



SVENSKKOLLEKTIVTRAFIK

Pressinformation 20160503:

Alexander vann designtävlingen

Här är kollektivtrafikens nya symbol för studentrabatt
Svensk Kollektivtrafiks formgivningstävling är nu avgjord. Alexander Örn från Malmö heter vinnaren som designat kollektivtrafikens nya symbol för studentrabatt. Symbolen kommer att placeras på Mecenats och Studentkortets kort och appar, vilket innebär att den årligen kommer att visas för över 300 000 personer.



Svensk Kollektivtrafiks tävling vände sig till alla studenter men med fokus på de som har kunskaper i grafisk formgivning. Juryn består av marknadsrepresentanter från Mecenat, Studentkortet, Skånetrafiken, SL, UL, Kronobergs länstrafik och Svensk Kollektivtrafik samt Anton Gårdsäter, Creative Director på EssenInternational.

– Sveriges studenter engagerade sig i tävlingen och vi fick in många intressanta bidrag. Det var svårt att välja, men vi är mycket nöjda med resultatet, säger Anita Stenhardt, kommunikationschef på Svensk Kollektivtrafik.

Vinnaren är Alexander Örn som läser grafisk design på Malmö Högskola. Han vinner första pris, som består av ett års gratis resande i kollektivtrafiken i valfri region. Han får också närvara vid mässan Persontrafik i Göteborg 18-20 oktober, för prisutdelning. Juryns motivering lyder:

”Med kreativ höjd och lekfullhet har vinnaren skapat en enkel och tydlig symbol för studentrabatter inom kollektivtrafiken. Symbolen är särskiljande i sin karaktär och lätt att arbeta in hos målgrupperna. Juryn ser en symbol som kan användas till många olika plattformar och kanaler och kan leva i branschen en lång tid framöver.”

Dessutom delade juryn ut hedersomnämning till Emma Brink, Grafisk Design och webbutveckling, Jönköping University, Arden Haldorson, Grafisk Design, Malmö Högskola samt Mimmi Hålldén och Per Åleby, Hellidens folkhögskola, Tidaholm.

Tävlingen är en del av Svensk Kollektivtrafiks samarbete med kortutgivarna och branschen kring att ta fram ett nytt koncept för regler kring studentrabatter, utifrån ett initiativ från medlemmarna. Idag finns en djungel av regler och tillämpningar vilket skapar tolkningssvårigheter och missförstånd både hos resenärer och trafikföretag. Konceptet handlar om att skapa gemensamma grundregler kring vem som ska betraktas som en student, inte nivån för rabatter, biljettyper eller vilka regioner som har studentrabatt. Läs om tävlingen och se de vinnande bidragen på www.studentresesymbolen.se

För mer information, Anita Stenhardt, kommunikationschef, Svensk Kollektivtrafik
Tel 070-588 08 69, anita.stenhardt@svenskkollektivtrafik.se

Svensk Kollektivtrafiks medlemmar, regionala kollektivtrafikmyndigheter och länstrafikbolag, erbjuder lokal och regional kollektivtrafik med buss, tåg, spårvagn, tunnelbana och båt i Sverige. Svenska folket gör årligen 1,4 miljarder resor med våra medlemmars trafik. Det motsvarar 96 procent av landets busstrafik och 62 procent av landets tågtrafik.

Vinnare av tävlingen Studentresesymbolen 2016



Alexander Örn, Grafisk Design, Malmö Högskola

Med kreativ höjd och lekfullhet har vinnaren skapat en enkel och tydlig symbol för studentrabatter inom kollektivtrafiken. Symbolen är särskiljande i sin karaktär och lätt att arbeta in hos målgrupperna. Juryn ser en symbol som kan användas till många olika plattformar och kanaler och kan leva i branschen en lång tid framöver.

Hedersomnämningen (utan inbördes ordning)



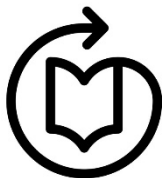
Emma Brink, Grafisk Design och webbutveckling, Jönköping University

Bidraget har hög förståelse för målgruppen, tar fasta på igenkänningsbara ikoner och skapar en ny symbol som känns modern, digital och användbar.



Arden Haldorson, Grafisk Design, Malmö Högskola

En klassisk symbol med fartkänsla. Bidraget har en väl genomtänkt idé och hög hantverksnivå på genomförandet. Symbolen fungerar bra även i detta lilla formatet och är en kreativ tolkning av uppdraget.



Mimmi Hålldén och Per Åleby, Hellidens folkhögskola, Tidaholm

En kreativ idé med en genomtänkt och välgjord grafisk form som fungerar bra som symbol i både större och mindre format. Symbolen har relevans för målgruppen och god koppling till uppdraget.