

## FÖREDRAGNINGSLISTA KÅRSTYRELSENS SAMMANTRÄDE

---

Datum: 2023-01-17

Tid: 17.15

Plats: Viljan

### NÄRVARANDE

---

Ordinarie

Adjungerade och övriga närvarande

### FORMALIA

---

Punkt	Ärende	Bilaga	Föredragande och förslag till beslut:
F1	Mötets öppnande		Vice ordförande förklarar mötet öppnat.
F2	Mötets behöriga utlysande		Kallelsen gick ut 2023-01-11 och handlingar 2023-01-13. <b>Att anse mötet behörigt utlyst.</b>
F3	Adjungeringar		<b>Att adjungera närvarande tjänstemän med närvaro- och yttranderätt.</b>
F4	Val av sekreterare		<b>Att välja en sekreterare.</b>
F5	Val av justeringspersoner		<b>Att välja en justeringsperson.</b>
F6	Fastställande av föredragningslista		<b>Att fastställa föredragningslistan.</b>

### BESLUTSUPPFÖLJNING

---

Punkt	Ärende	Bilaga	Föredragande och förslag till beslut:
BU1	Senaste kårstyrelseprotokollet	BU1	<b>Arvid Eklund</b> <b>Att lägga protokollet till handlingar.</b>

BU2 Arbetsutskottets beslut

BU2 **Mötesordförande**

Att lägga besluten till handlingar.

## MEDDELANDEPUNKTER

---

<b>Punkt</b>	<b>Ärende</b>	<b>Bilaga</b>	<b>Föredragande:</b>
M1	Arbetsmiljöutskottet informerar		<b>Emanuel Lindberg</b> Vice ordförande med ansvar för lika villkor meddelar vad arbetsmiljöutskottet har jobbat med sedan sist.
M2	Utbildningsutskottet informerar		<b>Victor Holmström</b> Vice ordförande med ansvar för utbildning meddelar vad utbildningsutskottet har jobbat med sedan sist.
M3	Ägarstämma Kårmedia AB		<b>Emanuel Lindberg</b> Umeå studentkårs representant Emanuel Lindberg rapporterar vad som hände vid ägarstämman för Kårmedia AB.
M4	Arbete med den strategiska planen för 2023–2025		<b>Victor Holmström</b> Arbetet med den strategiska planen har påbörjats, de heltidsarvoderade har tillsammans med Organisationsutvecklare Clara Höglund haft tre möten där ett översiktligt format samt de viktigaste kärnpunkterna identifierats. Som utgångspunkt för arbetet har reflektioner från höstens konferens i Medelfors samt nytilkomna reflektioner och perspektiv använts.
M5	Valborg 2023		<b>Emanuel Lindberg</b> Vice ordförande rapporterar från möte med de andra kårerna.

## DISKUSSIONSPUNKTER

---

<b>Punkt</b>	<b>Ärende</b>	<b>Bilaga</b>	<b>Föredragande:</b>
D1	Stadgerevideringar	D1	<b>Emanuel Lindberg</b> En första skiss på stadgerevideringar diskuteras översiktligt för att kårstyrelsen bättre ska förstå vilka behov Umeå studentkår har gällande sina stadgar. I bilaga D2 medföljer ett diskussionsunderlag. Underlaget är inte ett skarpt förslag.

**D2** Nyktra dagar under Mottagningen

**Emanuel Lindberg**

Hur ställer sig kårstyrelsen till att utreda att ersätta eller komplettera kravet på nyktra aktiviteter med nyktra dagar under mottagningen, något som har diskuterats i den kår- och universitetsgemensamma mottagningsgruppen om det vore någonting som kårer vill arbeta för.

## BESLUTSPUNKTER

---

<b>Punkt</b>	<b>Ärende</b>	<b>Bilaga</b>	<b>Föredragande och förslag till beslut:</b>
<b>B1</b>	SFS Medlemsmöte	<b>B1_1</b> <b>B1_2</b>	<b>Emanuel Lindberg</b>  SFS Medlemsmöte sker två gånger per år, ett möte ute i landet och ett i Stockholmsregionen inför SFS FUM. Kårstyrelsens SFS-samordnare Emanuel Lindberg har på uppdrag av arbetsutskottet fört en dialog med Sveriges förenade studentkårer om möjligheten att förlägga ett SFS medlemsmöte i Umeå och det finns nu förslag att arrangera ett sådant under året. Detta är ett mindre åtagande än ett SFS FUM men ett så pass stort åtagande att processen bör starta redan nu. Senast ett SFS Medlemsmöte skedde i Umeå var 2018.  <b>Att</b> Umeå studentkår tar på sig att vara värdkår för SFS medlemsmöte HT23 och ska stödja Sveriges förenade studentkårer i arbetet med att planera för samt genomföra ett event på plats i Umeå  <b>Att</b> eventet SFS medlemsmöte HT23 planeras till tisdag 24:e och onsdag 25:e oktober 2023  <b>Att</b> ge kansliet i uppgift att bistå kårstyrelsen i planeringen och genomförandet av eventet SFS medlemsmöte HT23  <b>Att</b> ge studentlivssamordnare Linnéa Forssell i uppgift att för Umeå studentkårs räkning delta i den projektgrupp Sveriges förenade studentkårer sätter samman för att anordna eventet SFS medlemsmöte HT23
<b>B2</b>	Organisatorisk utredning	<b>B2</b>	<b>Emanuel Lindberg</b>  Umeå studentkår behöver se över arbetsbelastningen för sina förtroendevalda heltidsarvoderade. Det här har varit tydligt under inte minst de två senaste verksamhetsåren.

**Att** ge vice kårordförande Emanuel Lindberg och organisationsutvecklare Clara Höglund i uppdrag att utreda uppdragsbeskrivningarna för kårstyrelsen

**Att** fastställa den framtagna uppdragsbeskrivningen för hur utredningen av uppdragsbeskrivningarna ska gå till.

**B3** Ny grafisk profil för Umeå **B3**  
studentkår

### **Arvid Eklund**

I årets verksamhetsplan och budget har kårstyrelsen och kårfullmäktige beslutat att Umeå studentkår ska få en ny grafisk profil. En arbetsgrupp tillsattes under hösten bestående av kommunikatör Henrik, studentlivsamordnare Linnéa, student- och doktorandombud Arvid, ordförande Matilda och vikarierande kommunikatör Rasmus. Arbetsgruppen har träffat Arbetsgruppen har träffat flera byråer och beslutat att den norrlandsbaserade byrån Devocy möter kårens behov bäst.

**Att** acceptera offerten från kommunikationsbyrån Devocy.

**F7** Mötets avslutande

## PROTOKOLL KÅRSTYRELSENS SAMMANTRÄDE

---

Datum: 2022-12-01  
Tid: 17.00- 19:19  
Plats: Ringius

### NÄRVARANDE

---

#### Ordinarie

Matilda Good, kårordförande  
Emanuel Lindberg, vice kårordförande med ansvar för  
lika villkors- och arbetsmiljöfrågor  
Victor Holmström, vice kårordförande med ansvar för  
utbildningsfrågor  
Joanna Elg, utbildningsbevakare HumFak/LH  
Joakim Bourdette, utbildningsbevakare SamFak  
Timmy Nyberg, ledamot  
Elsa Göthlin, ledamot (t.o.m. D1)

#### Adjungerade och övriga närvarande

Arvid Eklund, student- och doktorandombud  
Lilly Andersson, HHUS

### FORMALIA

---

Punkt	Ärende	Bilaga	Föredragande och förslag till beslut:
F1	Mötets öppnande		Ordförande förklarar mötet öppnat.
F2	Mötets behöriga utlysande		<b>Matilda Good</b> Kallelsen gick ut 2022-11-25 och handlingarna gick ut 2022-11-28. Kallelsen gick ut en dag senare än vad stadgarna påkallar. Kårordförande frågar om mötet kan enas om att ändå anse mötet behörigt utlyst. <b>Kårstyrelsen beslutar via acklamation:</b> <b>Att anse mötet behörigt utlyst.</b>
F3	Adjungeringar		<b>Matilda Good</b> <b>Kårstyrelsen beslutar via acklamation:</b> <b>Att adjungera närvarande tjänstemän med närvaro- och yttranderätt.</b>

- F4 Val av sekreterare **Matilda Good**  
**Kårstyrelsen beslutar via acklamation:**  
**Att välja Arvid Eklund till sekreterare.**
- F5 Val av justeringspersoner **Matilda Good**  
**Kårstyrelsen beslutar via acklamation:**  
**Att välja Victor Holmström till justeringsperson.**
- F6 Fastställande av föredragningslista **Matilda Good**  
**Kårstyrelsen beslutar via acklamation:**  
**Att fastställa föredragningslistan i dess nuvarande form.**

## BESLUTSUPPFÖLJNING

---

- | Punkt | Ärende                         | Bilaga         | Föredragande och förslag till beslut:  |
|-------|--------------------------------|----------------|--|
| BU1   | Senaste kårstyrelseprotokollen | BU1_1<br>BU1_2 | <b>Arvid Eklund</b><br>Emanuel påpekar att punkten ”Arbete med kommunikationskalender 2023 och kommunikationsplan för kommande år” felaktigt uppger föredragande som Linnea och Henrik i stället för Matilda Good.<br><b>Kårstyrelsen beslutar via acklamation:</b><br><b>Att lägga protokollen till handlingarna.</b> |
| BU2   | Arbetsutskottets beslut        | BU2            | <b>Matilda Good</b><br><b>Kårstyrelsen beslutar via acklamation:</b><br><b>Att lägga besluten till handlingarna.</b>   |

## MEDDELANDEPUNKTER

---

- | Punkt | Ärende                          | Bilaga | Föredragande:   |
|-------|---------------------------------|--------|---|
| M1    | Arbetsmiljöutskottet informerar |        | <b>Emanuel Lindberg</b><br>Arbetsmiljöutskottets ordförande informerar om utskottets arbete med SAMO-utbildningar, en kommande SAMO-träff i december och vart arbetsmiljöansvaret för lärarutbildningsstudenter ligger. |
| M2    | Utbildningsutskottet informerar |        | <b>Victor Holmström</b><br>Utbildningsutskottets ordförande informerar om utskottets arbete med att presentera studentkårsskrivelsen till fakulteterna, utbildning för  |

studentrepresentanter samt tillgången till musikrum för intresseföreningar.

## DISKUSSIONSPUNKTER

---

Punkt	Ärende	Bilaga	Föredragande:
D1	Enkätresultat HT22	mottagningen D1	<b>Matilda Good</b> <p>En enkät har skickats ut till studenter som deltagit under höstens mottagning. Enkätsvaren har sammanställts och presenteras för kårstyrelsen, då det är viktigt att styrelsen får vara delaktig i arbetet med att identifiera utvecklingsområden att arbeta med inför kommande mottagningsperiod och mottagningsutbildningar.</p> <p>I det följande diskuterar kårstyrelsen enkäten och lyfter synpunkter kring hur den kan bli bättre.</p> <p>Svarsfrekvensen måste betraktas som låg. Delvis kan detta förklaras med att enkäten kom ut sent.</p> <p>Enkäten har gått ut via mejl. Det kan vara en god idé att titta på alternativa sätt att kommunicera.</p> <p>I frågan ”Om du inte kunde eller ville delta i mottagningsaktiviteter, vilken var den främsta anledningen?” har de flesta angett svaret ”annan anledning”, vilket tyder på att svarsalternativen borde göras mer heltäckande. Det hade också varit bra med möjligheten till fritextsvar. Vidare är skillnaden mellan svarsalternativen ”annan anledning” och ”övrigt” oklar.</p> <p>Med frågan ”Hur lång var din mottagning?” har de flesta angett svaret ”5 veckor eller fler”. Det skulle behövas en mer utförlig skala.</p> <p>Frågan ”Fanns det minst ett likvärdigt alkoholfritt alternativ (ej bara vatten eller läsk) vid aktiviteter där alkohol fanns med eller serverades?” antyder att läsk inte anses vara ett godkänt alternativ, vilket det borde. Det kan vara bra att reflektera över vilka alternativ som är passande. Exempelvis så har juridiska föreningen resonerat att saft inte borde anses vara ett alternativ, eftersom det kan signalera att de som inte dricker alkohol är att betraktas som barnsliga.</p> <p>Till sist konstateras att det är viktigt att kontinuerligt utvärdera och utveckla enkäten.</p>
D2	Organisatorisk utredning		<b>Emanuel Lindberg</b> <p>Med anledning av att arbetsutskottet inte hunnit med att nog utförligt bereda punkten återvänder den till kårstyrelsen som en diskussionspunkt i stället för en beslutspunkt. Arbetsutskottet ser det som viktigt att göra en ordentlig genomgång av hur formerna för en</p>

utredning ska se ut innan kårstyrelsen går till beslut i frågan. Tanken är att ha ett förutsättningslöst samtal om Umeå Studentkårs syfte och verksamhet i miniworkshop-format, utifrån det uppdaterade diskussionsunderlaget.

I det följande diskuterar kårstyrelsen organisationen och de förbättringsområden man identifierar. Styrelsen konstaterar att detta arbete är omfattande och att det är orealistiskt att förvänta sig att det kan bli klart redan idag. Dagens samtal är därför snarare att anse vara en inledning till arbetet.

Vi har under detta verksamhetsår diskuterat de utmaningar som finns i organisationen och kring de långsiktiga förändringar som skulle behövas.

Arbetet med genomgripande organisatoriska förändringar pågår redan, även om vi inte kallat det för en utredning, i form av den myriad av arbetsgrupper där vi tittar på olika förändringar som kan göras i organisationen. Detta innefattar allt från en ny grafisk profil för studentkåren till utbildningar för studentrepresentanter.

Alla arbetsgrupperna har konkretiserat arbetet och utgör en behovsanalys. Men vi behöver en överordnad grupp som samordnar alla arbetsgrupper och vi behöver fastställa ramarna för utredningen.

Det är viktigt att avgränsa vad en arbetsgrupp kring en organisatorisk utredning kan göra. En tanke är att alla de arbetsgrupper som finns idag har en representant i den överordnade arbetsgruppen.

Den organisatoriska utredningen är en del av verksamhetsplanen, men behöver även vara en del av den strategiska planen. Vi behöver göra rimliga planer och prioriteringar över vad som ska behandlas under vilken mandatperiod.

Emanuel påpekar att stommen i en sådan här utredning, utöver att vi kommer behöva kansliet som organisatoriskt minne, kommer behövas bäras av de förtroendevalda. Det är de som måste kunna stå till svars för arbetet. Därför måste också det första steget vara att kolla på hur de förtroendevaldas uppdrag är utformade. För att långsiktigt behålla en fungerande struktur behöver vi en struktur som är autonom.

Matilda påpekar att Clara, som organisationsutvecklare, måste vara en viktig del i detta eftersom hennes tjänst är centrerad kring just dessa frågor.

Vi måste identifiera problemområden. Exempelvis har kommunikationen lyfts som ett sådant område och därför har också ett arbete med kommunikationsplan- och kalender påbörjats.



Givet de signaler som kommit från innevarande och föregående år så är vissa uppdrag för tungt belastade.

Kanske har vi börjat i fel ända, med alla arbetsgrupper vi har idag. Vi saknar en vision om vad vi vill uppnå som kan genomsyra arbetet. Vi måste ha en helhetsbild.

Vi ska i nuläget vara försiktiga att addera ytterligare arbete. Bättre att inventera de grupper vi har samt fråga oss själva om vi har utrymme för den här utredningen utifrån vår arbetskapacitet. Vi har tidigare samtalat om att vi måste göra prioriteringar. Vi har inte förmågan att ta på oss mer projekt. Hur ska vi kunna inleda den organisatoriska utredningen när vi redan har så mycket på bordet?

Ett alternativ är att se över det som fungerar minst bra idag och arbeta på just det. Det mest centrala är att fokusera på de brister som syns utåt, det som studenter, kårföreningar och kårsektioner ser och ibland drabbas av.

Universitetet planerar en del förändringar, men vi kan inte avvakta deras arbete, utan vi måste skrida till verket. Arbetsbelastningen och arbetsbeskrivningarna är det som framför allt påverkas av universitetets omställningar.

Styrelsen gör en inventering av alla pågående arbetsgrupper som kan kopplas till en större organisatorisk utredning.

Begreppet ”organisatorisk utredning” är missvisande, eftersom nästan allt vi gör kan rymmas under detta begrepp.

Det behöver bildas en arbetsgrupp utifrån arbetsutskottet som kan bereda den här frågan.

Diskussionen avslutas och fortsätter i arbetsutskottet.

## BESLUTSPUNKTER

---

Punkt	Ärende	Bilaga	Föredragande och förslag till beslut:
B1	Beslut om förslag till SFSFUM		<b>Victor Holmström</b>  För att intresserade ska ha tid för att söka samt för att tillräcklig tid ska ges till granskning av kandidaterna föreslås att delegationsledaren sammanställer förslaget och presenterar detta direkt till kårfullmäktige.  <b>Kårstyrelsen beslutar via acklamation:</b> <b>Att delegera beslutet om förslag till SFSFUM-delegation till delegationsledare Victor Holmström.</b>
F7	Mötets avslutande		Ordförande förklarar mötet avslutat.

**SIGNATURES****ALLEKIRJOITUKSET****UNDERSKRIFTER****SIGNATURER****UNDERSKRIFTER**

This documents contains 5 pages before this page  
Dokumentet inneholder 5 sider før denne siden

Tämä asiakirja sisältää 5 sivua ennen tätä sivua  
Dette dokument indeholder 5 sider før denne side

Detta dokument innehåller 5 sidor före denna sida

authority to sign  
representative  
custodial

asemavaltuus  
nimenkirjoitusoikeus  
huoltaja/edunvalvoja

ställningsfullmakt  
firmateckningsrätt  
förvaltare

autoritet til å signere  
representant  
foresatte/verge

myndighed til at underskrive  
repræsentant  
frihedsberøvende

# BILAGA BU2 - ARBETSUTSKOTTETS BESLUT

## Om arbetsutskottet

I kårstyrelsens arbetsordning regleras arbetsutskottets funktion och befogenheter. Om relationen mellan arbetsutskottet och kårstyrelsen står:

- I ärenden som inte tål uppskov, utövar arbetsutskottet kårstyrelsens befogenheter. Beslut i sådant ärende ska underställas kårstyrelsen vid närmast följande sammanträde.
- Vid arbetsutskottets sammanträden ska beslutsprotokoll föras. Protokoll från arbetsutskottets sammanträden justeras av Umeå studentkårs ordförande och en för varje sammanträde utsedd justeringsperson. Fattade beslut ska efter justering meddelas kårstyrelsen vid nästa sammanträde.

## Arbetsutskottets sammanträde 2022-12-05

**Ärende:** Beslut om bildande av ny intresseförening

**Ärendebeskrivning:** Under styrelsemötet 2022-09-20 presenterade medlemmen Linus Graff en idé till en ny intresseförening, Studenternas intresseförening för Psykedelisk Vetenskap i Umeå (SIPVU). Föreningens syfte är att förmedla genomförda studier och framtida forskning inom det psykedeliska fältet. På kårstyrelsemötet 2022-10-20 beslutade styrelsen att beslut i ärendet skulle delegeras till arbetsutskottet och att beslutsförslaget ska skickas ut till övriga i kårstyrelsen som får inkomma med synpunkter. Sedan styrelsemötet 2022-10-20 har Clara och Linus iordningställt stadgarna i enlighet med de synpunkter som kårstyrelsen lyft. I bilaga B2 finns de redigerade stadgarna för SIPVU.

**Beslut:**

**Att** godkänna stadgarna för föreningen Studenternas intresseförening för Psykedelisk Vetenskap i Umeå (SIPVU).

**Att** anta SIPVU som en intresseförening förutsatt att de av arbetsutskottet godkända stadgarna antas på föreningens årsmöte.

**Ärende:** Beslut om datum för vårens kårstyrelsesammanträden och kårfullmäktigesammanträden

**Ärendebeskrivning:** Arbetsutskottet ska besluta om datum för vårens KF och KS. Mötet diskuterade vilka tidsperioder som man behöver ta hänsyn till, så som tentaperioder och påsk. Mötet diskuterade även att arbetsutskottet bör planera kårens kårstyrelsemöten och kårfullmäktigemöten.

**Beslut:**

**Att** anta datum för kårstyrelsen och kårfullmäktiges sammanträden vårterminen 2023 enligt följande:

**KS:** 17/1, 31/1, 14/2, 14/3, 2/5 och 30/5.

**KF:** 28/2, 29/3 och 15/5.

## Arbetsutskottets sammanträde 2022-12-12

**Ärende:** Linnéa och Henriks projekt VT-23

**Ärendebeskrivning:** Till mötet har Linnéa skickat in planeringen för utåtriktade aktiviteter för våren 2023 för arbetsutskottets kännedom. Linnéa informerade på mötet om att hon och Henrik har börjat planera de event som kåren brukar ha för våren 2023. De har utgått från de eventen som brukar anordnas. Frågan tas upp för beslut på detta arbetsutskott då ordförande var frånvarande förra veckan.

**Beslut:**

Att ta bort aktiviteten Snow Wars från planeringen för utåtriktade aktiviteter för våren 2023.

Att godkänna planeringen för utåtriktade aktiviteter för våren 2023.

**Ärende:** Umeå studentradion och Musikhjälpen

**Ärendebeskrivning:** Umeå studentradio tänker sända live i 24h den 13–14 december för att samla in pengar till Musikhjälpen. Man kommer kunna önska låtar, förhoppningsvis delta i några tävlingar, de kommer ha en loppis och antagligen sälja fika ute på campus. Studentradion undrar om detta är något som US skulle vilja sprida genom våra sociala kanaler.

**Beslut:**

Att Umeå studentkår ska sprida information om Studentradions livesändning med koppling till Musikhjälpen i våra sociala kanaler.

## Arbetsutskottets sammanträde 2023-01-09

**Ärende:** Förslag till arbetssätt för hantering av föreningar och sektioners e-postadresser

**Ärendebeskrivning:** Ulrika har tagit fram ett förslag på att vi ska göra föreningarnas och sektionernas adresser mer streamlineade. Frågan tas upp på arbetsutskottets möte för beslut.

**Beslut:**

Att avslå förslaget om att kårfullmäktigeledamöter ska ha en us-adress.

Att adresserna ska se ut enligt följande:

[titel.förening/sektion@umeastudentkar.se](mailto:titel.förening/sektion@umeastudentkar.se)

Att föreningarna och sektionerna själva ska få välja om de vill ha en föreningsmejl.

Att anta ett enhetligt epost-system för föreningarna och sektionerna i enlighet med förslaget.

Att Matilda kontaktar Ulrika gällande förslaget och ber henne sätta ihop en enhetlig beskrivning.

Att kommunikationen kring ändringen av mejladresser tas upp på nästa arbetsutskott.

**Ärende:** Verksamhetsinvesteringar

**Ärendebeskrivning:** Intresseföreningen Umeå Outpeak har kontaktat US om att de vill söka verksamhetsinvestering. Arbetsutskottet beslutade om att öppna en ny ansökningsperiod.

**Beslut:**

**Att** ansökningsperioden för vårens verksamhetsinvesteringar är mellan 230116-230525

**Ärende:** HHUS Awards 2022

**Ärendebeskrivning:**

US har fått som uppdrag av HHUS att vara en del av processen att ta fram personen som får en utmärkelse för att ha gjort ett extraordinärt arbete. Vi ska ta fram fyra av de som vi tycker utmärker sig mest. Syftet med HHUS Awards är att uppmärksamma en till två aktiva medlemmar med ett diplom, blommor och prispengar på 2000 kr/person för ett extraordinärt arbete under året. HHUS medlemmar har fått nominera en person de tycker har gjort det lilla extra under året. Det är Umeå studentkår och rektor Sofia Lundberg vid Handelshögskolan som väljer ut vinnarna.

**Beslut:**

**Att** nominera fyra vinnare av HHUS Awards 2022 för Handelshögskolans rektor Sofia Lundberg att besluta om.

**Ärende:** Remissvar för fler veckor med omställningsstöd

**Ärendebeskrivning:** Vi tar ställning i hur Umeå studentkår ska svara på remissen om fler veckor med omställningsstöd. Departementspromemorian i denna remiss innehåller förslag om möjlighet att få fler veckor med omställningsstudiestöd efter s.k. återkvalificering, dvs. när det har gått minst 15 år efter att en studerande förbrukat sina första 22 veckor med omställningsstudiestöd. Förslaget är i linje med huvudavtalen om trygghet, omställning och anställningsskydd mellan Svenskt Näringsliv, Förhandlings- och samverkansrådet PTK och Landsorganisationen i Sverige. Remissvaret ska vara inne 20 mars.

**Beslut:**

**Att** Clara och Matilda skriver ihop ett remissvar och har som mål att presentera detta på arbetsutskottet möte 2/3.

# Förslag stadgerevideringar, diskussionsunderlag

## Kapitel 2 Medlemskap

Ny §6 "Medlem ska inte motverka kårens syfte eller verksamhet och den som gör det kan komma att inte få delta i delar av verksamheten inom Umeå Studentkår."

Ny §7 "Medlem som avser ha uppdrag, sysselsättning eller ägandeskap utanför Umeå studentkår som sannolikt skulle kunna leda till en intressekonflikt med Umeå studentkår bör inte kandidera till förtroendeuppdrag inom Umeå studentkår."

## Kapitel 8 Kårfullmäktige

§8. "Kårfullmäktige sammanträder på kallelse från kårstyrelsen, som ska tillsändas ledamöterna senast tio (10) dagar före sammanträdet. Föredragningslista och övriga handlingar ska tillsändas ledamöterna senast fem (5) dagar före sammanträdet, om inget annat följer av dessa stadgar."

*Föreslås ändras till:*

"Kårfullmäktige sammanträder på kallelse från kårstyrelsen, som ska tillsändas ledamöterna senast tio (10) dagar före sammanträdet. Föredragningslista och övriga handlingar ska tillsändas ledamöterna senast **sju (7)** dagar före sammanträdet, om inget annat följer av dessa stadgar."

§9 "§Rätt att påkalla extra kårfullmäktige för en viss fråga tillkommer

1. Umeå studentkårs inspektor.
2. Umeå studentkårs revisorer.
3. Minst en tredjedel (1/3) av kårfullmäktiges ledamöter
4. Femtio (50) medlemmar.
5. Umeå studentkårs styrelse.
6. Kårsektionerna genom skriftlig begäran undertecknad av ordföranden för minst hälften av kårsektionerna."

*Föreslås ändras till:*

"§Rätt att påkalla extra kårfullmäktige för en viss fråga tillkommer

1. Umeå studentkårs inspektor.
2. Umeå studentkårs revisorer.
3. Umeå studentkårs talman.
4. Minst en tredjedel (1/3) av kårfullmäktiges ledamöter.
5. Minst etthundra 100 medlemmar.
6. Umeå studentkårs styrelse.
7. Minst hälften (1/2) av kårsektionernas ordförande.

§16 "Arbetet i kårfullmäktige ska präglas av öppna, deliberativa samtal i syfte att föra studentkåren framåt."

*Föreslås ändras till:*

"Arbetet i kårfullmäktige ska präglas av **det demokratiska samtalet, såsom fria och respektfulla diskussioner**, i syfte att föra studentkåren framåt."

§23 "Ledamot av kårfullmäktige får inte närvara vid handläggning av eller beslut i ett ärende som personligen rör ledamoten själv, ledamotens make, sambo, föräldrar, barn eller syskon, eller någon annan närstående."

*Föreslås ändras till:*

"Ledamot av kårfullmäktige får inte närvara vid handläggning av eller beslut i ett ärende som på ett personligt eller ekonomiskt plan rör ledamoten själv. På likadant vis gäller att om ett ärende är uppe för beslut rörande ledamotens make eller maka, sambo, föräldrar, barn, syskon, eller annan

närstående samt en annan organisation dit ledamot har tydlig koppling får ledamoten inte delta i processen.”

§31. ”Har yrkande om misstroendeförklaring mot kårstyrelseledamot vunnit stöd av fler än hälften av de erlagda rösterna vid kårfullmäktigesammanträde ska ledamoten avgå. Har yrkande om misstroendeförklaring mot kårstyrelsen vid kårfullmäktigesammanträde vunnit stöd av fler än hälften av de erlagda rösterna, ska kårfullmäktige omgående utse nya firmatecknare. Kårstyrelsen är då skyldig att i avvaktan på nytt styrelseval fullgöra löpande och rutinmässiga expeditionsärenden. Beslut med anledning av beslutad misstroendeförklaring mot kårstyrelseledamot eller kårstyrelsen ska av kårfullmäktige omgående justeras.”

Föreslås ändras till:

”Har yrkande om misstroendeförklaring mot kårstyrelseledamot vunnit stöd av fler än hälften av de erlagda rösterna vid kårfullmäktigesammanträde ska ledamoten avgå. Har yrkande om misstroendeförklaring mot kårstyrelsen vid kårfullmäktigesammanträde vunnit stöd av fler än hälften av de erlagda rösterna, ska kårfullmäktige omgående utse nya firmatecknare. Ledamöterna i den avgående kårstyrelsen är då skyldiga att i avvaktan på nytt styrelseval fortsätta arbetet med ärenden av rutinmässig karaktär avkopplade till den löpande verksamheten. Beslut med anledning av beslutad misstroendeförklaring mot kårstyrelseledamot eller kårstyrelsen ska av kårfullmäktige omgående justeras.”

## Kapitel 11 Kårstyrelsen

§7. ”Kårstyrelsen sammanträder på kallelse av ordföranden. Rätt att begära utlysande av sammanträde tillkommer

1. Umeå studentkårs ordförande och i dennes frånvaro vice ordförande.
2. Tre (3) eller flera kårstyrelseledamöter.
3. Kårens revisorer.
4. Åtta (8) ledamöter i kårfullmäktige.
5. Kårsektion.
6. Kårens inspektor.

Sammanträde som begärts enligt denna paragraf ska hållas tidigast tre (3) och senast tio (10) dagar efter det att begäran inkommit.”

Föreslås ändras till:

”Kårstyrelsen sammanträder på kallelse av ordföranden. Rätt att begära utlysande av sammanträde tillkommer

1. Umeå studentkårs inspektor.
2. Umeå studentkårs revisorer.
4. Umeå studentkårs ordförande och i dennes frånvaro vice ordförande.
5. Minst en tredjedel (1/3) av ledamöterna i kårstyrelsen.

Sammanträde som begärts enligt denna paragraf ska hållas tidigast fem (5) och senast tio (10) dagar efter det att begäran inkommit.”

§16. ”Ledamot av kårstyrelsen eller annat verkställande organ får inte närvara vid handläggning av eller beslut i ett ärende som personligen rör ledamoten själv, ledamotens make, sambo, föräldrar, barn eller syskon, eller någon annan närstående.”

Föreslås ändras till:

”Ledamot av kårstyrelsen eller annat verkställande organ får inte närvara vid handläggning av eller beslut i ett ärende som på ett personligt eller ekonomiskt plan rör ledamoten själv. På likadant vis gäller att om ett ärende är uppe för beslut rörande ledamotens make eller maka, sambo, föräldrar, barn, syskon, eller annan närstående samt en annan organisation dit ledamot har tydlig koppling får ledamoten inte delta i processen.”

Vice kårordförande  
Emanuel Lindberg

§9. "Föredragningslista jämte övriga handlingar ska tillsändas kårstyrelsens ledamöter, kårsektionerna, av kåren utsedda revisorer, inspektor samt proinspektor senast tre (3) dagar före sammanträdet"

*Föreslås ändras till:*

"Föredragningslista jämte övriga handlingar ska tillsändas kårstyrelsens ledamöter, kårsektionerna, av kåren utsedda revisorer, inspektor samt proinspektor senast **fem (5)** dagar före sammanträdet."

Ny §25 "Förtroendevald ska inte motverka kårens syfte eller verksamhet och den som gör det kan bli fråntagen sitt uppdrag."

## Kapitel 13 Upplösning

Kapitlet föreslås byta namn till "Kapital 13 **Sammanslagning eller** upplösning".

§1. "Kårfullmäktige kan besluta om upplösning av Umeå studentkår"

*Föreslås ändras till:*

§1. Kårfullmäktige kan besluta om **sammanslagning eller** upplösning av Umeå studentkår.

§2. "Förslag till upplösning av Umeå studentkår ska inlämnas skriftligen till Umeå studentkårs ordförande senast tre (3) veckor före handläggning i fullmäktige. Det åligger kårstyrelsen att yttra sig över förslaget."

*Föreslås ändras till:*

"Förslag till **sammanslagning eller** upplösning av Umeå studentkår ska inlämnas skriftligen till Umeå studentkårs ordförande senast **tjugoett (21) dagar** före handläggning i **kår**fullmäktige. Det åligger kårstyrelsen att yttra sig över förslaget."

§3. "Förslag till upplösning ska tillsändas ledamöterna senast tio (10) dagar före kårfullmäktigesammanträdet."

*Föreslås ändras till:*

"Förslag till **sammanslagning eller** upplösning ska tillsändas ledamöterna senast tio (10) dagar före kårfullmäktigesammanträdet."

§4. "För att upplösning ska träda i kraft fordras vid två (2) på varandra följande fullmäktigesammanträden fattade likalydande beslut. Beslutet ska vid båda tillfällena biträdas av minst två tredjedelar (2/3) av de i beslutet deltagande fullmäktigeledamöterna för att upplösning ska träda i kraft."

*Föreslås ändras till:*

"För att sammanslagning eller upplösning ska träda i kraft fordras vid två (2) på varandra följande fullmäktigesammanträden fattade likalydande beslut. Beslutet ska vid båda tillfällena biträdas av minst två tredjedelar (2/3) av de i beslutet deltagande fullmäktigeledamöterna för att **sammanslagning eller** upplösning ska träda i kraft."

Ny §7 "Hur Umeå studentkårs tillgångar fördelas vid en sammanslagning beslutas av kårfullmäktige."

Ny §8 "Sammanslagning ska ske vid tidpunkt beslutad av kårfullmäktige på förslag av kårstyrelsen."



## Information till värdkår för att hålla Medlemsmöte

SFS medlemsmöten brukar hållas lunch till lunch-ish (dvs från 12,00 dag 1 till ca 15,00 dag 2).

Mötet brukar samla drygt 55 personer men kan vara upp till ca 70 personer, så vi behöver lokaler som är anpassade för detta, gärna någon typ av föreläsningssal och några salar där vi kan ha mindre gruppdiskussioner i närhet/anslutning till föreläsningssalen. Om det går att ha en stor sal där det finns möjlighet att enkelt ändra mellan olika typer av sittningar så är det optimalt.

Det vi önskar från er som värdkår är lokal hjälp med det praktiska som att boka luncher och fika med lokala företag. Någon typ av kvällsunderhållning för första dagen samt förslag på hotell som ligger bra i staden. Om ni vill så får ni gärna hålla ett pass om någon som ni själva arbetar med eller gjort bra och som kan vara av intresse för de andra studentkåren.

Om det går att få någon koppling till lärosätet är det trevligt typ att rektor hälsar välkommen.

SFS står för kostnaden för 1 deltagare per medlemskår. Där ingår mat och logi. Resor står kåren själva för. Om en kår vill skicka fler står de själva för alla kostnader. Så det är inte tanken att ett medlemsmöte ska vara en direkt kostnad för er som värdkår men det kan vara en del tid som behövs för att boka och planera.

Vi på SFS står som ansvariga och kommer att ha en projektgrupp där någon från er får delta för att vi kontinuerligt ska ha en dialog om eventet. SFS tar fram program och bjuder in eventuella gäster. Mitt förslag är att vi har en stående tid en gång i veckan á 30 min för att se till att vi har koll på allt som behöver planeras och lär känna varandra inför genomförandet.

Det som vi behöver göra ganska omgående är att börja boka lokaler så att vi vet att de finns tillgängliga samt om ni har förslag på hotell som ligger bra till i förhållande till campus. Återkom om vem som kommer att vara er kontaktperson när ni har haft möjlighet att diskutera detta.

/Leo Jonason,  
Medlemssamordnare, SFS



4a

Handläggare: Ellinor Alvesson

Datum: 2018-10-15

Dnr: O44-21/1819

## Utvärdering SFS medlemsmöte höst 2018 i Umeå

### Förslag till beslut

Styrelsen föreslås besluta

**att lägga rapporten till handlingarna**

### Bakgrund

Ca 50 kårrepresentanter deltog på SFS medlemsmöte som hölls i Umeå hos Umeå studentkår. Av dessa har 19 st svarat på utvärderingen vilket ger en svarsfrekvens på 38%. Mötet hade 54 anmälda från kårer och SFS varav tre kårrepresentanter inte deltog av olika anledningar. 28 olika kårer deltog under mötet. Under föregående höstmöte i Borås deltog ca 30 kårrepresentanter. Tyvärr framgår det inte hur många olika kårer som var representerade men det går att anta att antalet kårer var något lägre då några kårer hade fler än en representant.

I jämförelse ligger helhetsbetyget av medlemsmötet 0,1 lägre än föregående år i Borås. Dock har vi i år använt oss av en 0-5 skala istället för 1-5 som använts tidigare år vilket gör att siffrorna inte går att jämföra på samma sätt.

Samtliga snittbetyg ligger över medel där passet om fokusfrågorna fick lägst med 2,7. Höjdpunkterna är passet om kårstatus och kårerna lyfter även att balansen mellan workshops och diskussion var bra.

Informationen som gick ut inför mötet fick högre snittbetyg än föregående år men det har även inkommit någon kommentar om att informationen gärna får komma tidigare. Se mer reflektion nedan gällande denna fråga.

## Lärdomar inför framtiden

Arbetsgruppen har diskuterat att kårerna efterfrågar information om vad som kommer diskuteras tidigare för att bättre planera vilka de ska skicka på medlemsmöten. Arbetsgruppen anser dock att det kan vara svårt att genomföra då det är svårt för styrelsen att bestämma det tidigare än styrelsens tredje styrelsemöte då arbetsgrupper och konkretiserade verksamhetsplan inte beslutas förens på styrelsemöte två, vilket är svårt att tidigare lägga. Dock går det kanske att skicka ut mer specifik information kring passen i förväg såsom frågorna som ska ställas då en person har efterfrågat det i utvärderingen. Det kan finnas skäl att inte skicka ut specifika frågor i förväg men det är en avvägning som kan göras i fall till fall.

En annan lärdom är att efter att SFSFUM 2017 beslutade att SFS-bootcamp skulle tas bort finns det nu ingen central introduktion till SFS och att det förändrar vilka förkunskaper de som åker på SFS medlemsmöte har.

Utifrån utvärderingen kan vi se att vi vid inbjudan av extern aktör inte bara behöver prioritera deras kunskap inom ämnet utan även deras förmåga att engagera inom ämnet.

Ett roligt medskick är att avståndet för många inte tycks ha avskräckt deltagande jämfört med förra året. Detta kan innebära både att engagemanget bland medlemmarna har ökat och/eller att avstånd inte är lika stort hinder som tidigare styrelse trott. Oavsett anledning så är det positivt.

Positivt är att värdkårens pass mottogs väl då detta är den första gången konceptet prövades. Förhoppningsvis kan detta vara starten på en självklar del under medlemsmöten som gör studentrörelsen ännu starkare.

För styrelsen kan det vara intressant att diskutera hur framtida möten ska förhålla sig till höga betyg på ett pass som i vissa delar var utbildade inom lokala frågor och kan ses som "medlemsservice". Tidigare har medlemskårerna beslutat att SFS främst ska fokusera på påverkansarbetet men samtidigt så uppskattas denna typen av pass som i vissa delar hjälper dem med egna organisatoriska frågor.

Hur bedömer du..	Snittbetyg
Medlemsmötet i sin helhet?	3,8
Möteslokalerna	3,9
Boendet	3,8

Maten	3,4
Fika	4,2
Informationen som gick ut inför SFS medlemsmöte	3,4
Balansen mellan diskussioner, presentationer och workshops	3,9
Möjligheten att komma till tals under diskussioner	4,6
Inledningen	3,7
IT-miljö workshop	3,4
Kårstatus presentation	4,7
Budget vs ekonomiska ramar diskussion	3,4
Fokusfrågor info	2,7
Principprogrammet workshop	3,9
Tillgängliga möten workshop	3,8

## **Möte om organisatorisk utredning 20/12 - de arvoderades uppdrag**

Under mötet diskuterade Emanuel och Clara hur vi vill att upplägget för den organisatoriska utredningen ska se ut initialt. För att projektet ska vara genomförbart under våren begränsar vi oss till att fokusera på att förankra de arvoderas uppdrag i deras respektive arbetssituation. För att förstå varför uppdelningen ser ut som den gör ska vi göra en förstudie. Utredningen består således av två delar:

Del 1 om bakgrund och förstudie.

Del 2 om förankring av uppdragsbeskrivningarna.

### **Projektbeskrivning:**

#### **Del 1 - Bakgrund och förstudie**

**Hur:** Vi vill få beskrivet resonemanget kring varför uppdragen ser ut som de gör idag. Vi vill prata med Stefan, Arvid och Timmy gällande rollerna i ett gemensamt möte, helst under vecka 4-6.

Frågor:

- Hur fördelningen av uppdrag sett ut de senaste åren?
- Varför förändrades strukturen från ombud från respektive fakultet till två utbildningsbevakare och en tjänsteperson?
- Utvärdering: fick vi det resultat som var målsättningen?
- Är det någon utmaning som hänger kvar sedan förändringen av uppdragen?
- Föranleddes förändringarna av en utredning? Om ja, var kan vi hitta den?

Arbetsfördelning: Emanuel skickar ut mötesförfrågan efter jul om vecka 4-6.

**När:** vecka 4-6

**Hur:** Sammanställning av förstudien.

**När:** Efter vecka 6.

#### **Del 2 - Förankra uppdragsbeskrivningarna**

Vi vill göra om de arvoderades arbetsbeskrivningar som finns idag så att de ska bli mer förankrade i hur arbetssituationen ser ut i verkligheten och att de arbetsuppgifter som görs finns med. Som underlag kommer vi titta på det förslag som Dani tog fram under våren 2022 där Dani föreslog att kårstyrelsen ska bestå av tre utbildningsbevakare för respektive fakultet och en vice ordförande med ansvar för jämlikhet. Det skulle även behövas en grunduppdragsbeskrivning, något som ska gälla alla som sitter i kårstyrelsen. Vad förväntas särskilt av de arvoderas uppdrag.

**Hur:**

- Intervjuer med alla arvoderade där vi tittar på uppdragsbeskrivningen och stämmer av mot verkligheten

**När:** Efter att vi sammanställt förstudien, under våren.

## Redogörelse av inkomna offerter och diskussion om vilken offertgivare som bör få uppdraget samt förslag till kårstyrelsen av val av byrå

Umeå studentkårs ordförande Matilda Good har utsett tre personer som tillsammans med henne utgjort projektgruppen för framtagandet av en ny grafisk profil för Umeå studentkår. Dessa är, utöver Matilda, Arvid Eklund, Linnéa Forssell och Henrik Bjelkstål. I ett senare skede har även Rasmus Andegras anslutit till gruppen, som vikarie för Henrik under dennes föräldraledighet.

Arvid har inledningsvis beskrivit den nuvarande situationen med en föråldrad visuell identitet och ett spretigt formspråk i ett diskussionsunderlag som lades fram för arbetsutskottet under hösten. Idén till en ny grafisk profil har sedermera inkluderats i verksamhetsplanen 22/23.

Projektgruppen har arbetat utifrån verksamhetsplanens formulering "Ta fram en ny grafisk profil för att skapa en tydligare kåridentitet". Projektet har finansierats utifrån de extraanslag som regeringen tilldelat studentkårer under en treårsperiod, vilket i rambudgeten motsvaras av budgetområde 22, "Projekt inom ramen för extraanslag".

Henrik har under första delen varit projektledare och haft kontakt med de olika offertgivarna. Henrik är sedan 2 januari på föräldraledighet och Linnéa har nu tagit ansvaret att leda projektet i mål i slutet av vårterminen 2023.

I första skedet beskrev projektgruppen i korta ordalag vad uppdraget innebär, vilka kommunikativa problem vi vill råda bot på genom en ny profil, vilka tjänster vi vill köpa in till kåren m.m. Gruppen valde att skriva hela den beslutade summan som en övergripande budget. Detta för att få det mesta ut ur byrån redan vid offert och start. En central del i uppdragsbeskrivningen är ett antal ledord som gruppen tycker symbolisera kåren: *Nyskapande, Modernt, Inbjudande, Inkluderande, Samhörighet, Demokrati och Samhällsengagemang*. För hela uppdragsbeskrivningen se bilaga 1.

En genomlysning av lokala kommunikationsbyråer gjordes och i första skedet sållades det fram ett antal byråer som hade potential för uppdraget. Efter en genomgång och diskussion valdes ett antal byråer ut för kontakt och erbjudande att ge en kostnadskalkyl för uppdraget. Dessa är:

- Gullers Group, Umeå (offert i bilaga 2).
- Devocy, Örnsköldsvik (offert i bilaga 3).
- Henson, Umeå (offert i bilaga 4).
- Anyday, Umeå (offert bilaga 5).
- Vinter, Skellefteå (offert utgår, se förklaring nedan).
- Acrowd, Stockholm (offert utgår, se förklaring nedan).

Byrån Anyday tog kontakt på rekommendationen av en inhyrd föreläsare som studentkåren anlidade. Företaget kom sent in i processen men kommer att vara med på samma villkor som övriga offertgivare i valet av byrå.

Vinter hade en attraktiv webbplats men efter första mötet upplevde projektgruppen att denna byrå tog emot vår förfrågan om samarbete med bristande engagemang. För att inte belasta dem med onödigt arbete med att ta fram offert så tog vi beslutet att avbryta kontakten kring detta projekt. Byrån tackade för visat intresse och att vi meddelade dem detta omgående.

Acrowd har under hösten uppvaktat kåren med erbjudande om att omarbete studentkårens webbplats. Detta har dock tackats nej till och Henrik kom överens med säljaren om att när beslut tagits skulle kåren ta kontakt med en offertförfrågan. Detta gjordes men innan något möte hade blivit av så drog kåren tillbaka förfrågan, då gruppen ansåg att det är bättre att nyttja lokala förmågor samt att det känns bättre att hitta byråerna själv utan en påträngande säljare som pockar på uppmärksamhet.

Efter att projektgruppen valt bort två av byråerna återstod följaktligen fyra: Gullers Group, Devocy, Henson och Anyday.

### Sammanfattning av de offertgivande byråerna

De fyra byråerna har intressanta och informativa webbplatser där de med ord och bild beskriver vad de kan åstadkomma för sina kunder. De har alla även utförliga grafiska portföljer med tidigare och pågående samarbeten. När offertförfrågan gjordes blev alla intresserade av vårt uppdrag och ville genast boka in ett möte. Mötena med byråerna gjordes fysiskt. I Hensons fall var det första mötet digitalt medan det andra förlades till kårens lokaler. Alla byråerna tyckte att vår uppdragsbeskrivning utgjorde en fullgod kravspecifikation som de kunde skriva offert på, men de hade alla ytterligare frågor.

#### **GULLERS GROUP**

Till skillnad från övriga byråer lyfte inte Gullers upp kundcase (de har en sektion kring några case) på deras webbplats utan beskrev vilken kompetens de besitter och vilka kundsegment som de har hjälpt. Många kunder kommer från myndigheter och andra samhällsbärande organisationer samt olika påverkansorganisationer. De har kontor i de större städerna i Sverige och har ett sjuttioalst antal anställda. Vi träffade Gullers i deras egna lokaler nere vid Konstnärligt campus där Olof Malmberg tog emot oss. Han berättade att de brukar göra en genomgång av kundens behov och troligtvis vill de göra en intervjustudie bland våra kårmedlemmar och "vanliga" studenter för att utröna det bästa angreppssättet för en ny grafisk identitet. När de hörde vår berättelse utöver vår skriftliga uppdragsbeskrivning ansåg de även att vi behöver hjälp med tilltal och tonalitet i text och i kommunikationen. Exempelvis vilken ton har vi i sociala medier jämfört med i tryckt material och i pressreleaser.

I deras kreativa process nyttjar de hela deras personalgrupp i att de väljer ut en grupp av anställda som har nyckelkompetenser för just vårt uppdrag. Det innebär att de ej behöver sitta på Umeåkontoret utan kan arbeta utlokaliserat på något annat kontor i Sverige. Dock kommer deras projektledare att sitta i Umeå för en nära koppling till oss. Vår budget ansåg de som god för den uppdragsbeskrivning som vi gav. De flaggade även för att om vi vill ha en genomgång av vår tonalitet kommer det att vara utöver den offert de kommer att ge.

Gullers gav generellt ett bra intryck men några i projektgruppen uppgav att det saknades energi och att mötet inte upplevdes så inspirerande.

#### **DEVOCY**

Devocy är lokaliserat i Örnsköldsvik men har även ett satellitkontor i Umeå. Där sitter bland andra Mikke Hedberg som är art director och som projektgruppen träffade. Han hade förberett en presentation med vårt uppdrag som grund. I presentationen lyftes två större projekt Devocy arbetat med tidigare: Umeå 400 år och Jazzfestivalen. I formspråket användes fasta såväl som animerade designelement. Just att kunna lyfta in animerade element tyckte de flesta i projektgruppen var intressant. Något som diskuterades var hur man applicerar en profil som använder sig av tekniker

som kräver större kunskaper på våra kåröreningar och kårsektioner. Ett förslag var att använda sig av genomskinliga bildformat samt anpassade förgjorda animeringar som kan användas genom att man enkelt lägger till en bakgrund med eget material.

De har även film och foto-kompetens "inhouse" där de kan producera material som många andra behöver köpa in externt. Hela gruppen kände stor entusiasm från deras sida samt blev positivt överraskade över att de har gett sig tid att förbereda en grundlig presentation. Det tidigare material de visade upp imponerade dessutom stort.

## **HENSON**

Mikael Pettersson heter vår kontaktperson och är en av tjugotalet anställda på Henson. Henson har kontor i Umeå, Skellefteå och Luleå. Vi hade ett första möte där vi bågge organisationerna fick berätta om sig själv och där vi på studentkåren redogjorde för våra behov och vår vision för en ny visuell identitet. Mötet gav ett gott intryck, särskilt med tanke på den nyfikenhet Henson visade för vår verksamhet och de unika utmaningar som är kopplade till denna.

Positivt var också att Henson var intresserade av ett andra möte i form av ett platsbesök, för att ytterligare få kännedom om Umeå studentkår samt i person se en del av vårt producerade material i form av broschyrer, skyltar, profilmaterial m.m.

Utifrån dessa båda möten ger Henson intrycket av en god samarbetspartner som är genuint intresserade av att ta fram en utmärkande grafisk profil. Till deras nackdel kan dock lyftas att de hade ett något enkelspårigt fokus på tryckt material, vilket vi inte upplever vara studentkårens största behov.

## **ANYDAY**

Anyday kom in sent i processen genom kontaktpersonen Johan Holmlund. Johan gav ett gott och engagerat intryck och verkade vara motiverad att samarbeta med studentkåren när han träffade oss. Han hade förberett lite material av tidigare arbeten från byrån, bland annat för VK Media, som imponerade på projektgruppen. Gruppen fick uppfattningen att byrån har en låg orderingång och därför måna om att få till ett samarbete med oss, vilket inte behöver vara negativt. Mötet gav ett gott helhetsintryck.

### [Offerternas innehåll och kostnader](#)

I det följande presenteras kort offerterna vi fått från de fyra byråerna och de kostnader som är kopplade till dessa. Offerterna i dess helhet återfinns i bilagorna.

## **GULLERS GROUP**

Kostnad: 240 000kr exkl. moms.

Gullers vill göra en grundlig enkätstudie bland våra studenter. För att hålla kostnaden nere för denna del behöver vi göra en del arbete t.ex. att välja ut de respondenter som ska ingå i studien samt att fysiskt göra intervjuerna och dokumentera. Gullers kommer att utarbeta frågor som ska ligga till grund för intervjuerna samt analysera svaren så att resultatet blir applicerbart på den nya visuella identiteten.

Från insiktsarbetet börjar de med den nya grafiska profilen. Vår nuvarande form och logotyp analyseras. De avgör tillsammans med oss om logotypen ska justeras eller om logotypen helt ska förändras. Grafiska element, typografi, färgscheman formges. För att visa hur den grafiska profilen



används i vardagligt arbete kompletteras deras arbete med att de producerar en layout för dokumentmallar, profilmaterial, sociala medier och ett exempel på medlemskampanj.

## **DEVOCY**

Kostnad 240 000 kr exkl. moms.

Devocy startar upp med en workshop, där vår arbetsgrupp fördjupar sig i kravspecifikationen. De ger oss ett frågebatteri som de behöver få svar på innan de sätter i gång. De skapar en välvägd profil som står på våra bägge ben, det studentfackliga och det studiesociala.

De vill även bygga upp en tonalitet i texter och bild som harmoniserar mot dessa. Devocy har valt att avsätta en del av budgeten till att ta fram en rekryteringskampanj för Umeå studentkår. Det är ett steg längre än vad vi hade skrivit i vår uppdragsbeskrivning.

## **HENSON**

Kostnad: 300 000 kr exkl. moms (enbart framtagande av identitet 195 000kr exkl. moms).

Summan är fördelat på det kreativa arbetet samt produktionskostnader för lanseringen. Det sistnämnda är fördelat på estimerade siffror för fotografering och produktion av skyltar och lanseringsmaterial. Den budget som var given från kårfullmäktige är enbart för framtagandet av den visuella identiteten. Om vi frånser produktionskostnaderna så är totalen för denna offert 195 000 kr exkl. moms.

## **ANYDAY**

Kostnad: 200 000kr exkl. moms. för kreativt koncept och grafisk identitet. 40 000kr exkl. moms tillägg för att ta fram en koncept till hemsida.

Anydays offert är tredelad. Ett kreativt koncept tas fram som ska ligga till grund till den visuella identiteten. Det innebär en tagline och ett värdeerbjudande. Arbetsmetoden är intervjuer med kansli och arvoderade samt med målgruppen. Värdeerbjudandet är en säljande text om vad kåren kan erbjuda. Genom detta formges den visuella identitet med logotyp, profilmfärger och typsnitt, bildmanér m.m.

Anyday föreslår även att när bildmaterial och eventuellt filmmaterial ska produceras kan vi titta närmare på fotografierna bakom triggafilm.se.

De ger även ett förslag om att bygga upp en design och layout för en kommande webbplats. De tar fram sidstruktur och skapar ett gäng olika mallar för att passa vår organisation. Den grafiska produktionen skapas i Figma. Figma är ett verktyg för att skapa "icke fungerande" webbplatser. Man ser bara designen och inte det bakomliggande maskineriet. För att implementera designen på webben krävs det att man flyttar över den till något webbpubliceringssystem (CMS). T.ex. Wordpress, Drupal, Episerver eller Umbraco.

## **Val av kommunikationsbyrå**

Alla byråer har tangerat budget eller ligger precis på budget. Två byråer anser projektgruppen utmärkt sig extra, både genom deras offert, material från andra samarbeten och ett förtroendeingivande intryck i person. Dessa är Devocy och Anyday.

**Devocy** har erfarenhet och kunskap när det gäller vår typ av uppdrag. Med lite mer tänk bakom offerten än övriga så känns de som en byrå att räkna med. I och med att de hjälper oss med en medlemskampanj inför hösten 2023 så kan vi direkt se en förändring i beteendet hos gamla som nya

medlemmar. Intressant är det också deras tänk kring animerade designelement samt deras erfarenhet av detta. En farhåga är att de animerade designelementen endast används av kåren centralt och inte ute bland kåröreningar och kårsektioner, då inlärningskurva och programvarukrav kan vara höga.

**Anyday** ger intrycket av en pigg, entusiastisk och framåtsträvande byrå. Upplevelsen är att de nog har möjlighet att kunna skruva upp timmarna som de lägger ned och erbjuda lite fler produkter utöver det offerten säger. Det är kul att de har plockat upp webben på ett tydligare sätt och implementerat detta i offerten.

Utifrån dessa två alternativ är projektgruppen enade om att framhålla **Devocy** som vår förstahandskandidat. Devocy har imponerat stort med materialet från deras tidigare samarbeten, i deras bemötande och entusiasm under mötet, deras omedelbara förståelse för studentkårens behov samt deras kreativa och innehållsrika offert.

## Kontaktpersoner

Henrik Bjelkstål ([henrik.bjelkstal@umeastudentkar.se](mailto:henrik.bjelkstal@umeastudentkar.se)).

Linnéa Forssell ([linnea.forssell@umeastudentkar.se](mailto:linnea.forssell@umeastudentkar.se)) under Henriks föräldraledighet under våren.

## Övergripande tema

Umeå studentkår är en öppen, inkluderande och demokratisk sammanslutning vars verksamhet formas av våra medlemmar. Vi är med andra ord en medlemsorganisation. Vi är vidare en partipolitiskt och religiöst obunden organisation.

Umeå studentkår har som huvudsakligt syfte att bevaka och medverka i utvecklingen av utbildningen och förutsättningarna för studier vid Umeå universitet samt främja sina medlemmars väl.

Värdeord för vår visuella identitet:

- Nyskapande
- Modernt
- Inbjudande
- Inkluderande
- Samhörighet
- Demokrati
- Samhällsengagemang

## Målgrupp

1. Studenter inom humaniora, samhällsvetenskap samt lärarutbildningar (dessa är alla de studenter som Umeå studentkår representerar)
2. Medlemmar i Umeå studentkår
3. Kåraktiva i Umeå studentkår (medlemmar som sitter i våra kårföreningar, kårsektioner, kårfullmäktige m.m.)
4. Umeå universitet och Umeå kommun (som vi bedriver påverkansarbete mot samt emellanåt samarbetar med)

## Insikter och utmaningar

- Vår visuella identitet är föråldrad. Vi använder oss inte heller av den identitet som vi har i något större utsträckning.
- Vi saknar genomgående användning av vår grafiska profil
- Vi upplever att vår kommunikation inte har ett genomgående tema
- Vi skulle vilja ha tydligare riktlinjer för när man ska använda vissa grafiska element, exempelvis bara "symbolen" eller hela logotypen.
- Vi skulle gärna ha en grafisk manual för riktlinjer av användning av grafik

## Trender och målgruppsinsikter

Vår målgrupp är föränderlig, byts ut ständigt och är över lag unga (kan eventuellt vara mer mottagliga för sociala medier etc). En del av vår målgrupp är ej på plats, utan på distans, denna kommunikation är därför enbart digital vilket ibland är en utmaning.

Vår målgrupp lever studentliv och studentikos är starkt närvarande.

## Omvärldsfaktorer

Sverige: Göta studentkår och Karlstad studentkår har en mer modern take på kommunikation är vad vi och många andra studentkårer har. Vi gillar deras kommunikation.

Lokalt: Vi har två andra studentkårer på Umeå universitetet (NTK och UMS). Vi vill båda vara i samklang med dessa samtidigt som vi också vill vara unika från dem och sticka ut.

## Utmaning/uppgift

Utmaning:

Vi upplever att vi har en föråldrad grafisk profil och att den saknar enhetlighet. Vi behöver en ny grafisk profil samt riktlinjer så vi vet hur den ska användas och så att vår kommunikation blir enhetlig. Vi upplever att som studentkår har vi ibland en svår avvägning mellan det studiesociala och det studentfackliga. Eventuellt vore det intressant att kunna ha en distinkt skillnad mellan dessa två teman i kommunikationen, samtidigt som det finns en samhörighet mellan dem.

Uppgift:

Vi vill att vår kommunikation ska ha igenkännbarhet, det ska synas att den kommer från Umeå studentkår där vi även vill att våra värderingar ska genomsyras i kommunikationen.

Grafiska element som vi gärna vill ha ut av denna nya grafiska profil:

- Logotyp (här är vi öppna för att antingen endast uppdatera vår nuvarande logga, ha kvar element från den nuvarande eller ha en helt ny logga)
- Typografi
- Färgscheman
- Grafiska element, illustrationer och ikoner
- Foto och video
- Dokumentmallar
- Tryck- och profilmaterial
- Sociala medier
- Grafisk manual

Det skulle vara intressant att se hur man kan applicera den nya grafiska profilen för exempelvis en medlemskampanj.

Vi har också funderat på en uppdatering av vår hemsida i och med den nya grafiska profilen men här måste föra en dialog.

**Viktiga datum**

Vi hade gärna sett att den grafiska profilen kunde vara färdigställd inför terminsstarten hösten 2023 (i september). Maj 2023 hade varit ännu bättre.

**Budget**

Ett tak på 300 000 inklusive moms.



## Offert: visuell identitet, Umeå studentkår

### BAKGRUND

Umeå studentkår är en öppen, inkluderande medlemsorganisation vars verksamhet formas av sina medlemmar. Umeå studentkår har som huvudsakligt syfte att bevaka och medverka i utvecklingen av utbildningen och förutsättningarna för studier vid Umeå universitet samt främja sina medlemmars väl.

Den nuvarande visuella identiteten är föråldrad och används inte heller i någon större utsträckning. Umeå studentkår behöver därför en ny grafisk profil med tillhörande riktlinjer för hur den ska användas.

Som studentkår kommunicerar man kring både studiesociala och studentfackliga frågor. Därför kan det vara intressant med en distinkt skillnad mellan dessa två teman i kommunikationen, samtidigt som det finns en samhörighet mellan dem.

Målgruppen för Umeå studentkår är föränderlig, byts ut ständigt och består över lag av unga personer. En del av målgruppen studerar på distans, vilket innebär att den digitala kommunikationen får en stor betydelse.

### UPPDRAG

Ta fram en ny visuell identitet för Umeå studentkår, redo att användas från och med maj 2023. Identiteten ska baseras på värdeorden nyskapande, inbjudande, inkluderande, samhörighet, demokrati, samhällsengagemang. Den visuella identiteten ska beskrivas i en grafisk manual med regler och anvisningar för:

- Logotyp
- Typografi
- Färgscheman
- Grafiska element, illustrationer och ikoner
- Riktlinjer för foto och video



För att göra det tydligt hur den visuella identiteten bör användas, ska den kompletteras med några tillämpningar, exempelvis:

- Layout för dokumentmallar
- Profilmaterial
- Inlägg på sociala medier
- Exempel på medlemskampanj

## **GENOMFÖRANDE**

### **INSIKTSARBETE**

För att bredda kunskaperna om målgruppen, som har en snabb omsättning, inleder vi med ett gemensamt insiktsarbete där Gullers Grupp tar fram ett underlag och Umeå studentkår genomför en serie intervjuer. När intervjuerna är genomförda håller vi en workshop där vi tillsammans går igenom materialet och gör en syntes som får ligga till grund för det fortsatta arbetet.

### **VISUELL IDENTITET OCH GRAFISK MANUAL**

I arbetet med den nya visuella identiteten tar vi avstamp i dagens grafiska profil och tar ställning till vad, om något, vi vill ta med oss från det förlutna in i framtiden. En annan viktig grund är det vi lärt oss om målgruppen under insiktsarbetet.

Under arbetets gång håller vi två avstämningsmöten och avslutar med ett leveransmöte där vi går igenom slutprodukten, den grafiska manualen.

### **TILLÄMPNINGSEXEMPEL**

När den nya visuella identiteten börjar ta form smyger vi igång arbetet med den sista fasen – att ta fram utvalda tillämpningsexempel. Här vill vi öppna för att insiktsarbetet kan leda till att de tillämpningar som efterfrågas i offertunderlaget övertrumpas av andra uttryckta behov från målgruppen. Det står Umeå studentkår fritt att byta ut de tillämpningar som listas under avsnittet *Uppdrag* ovan, så länge det görs innan vi startar upp arbetet och båda parter är överens om att omfattningen motsvarar budget.

Som avslut på projektet samlar vi alla de kollegor som är involverade i kommunikationsarbetet och går igenom hur den nya visuella identiteten ska användas och vad som är viktigt att tänka på vid olika typer av produktion.

## **TIDPLAN**

Arbetet påbörjas i januari, slutlig leverans planeras till mars månad.

## **ARBETSGRUPP**

Emma Gulin, insiktsarbete

Maria Koch, grafisk design

Peter Lundström, grafisk design

Olof Malmberg, projektledning

Arbetsgruppen kan justeras vid behov under arbetets gång.



#### ARVODE

Insiktsarbete	45 000 kr
Visuell identitet och grafisk manual	160 000 kr
Tillämpningsexempel	35 000 kr
<b>Summa</b>	<b>240 000 kr</b>

Moms samt eventuella utlägg tillkommer.  
Offerten är giltig till 22 december 2022.

Olof Malmberg  
Gullers Grupp  
Organisationsnummer 556370-4260

#### ÖVRIGA VILLKOR

1. Eventuella kostnader för utlägg tillkommer. För inköpta tjänster görs ett administrativt påslag på 10 %.
2. Restid tillkommer om uppdraget kräver resor till annan ort och sker på kundens uttryckliga önskan.
3. Om uppdraget tidsmässigt eller på annat sätt utökas från det som offererats ovan, genom uppdragsgivarens önskemål eller genom att förutsättningarna för arbetet förändrats så att ett genomförande inom offertens ramar inte längre är möjligt, kommer tilläggskostnader för detta att debiteras. Detta sker dock först efter samråd med kunden.
4. Faktureringsvillkor: Uppdraget faktureras enligt överenskommelse. Samtliga underleverantörskostnader faktureras dock vid beställning.



Umeå studentkår  
Att: Henrik Bjelkstål  
Biblioteksgränd 6  
907 36 Umeå

30 november 2022

## Offert *Grafisk profil*

Tack för er offertförfrågan.

### UPPDRAGET

Umeå studentkår behöver en ny modern grafisk profil för en tydlig och enhetlig kommunikation då den nuvarande profilen upplevs som föråldrad och inte används genomgående. Värdeord för en visuell identitet är *Nyskapande, Modern, Inbjudande, Inkluderande, Samhörighet, Demokrati* och *Samhällsengagemang*. Målgruppen är studenter inom humaniora, samhällsvetenskap samt lärarutbildningar inklusive medlemmar i Umeå studentkår och dess kåraktiva personer. Dessutom ett omvärldsperspektiv med Umeå universitet och Umeå kommun som viktiga målgrupper.

Utifrån den diskussion vi hade vid vårt möte och det underlag vi har fått från er lämnar vi vår rekommendation för framtagandet av en visuell identitet – vilka delar som ingår och vad vi erbjuder för lösningar inom den givna budgeten på 300 000 kr, inklusive moms (240 000 kr + moms).

### DESIGNPROCESS

Vi startar med ett uppstartsmöte där vi på Devocy tillsammans med er arbetsgrupp går igenom era behov, tankar och önskemål. Vi samlar in all nödvändig information vi behöver för vårt designarbete – stort som litet. Efter bearbetning av materialet från detta möte och den omvärldsanalys vi också gör tar en skissprocess vid. Vi presenterar sedan skisser på ett designkoncept som uppfyller de givna förutsättningarna.

Vi skapar en ny grafisk profil samt enkla riktlinjer för en enhetlig kommunikation där vi tänker in sambandet mellan det studiesociala och det studentfackliga arbetet. Digitala medier är huvudkanaler – vi skapar ett koncept som fungerar att animera för att skapa ett rörligt innehåll, som tar plats och väcker nyfikenhet i mediebruset.

Efter att processat designförslaget tillsammans med er så att alla känner sig nöjda med resultatet färdigställer vi sedan en enkel, tydlig och flexibel designmanual med både riktlinjer, exempel på designuttag och grundläggande argument för ett konsekvent användande av den visuella identiteten och hur det stärker ert varumärke.

## Kom!



**Devocy Communication** är en av Norrlands äldsta kommunikationsbyråer. Vi skapar framgång för våra kunder genom marknadsföring, formgivning, strategisk kommunikation och varumärkesprofilering. Devocy är medlemmar i Komm, som är en branschorganisation för Sveriges samlade kommunikationsbyråer. Komm är en garant för att medlemsföretagen har hög kompetens och agerar utvecklande och professionellt inom reklam och kommunikationsfrågor. Devocy är även en ARU-certifierad reklambyrå. ARU - Ansvarig Reklamutgivare, är en symbol för särskild kompetens och kvalitetsssäkring inom marknadsföringsjuridik och etik. Devocy använder sig av säkra serverar och skyddad digital lagring med hög kapacitet och leveranstrygghet. All information behandlas enligt krav om högsta sekretess och säkerhet.

## STRATEGI - EN MEDLEMSKAMPANJ BYGGD PÅ NYA PROFILEN

Istället för att använda hela budgeten till design och produktion av en omfattande profilmanual rekommenderar vi en enklare men innehållsrik Brand Book som ger tydliga riktlinjer för hur man tillämpar den visuella identiteten på ett kreativt och pedagogiskt sätt. Vi kan skapa en bra fungerande identitet för er verksamhet för en mindre del av den budget som nu tilldelats. Vi använder sedan en del av budgeten till att göra en medlemskampanj med den nya profilen. Vi skapar en film för sociala medier och webben där vi på ett lekfullt, kreativt och inspirerande sätt visar upp den nya profilen och samtidigt kan ta tillfället i akt att göra kommunikation kring ett medlemserbjudande och stärka varumärket. Filmen i SoMe kan eventuellt förstärkas med banners och enkla trycksaker – en flyer och posters för affischering på campus.

## FÖRDELNING AV BUDGET

*Visuell identitet inklusive enkel, pedagogisk och flexibel manual i Brand Book-format som är lätt att kreativt tillämpa. Logotyp, typografi, färger, grafiska element (ikoner/illustrations-mått), bildspråk, riktlinjer för rörliga medier. Mallar för visitkort, PPT och Word etc.*

150 000 kr

- Inläsning, omvärldspaning
- Startmöte, workshop med grupp från Umeå studentkår
- Skissprocess
- Originalfiler
- Produktion Brand Book/manual
- Mallar visitkort, PPT, Word etc (utifrån behov)
- Möten

*Tonalitet. Ett konsekvent tilltal för både fackligt som kåraktiviteter.*

20 000 kr

- Analys, inläsning
- Konceptarbete text
- Rubriker och tilltal etc

*Medlemskampanj: animerad och varumärkesbyggande film som presenterar den nya identiteten på ett kreativt sätt och sätter den i sitt sammanhang. Tilltal baserat på den nya tonaliteten. Kan även inrymma enkel flyer och posters för affischering på campus etc.*

70 000 kr

- Kampanjstrategi
- Animationer och stillbilder för inlägg på sociala medier
- Ev produktion av banners, flyer och posters
- Texter för inlägg
- Speaker
- Textning

---

**Total summa: 240 000 kronor + moms**

---

## Kom!



Devocy Communication är en av Norrlands äldsta kommunikationsbyråer. Vi skapar framgång för våra kunder genom marknadsföring, formgivning, strategisk kommunikation och varumärkesprofilering. Devocy är medlemmar i Komm, som är en branschorganisation för Sveriges samlade kommunikationsbyråer. Komm är en garant för att medlemsföretagen har hög kompetens och agerar utvecklande och professionellt inom reklam och kommunikationsfrågor. Devocy är även en ARU-certifierad reklambyrå. ARU - Ansvarig Reklamutgivare, är en symbol för särskild kompetens och kvalitetsssäkring inom marknadsföringsjuridik och etik. Devocy använder sig av säkra serverar och skyddad digital lagring med hög kapacitet och leveransstrygghet. All information behandlas enligt krav om högsta sekretess och säkerhet.

## TILLKOMMER

Inköp, frakt, resor och moms tillkommer, liksom eventuell tryckning och projektledning kring detta.

I kostnaden ingår tre korrektur och för ändringar efter godkänt manus och original debiteras löpande timpris.

Med vänlig hälsning



## PROJEKTLEDARE

Mikke Hedberg  
mikke.hedberg@devocy.com  
070-345 32 37

## Kom!



**Devocy Communication** är en av Norrlands äldsta kommunikationsbyråer. Vi skapar framgång för våra kunder genom marknadsföring, formgivning, strategisk kommunikation och varumärkesprofilering. Devocy är medlemmar i Komm, som är en branschorganisation för Sveriges samlade kommunikationsbyråer. Komm är en garant för att medlemsföretagen har hög kompetens och agerar utvecklande och professionellt inom reklam och kommunikationsfrågor. Devocy är även en ARU-certifierad reklambyrå. ARU - Ansvarig Reklamutgivare, är en symbol för särskild kompetens och kvalitetsssäkring inom marknadsföringsjuridik och etik. Devocy använder sig av säkra serverar och skyddad digital lagring med hög kapacitet och leveranstrygghet. All information behandlas enligt krav om högsta sekretess och säkerhet.

## Umeå studentkår. Ny visuell identitet.

Tack för er förfrågan om samarbete för ny uppdaterad visuell identitet.

### Bakgrund

Umeå studentkår har en gedigen historia och logotyp som hängt med länge. Dagens profil och färger har börjat spreta mer och mer, och delar av profilen upplevs inte som aktuell längre. Det finns ett behov av att samla ihop bilden av varumärket med en sammanhållen visuell identitet och kommunikation, som följer de värdeord som tagits fram. Umeå studentkår behöver nå ut med både den viktiga studentfackliga verksamheten och det studiesociala engagemanget.

Målgrupperna är studenter inom humaniora, samhällsvetenskap samt lärarutbildningar, befintliga medlemmar, kåraktiva inom Umeå studentkår, samarbetspartners som Umeå universitet och Umeå kommun.

### Idé

Henson tar fram en grafisk manual som täcker in ett brett kommunikationsbehov och hjälper till att hålla ihop upplevelsen Umeå studentkår. Manualen ska innehålla riktlinjer och inspirerande exempel på vanliga tillämpningar. Utöver detta kan Henson vara strategiskt stöd i hanteringen av identitet/kommunikation inom de två olika benen i erbjudandet och hur det kan hanteras. Förslag på upplägg i grafisk manual följer här, men Henson är öppna för att justera efter behov eller budget i denna.

## Verktyslåda:

- Logotyp. Alla versioner inkl. eventuell användning av tagline.
- Typsnitt. Även alternativtypsnitt och tillämpning.
- Färger. Färgkoder som PMS, CMYK, HEX (RGB).
- Grafisk dekor (om behov finns).
- Ikoner (om behov finns).
- Bildmanér
- Tonalitet i budskap, exempel och riktlinjer.

## Exempel på tillämpningar:

- Trycksaker såsom A3-affisch, folder och broschyr.
- Skyltning. Lokaler, digitala skärmar och toalettskyltar.
- Sociala medier. Ikoner, inlägg och sponsrat inlägg.
- Profilmaterial såsom tygmärke, anteckningsblock och tygkasse.
- Eventmaterial såsom rollup eller liknade.

Utöver detta en enkel webbskiss på hur identiteten kan tas ut på en startsida. Den rekommenderar vi att den ligger utanför manualen då sådant har kort livslängd och revideras i kommande webbprojekt, där även struktur och innehåll ses över.

Syftet med projektet är att skapa kännedom om bredden i kårens arbete (den studentfackliga verksamheten och det studiesociala) men också öka engagemanget med det nya uttrycket som i sin tur kan locka till fler medlemmar.

## Kärnvärdena ska vara riktningen för den nya identiteten:

- Nyskapande
- Modernt
- Inbjudande
- Inkluderande
- Samhörighet
- Demokrati
- Samhällsengagemang

Henson har valt att lyfta ut delar av budgeten till efterföljande produktion av material i den nya identiteten, för att det nya också ska synas utåt redan hösten 2023.

## **Mallproduktion av fem mallar** (kan ändras eller kompletteras efter vägen):

- Powerpoint-mall
- A3-affisch Indesign-mall
- Sociala medier vanliga format, Indesignmall
- Brevmall Word
- Toalettskylt A4 Indesignmall

## **Fotografering** (personalbilder och studentbilder för löpande kommunikation)

En dags fototillfälle med fotograf, regi för foto från Henson och fulla rättigheter till köpta bilderna. Umeå studentkår är behjälpliga med att få fram modeller och personal.

## **Upplägg**

Henson förslår ett agilt arbetssätt med avstämningar efter vägen för att skapa något bra tillsammans med Henson. Henson hjälper gärna till med utveckling/uppdatering av webb parallellt med detta arbete för att en färdig webb ska kunna lanseras inför höstterminen.

## **Tidplan**

Arbetet inleds så snart Umeå studentkår godkänner offerten.  
2-3 st löpande avstämningar planeras in efter vägen och leverans av färdig manual planeras till 15 april 2023, för att material och webb ska kunna vara på plats till lansering i augusti 2023.

## **Kostnads kalkyl**

Grafisk manual enligt ovan. Idéarbete, möten och leverans samt enkel webbskiss	165 000
Mallproduktion av 5 st mallar motsvarande lista ovan	30 000
<b>Totalt</b>	<b>195 000 kr</b>
<b>Estimerade inköp:</b>	
Fotografering och regi	30 000
Produktion av skyltar och lanseringsmaterial	75 000
<b>Totalt</b>	<b>105 000 kr</b>

Leverans av logotypbibliotek för olika användningsområden ingår. Leverans av grafisk manual som PDF.

## **Ingår ej i budget**

Eventuella översättningar

Alla kostnader är exkl. moms. Fakturering löpande månadsvis. Inköp av eventuella bilder och illustrationer tillkommer, liksom grafisk produktion/original av tillämpningar. Kostnadsuppskattningen kan löpande uppdateras och förankras av kund och Henson om det under projektets gång sker förändringar som påverkar omfattning, förutsättningar och kostnader.

## **Kontaktperson**

Mikael Pettersson, projektledare/kundansvarig

[mikael.pettersson@henson.nu](mailto:mikael.pettersson@henson.nu)

070-569 27 02

## **Det här är Henson**

Vi är konsulter inom marknads- och samhällskommunikation. Vårt erbjudande omfattar alla kanaler. Från webb och sociala medier till annonser, debattsidor, kundtidningar och intranät. Hos oss arbetar specialister inom varumärke, strategi, design, opinion samt kreativa kampanjer och redaktionell kommunikation. Vi tror på nära samarbeten och har ett starkt specialistnätverk. Våra kontor finns i Skellefteå och Umeå. Kunderna finns överallt.

# Inspiration för identitet



1/7


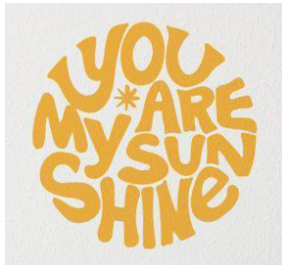
Gojek

**NEW WORK**

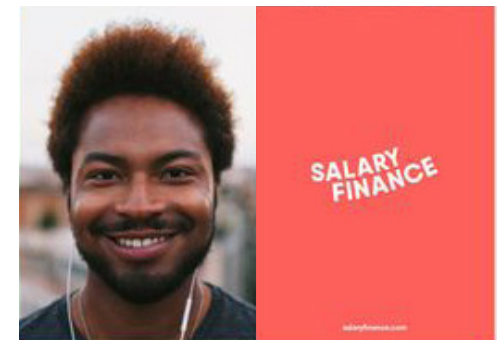
# We got you

Swipe to learn more →

# Olá, esta é Cádiz!



# I Was born to be bold



# Henson



## Idé för tonalitet (utan form)



Affisch för att locka fler medlemmar och förlänga medlemsskap. Visa på helheten med lättsamma budskap peppigt uttryck som anspelar på festivalmanér.



Affisch med informativt innehåll som använder lättsam tonalitet för att väcka intresse för studentfackliga frågor.

## Idé för tonalitet (utan form)



**SNACKA  
MED  
ARVID**

# VI BACKAR DIG.

Som student vid Umeå universitet ska du aldrig behöva oroa dig för att bli felaktigt behandlad. Umeå studentkår är din fackliga representant och skyddar dina rättigheter. Som kårmedlem får du dessutom tillgång till en massa rabatter och inträde till studentpubarna. Vilken win-win!

**QR  
KOD**

**BLI MEDLEM  
DIREKT!**



**US**  
WORKING FOR STUDENTS



**BÄTTRE  
STUDENTLIV**

# FÅTT SLADD I EN SKARP INLÄRNINGSKURVA?


Visst vet du att som student är du försäkrad för personskador – under skoltid i universitetets lokaler och områden. Dessutom när du reser till och från campus.

Läs mer om dina rättigheter på [umeastudentkår.se/faq](http://umeastudentkår.se/faq)



**US**  
WORKING FOR STUDENTS

# Anyday



Offert

## Umeå Studentkår

Kreativt koncept, Visuellt identitet  
& Design av web

Uppdraget går ut på att skapa en modern & hållbar paketering av Umeå Studentkår. I koncept (med tagline och värdeerbjudande), visuell identitet samt som möjligt tillval med design av ny web som linjerar med framtaget koncept och indentitet.

Offerten innefattar följande 3 delar:

## **1. Kreativt koncept med tagline och värdeerbjudande**

Vi tar fram ett kreativt koncept som speglar Umeå Studentkår's hjärta och erbjudande. Konceptet skall väcka intresse genom ett starkt budskap (tagline) och ett värdeerbjudande – en kort text som förklarar vad ni gör på ett säljande sätt.

Det kreativa konceptet tar sin utgångspunkt i information som kommer från er i form samtal / möten, textdokument och om möjligt intervjuer med målgruppen.

Konceptet ligger till grund för framtagandet av den visuella identiteten. En stark konceptuell grund gör den samlade identiteten stabil, spetsig och hållbar över tid.

Det kreativa konceptet presenteras i form av samlat dokument med tex moodboard där visuella skisser i olika former blandas med tagline och värdeerbjudande.

### **Leverans:**

- Ett samlat dokument (pdf) med visuella exempel på hur konceptet tas ut visuellt och i kombination med tagline och värdeerbjudande.
- Förslag på Tagline
- Förslag på text för Värdeerbjudande

## 2. Visuell identitet

I enlighet med det valda konceptet tar vi fram visuell identitet.

### Identiteten innefattar:

- Uppdatering/förädling alt. framtagning av ny logotyp.
- Profiltypsnitt
- Profilfärger
- Ev grafiska dekorelement i form av illustrationer eller dylikt.
- Bildmanér
- Exempel på användning/uttag av grafiskt manér (3–5 exempel)  
Tex Profilmaterial, Tryckmaterial, Sociala medier, mässmaterial etc.
- Exempel på applicering i medlemskampanj.

### Leverans:

- Filer för logotyp i web- och tryckformat.
- Den visuella identiteten sammanfattad i pdf-format.

### Ingår ej

- Inköp av typsnitt, illustrationer eller foton.

*Vi ser gärna att bildmanéret tas fram i samarbete med Trigga i någon form.*

### 3. Sidstruktur & webdesign (tillval)

Vi startar webarbetet med ett arbetsmöte där vi tillsammans går igenom struktur, krav och tänkt innehåll med affären/tjänsten i fokus. Vi sätter tillsammans en sidstruktur / sitemap. Därefter tar vi fram en mer detaljerad prototyp med tänkta block (se förklaring av block på nästa sida) på respektive sida.

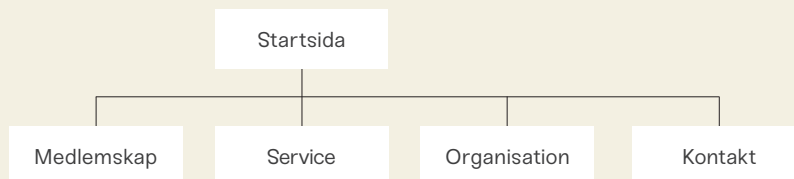
Vi går sedan tillsammans igenom detta, gör ev justeringar och spikar upplägget för att ta ut en skarp design i figma.

I denna offert ingår ej produktion av texter (se tillägg längre fram i offerten). I framtagandet av webdesignen används exempelbilder och exempeltexter.

#### Designdelen innefattar:

- Design av meny, header och footer
- Design av startsida
- Design av 8 st block
- Design av 5 st sidlayouter (Se nedan sidstruktur)
- Design i 2 responsiva lägen – mobil, surfplatta & desktop
- Två korrekturrundor ingår.

Exempel sidstruktur:



#### Leverans:

- Skarp webdesign (med specifikationer av färger, storlekar & marginaler via figma) klar för vidare utveckling.

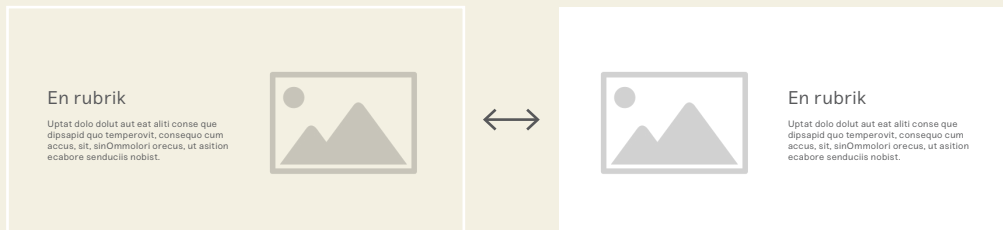
#### Ingår ej

- Skarpa texter och bilder.

### Beskrivning block:

*Ett block är en sektion med innehåll på en websida. Det kan vara med text och bild.  
Ett block kan ha inställningsmöjligheter som att lägga bilden till höger eller vänster.  
En web byggd med ett "blocktänk" blir väldigt lättarbetad och flexibel för uppdatering av innehåll för er som kund. Det gör att ni kan lägga till block eller bygga ut sidor vid behov.*

*Se exempel på ett block nedan:*



## Möjliga tillägg

### Texter web

Vi jobbar med erfarna copywriters och kan erbjuda professionella texter enligt följande:

Rewrite: Vi skriver om befintlig text där ingen ytterligare information behövs (exempelvis text på befintlig startsida). Texterna kommer att ha samma sakinhåll, men vara vassare och mer SEO-anpassade. – 1 h

Helt ny text: Något längre än befintlig, inklusive kundmöte per video/telefon om innehåll (exempelvis startsida). – 3 h

**Timpris:** 950kr/h

Priserna är ungefärliga. Ni betalar aldrig för mer tid än det faktiskt tar att göra jobbet, men om något utöver det förväntade inträffar – t.ex. flera korrekturvändor på grund av en ändrad beställning (dvs. att ni inser att det ni först beställde inte är vad ni behöver), eller i de fall en ny text kräver research eller intervju/intervjuer – kan det ta längre tid än beräknat ovan, varpå längre tid debiteras. Vi gör upp om priset på förhand = inga oväntade kostnader.

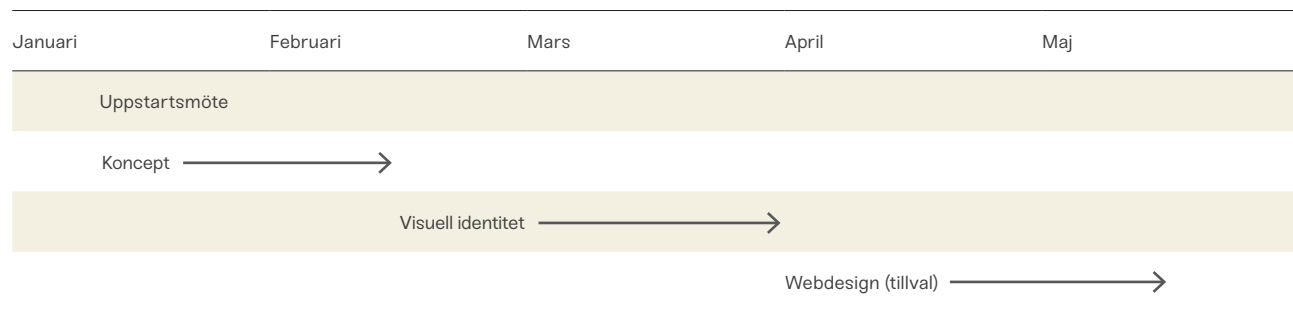
### Drift & underhåll

Vi ansvarar för att hålla websidan fungerande & uppdaterad till senaste version. 2 timmar ingår (vid avrop) för support och hjälp med uppdatering av innehåll.

**Pris:** Offereras separat.



## Förslag på grov tidplan med uppstart i början av Januari.



Vid uppstartsmöte går vi tillsammans igenom arbetsprocess mer i detalj och sätter planen för projektet framåt. Vi sätter upp en mer detaljerad tidplan för kommande avstämningar.

### Vänligen notera följande

- Offerten är giltig i en månad från offertdatum.
- Vidareutveckling erbjuds till ett timpris om 950 kr exkl moms.
- Betalningsvillkor: Faktura 15 dagar. 50% av projektet faktureras vid uppstart och resterande del efter leverans. Om beställaren dröjer väsentligt med material eller återkoppling förbehåller sig Anyday rätten att slutfakturera före lansering. Moms tillkommer.
- Priset kan justeras beroende på hur beställaren i detalj vill att webbsidan ska utformas. En sådan justering baseras på förändrade kundönskemål och aviseras i förväg.
- Preliminär tidplan är baserad på produktionskapacitet vid offertdatum och kan ändras beroende på tiden för orderaccept. Projekt som löper över semestermånader kan påverkas av ledighet. Tidplanen förutsätter att beställaren håller sina tider för materialleverans och återkoppling.

Umeå Studentkår  
Kreativt koncept, Visuell identitet  
& Design av web

Henrik Bjelkstål  
Umeå Studentkår  
Org. nr: 894000-4305

Johan Holmlund  
Any Digital Day AB  
Org. nr: 559260-8078

Omfattning	Pris
· Kreativt koncept, Visuell identitet	200 000 kr
· Design av web (tillval)	40 000 kr
<b>Totalt exkl moms</b>	<b>240 000 kr</b>
Moms 25%	60 000 kr
<b>Summa totalt inkl moms</b>	<b>300 000 kr</b>

Kund ref

Johan Holmlund

Datum

Datum

Adress  
Södra majorsgatan 9  
903 36 Umeå

Telefon  
070-285 48 30

Organisationsnummer  
559260-8078  
Any Digital Day AB