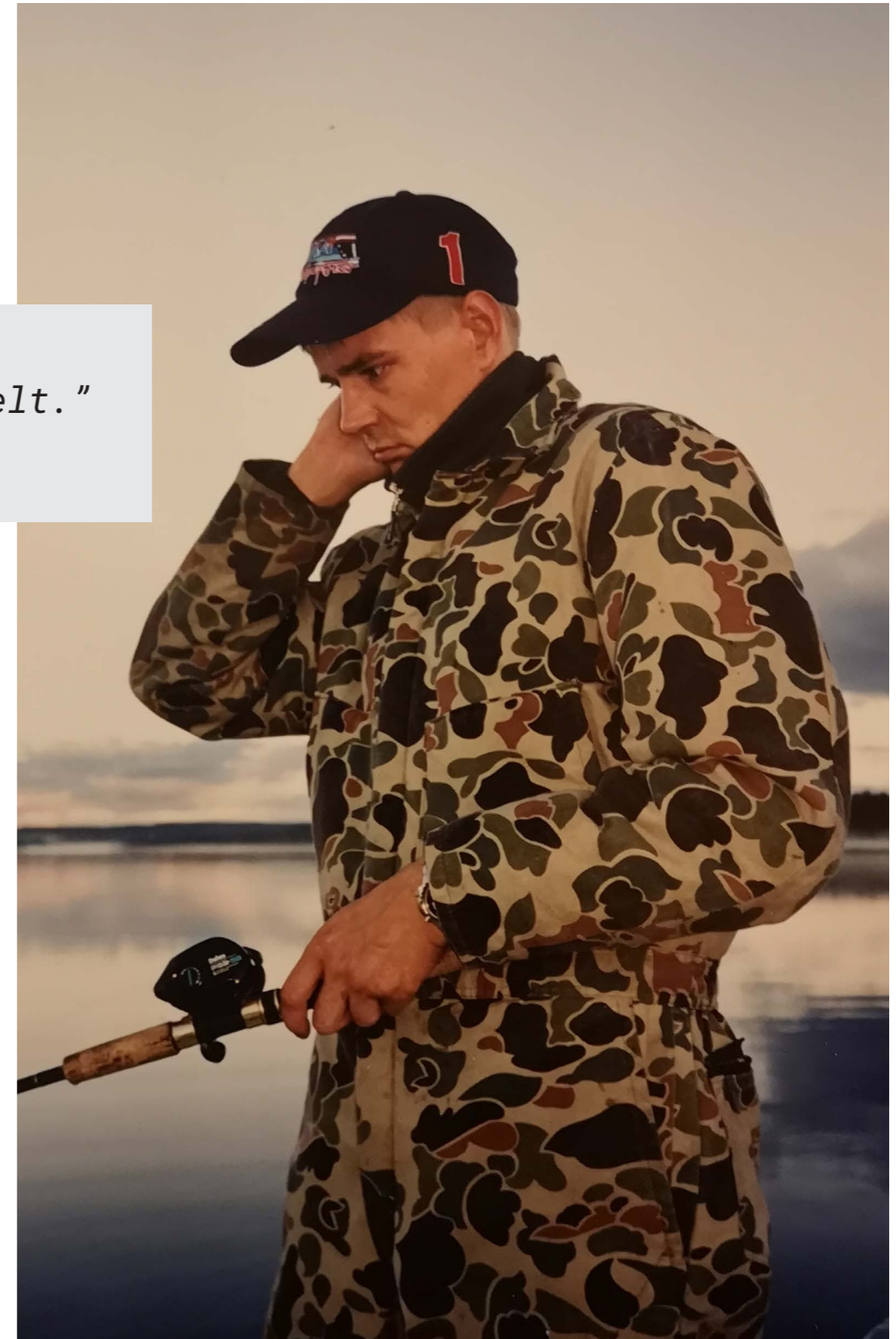


### 4.3 Intervju med eier

Under det ene intervjuet med eieren av campingen, snakket vi om hva som definerer campingen. Når eier skulle beskrive campingen snakket han om et stille og rolig liv. Han nevner også at klokka glemmes så snart han er hjemme, for da er det naturen som bestemmer tempoet. Det er tydelig at stillheten og det rolige livet betyr mye for han.

Etter å ha snakket litt løst og fast om hva som definerer livet på campingen, spør jeg om han kan oppsummere identiteten i et ord. Da svarte han: "Det skal være enkelt!" med en bestemt og fornøyd tone.

*"Det skal være enkelt."*



## 4.4 Bedriftens historie

### Campingens milepæler

- Campingens start med et ønske om å kunne fortsette å leve i Øvre Pasvik etter skogbruket sluttet. Ideen kom fra han Gunnar - En av naboene i bygda.
- Tomta ble kjøpt
- Tømmer ble kjøpt
- Byggingen startet
- Første utleie
- Administrasjonbygget ble kjøpt
- Camping ble ferdig
- Britabjørnen kom på besøk
- Sauna ble bygd
- Båtbaust ble bygd
- Hytte 6 ble bygd
- Hytte 4 brant ned
- Ny hytte ble bygd
- Atle og Hanne-Tove Randa tok over driften
- Ny allergivennlig hytte skal bygges



## 4.5 Kjernehistorien

### 3.3.1 Budskapet

Fog (2003, 80-81) skriver at kjernehistoriens budskap skal kommunisere moralen til historien. Det er bedriftens moralske kompass for å skille mellom hva som er rett og galt. Kort sagt skal budskapet enten speile bedriftens hensikt eller den opplevelsen som bedriften prøver å selge.

#### Eksempler fra Fog (2003, 81):

Harley-Davidson is about freedom

Apple Computer is about creative diversity

Kodak is about capturing and preserving life's special moments

Volvo is about safety designed with families in mind

The camping is about \_\_\_\_\_?

The camping is about experiencing nature

The camping is about sharing the wilderness with its guests

The camping is about the Pasvik-lifestyle

The camping is about a simple way of living

The camping is about enjoying nature's silence

The camping is about discovering the Pasvik-lifestyle

The camping is about experiencing the Pasvik-lifestyle

The camping is about experiencing a simple way of living

**The camping is about a simple life**

The camping is about a simple life in the wilderness

The camping is about the pleasures of a simple life

The camping is about the relief of a simple life

The camping is about escaping to a simple life

Camping handler om \_\_\_\_\_?

Camping handler om å oppleve et enkelt liv

Camping handler om å dele en enkel livsstil med sine gjester

Camping handler om å bevare det lokale levestedet

Camping handler om å dele og bevare en enkel livsstil

**Camping handler om et enkelt liv i villmarka**

**Camping handler om et enkelt liv**

Camping handler om å rømme til et enklere liv

Camping handler om å bevare en enkel og tradisjonell livsstil

Den enkle livsstilen handler om \_\_\_\_\_?

å leve i naturen

å være selvforsynt

å leve av ressursene man har rundt seg

å være gjeldsfri (fordi man ikke har jaktet etter mer enn man har hatt midler til)

å ta vare på skogen man lever i

å unngå unødvendig kjas og mas

å være takknemlig for det man har

å slutte og sammenligne seg med andre

å finne mening og hensikt ved å ta del i det lokale fellesskapet



## 3.3.2 Konflikten

### The Black & White Test (Fog 2003, 82)

#### Apple:

Creative diversity >< Anonymous uniformity

#### Nike:

The will to win >< Settling for second best

#### The LEGO company:

Creative play >< Passive entertainment

### Øvre Pasvik Camping:

Et enkelt liv >< Et komplisert liv

Et enkelt liv i villmarka >< Et komplisert liv i byen

The simple small community >< The complex modern society

En gammeldags og enkelt livsstil >< En moderne og komplisert livsstil

Det enkle tradisjonelle lokalsamfunnet >< Det kompliserte moderne samfunnet

The freedom of simple living >< The expectations and commitments of modern living

Roen av et enkelt liv >< Stresset av et komplisert liv

Tradisjonelt liv på bygda >< Moderne liv i byen

Det enkle og nære livet på bygda >< det anonyme og stressende livet i byen

#### Det sentraliserte moderne samfunnet:

Ensomt, stressende, komplisert.

Omringet av mange, men allikevel ensomt.

#### Det enkle tradisjonelle livet på bygda:

Nært, stille/rolig, enkelt.

Få naboer, men sterk følelse av fellesskap.

### 3.3.3 Drømmen

Fog skriver at man kan finne konlikten gjennom å definere drømmen. Hvilken lengsel, ønsker og drømmer kan kundene få oppfylt gjennom bedriftens tjenester/produkter?

#### De gode gamledager...

I et moderne komplekst samfunn fylt med stress, søker man ofte trøst i de gode gamledager, troende om at alt var bedre før. Bildet av et enkelt gammeldags liv byr på en betryggende nostalgi. En nostalgi som står i sterk kontrast til det anonyme og stressende livet i et moderne samfunn, hvor stadige endringer skaper usikkerhet om hva fremtiden vil bringe.

De gode gamledager >< Det stressende moderne livet  
Betryggende nostalgi >< Usikker fremtid

#### Et enkelt liv i takt med naturen...

I det moderne samfunnet bor stadig flere av oss i byer, hvor vår eksponering for natur reduseres. Når bylivet blir travelt og hektisk, dagdrømmer man om et enkelt liv langt utenfor byens støyende grenser. Et liv hvor man får roen til å kjenne naturens rytme og følge den. Et enkelt liv som går i takt med naturen.

Et enkelt liv i takt med naturen >< Et travelt liv i byen  
Et rolig liv >< et travelt liv  
Et liv ute i naturen >< Et liv i byen



### 3.3.4 Karakterene

(Fog 2003, 87)

#### Målet: Et enkelt liv i takt med naturen

En rolig livsstil der hverdagen påvirkes av naturen og årstidene. Et rolig liv som fokuserer på enkle håndfaste ting, fremfor det sosiale jaget i byen.

#### Motparten: Et travelt byliv

Det urbane moderne samfunnets kompleksitet og stress.

#### Helten: Bestemor Edith

Bestemor Edith startet camping. Hun er en hverdagshelt, jordnær og rett frem. Hun søker lykken ved å leve et enkelt liv med sterk tilknytning til naturen og det lokale fellesskapet.

#### Støttespilleren: Naturen i Øvre Pasvik

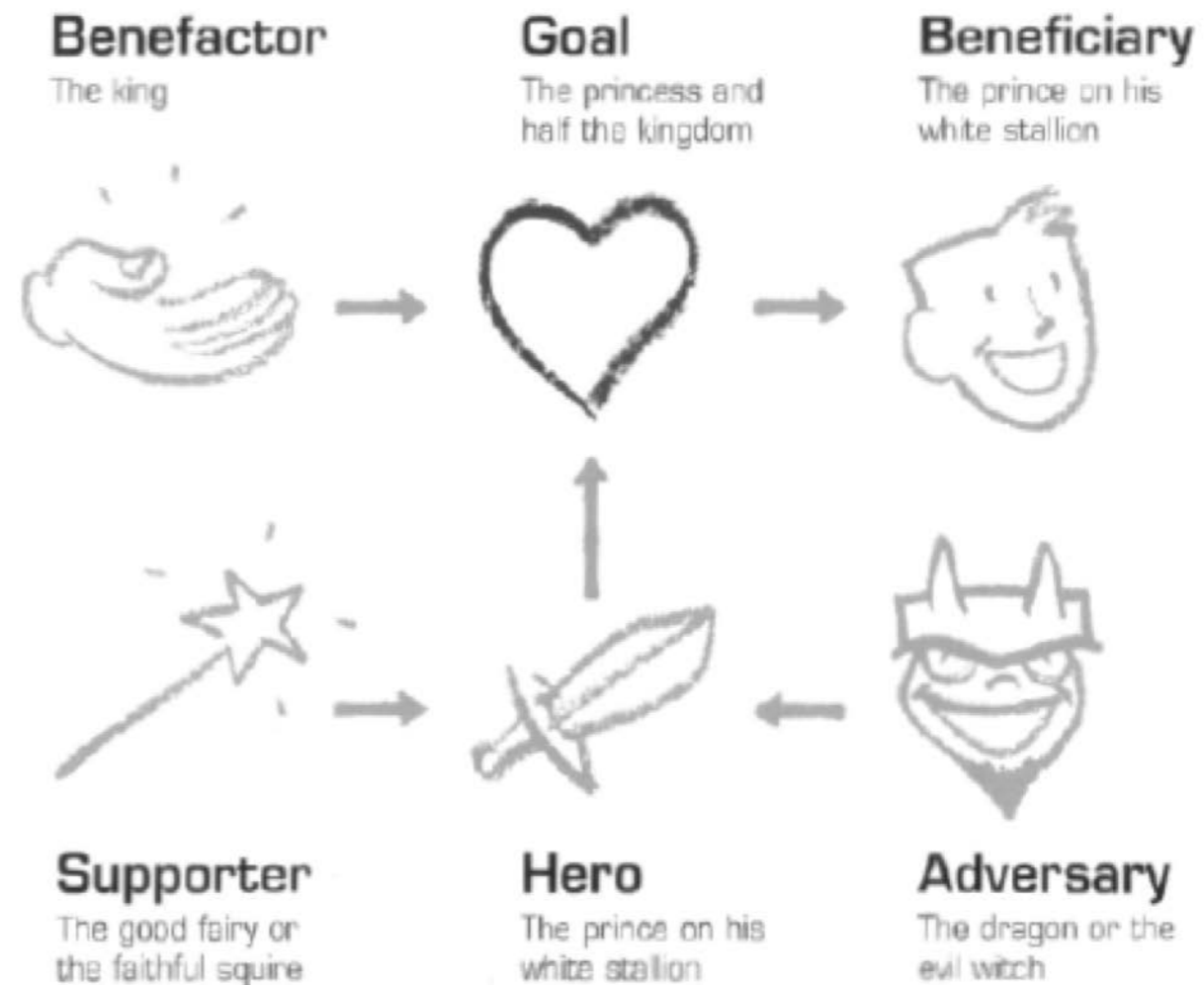
Naturen i Øvre Pasvik er helt spesiell. Selv en erfaren villmarksmann som Lars Monsen har kommentert stedets særegne stillhet og ro. Området er kjent for både sjeldne dyre- og plantearter.

#### Velgjøreren: Øvre Pasvik Camping

Øvre Pasvik Camping –en ujålete villmarkscamp som tilbyr sine gjester en smakebit av den enkle tilværelsen.

#### Mottakeren: Campinggjestene

Campinggjestene. Folk som søker et avbrekk fra hverdagsmaset med en naturopplevelse



### 3.3.5 Plottet

#### Målet: Et enkelt liv i takt med naturen

En rolig livsstil der hverdagen påvirkes av naturen og årstidene. Et rolig liv som fokuserer på enkle håndfaste ting, fremfor det sosiale jaget i byen.

#### Motparten: Et travelt byliv

Det urbane moderne samfunnets kompleksitet og stress.

#### Helten: Bestemor Edith

Bestemor Edith startet camping. Hun er en hverdagshelt, jordnær og rett frem. Hun søker lykken ved å leve et enkelt liv med sterk tilknytning til naturen og det lokale fellesskapet.

#### Støttespilleren: Naturen i Øvre Pasvik

Naturen i Øvre Pasvik er helt spesiell. Selv en erfaren villmarksmann som Lars Monsen har kommentert stedets særegne stillhet og ro. Området er kjent for både sjeldne dyre- og plantearter.

#### Velgjøreren: Øvre Pasvik Camping

Øvre Pasvik Camping –en ujålete villmarkscamp som tilbyr sine gjester en smakebit av den enkle tilværelsen.

#### Mottakeren: Campinggjestene

Campinggjestene. Folk som søker et avbrekk fra hverdagsmaset med en naturopplevelse.

Det var en gang en liten bygd, langt ute i en skog, ved en lang elv. De fleste i bygda jobbet som skogsarbeidere og tilbrakte dagene ute i naturen. I bygda kjente alle hverandre og fellesskapet var sterkt. Bygda var nokså selvforsynt, man sådde poteter, plukket multebær, fisket med garn, jaktet på elg, tappet bjørkesaft fra trærne, og mer til. De levde både i og av skogen, og tok vare på den.

En dag måtte skogbruket stenge, som et resultat av modernisering og sentralisering, og mange i bygda ble arbeidsledige. Etterhvert måtte folk flytte mot byen for å livnære seg, og bygda ble mindre og mindre. Modernisering og sentralisering av samfunnet gjorde det vanskelig å beholde den enkle og nære livsstilen i bygda.

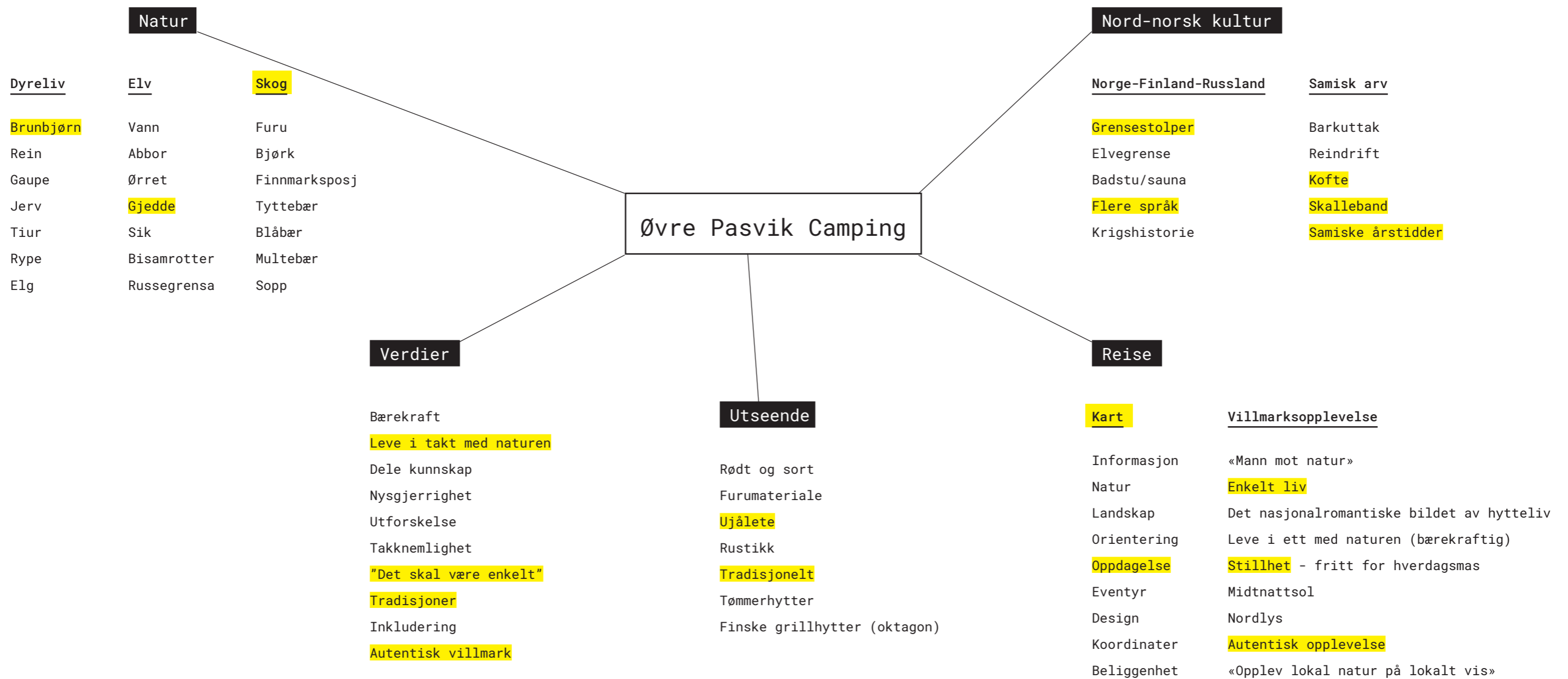
Et ektepar i bygda fant en måte å beholde livsstilen på. Edith og Sverre Randa ønsket å bli boende i bygda de var så glade i. Livet i byen fristet ikke, og tanken på å ta farvel med naturen var uaktuell. Paret var kjent med at naturområdet til bygda tiltrakk seg mange tilreisende. De snakket titt og stadig med folk som oppsøkte den unike naturen de bodde i. En dag bestemte paret seg for å bygge en campingplass – en enkel villmarkscamp hvor paret kunne dele både natur og livsstil med sine gjester.



**Konseptutvikling**

A large, light gray number '4' is positioned on the left side of the page. The text 'Konseptutvikling' is written in a bold, black, sans-serif font across the middle of the number.

## 4.1 Tankekart





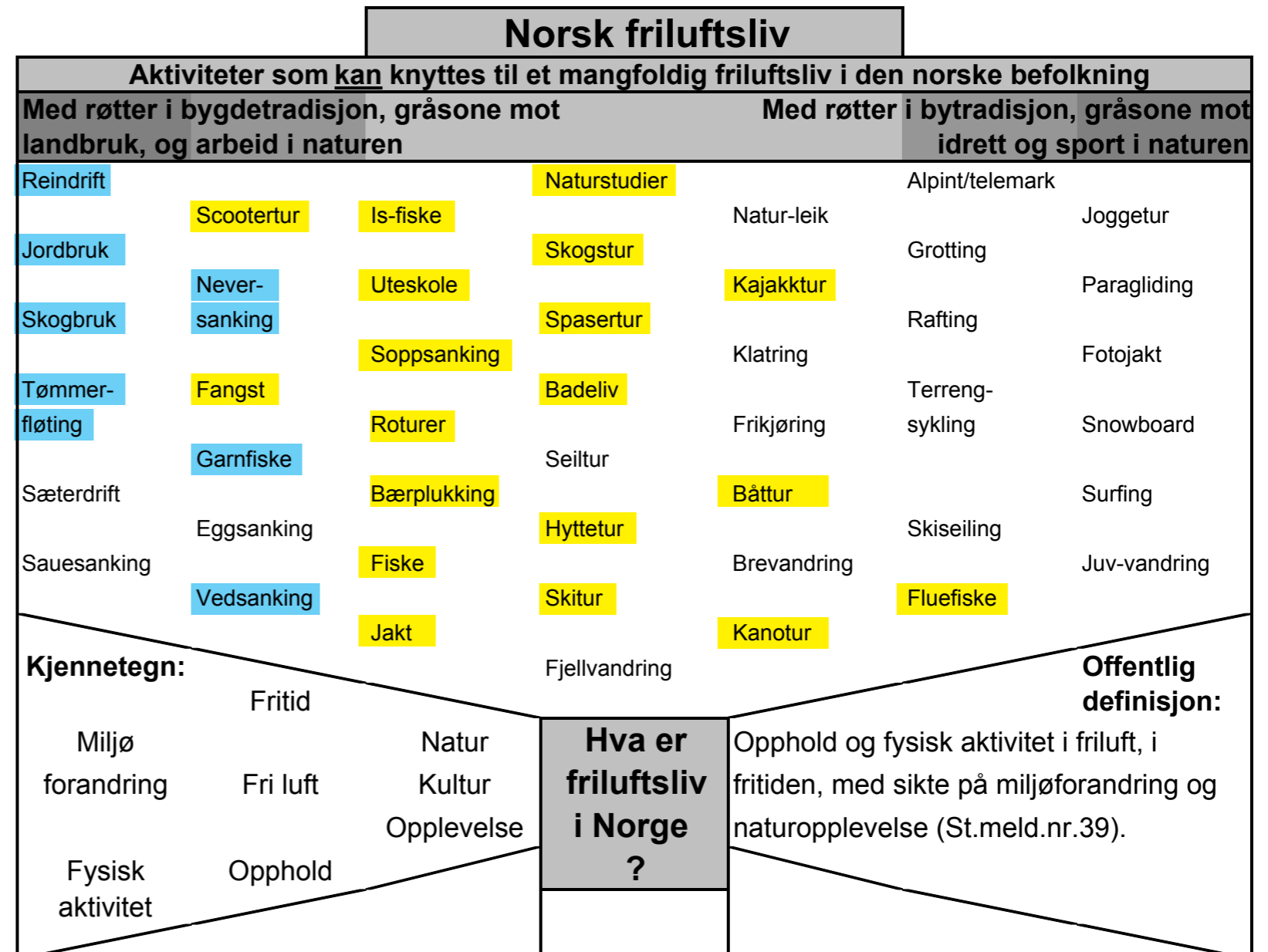
## 4.2 Research: Norsk friluftsliv

Jeg gjorde litt research på hva norsk friluftsliv egentlig er. Under min research fant jeg følgende modell laget av André Horgen (Høgskolelektor ved institutt for friluftsliv, idrett og kroppsøving ved Universitetet i Sørøst-Norge) som skiller på hva by- og bygdefolk mener at friluftsliv er.

Denne modellen fikk tydeliggjort hvordan campingen har tydelige bygde- og landbrukstradisjoner, som påvirker hva vi definerer som friluftsliv.

Aktiviteter som KUN praktiseres av de lokale

Aktiviteter som praktiseres av BÅDE de lokale og campinggjester



## 4.3 Mood boards: Introduksjon

Metoden er beskrevet i *Design og strategi* (Grimsgaard, 2018, 394). Her trekker Grimsgaard frem at de ulike designretningene bør kunne skilles tydelig fra hverandre. Dersom oppdragsgiver har konkrete ønsker, kan den ene retningen prøve å tilfredstille disse kravene, før neste retning fraviker litt, mens den tredje er noe helt nytt.

Jeg lagde tre moodboards som baserte seg på modellen på forrige side. De tre retningene er som følger:

### Sportslig villmark

Retningen baserer seg på uttrykket til ulike varemerker innenfor sport og friluftsliv. Det er et moderne uttrykk med et energisk preg. Kvalitet og funksjon er sentrale verdier. Uttrykket bruker sterke farger. Orienteringskartet representerer denne retningen best.

### Nasjonalromantisk villmark

Retningen baserer seg på det nasjonalromantiske synet nordmenn har på villmarka og friluftslivet – at det skal være folkelig og inkluderende. «Naturen er for alle!». Uttrykket er noe moderne, men mindre polert enn det sportslige uttrykket. Det brukes runde joviale former og en dus og «vintage» bildestil. Det klassiske norgeskartet representerer denne retningen best.

### Tradisjonell villmark

Retningen baserer seg på å fremme tradisjonene fra Pasvikdalens gårds- og skogsbruk. Uttrykket er tradisjonelt og enkelt, og fokuserer på å formidle kunnskap og tradisjoner. Sparsom fargebruk og fargene som benyttes er jordnære og organiske. Typografien består av antikvaskrifter, klassisk kalligrafi og håndskrift. Et gammelt håndtegnet kart representerer denne retningen best.

Moodboard'ene ble presentert for min far og stemor. Jeg sa ingenting om modellen jeg hadde funnet, for jeg ønsket å høre hvilken retning de synes representerte dem best, uten å bli påvirket av mine funn og tolkninger.

Hensikten med moodboardene var å finne ut hva de likte og ikke likte i de ulike uttrykkene. Vi snakket litt om hva campingens verdier er og hvordan de ulike elementene følte riktige/gale.



4.3 Mood board: Sportslig villmark

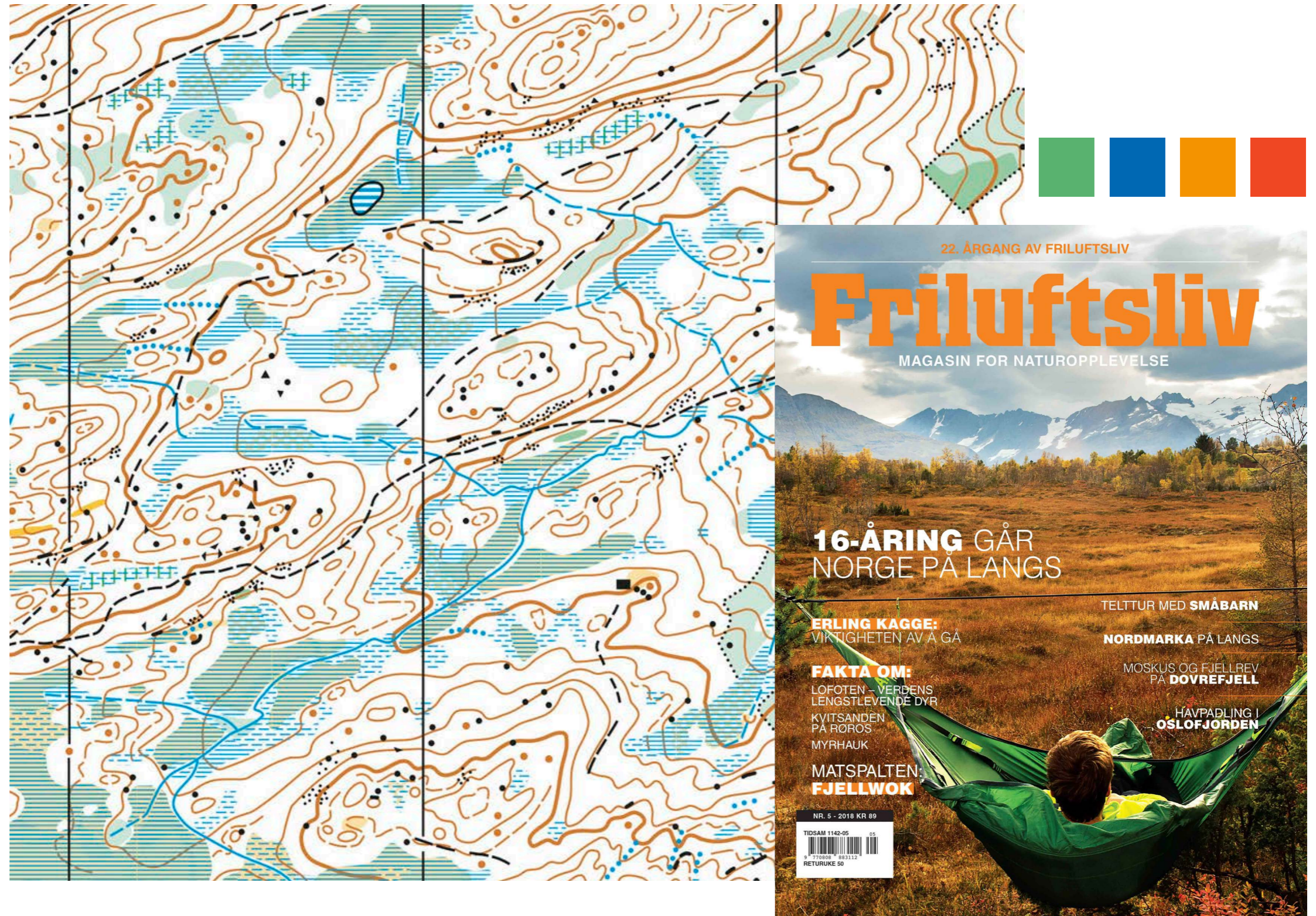
ØVRE PASVIK  
CAMPING

 Non-stop  
dogwear

GARMIN<sup>®</sup>

  
GARMONT

THE  
NORTH  
FACE





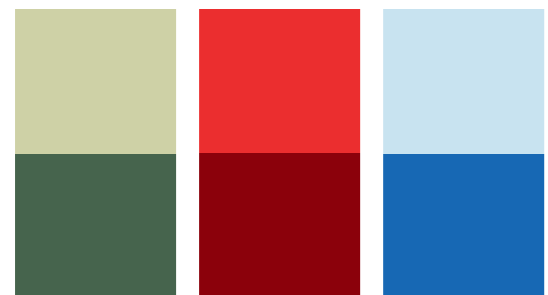
### 4.3 Mood board: Nasjonalromantisk villmark

**Bergans**  
OF NORWAY



**FJÄLL  
RÄVEN**

**ØVRE PASVIK  
CAMPING**





## 4.3 Mood board: Tradisjonsrik villmark

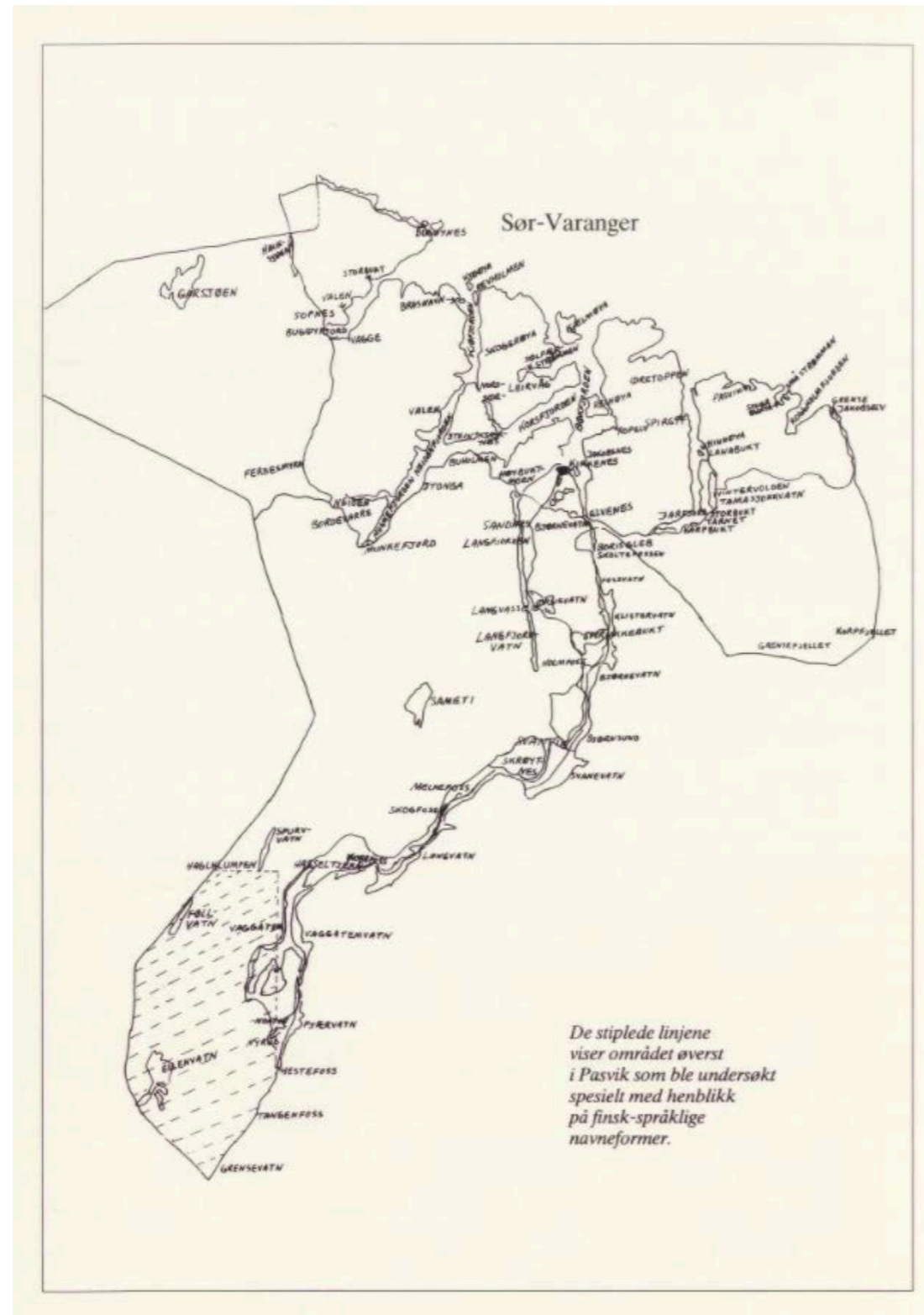
*Lymgenfjord*

ØVRE PASVIK  
STABBURSDALEN

SKOGEN  
HOVEDREDAKTOR JON TÅKKE

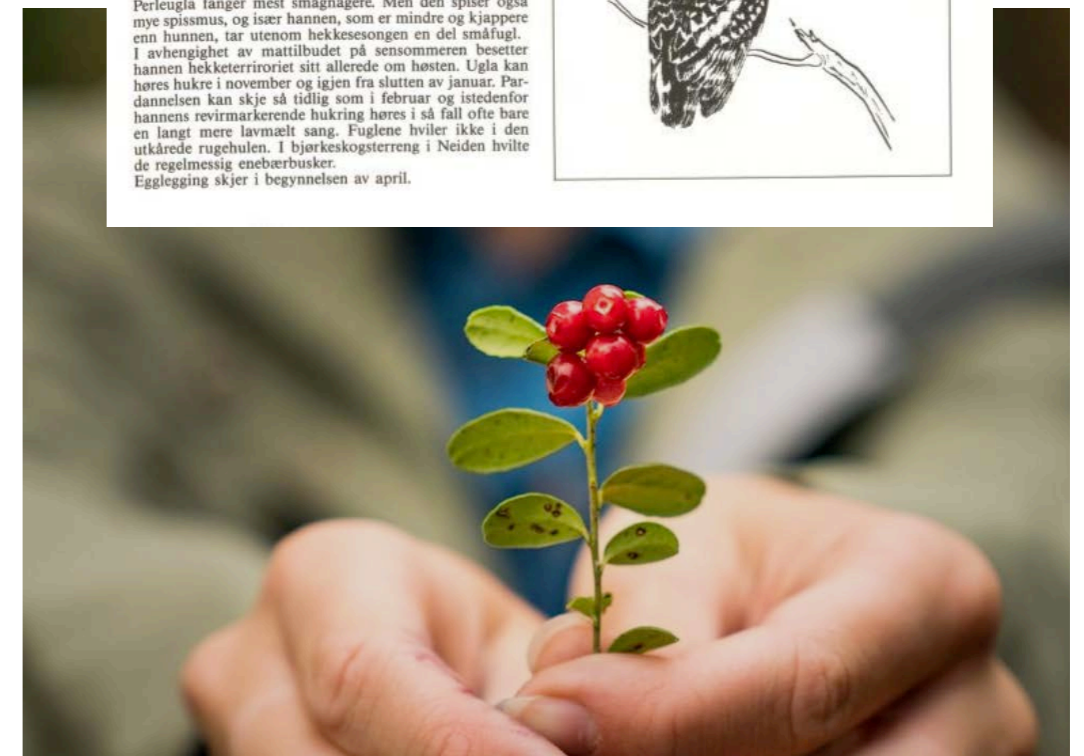


ØVRE PASVIK  
CAMPING



### Perleugle *Aegolius funereus*

Perleugla hekker sparsomt i bar- og bjørkeskoger i innlands- og fjordstrøk. Mangel på egnede rugehuler kan være en årsak til at den ikke hekker vanligere, idet nordgrensen for uglas letere forekomst faller omtrent sammen med nordgrensen for svartspetten. Svartspetten er perleuglas viktigste naturlige leverandør av rugehuler. Perleugla fanger mest smågnager. Men den spiser også mye spisemus, og især hannen, som er mindre og kjappere enn hunnen, tar utenom hekkesesongen en del småfugl. I avhengighet av mattilbudet på sensommeren besetter hannen hekketerritoriet sitt allerede om høsten. Uglas kan høres hukre i november og igjen fra slutten av januar. Parringen kan skje så tidlig som i februar og istedenfor hannens revirmarkerende hukring høres i så fall ofte bare en langt mere lavmælt sang. Fuglene hviler ikke i den utkårede rugehulen. I bjørkeskogsterreg i Neiden hvilte de regelmessig enebærbusker. Egglegging skjer i begynnelsen av april.





## 4.3 Mood board: Konklusjon

Vi kom frem til at den nasjonalromantiske og tradisjonelle villmarksuttrykkene representerer campingen best. Dette samsvarer også med mine funn i modellen over aktivitetene som tilbys på camping.

Det betyr at den overordnede stemningen skal ligge innenfor den nasjonalromantiske og tradisjonelle «friluftsspråket».

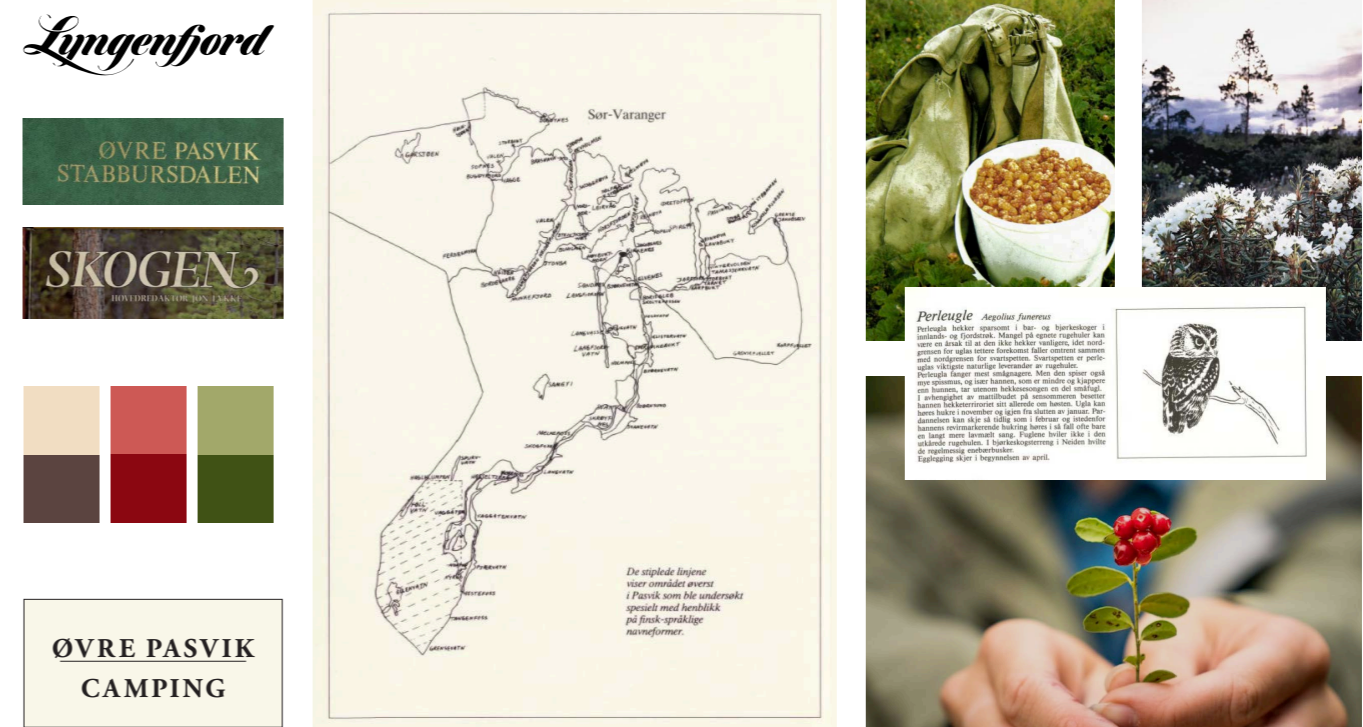
Videre trenger designet et visuelt anker, en inspirasjonskilde for videre designvalg. Dette ankeret bør ha tilknytning til camping, og fremme hva som er spesielt med akkurat Øvre Pasvik Camping.

### Oppsummering:

Overordnet tema: Et enkelt liv i pakt med naturen

Sjangerbetoning: Nasjonalromantisk/tradisjonelt friluftsliv

Konsept: ?????



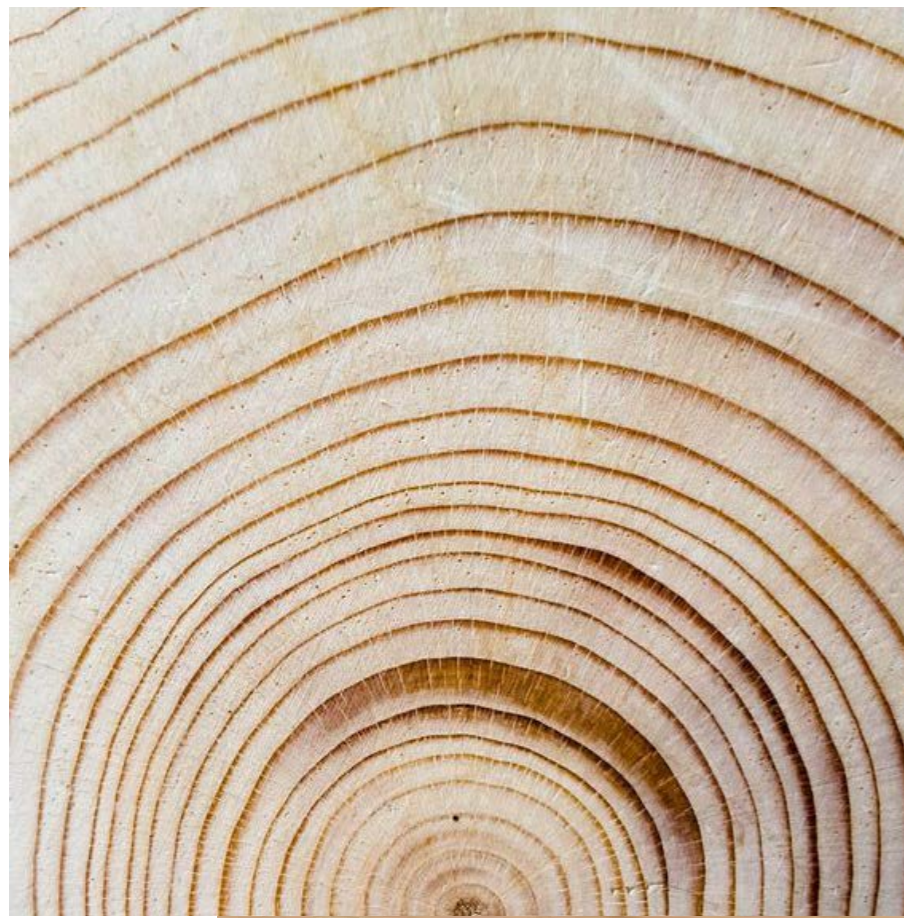




## 4.4 Konsep



## 4.4 Konsept: Årringer

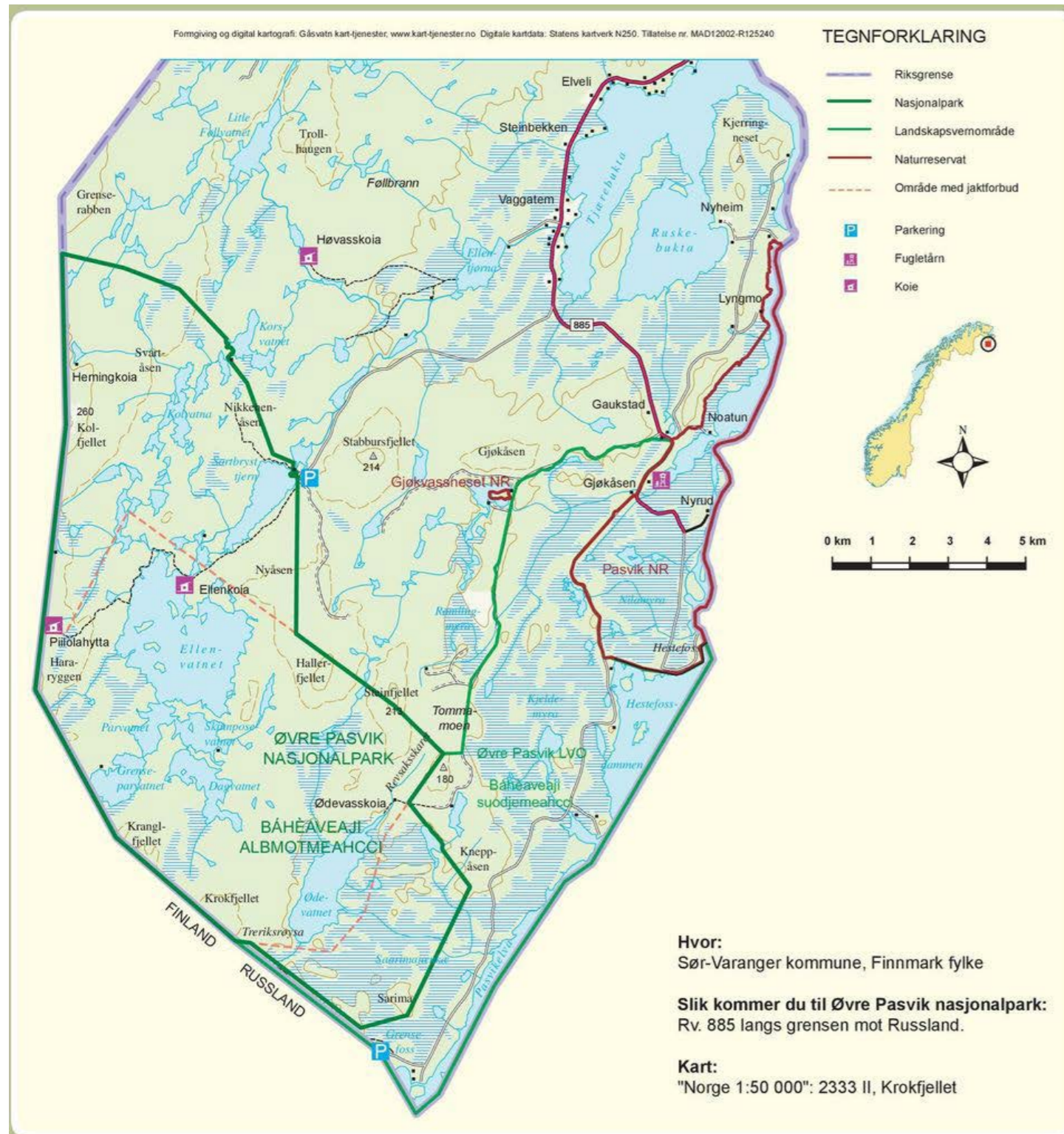


STEDSTILHØRIGHET. HISTORIE. NATUR.

Årringene i bartrær fra et geografisk område vil danne et bestemt vekstmønster. En sommer som er varmere enn gjennomsnittet vil gi en bred årring, mens en sommer som er kaldere enn normalt gir en smal årring. Årringene forteller en skjult historie om området de kommer fra.



## 4.4 Konsept: Kart

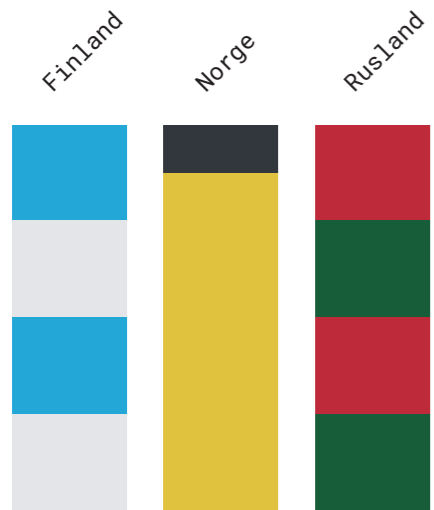


STEDSTILHØRIGHET. NATUR. REISE. INFORMATIVT.

Kart forteller noe om landskap, sted og landegrenser. Kart designes med utgangspunkt i sitt bruksformål, og kan inneholde mange detaljer eller vise større sammenhenger.



## 4.4 Konsept: Grenseland



**BELIGGENHET. KULTUR. SÆREGENHET.**

Pasvikdalens historie som grenseland er unik. Like unik som lokalkulturen. Det snakkes finsk, russisk, samisk og norsk, og tradisjoner fra de ulike kulturene har kocht sammen i Pasvikbygda.

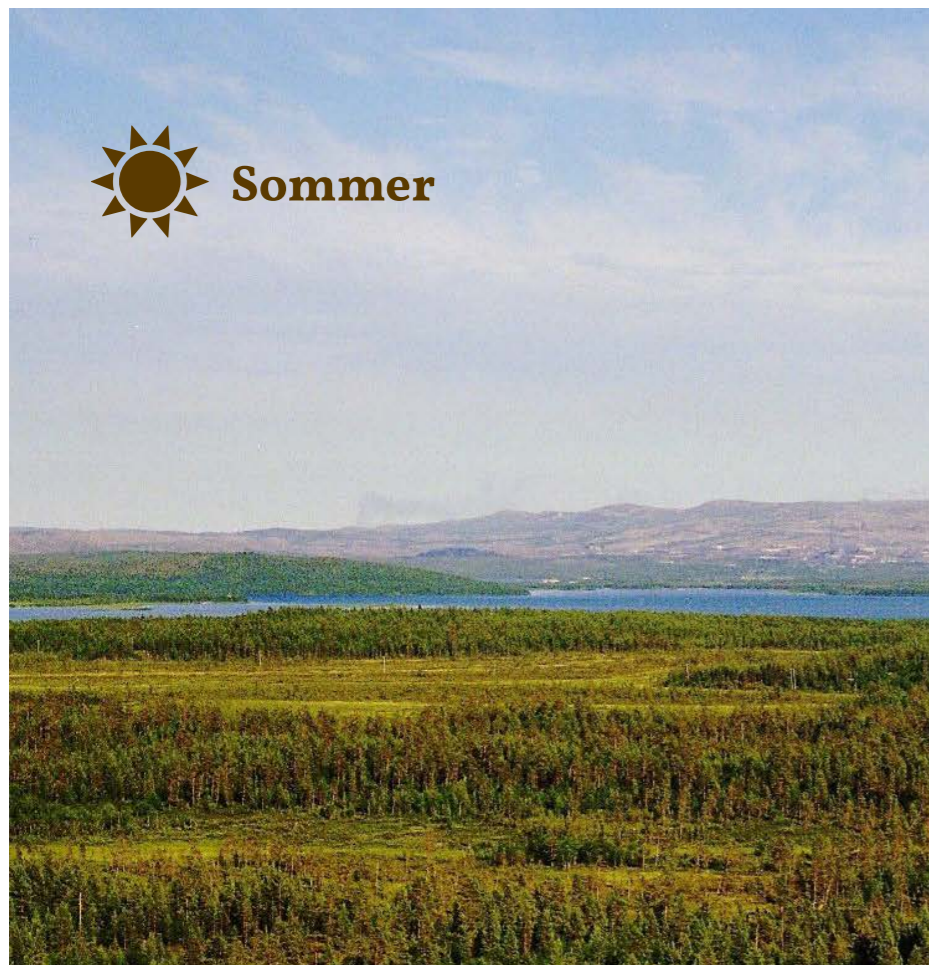


## 4.4 Konsept: Pasvikbjørnen



Campingen har solgt noen T-skjorter som har et tegnet motiv av Brita-Bjørnen og teksten "Pasvikdalen". Både jeg og farfar synes dette motivet er det nærmeste vi kommer en logo til campingen - til tross for at teksten på T-skjorta er "Pasvikdalen" og ikke "Øvre Pasvik Camping".

Utover denne ikoniske T-skjorta er Øvre Pasvik kjent for sin bjørnebestand. Campinggjester observerer bjørnen hvert år, og noen kommer spesifikt i håpet om å få se bjørn. De lokale ser derimot lite til bjørnen, som er ganske sky.



### NATUR. DYRELIV. VILLMARK.

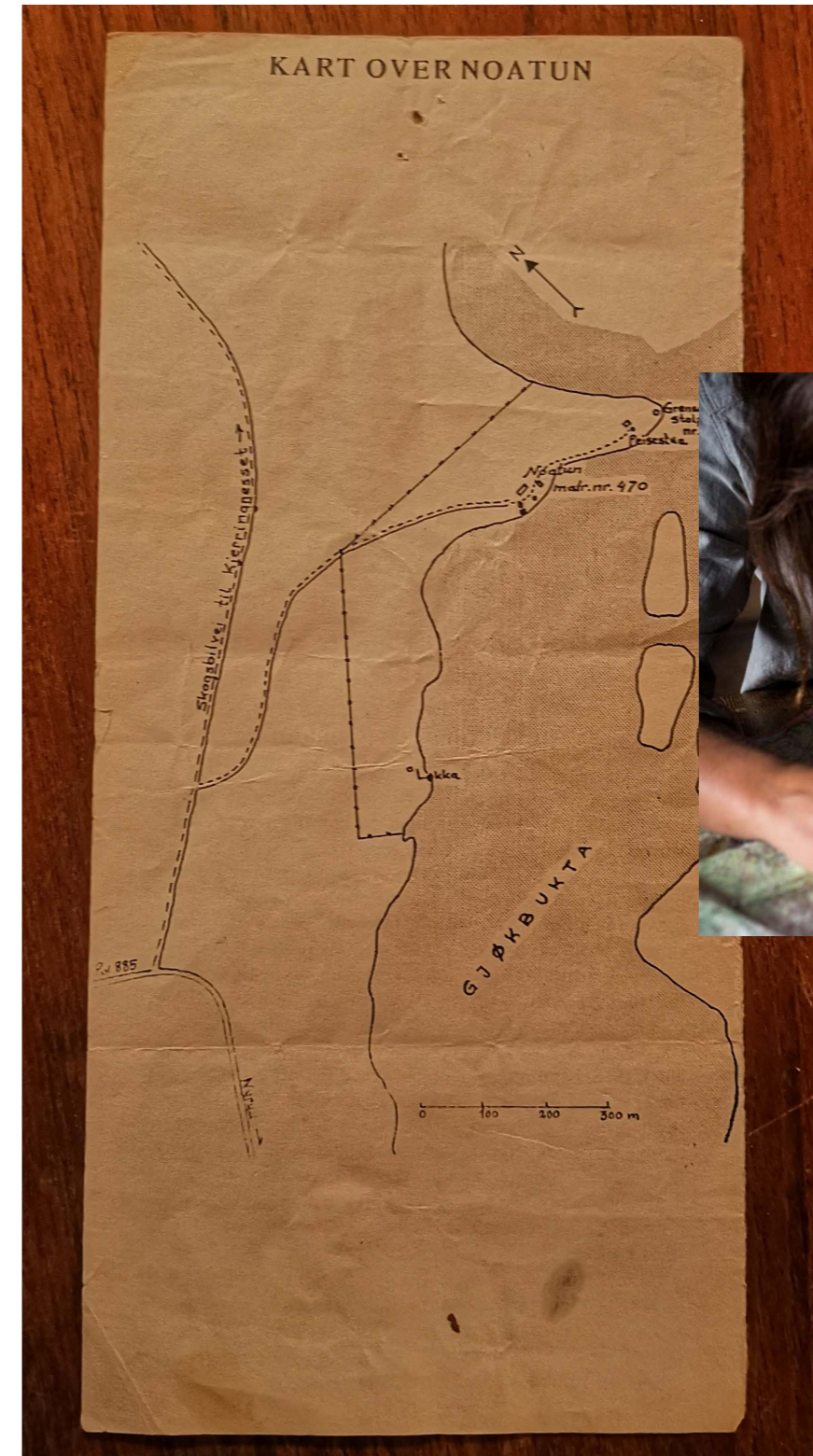
Bjørnen lever i takt med naturen, og «årshjulet» til bønnene og campingen er litt like. Begge ligger i dvale om vinteren, før de våkner til live om våren. Mens bjørnen jakter etter mat og make, jakter fugletitterne etter en match i fugleriket. Om sommeren nytes naturen med roligere dager i naturen, bjørnen gresser mens campinggjestene ligger i sola. Om høsten begynner jakten på mat for både jegere og bjørn. Og slik går året.



## 4.4 Konsept: Valg

Kartet var det konseptet som ga meg flest visuelle ideer å ta tak i. Kartet rommet mange designmuligheter og har sterk tilknytning til friluftsliv og natur.

Campingen huser også flere kart å ta inspirasjon fra.







# Skisseprosess

*Skisseprosessen har gått noe parallelt med resten av prosessen. Ettersom jeg har sterk tilknytning til campingen har det vært naturlig for meg å gå gjennom et par skisser og ideer ganske tidlig i prosessen.*

## 5.1 Brita-Bjørnen





## 5.1 Brita-Bjørnen

Campingen har solgt noen T-skjorter som har et tegnet motiv av Brita-bjørnen og teksten "Pasvikdalen". Både jeg og farfar synes dette motivet er det nærmeste vi kommer en logo til campingen - til tross for at teksten på T-skjorta er "Pasvikdalen" og ikke "Øvre Pasvik Camping".

Jeg har derfor sett etter fonter som ligner litt på denne.



Øvre Pasvik Camping

ØVRE PASVIK CAMPING

ØVRE PASVIK CAMPING

Øvre Pasvik Camping

ØVRE PASVIK CAMPING

ØVRE PASVIK CAMPING

Øvre Pasvik Camping

ØVRE PASVIK CAMPING

ØVRE PASVIK CAMPING

Øvre Pasvik Camping

ØVRE PASVIK CAMPING

ØVRE PASVIK CAMPING

Øvre Pasvik Camping

ØVRE PASVIK CAMPING

ØVRE PASVIK CAMPING

Øvre Pasvik Camping

ØVRE PASVIK CAMPING

ØVRE PASVIK CAMPING



## 5.1 Et tilbakeblikk

Her har jeg testet en fargepalett som tok utgangspunkt i den sterke blåfargen til T-skjorten, men som er utvidet med de samiske fargene.



5.1 Et tilbakeblikk

ØVRE PASVIK CAMPING  
ØVRE PASVIK CAMPING  
ØVRE PASVIK CAMPING  
ØVRE PASVIK CAMPING





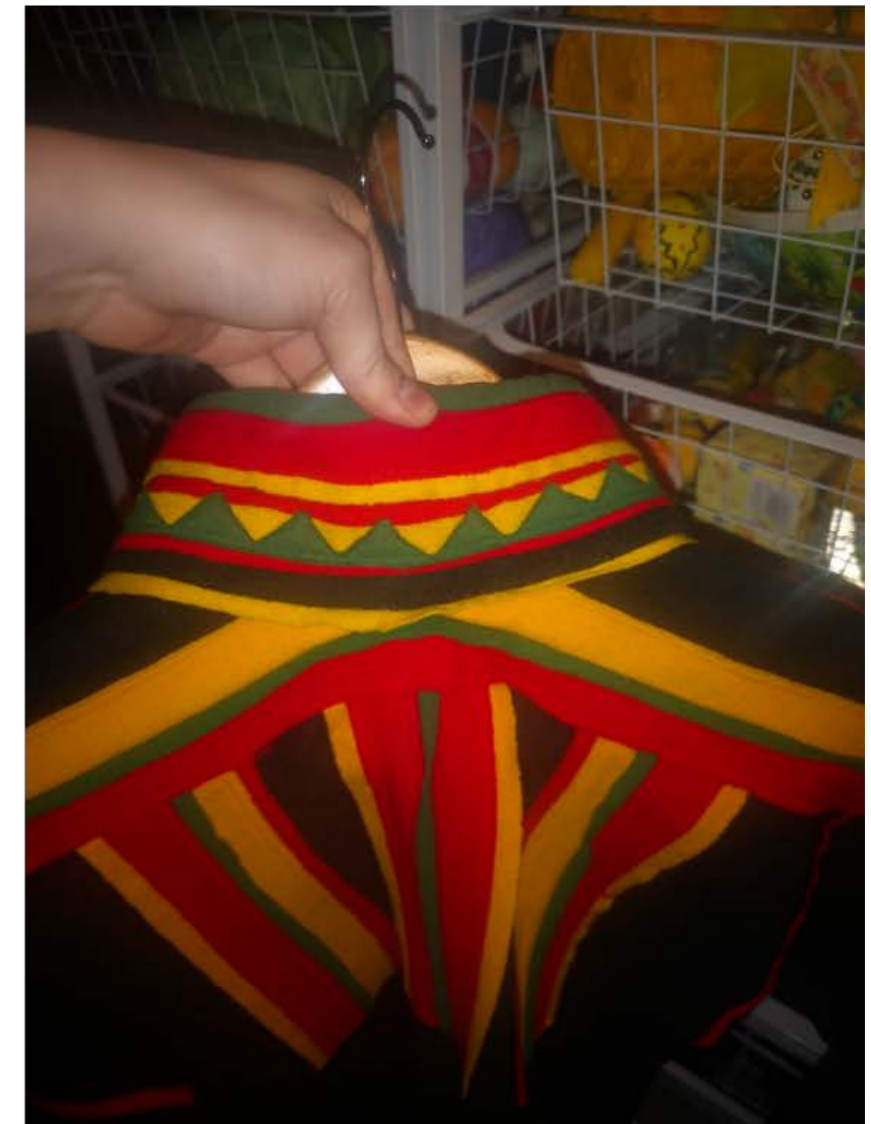


5.2 Oldefars kofte



## 5.2 Oldefars kofte

Jeg hadde en tanke om å bruke fargene og mønsteret i oldefars kofte som inspirasjon. Jeg lagde et par fargepaletter i tillegg til et par digitale varianter av «bordene» i koftemønsteret.





## 5.2 Oldefars kofte

Her er litt forskjellige fargepaletter. Alle er inspirert av kofte. Jeg testet med litt ulike mettninger og forskjellige nyanser av den grå koftebunnen.

Til slutt likte jeg best tanken om å bruke flest nyanser av brun (inspirert av furua) og bruke de samiske fargene mer sparsomt.



## 5.2 Oldefars kofte

Her jeg brukt koftemønsteret som designelementer i tillegg til å teste litt typografi. Foreløpig føles det ikke helt ut som campingen, rent personlig. Det er kanskje litt mye kofte, og litt lite natur.



### FISKEMULIGHETER

Driften startet i 1989 av Edith Randa som drev campingen fram til 2013. Edith startet først cafe drift i lokalet til den nedlagte skolen på Vaggetem. Her serverte Edith lokale retter som finnbiff, gjeddekaker, stekt gjedde røkt sik, fiske suppe av sik, stekt ørret osv Det ble hele tiden blitt lagt stor vekt på å bruke lokale retter og ingredienser.

### ØVRE PASVIK CAMPING

Hanne Tove Eike Randa

+47 902 09 595

booking@pasvikcamping.no

www.pasvikcamping.no

### KANO- OG BÅTUTLEIE

Driften startet i 1989 av Edith Randa som drev campingen fram til 2013. Edith startet først cafe drift i lokalet til den nedlagte skolen på Vaggetem. Her serverte Edith lokale retter som finnbiff, gjeddekaker, stekt gjedde røkt sik, fiske suppe av sik, stekt ørret osv Det ble hele tiden blitt lagt stor vekt på å bruke lokale retter og ingredienser.

### FISKEMULIGHETER

Driften startet i 1989 av Edith Randa som drev campingen fram til 2013. Edith startet først cafe drift i lokalet til den nedlagte skolen på Vaggetem. Her serverte Edith lokale retter som finnbiff, gjeddekaker, stekt gjedde røkt sik, fiske suppe av sik, stekt ørret osv Det ble hele tiden blitt lagt stor vekt på å bruke lokale retter og ingredienser.





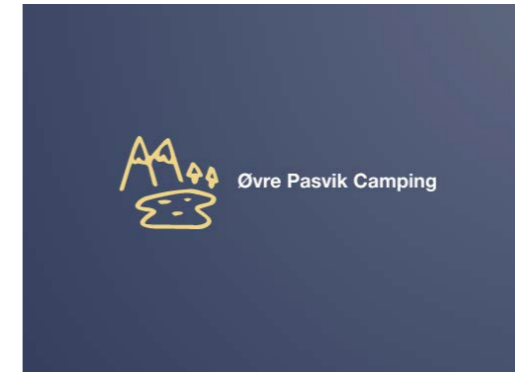


## 5.3 Hurtig eksperimentering med logogenerator

Jeg så Anssi Rantanens presentasjon fra Nordic Business Forum 2019. Der snakket han om hvordan teknologien tillater oss å eksperimentere raskere enn noen gang. I presentasjonen understreker han poenget sitt ved å lage en visuell identitet, en nettside og en chatbot på bare fem minutter. Jeg tenkte jeg kunne gjøre litt av den samme eksperimenteringen for å utforske ulike farger, typografi og formspråk for camping.

Jeg brukte logogeneratoren [Looka.com](https://looka.com)

## 5.2 Hurtig eksperimentering med logogenerator





## 5.2 Hurtig eksperimentering med en logogenerator



## 5.2 Hurtig eksperimentering med en logogenerator





## 5.2 Hurtig eksperimentering med en logogenerator

Følgende logoer følte jeg representerte campingen best, og generelt likte jeg de logoene som hadde minst en av følgende punkter:

- Organisk formspråk som håndtegnede linjer/skrift.  
Gir logoen en ujålete og jovial utstråling
- Milde naturfarger.  
Riktig sjangerbetoning og stemning
- Symmetrisk og rolig komposisjon.  
Tradisjonelt og underbygger den rolige stemningen



5.3 Nettside






## 5.4 Nettside






**ØVRE PASVIK CAMPING** [Button](#) [Button](#) [Button](#) [Button](#)



**Header 2**  
Det ble kun servert hjemmebakket brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.

[Button](#)


**Header 2**  
Det ble kun servert hjemmebakket brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.



[Button](#)

*Øvre Pasvik Camping* [Button](#) [Button](#) [Button](#)


**ØVRE PASVIK CAMPING** [Button](#) [Button](#) [Button](#)



**Header 2**  
Det ble kun servert hjemmebakket brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.

[Button](#)

**Header 2**  
Det ble kun servert hjemmebakket brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.



[Button](#)

*Øvre Pasvik Camping* [Button](#) [Button](#) [Button](#)



## 5.3 Nettside

### ØVRE PASVIK CAMPING

[Button](#) [Button](#) [Button](#)



*Bygget av skogen den tilhører og gjestet naturglade mennesker siden 1994.*



#### Header 2

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svinn som er mannen i huset hadde ikke fritidsproblemer.

[Les mer](#)

ØVRE PASVIK CAMPING  
Nyrudveien 6, 9912 Svanvik

[Button](#) [Button](#) [Button](#)

### ØVRE PASVIK CAMPING

[Button](#) [Button](#) [Button](#)



*Bygget av skogen den tilhører og gjestet naturglade mennesker siden 1994.*



#### Header 2

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svinn som er mannen i huset hadde ikke fritidsproblemer.

[Les mer](#)

ØVRE PASVIK CAMPING  
Nyrudveien 6, 9912 Svanvik

[Button](#) [Button](#) [Button](#)

### ØVRE PASVIK CAMPING

[Button](#) [Button](#) [Button](#)



*Bygget av skogen den tilhører og gjestet naturglade mennesker siden 1994.*

#### Header 2

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svinn som er mannen i huset hadde ikke fritidsproblemer.

[Button](#)



ØVRE PASVIK CAMPING  
Nyrudveien 6, 9912 Svanvik

[Button](#) [Button](#) [Button](#)

## 5.3 Nettside



**Header 2**

Det ble kun servert hjemmekakt brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.

[Les mer](#)

**ØVRE PASVIK CAMPING**  
Nyrudveien 6, 9912 Svanvik

[Button](#) [Button](#) [Button](#)



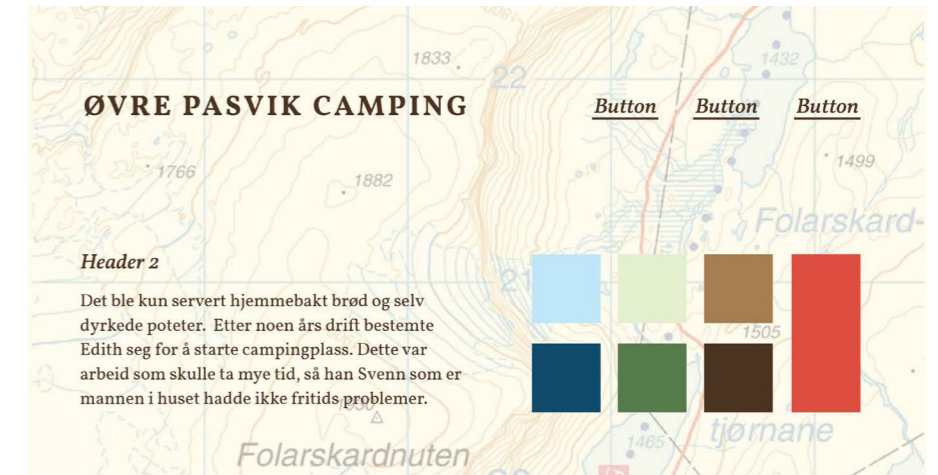
**Header 2**

Det ble kun servert hjemmekakt brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.

[Les mer](#)

**ØVRE PASVIK CAMPING**  
Nyrudveien 6, 9912 Svanvik

[Button](#) [Button](#) [Button](#)



**Header 2**

Det ble kun servert hjemmekakt brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.

[Les mer](#)

**ØVRE PASVIK CAMPING**  
Nyrudveien 6, 9912 Svanvik

[Button](#) [Button](#) [Button](#)





5.4 Kart

## 5.4 Research: Farger og tegnforklaring

### Hva betyr fargene?

Fargene er som regel hentet fra naturen, og de fargene som er i bruk på kartet er forklart i tegnforklaringen. Her er imidlertid noen utgangspunkter som er verdt å merke seg:

- Vann er blått, skog er grønt, og jorder er gule.
- Bygninger og infrastruktur som vi mennesker har laget, som hus, veier og stier, er sorte.
- Også skrenter, stup og store steiner er normalt sorte.
- Høydekurvene er som regel brune.
- På turkart indikerer hvite områder at du er over tregrensen, altså høyfjellet.
- Rødt kan være store veier, merkede turstier og turisthytter.

### Orienteringskart

	Høydekurve		Hule
	Tellekurve		Stein
	Hjelpekurve		Stor stein
	Fallstrek		Blokkfelt
	Kurvetall		Steingrunn
	Jordskråning		Åpent sandområde
	Jordvoll		Bart fjell
	Erosjonskløft		Upasserbart vann
	Fure		Passerbart vann
	Kolle		Vannfylt grop
	Liten kolle		Upasserbar elv
	Avlang liten kolle		Passerbar bekk, grøft
	Grop		Flombekk, utydelig grøft
	Liten grop		Smal myr
	Hull		Upasserbar myr
	Bruddfelt		Myr
	Spesiell terrengdetalj		Utydelig myr
	Upasserbart stup		Brønn
	Gigantisk stein		Kilde
	Passerbar skrent		Spesiell vanddetalj
	Hull i berggrunn		

### Tur- og fritidskart

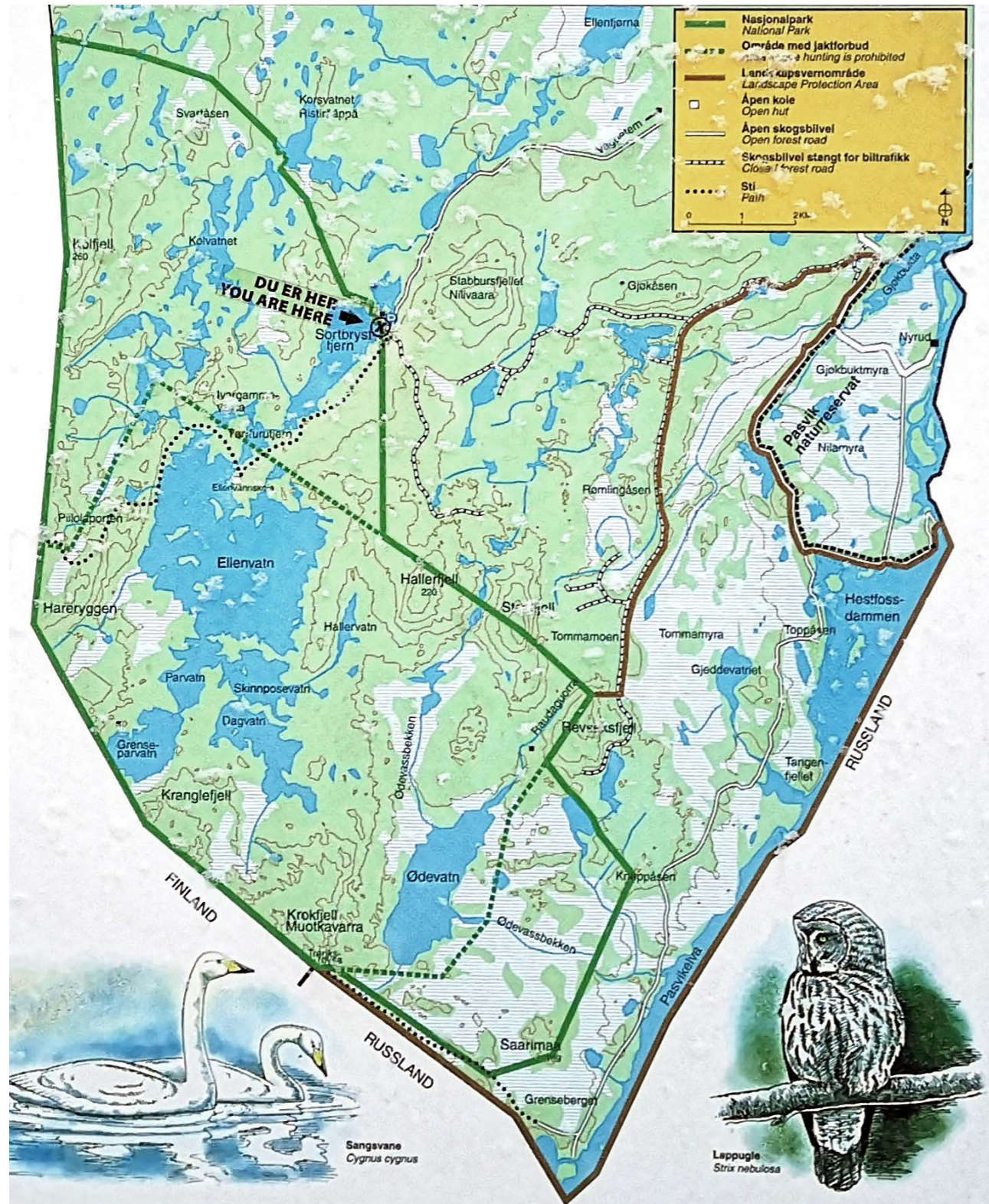
	By. Tettbebyggelse
	Stor bygning
	Gård
	Bolighus
	Kirke
	Europavei
	Riksvei
	Fylkesvei
	Kommunal-/privat vei
	Avstand i km
	Europa-/riksvei
	Veitunnel
	Jernbane
	Skog
	Dyrket mark
	Fylkesgrense
	Kommunegrense
	Verneområde
	Demning
	Kraftlinje
	Lufthavn

Teksten og bildet på denne siden er hentet fra artikkelen «Farger og tegnforklaring på kart» på speidersport.no.

<https://www.speidersport.no/kartfarger-tegnforklaring/>



# 5.4 Research: Kart over Øvre Pasvik fra Nasjonalparkstyret





## 5.4 Research: Et tegnet kart over Pasvikdalen



## Pasvikdalen

ØVRE PASVIK CAMPING

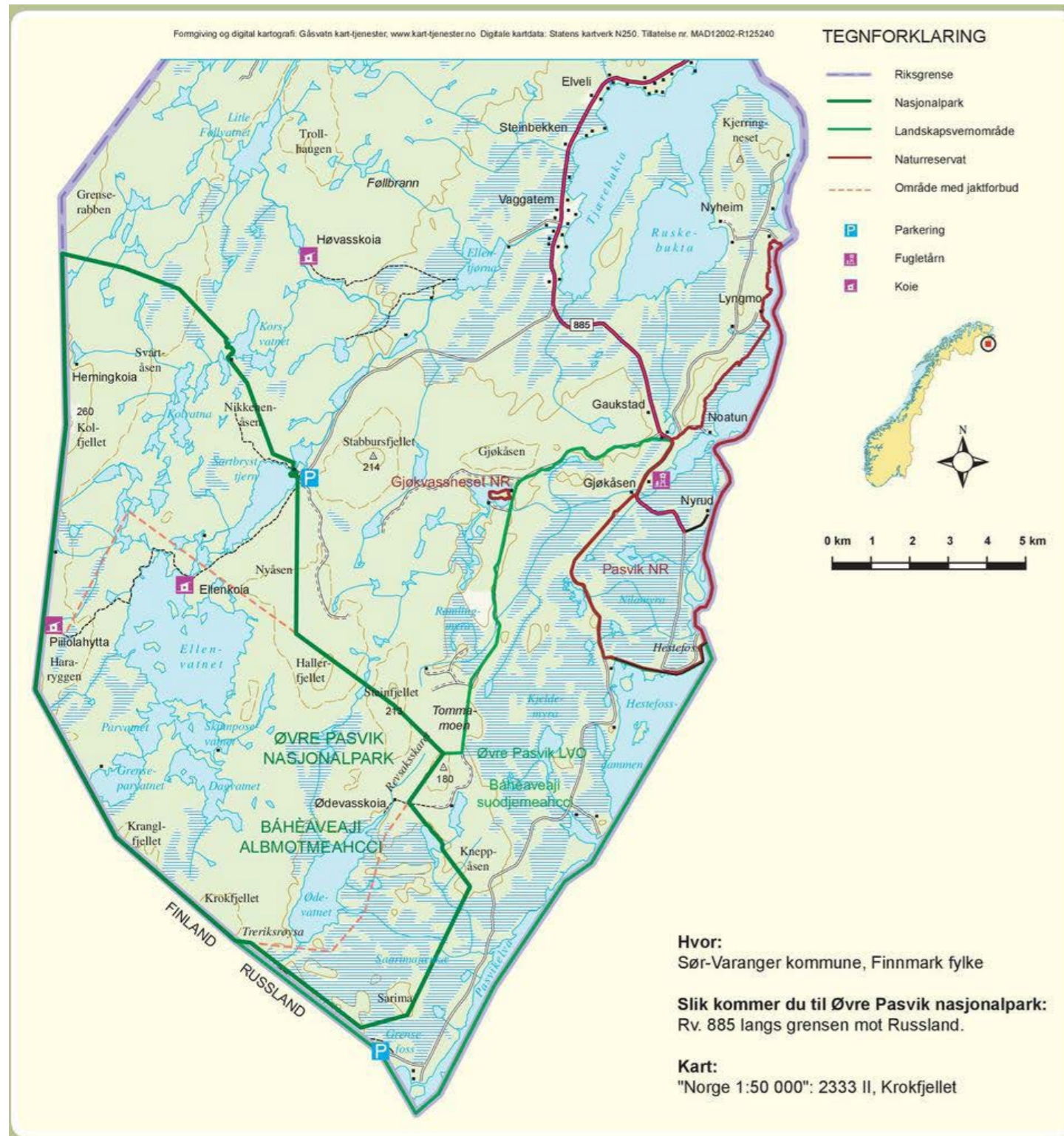
MOSKVA ISTANBUL OSLO

Kirkenes turistinformasjon





## 5.4 Research: Kart over Øvre Pasvik fra Nasjonalparkstyret



### TYPOGRAFI

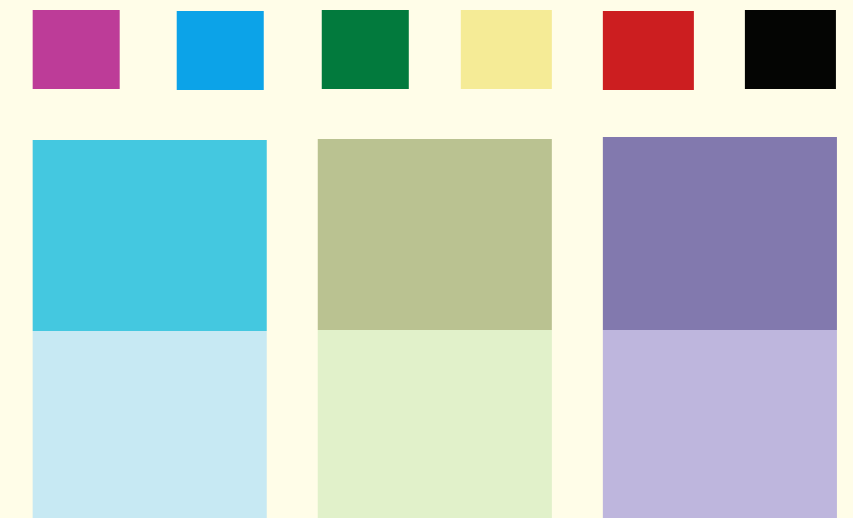
Grotesk font i ulike varianter (Arial?)

ALL CAPS

**Bold**

*Italic*

Antikvafont (Times New Roman?) i regular og *italic*





#### 5.4 Skisse: Kart over Øvre Pasvik Camping





#### 5.4 Skisse: Kart over Øvre Pasvik Camping



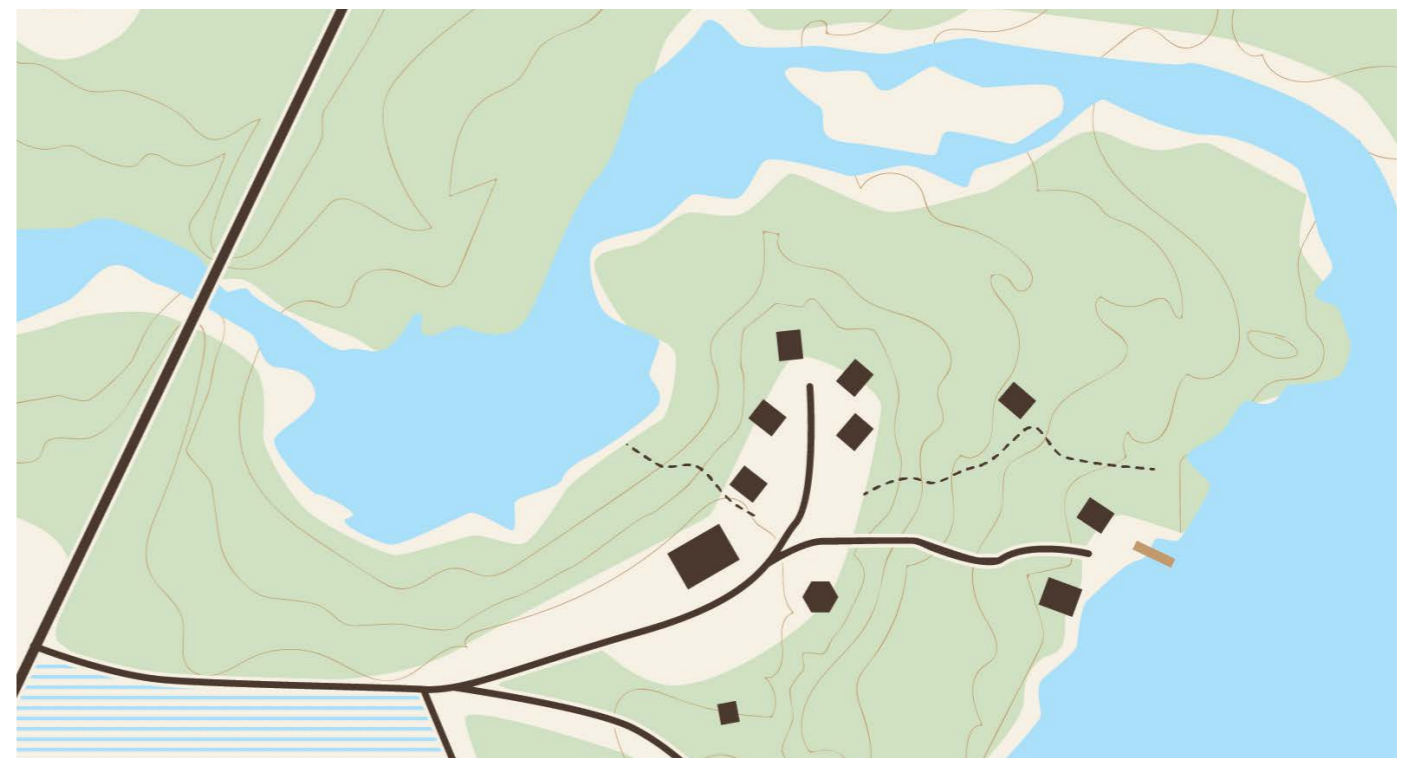
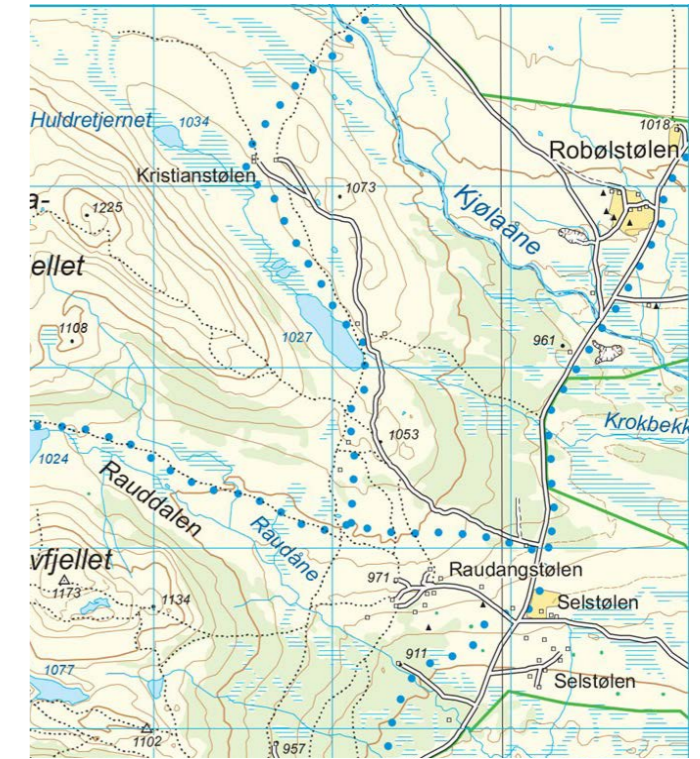
#### 5.4 Skisse: Kart over Øvre Pasvik Camping





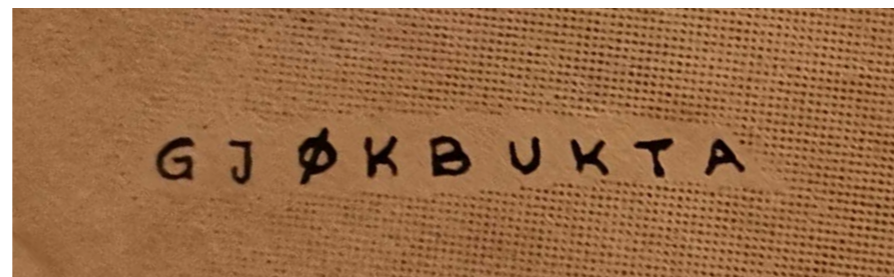
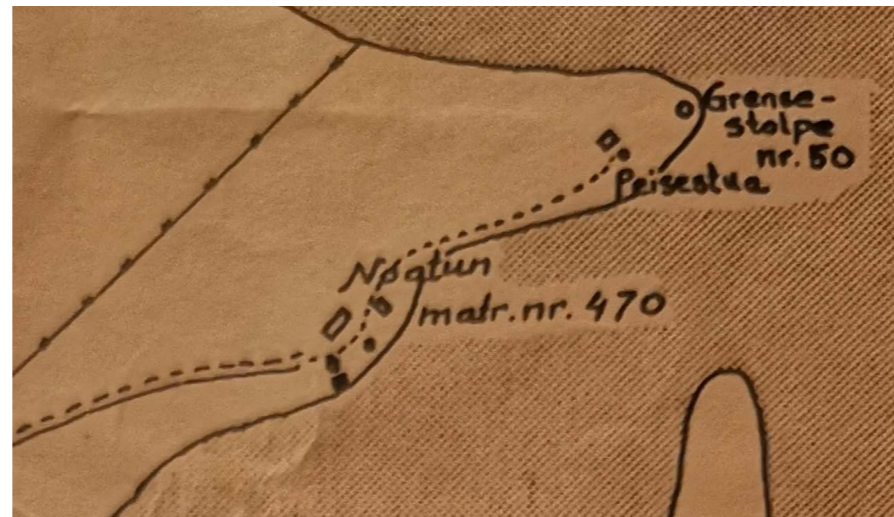
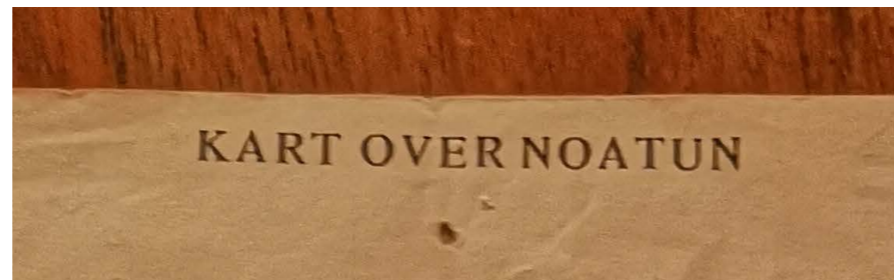
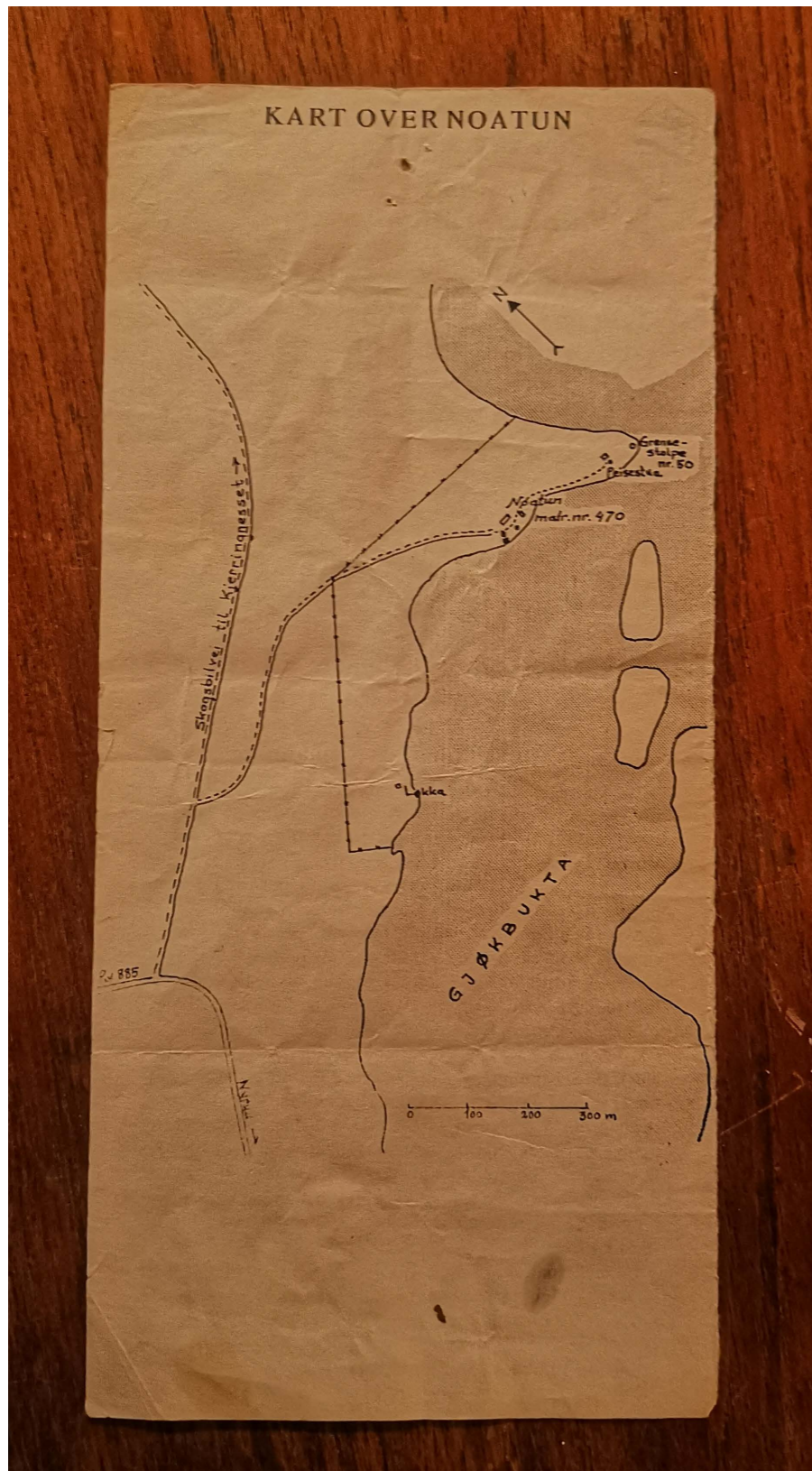
## 5.4 Skisse: Kart over Øvre Pasvik Camping

Her forsøkte jeg å lage kart som minnet om Norgeskartene. Kartene ble laget i Illustrator. De forenklede linjene i kartet gir et moderne preg som føles fremmed og feil for campingen. Fargene er duse og rolige, men noe er ikke helt riktig.





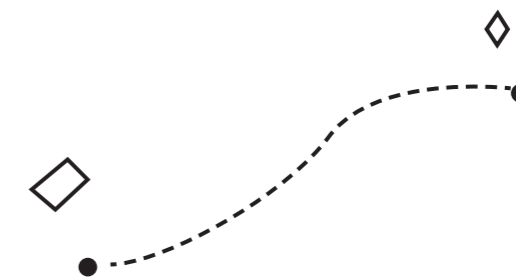
5.4 Skisse: Skrift fra et håndtegnet kart fra farfars arkiv



G J Ø K B U K T A

- Autentisk villmarksopplevelse

ØVRE PASVIK CAMPING



ØVRE PASVIK CAMPING

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll

Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx

Yy Zz Ææ øø Åå

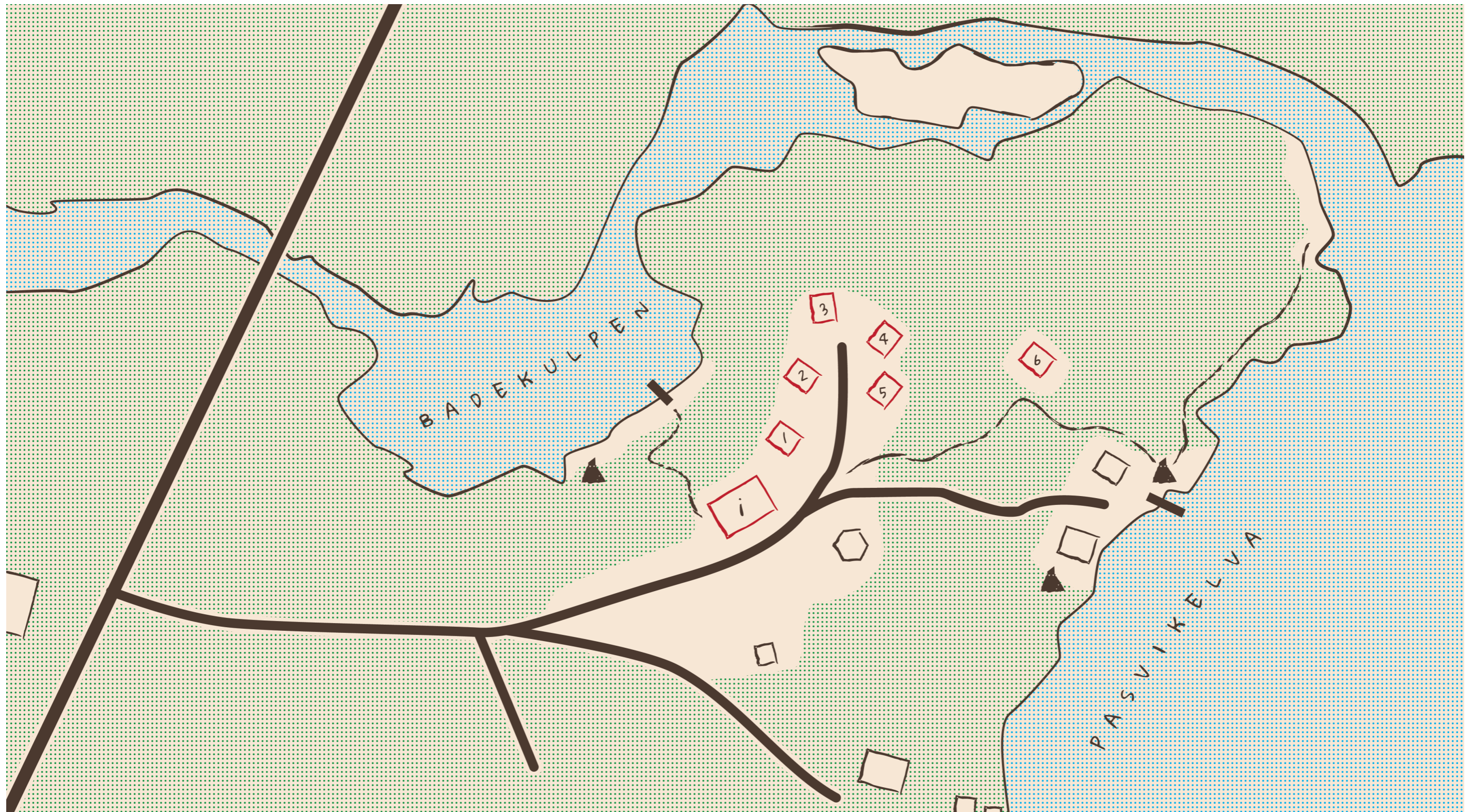


5.4 Skisse: Kart inspirert av det håndtegnede kartet





5.4 Skisse: Kart inspirert av det håndtegnede kartet





# Øvre Pasvik Camping

Det ble kun servert hjemmebakkt brød og selv dyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.



# Øvre Pasvik Camping

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selvdyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritids problemer.





## ØVRE PASVIK CAMPING

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selvdyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritidsproblemer.

MANDELPOTET

BJØRKEBRØD



## 5.4 Skisse: Test av farger, typografi og designelementer fra kart

### Øvre Pasvik Camping

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selvdyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritidsproblemer.

MANDELPOTET

### Øvre Pasvik Camping

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selvdyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritidsproblemer.

MANDELPOTET

### ØVRE PASVIK CAMPING

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selvdyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass. Dette var arbeid som skulle ta mye tid, så han Svenn som er mannen i huset hadde ikke fritidsproblemer.

MANDELPOTET

Overskriften (Butler) har et litt for elegant uttrykk til å passe med campingens joviale og uhøytidelige stemning

Brødteksten (Roboto Mono) kan passe i noen sammenhenger, den kan f.eks. minne om GPS koordinater med sitt enkle og uniforme uttrykk. Den blir dog for moderne for camping.

Overskriften (Butler) har et litt for elegant uttrykk til å passe med campingens joviale og uhøytidelige stemning.

Brødteksten (Lora) har et fint og tradisjonelt uttrykk som kan utforskes videre.

Her brukes Vollkorn i overskriften og brødteksten. Den har et tradisjonelt og folkelig uttrykk med tykke seriffer og luftige former.



## 5.4 Typografi

### Krav til skrift for brødtekst:

- Skriften må funke på norsk, engelsk, finsk, samisk og russisk.
- Helst være gratis
- Inneholde en del varianter for å kunne være allsidig nok til kartografi
- Underbygge det tradisjonelle og folkelige uttrykket til campingen

Vollkorn vinner duellen med sitt folkelige uttrykk.

Vollkorn Regular *Italic*  
Vollkorn Medium *Italic*  
Vollkorn SemiBold *Italic*  
Vollkorn Bold *Italic*  
Vollkorn ExtraBold *Italic*  
Vollkorn Black *Italic*

### PASVIKELVA (NOR)

I dag danner Pasvikelva grensa mellom Norge og Russland. Pasvikdalen har vært og er en møteplass for ulike kulturer og folkegrupper. Statenes politikk, krig og grenser fikk store konsekvenser for folket bosatt i området. Den norske stat markerte sitt territorium, og bygde skoler, kapell, turiststasjoner og forsøksgård.

### РЕКА ПАЗ (RUS)

По реке Паз сегодня проходит граница между Норвегией и Россией. Долина реки Паз была и остается местом встречи различных культур и народов. Политика государств, война и границы оказали большое влияние на людей, живущих в этом районе. Норвежское государство обозначило свою территорию, построив школы, капеллы, туристические станции и опытные хозяйства.

Lora Regular *Italic*  
Lora Medium *Italic*  
Lora SemiBold *Italic*  
Lora Bold *Italic*

### PASVIKELVA (NOR)

I dag danner Pasvikelva grensa mellom Norge og Russland. Pasvikdalen har vært og er en møteplass for ulike kulturer og folkegrupper. Statenes politikk, krig og grenser fikk store konsekvenser for folket bosatt i området. Den norske stat markerte sitt territorium, og bygde skoler, kapell, turiststasjoner og forsøksgård.

### РЕКА ПАЗ (RUS)

По реке Паз сегодня проходит граница между Норвегией и Россией. Долина реки Паз была и остается местом встречи различных культур и народов. Политика государств, война и границы оказали большое влияние на людей, живущих в этом районе. Норвежское государство обозначило свою территорию, построив школы, капеллы, туристические станции и опытные хозяйства.

## PASVIKELVA (NOR)

I dag danner Pasvikelva grensa mellom Norge og Russland. Pasvikdalen har vært og er en møteplass for ulike kulturer og folkegrupper. Statenes politikk, krig og grenser fikk store konsekvenser for folket bosatt i området. Den norske stat markerte sitt territorium, og bygde skoler, kapell, turiststasjoner og forsøksgård.

## PAATSJOKI (FIN)

Paatsjoki on Norjan ja Venäjän välinen rajajoki. Paatsjoki on ollut ja on vieläkin eri kulttuurien ja kansanryhmien kohtauspaikka. Valtion politiikka, sodat ja rajat ovat vaikuttaneet voimakkaasti alueen väestön elämään. Norjan valtio halusi korostaa alueen norjalaisuutta rakentamalla kouluja, kirkkoja, matkailumajoja sekä kokeilutilan.

## THE PASVIK RIVER (ENG)

Today, the Pasvik river forms the border between Norway and Russia. The Pasvik river valley has been and remains a meeting place for different cultures and peoples. The politics, wars and borders of the nation states have had huge consequences for the people living in the area. The Norwegian state marked its territory, and built schools, chapels, tourist stations and experimental farms.

## РЕКА ПАЗ (RUS)

По реке Паз сегодня проходит граница между Норвегией и Россией. Долина реки Паз была и остается местом встречи различных культур и народов. Политика государств, война и границы оказали большое влияние на людей, живущих в этом районе. Норвежское государство обозначило свою территорию, построив школы, капеллы, туристические станции и опытные хозяйства.

## BÁHČAVEAIJONKA (SAPMI)


Dál lea Báhčaveaijohka rádjain Norgga ja Ruošša gaskkas. Báhčaveaileahki lea leamaš ja lea deaivvadanbáiki iešguđet kultuvrraide ja olmmošjoavkkuide. Stáhtaid politihkka, soadit ja rájit bukte stuorra váikkuhusaid olbmuide geat orro guovllus. Norgga stáhta čájehii territorumaidis, ja hüksii skuvllaid, kapeallaid, turistastašuvnnaid ja geahččalandálu.

VOLLKORN







## 5.4 Typografi

 **Øvre Pasvik camping**  
23 July 2019 · 🌐


Litt utbytte av dorgeturen 😊😊😊🎣🐟👍



👍👍❤️ 163      5 comments 1 share

👍 Like      💬 Comment      ➦ Share      👤

Most relevant

 Write a comment...      😊 📷 GIF 🗨️

[View comments](#)

## ØVRE PASVIK CAMPING

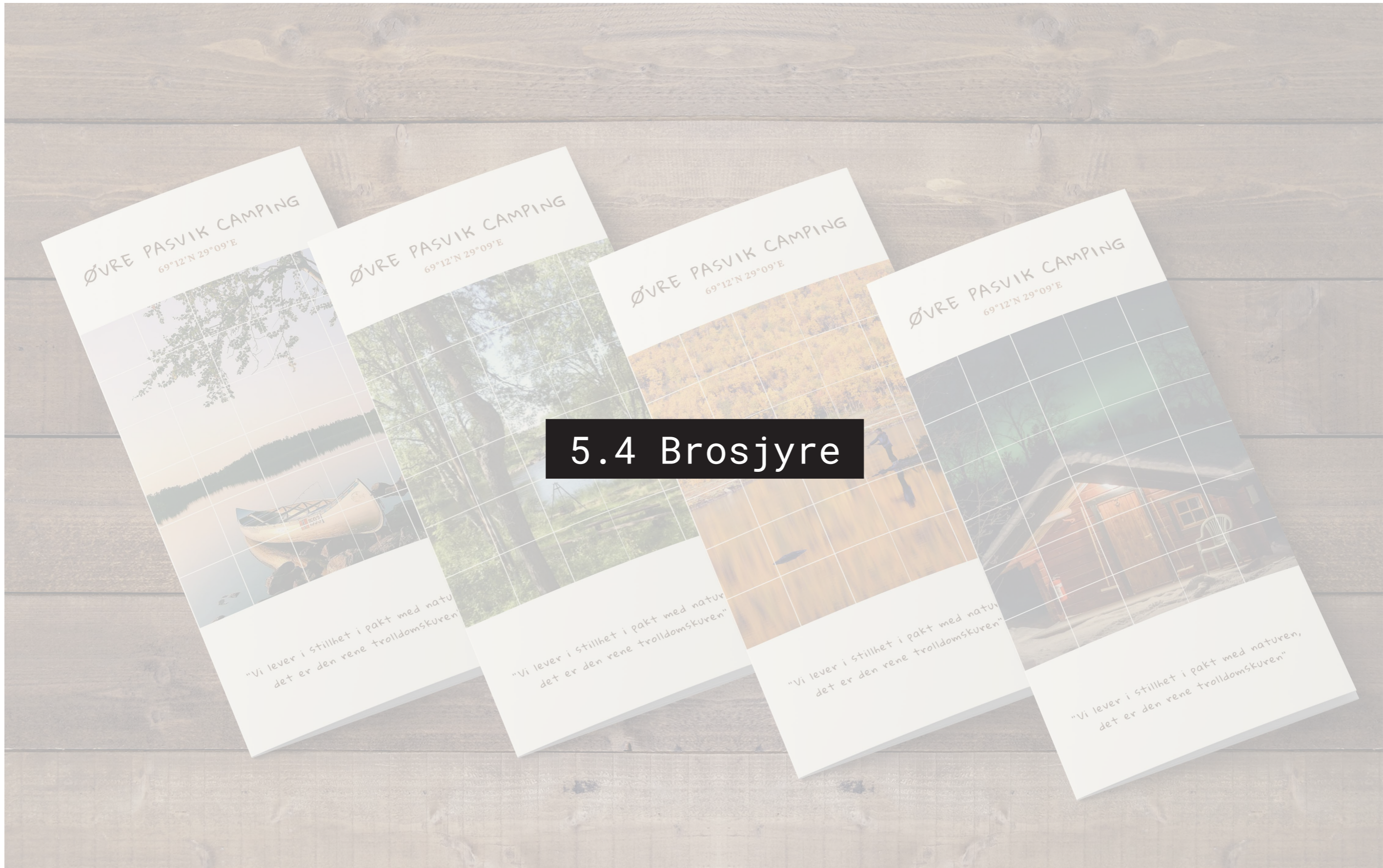
23. JULI 2019

Litt utbytte av dorgeturen





## 5.4 Brosjyre





## 5.4 Brosjyre: Intro

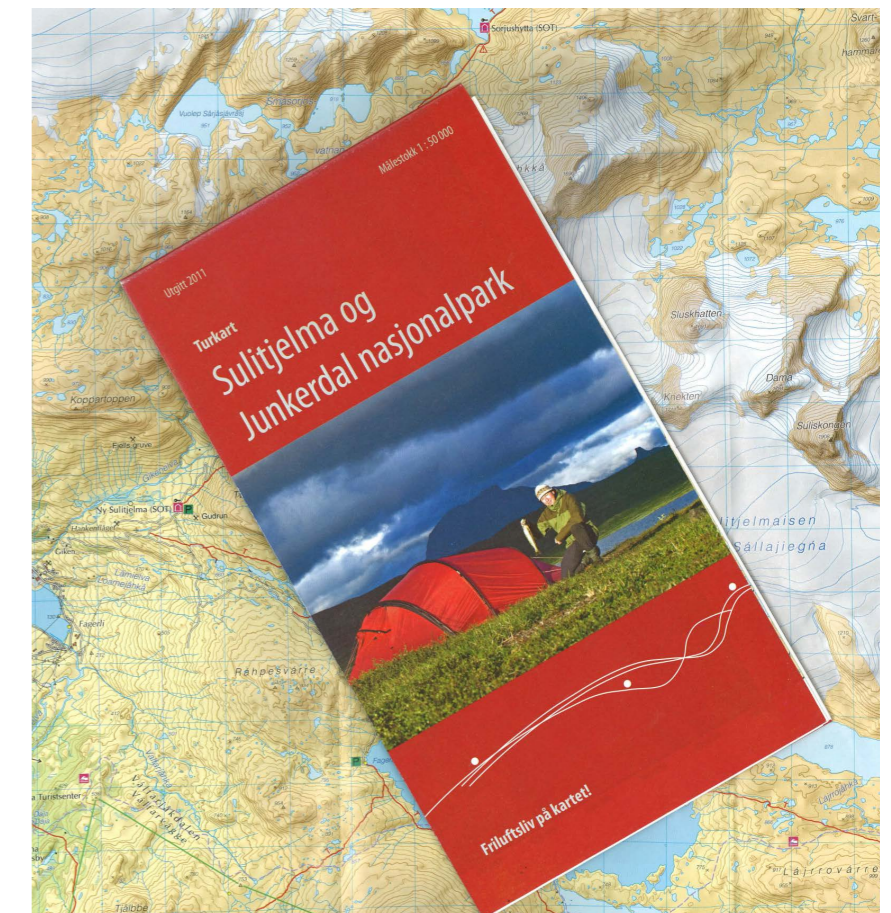
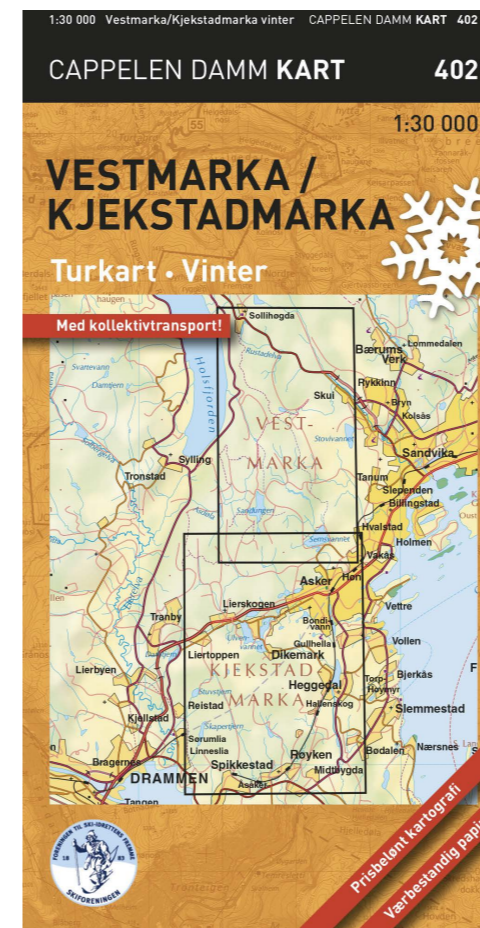
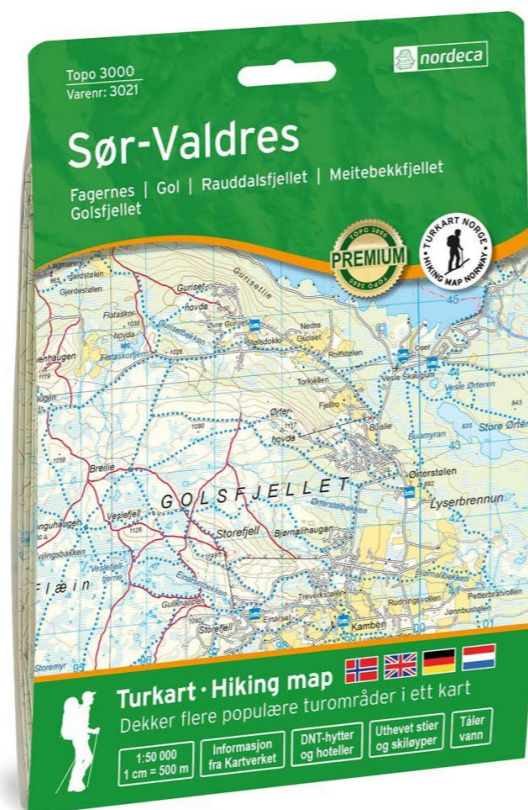
Med et kartkonsept er det en selvfølge at brosjyren skal hente inspirasjon fra printede turkart.

Typisk for kartene er en "bord" i topp og bunn, med et bilde på midten. Forsidene er noe støyende med sterke farger og mange elementer.

Under skisseprosessen har jeg hatt følgende spørsmål i bakhodet: *Hvordan ville et enkelt gammeldags kart sett ut i dette formatet?*

Brosjyren var et fint sted å starte for å utvikle den visuelle identiteten. Her hadde jeg bruk for et kart, flere typografiske nivåer i tillegg til bilder, og alt må settes i et regi.

Jeg lager en sommerbrosjyre som skal stå i stativene på flyplassen, senteret for turistinformasjon i Kirkenes og hos enkelte samarbeidspartnere. Hovedmålet til brosjyren er å synliggjøre campingen for turister og som alltid: på en måte som kommuniserer at Øvre Pasvik Camping er en ujålete villmarkscamp for de som ønsker en enkel og rolig tilværelse.





## 5.4 Brosjyre: Forsideskisser

### ØVRE PASVIK CAMPING



*“Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren”*

### ØVRE PASVIK CAMPING



*“Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren”*

### ØVRE PASVIK CAMPING



*“Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren”*

### ØVRE PASVIK CAMPING

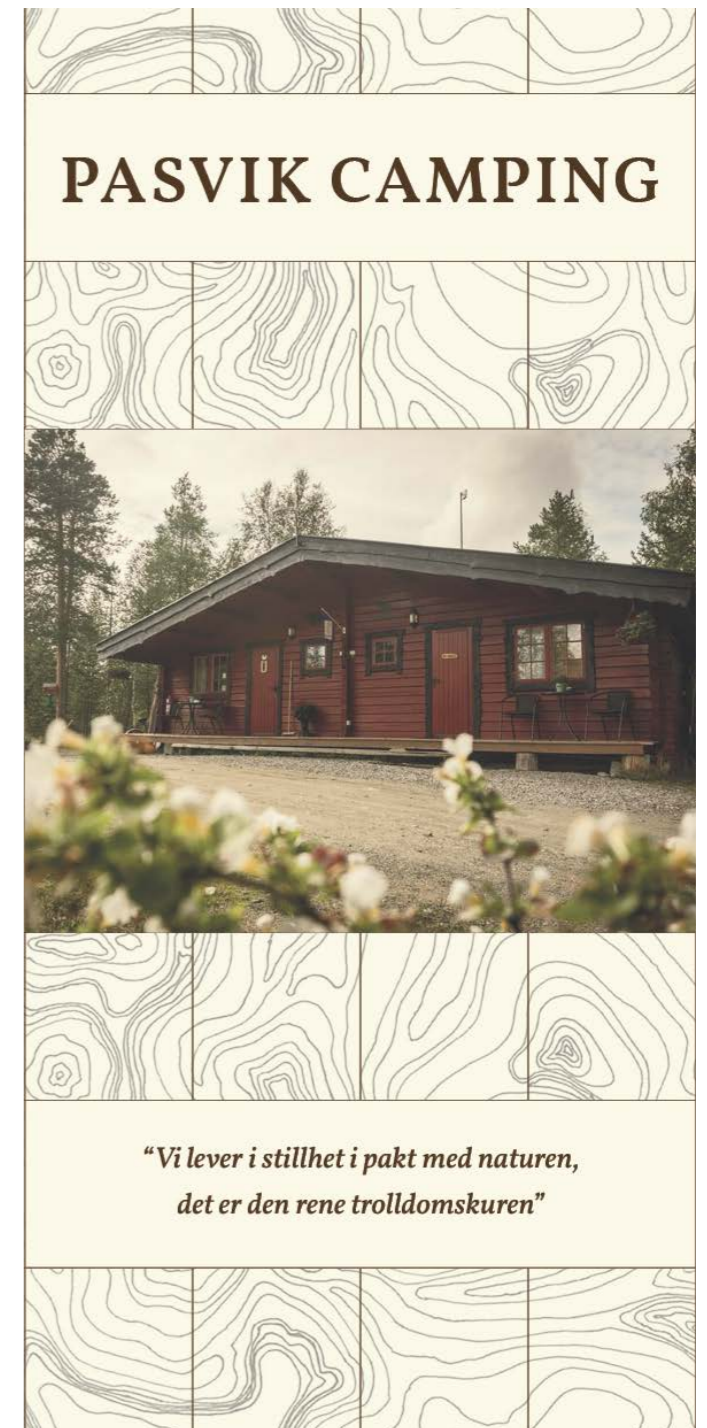
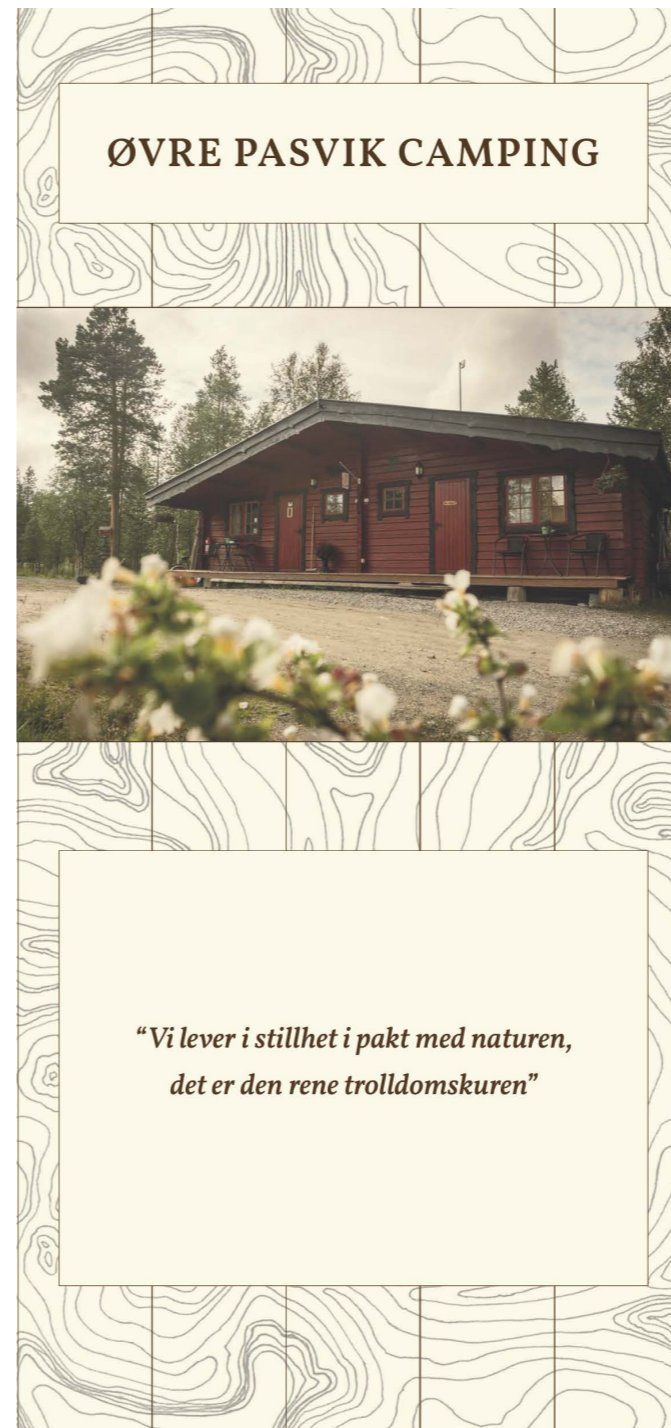
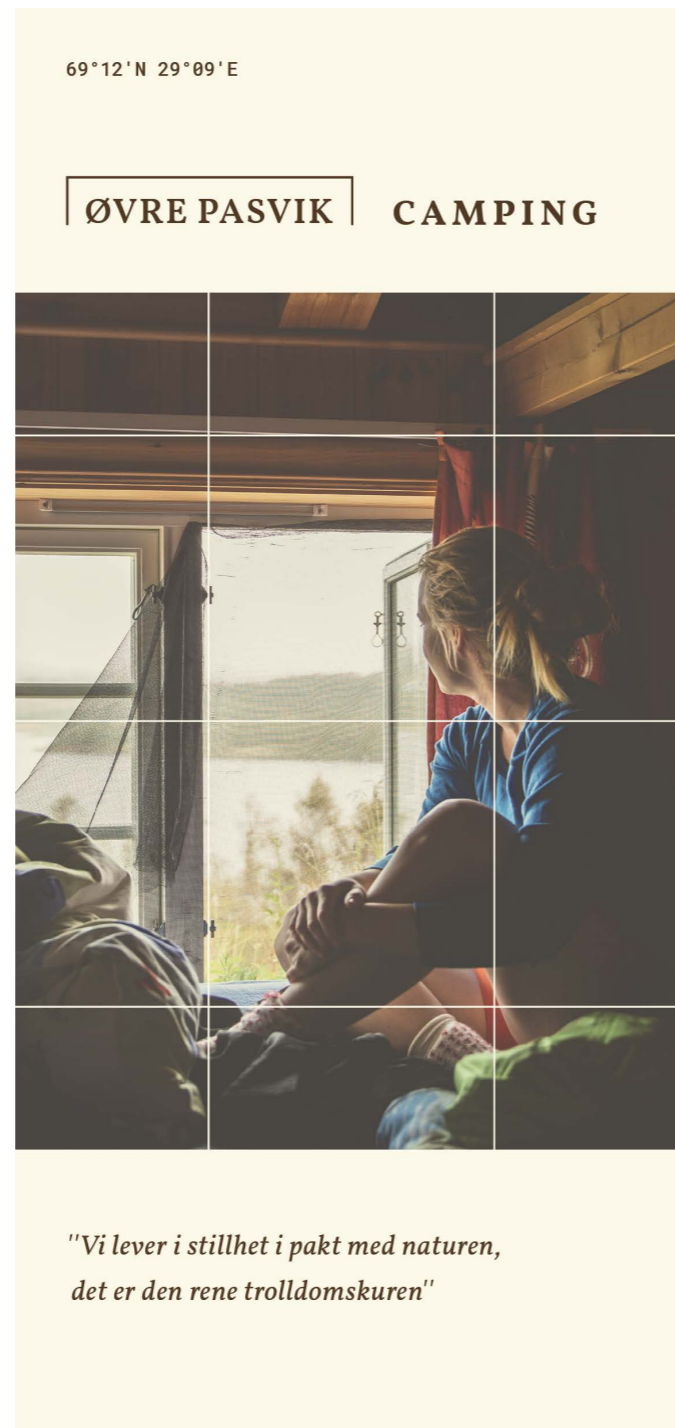


*“Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren”*





## 5.4 Brosjyre: Forsideskisser





## 5.4 Brosjyre: Forsideskisser

69°12'N 29°09'E

ØVRE PASVIK CAMPING



*“Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren”*

69°12'N 29°09'E

ØVRE PASVIK CAMPING



*“Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren”*

ØVRE PASVIK CAMPING

HYTTER KANO SYKKEL



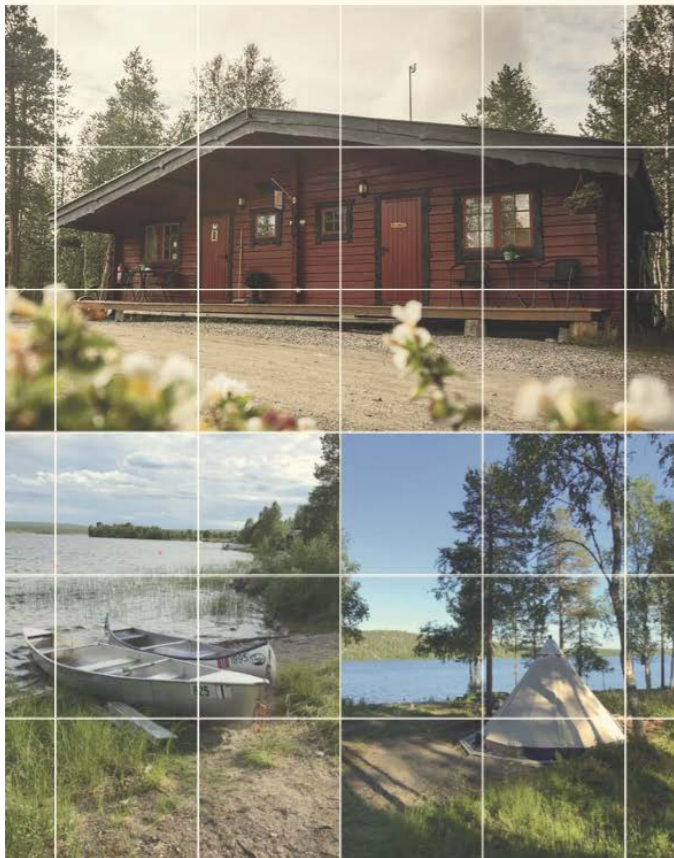
*“Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren”*



## 5.4 Brosjyre: Forsideskisser

### ØVRE PASVIK CAMPING

HYTTER | KANO | SYKKEL



"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"

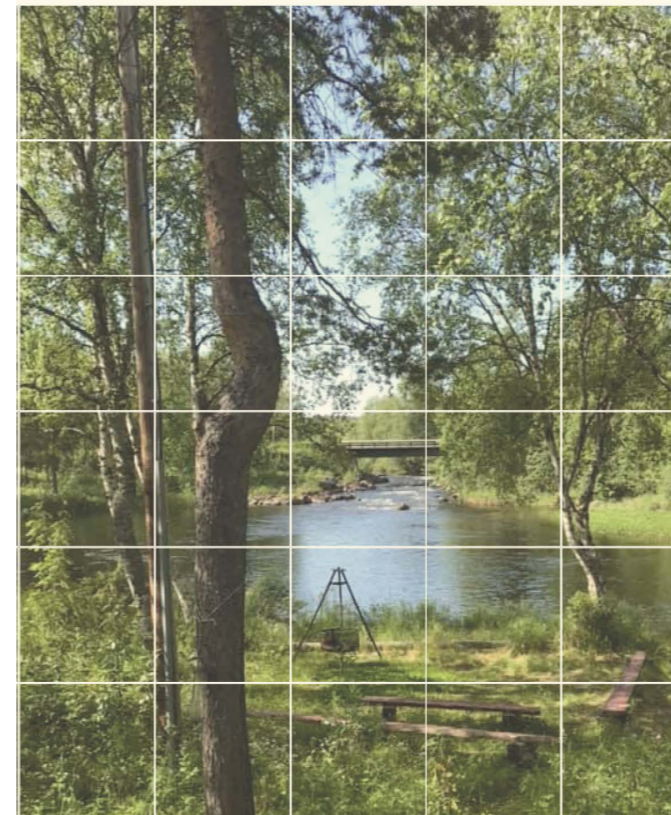
### ØVRE PASVIK CAMPING

HYTTER | KANO | SYKKEL



"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"

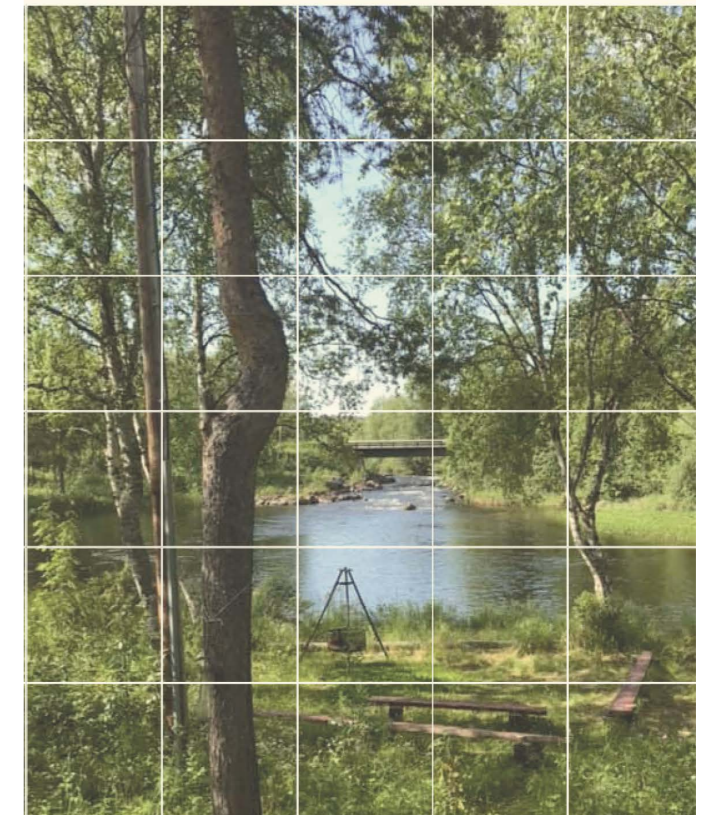
### ØVRE PASVIK CAMPING



"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"

### ØVRE PASVIK CAMPING

69°12'N 29°09'E



"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"



## 5.4 Brosjyre: Innsideskisser



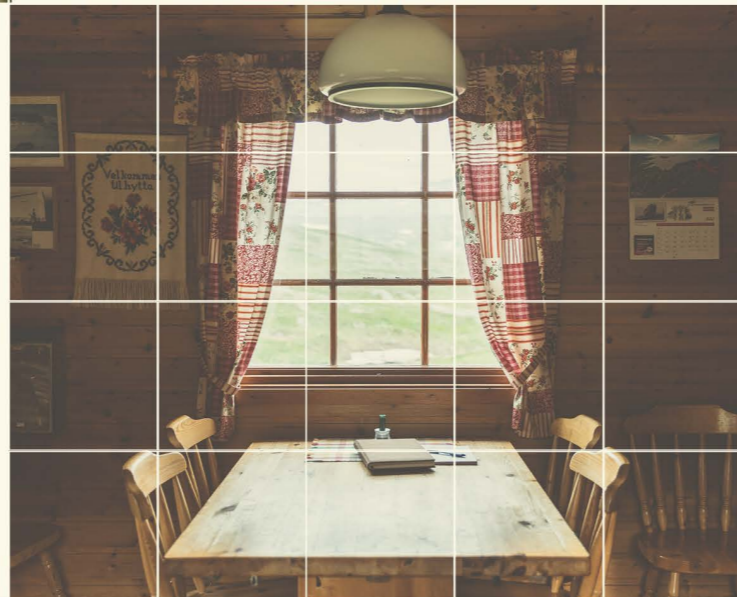
Det ble kun servert hjemmebakt  
brød og selvdyrkede poteter.



### OVERNATTING OG UMLEIE

RING +4798765432 FOR BOOKING

Det ble kun servert hjemmebakt  
brød og selvdyrkede poteter. Etter  
noen års drift bestemte Edith seg  
for å starte campingplass.



#### LITEN HYTTE

1 til 4 voksne 600,-

#### STOR HYTTE

1 til 6 voksne 700,-

#### TELTPASS

Uten bilparkering 100,-

Med bilparkering 165,-

#### BOBIL / CAMPINGVOGN

Uten strøm 200,-

Med strøm 250,-

KANO (per døgn) 250,-

SYKKEL (per døgn) 120,-

BÅT (per time) 50,-

Det ble kun servert hjemmebakt  
brød og selvdyrkede poteter. Etter  
noen års drift bestemte Edith seg  
for å starte campingplass.



*Alle prisene gjelder per natt med mindre noe annet er oppgitt*



## 5.4 Brosjyre: Innsideskisser



### HÝTTENE

Hyttene våre er tradisjonelle koier uten innlagt vann. Bygget av skogen de tilhører.

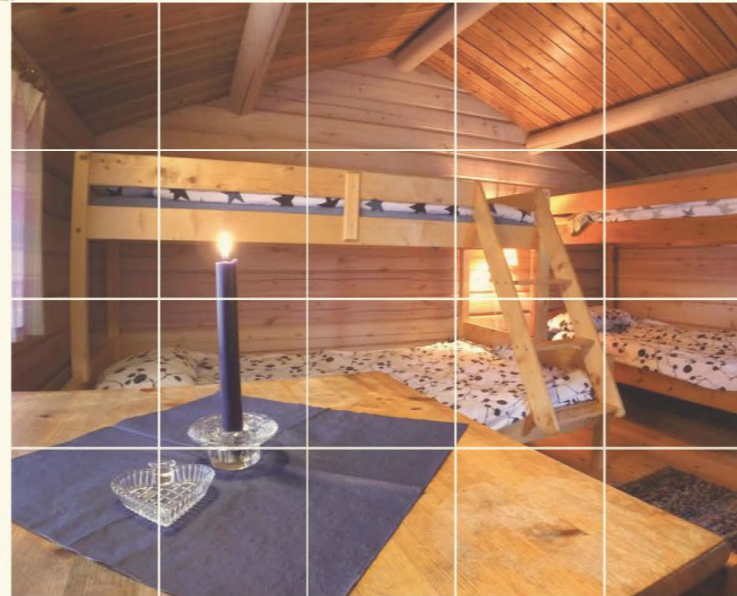


### OVERNATTING OG UMLEIE

RING +4798765432 FOR BOOKING

### FINN ROEN

Campingen ligger bortgjemt i Pasvikdalens stille villmark. Her kan du oppleve roen av et enkelt liv i pakt med naturen.



### LITEN HÝTTE

1 til 4 voksne 600,-

### STOR HÝTTE

1 til 6 voksne 700,-

### TELTPASS

Uten bilparkering 100,-

Med bilparkering 165,-

### BOBIL / CAMPINGVOGN

Uten strøm 200,-

Med strøm 250,-

KANO (per døgn) 250,-

SYKKEL (per døgn) 120,-

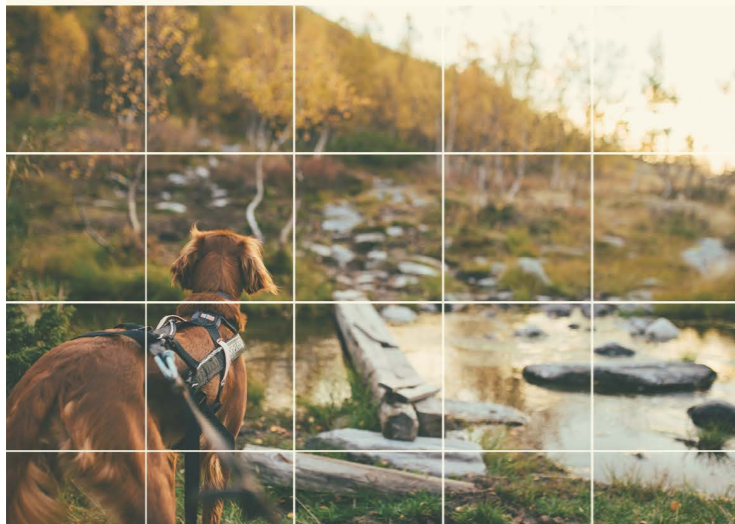
BÅT (per time) 50,-

### ØVRE PASVIK NASJONALPARK

Det ble kun servert hjemmebakt brød og selvdyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass.



*Alle prisene gjelder per natt med mindre noe annet er oppgitt*





## 5.4 Brosjyre: Innsideskisser



### HÝTTENE

Hyttene våre er tradisjonelle koier uten innlagt vann. Bygge av skogen de tilhører.

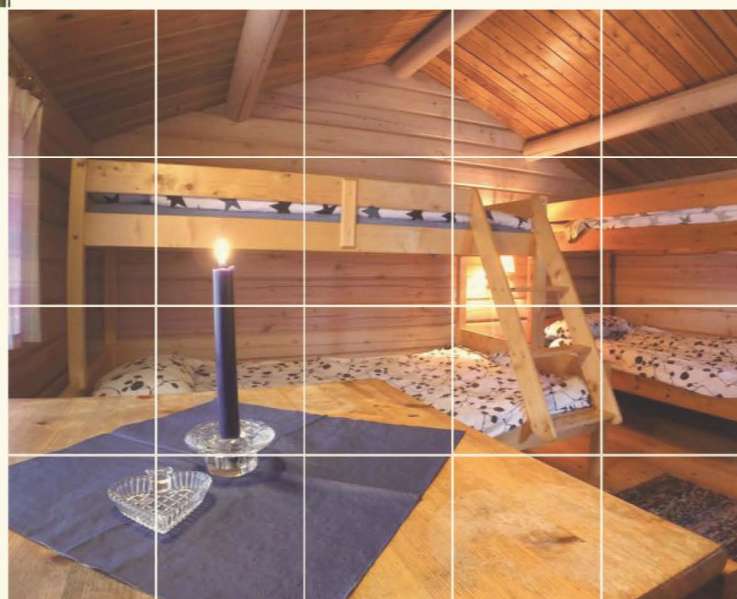


### OVERNATTING OG UMLEIE

RING +4798765432 FOR BOOKING

### FINN ROEN

Campinggen ligger bortgjemt i Pasvikdalens stille villmark. Her kan du oppleve roen av et enkelt liv i pakt med naturen.



### LITEN HÝTTE

1 til 4 voksne 600,-

### STOR HÝTTE

1 til 6 voksne 700,-

### TELTPASS

Uten bilparkering 100,-

Med bilparkering 165,-

### BOBIL / CAMPINGVOGN

Uten strøm 200,-

Med strøm 250,-

KANO (per døgn) 250,-

SÝKKE (per døgn) 120,-

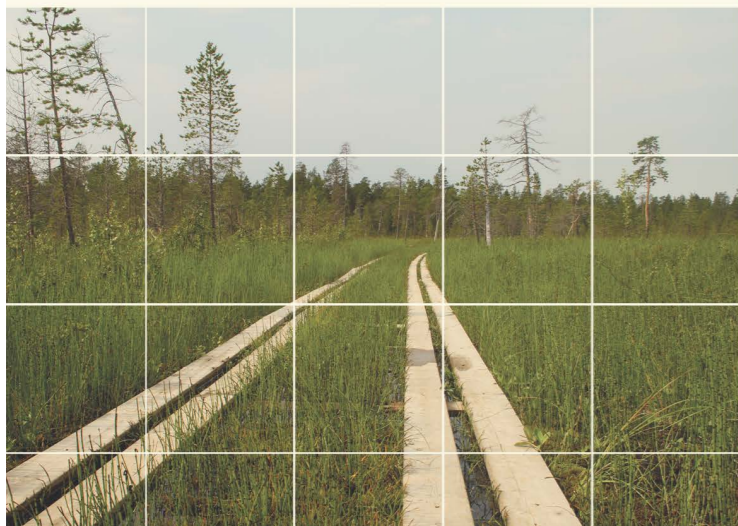
BÅT (per time) 50,-

### ØVRE PASVIK NASJONALPARK

Det ble kun servert hjemmebakket brød og selvdyrkede poteter. Etter noen års drift bestemte Edith seg for å starte campingplass.



*Alle prisene gjelder per natt med mindre noe annet er oppgitt*





## 5.4 Brosjyre: Innsideskisser



### LEV ENKELT

Hyttene våre er tradisjonelle koier uten innlagt vann – bygget av skogen de tilhører.

## OVERNATTING OG UMLEIE

Ring +47 98 76 54 32 for booking

### FINN ROEN

Campingen ligger bortgjemt i Pasvikdalens stille villmark. Her får du oppleve roen av et enkelt liv i pakt med naturen.



### LITEN HYTTE

1 til 4 voksne 600,-

### STOR HYTTE

1 til 6 voksne 700,-

### TELTPLASS

Uten bilparkering 100,-

Med bilparkering 165,-

### BOBIL / CAMPINGVOGN

Uten strøm 200,-

Med strøm 250,-

**KANO** (per døgn) 250,-

**SYKKEL** (per døgn) 120,-

**BÅT** (per time) 50,-

**BADSTUE** (2 timer) 150,-

*Alle prisene gjelder per natt med mindre noe annet er oppgitt*



### NYT ELVA

Med direkte tilgang på elva kan du bade, fiske, padle i kano eller bare sitte ved elvekanten og nyte den beroligende elveklukkingen.



## 5.4 Brosjyre: Endelig design



### LEV ENKELT

Hyttene våre er tradisjonelle koier uten innlagt vann – bygget av skogen de tilhører.

### OVERNATTING OG UMLEIE

Ring +47 98 76 54 32 for booking

### FINN ROEN

Campingen ligger bortgjemt i Pasvikdalens stille villmark. Her får du oppleve roen av et enkelt liv i pakt med naturen.



#### LITEN HYTTE

I til 4 voksne 600,-

#### STOR HYTTE

I til 6 voksne 700,-

#### TELTPLASS

Uten bilparkering 100,-

Med bilparkering 165,-

#### BOBIL / CAMPINGVOGN

Uten strøm 200,-

Med strøm 250,-

KANO (per døgn) 250,-

SYKKEL (per døgn) 120,-

BÅT (per time) 50,-

BADSTUE (2 timer) 150,-

### NYT ELVA

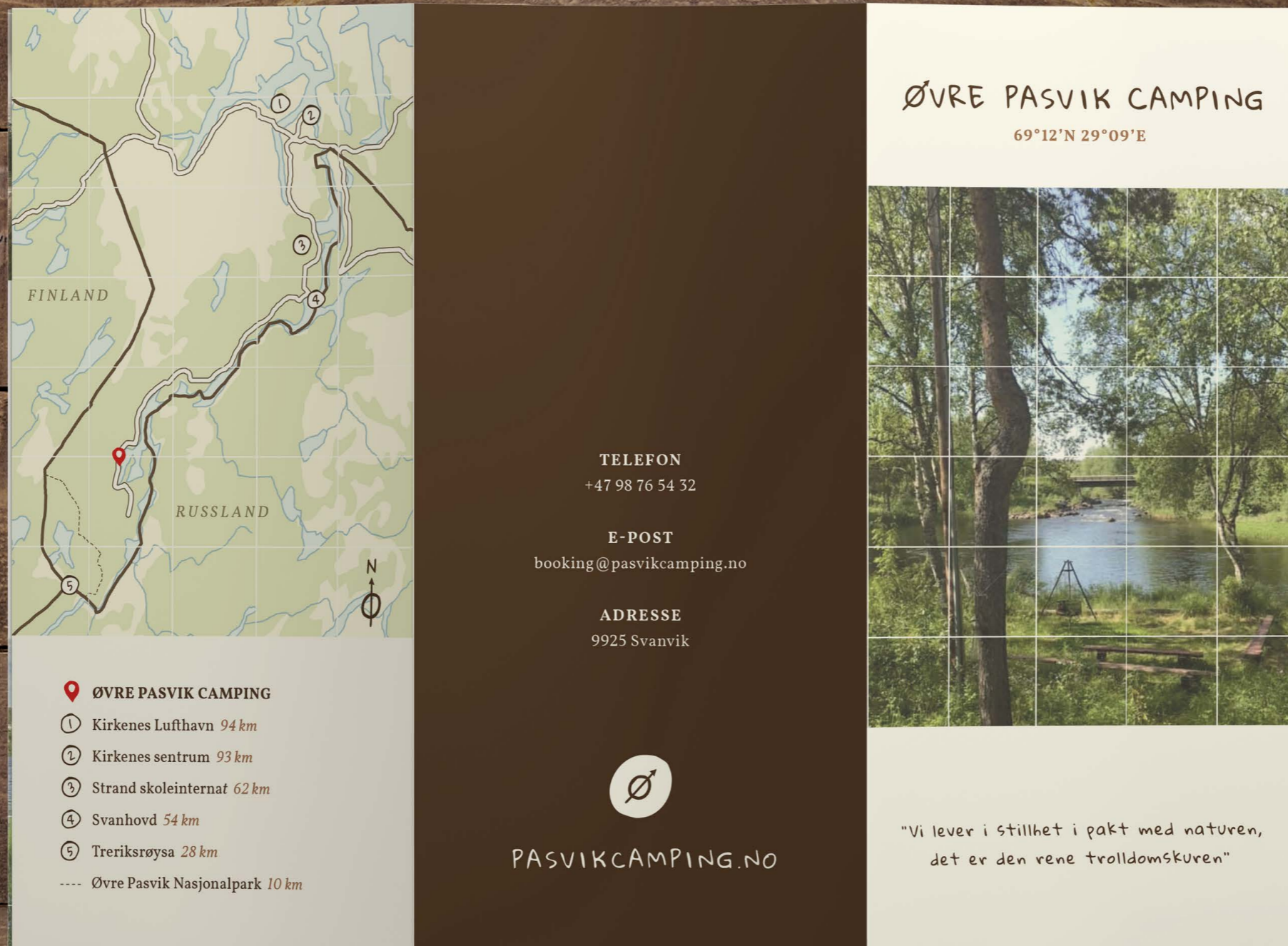
Med direkte tilgang på elva kan du bade, fiske, padle i kano eller bare sitte ved elvekanten og nyte den beroligende elveklukkingen.



*Alle prisene gjelder per natt med mindre noe annet er oppgitt*



## 5.4 Brosjyre: Endelig design





## 5.4 Brosjyre: Endelig design





5.4 Brosjyre: Endelig design



ØVRE PASVIK CAMPING  
69°12'N 29°09'E

ØVRE PASVIK CAMPING  
69°12'N 29°09'E

ØVRE PASVIK CAMPING  
69°12'N 29°09'E

ØVRE PASVIK CAMPING  
69°12'N 29°09'E

"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"

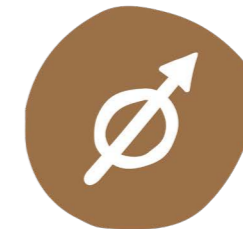
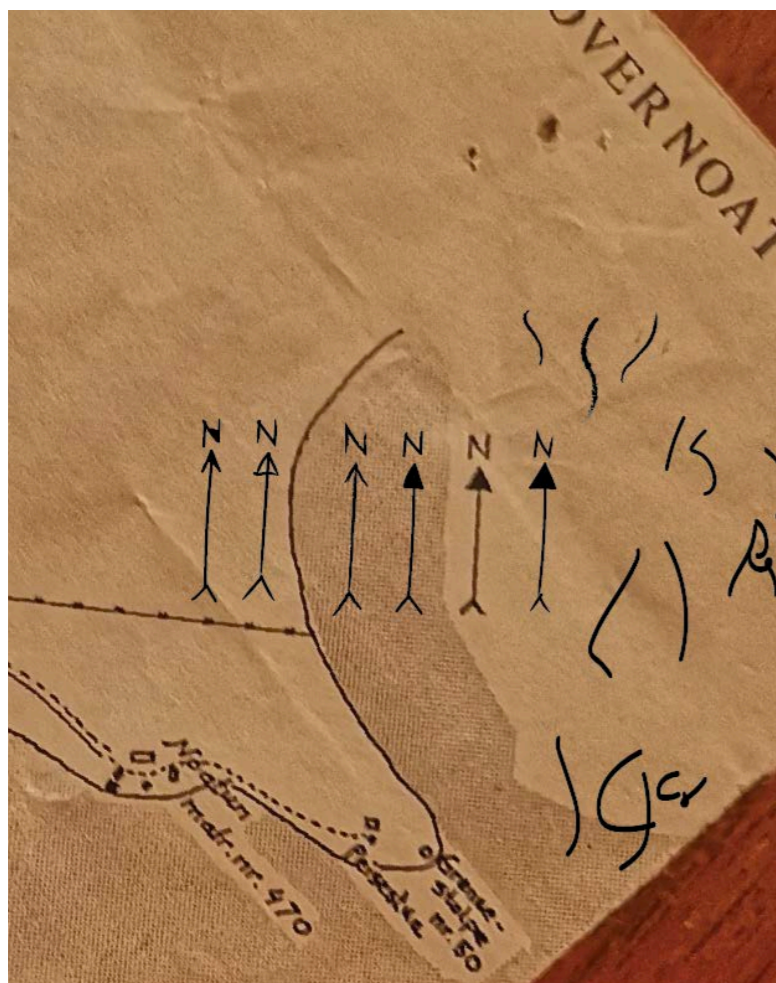
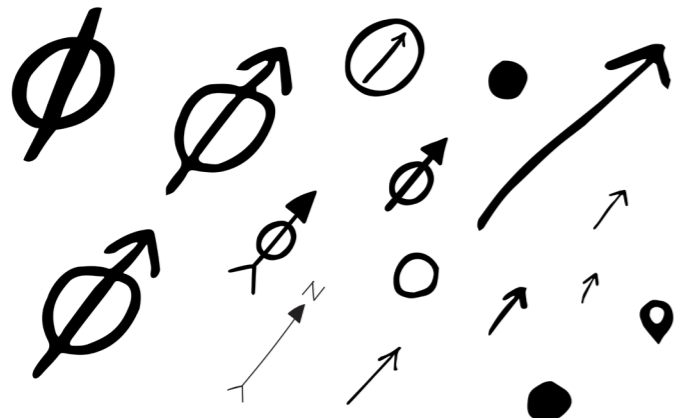
"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"

"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"

"Vi lever i stillhet i pakt med naturen,  
det er den rene trolldomskuren"



5.4 Brosjyre: Logoskisser



ØVRE PASVIK CAMPING

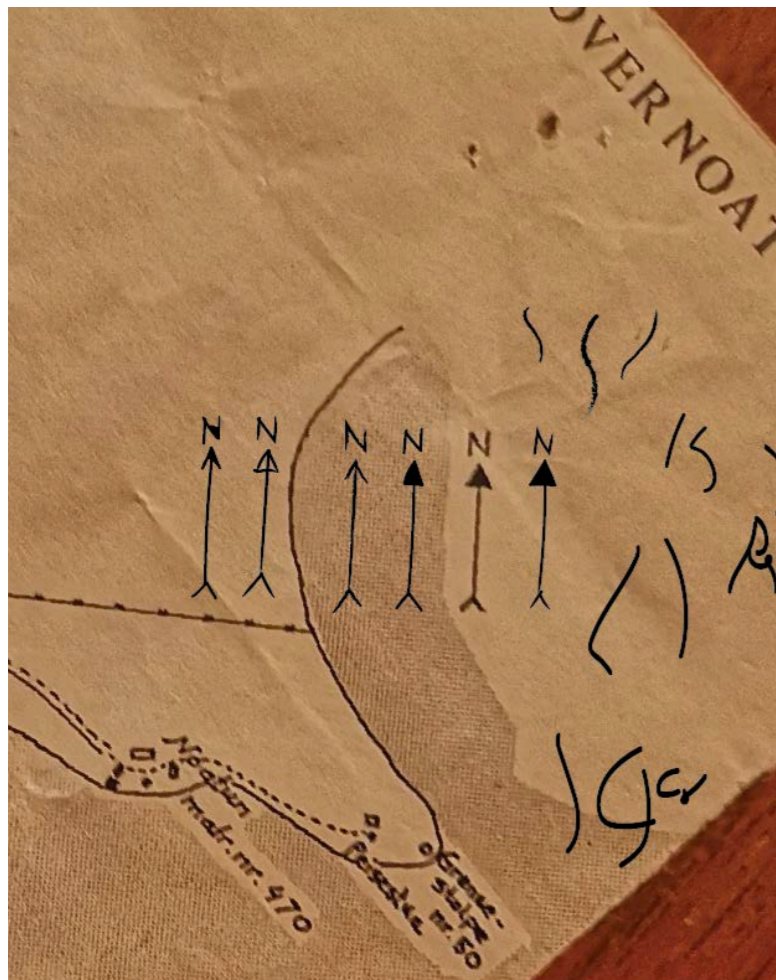
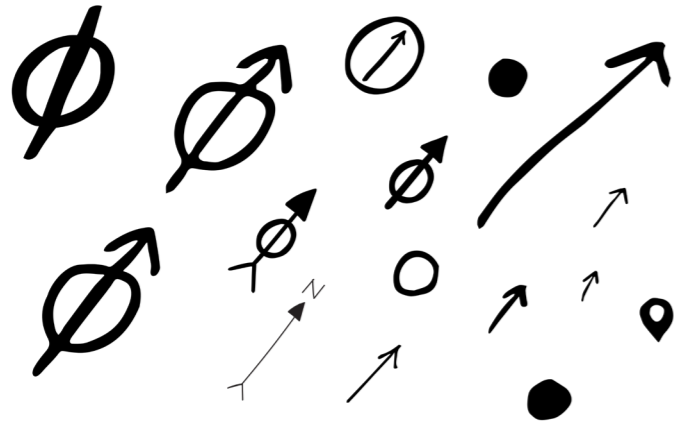
ØVRE PASVIK CAMPING

ØVRE  
PASVIK  
CAMPING

ØVRE  
PASVIK  
CAMPING



5.4 Brosjyre: Logoskisser



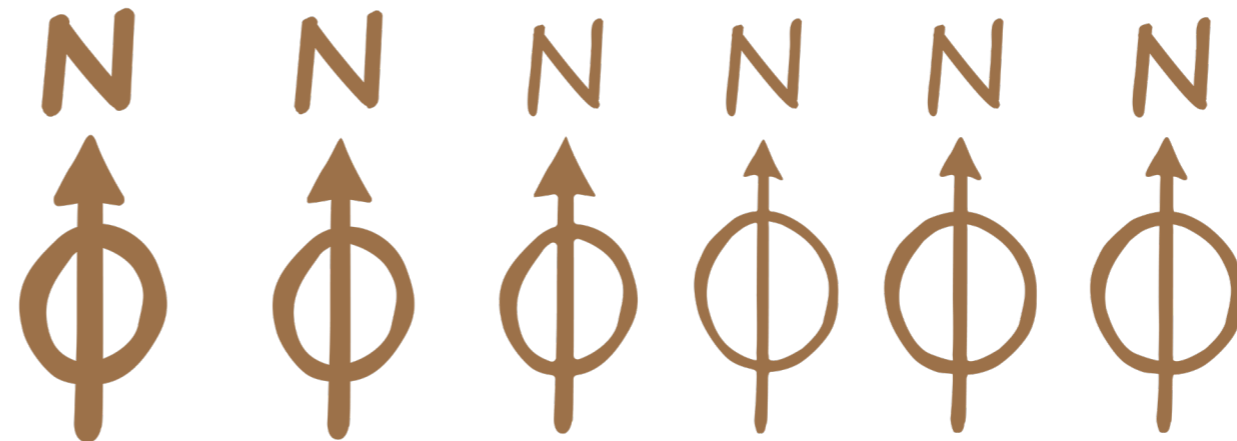
ØVRE PASVIK CAMPING



ØVRE PASVIK CAMPING

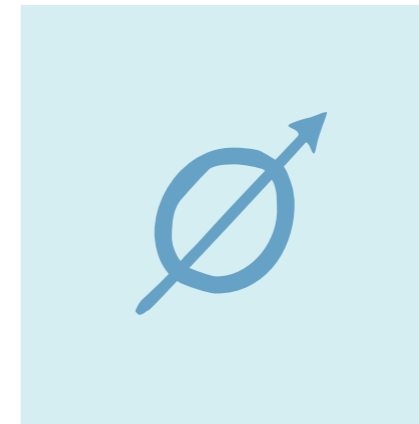


ØVRE PASVIK CAMPING



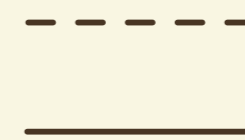


5.4 Brosjyre: Endelig logo og ikoner



ØVRE PASVIK CAMPING

69°12'N 29°09'E





# SAUNA 101

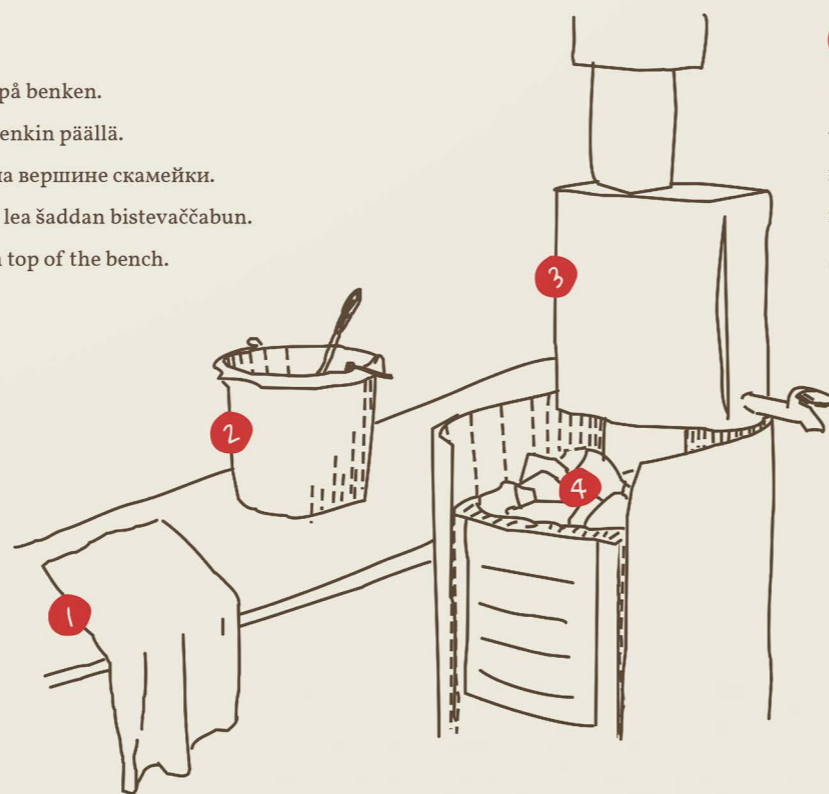
\* Norsk ◇ Soumi ⇒ Русский × Davvisámegiella ∴ English

②

- \* Kaldt vann står i bøtter oppå benken.
- ◇ Kylmä vesi on kauhoissa penkin päällä.
- ⇒ Холодная вода в ведрах на вершине скамейки.
- × Dat mearkkaša ahte orrun lea šaddan bistevaččabun.
- ∴ Cold water is in buckets on top of the bench.

①

- \* Bruk håndkle i badstua.
- ◇ Käytä pyyhettä saunassa.
- ⇒ Используйте полотенце в сауне.
- × Dalle nugo dál ge náitaledje.
- ∴ Use a towel in the sauna.



③

- \* Varmtvannstanken. Fyll på etter bruk.
- ◇ Kuuman veden säiliö. Täytä käyttö käytön jälkeen.
- ⇒ Бак для горячей воды. Пополните после.
- × Nuortalaš Geavvngás. Gávdnojit ollu boarraset.
- ∴ Hot water tank. Refill after use.

④

- \* Kast vann på steinene for å oppnå ønsket mengde damp.
- ◇ Heitä vettä kiville saadaksesi halutun määrän löylyä.
- ⇒ Бросай воду на камни, чтобы получить желаемое количество пара.
- × Ollu dákte- ja čoarveávdnasat leat čábbát hervejuvvon.
- ∴ Throw water on the stones to obtain the desired amount of steam.



## 5.4 Prislite: Endelig design

### PRISLISTE

\* Norsk   ◇ Soumi   ð Русский   × Davvisámegiella   ∴ English

* Iskrem	20,-	* Brus (0.5 L)	
◇ Jäätelö		◇ Brus (0.5 L)	30,-
ð Мороженое		ð Brus (0.5 L)	
× Lákcajiekča		× Brus (0.5 L)	
∴ Ice cream		∴ Brus (0.5 L)	

* Kaffe		* Vafler	
◇ Kahvi		◇ Vohvelit	
ð Кофе		ð Вафель	
× Gáffe	30,-	× Váffel	
∴ Coffee		∴ Waffle	15,-



* Gjeddekaker (500 g)	
◇ Hauki kakku (500 g)	
ð Щучий пирог (500 г)	
× Hávga gáhkku (500 g)	100,-
∴ Gjeddekaker (500 g)	