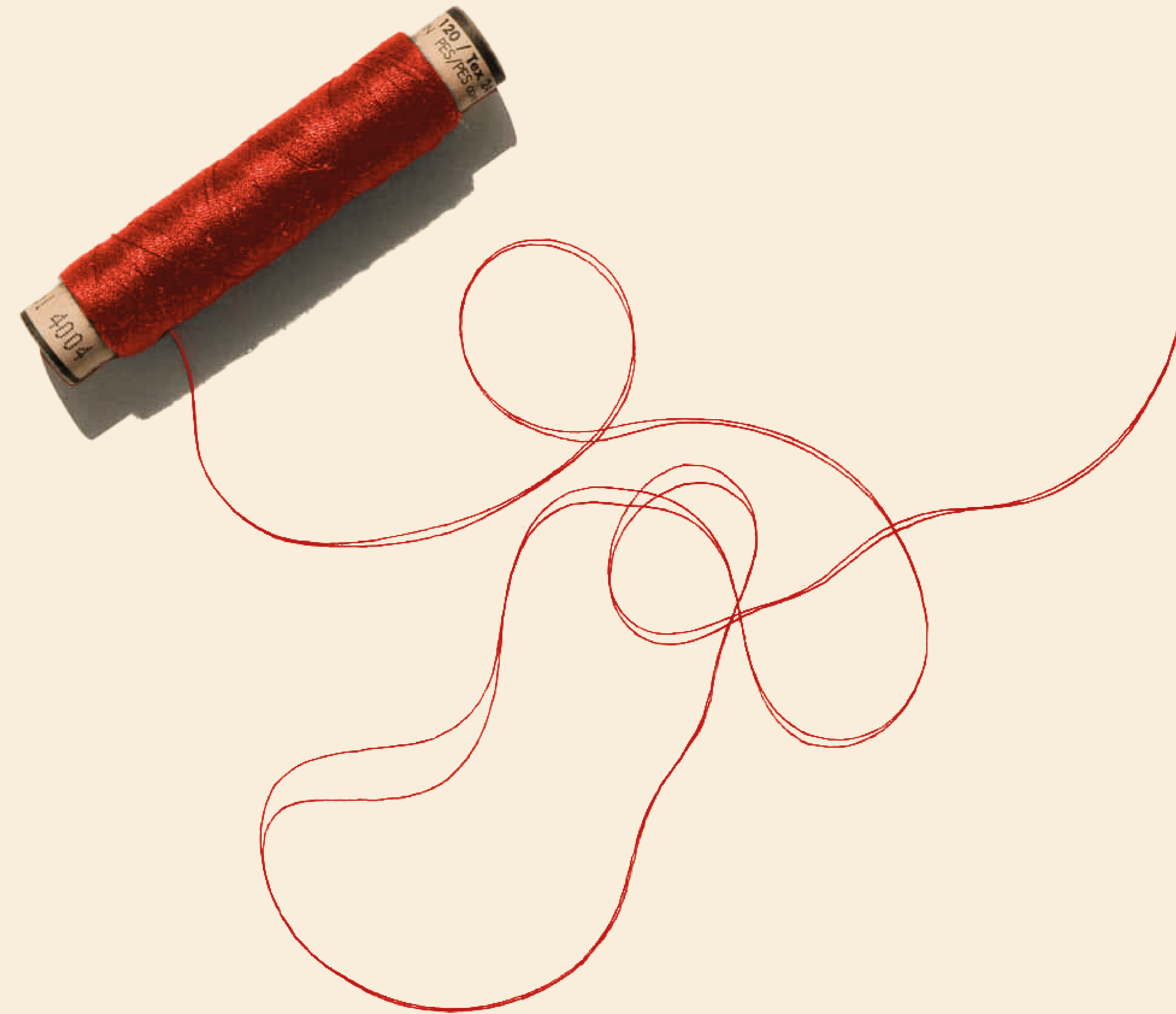


DESIGN PORTFOLIO

MAJA LYNGSØE

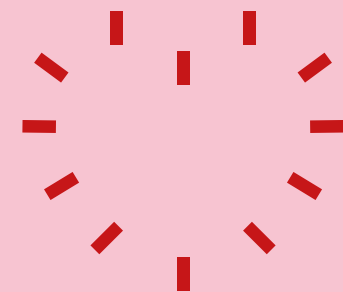
3. HOVEDFORLØB

MEDIEGRAFIKER – 2025



Indhold

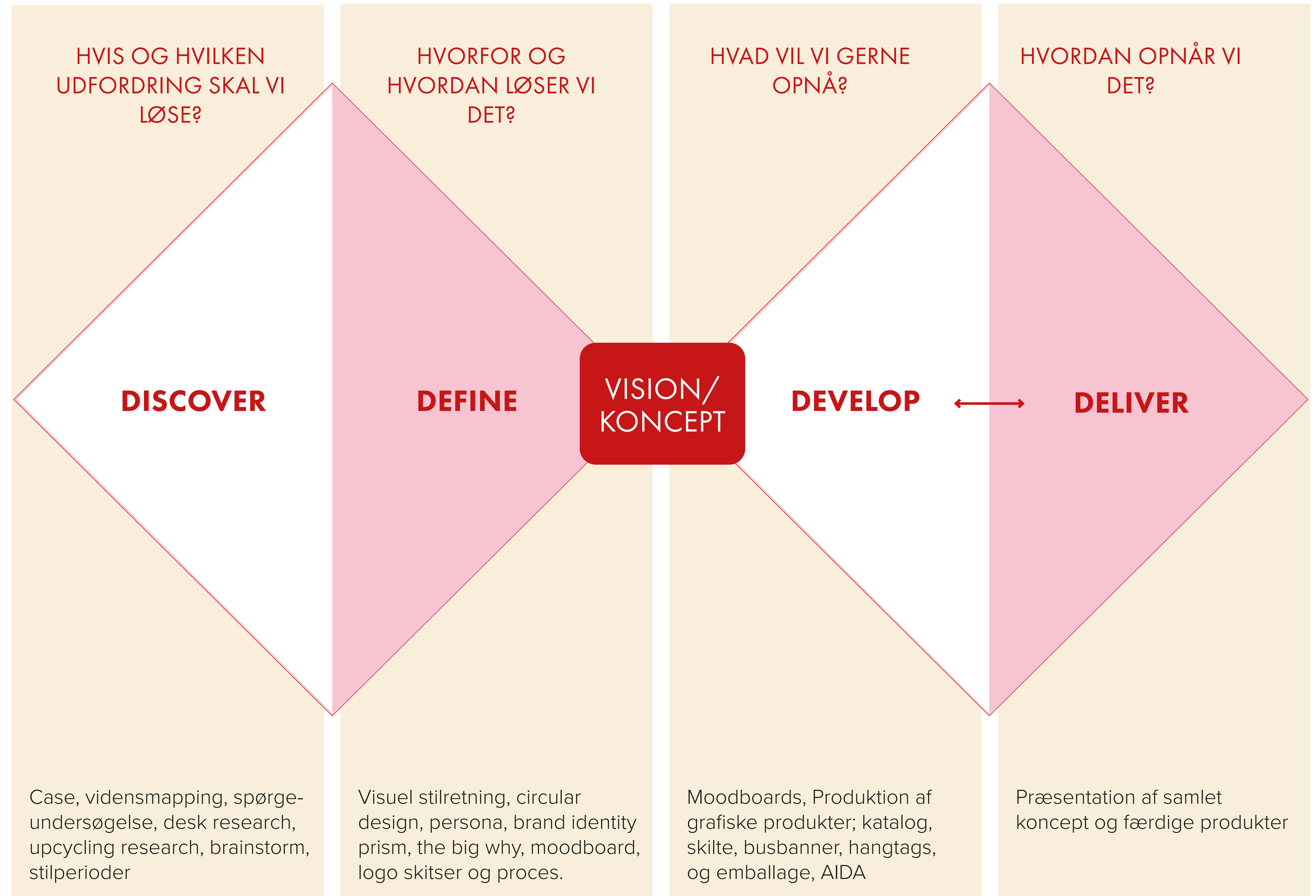
DOUBLE DIAMOND	01	FARVEPALETTE	27
DISCOVER.....	02	TYPOGRAFI	28
CASE	03	BILLEDSTIL.....	29
VIDENSMAPPING.....	04	tone of voice.....	30
SPØRGEUNDERSØGELSE.....	05	DEVELOP	31
DESK RESEARCH.....	06	MOODBOARD UPCYCLED COLLECTION	32
DESK RESEARCH.....	07	MOODBOARD BASICS COLLECTION	33
RESEARCH UPCYLING.....	08	MOODBOARD WORKSHOP	34
BRAINSTORM.....	09	MOODBOARD SOCIALE MEDIER.....	35
STILPERIODER	10	MOODBOARD KATALOG	36
DEFINE	11	DELIVER.....	37
VISUEL STILRETNING.....	12	KATALOG.....	38
CIRCULAR DESIGN.....	13	DEVELOP SKILTEFIELD RESEARCH	39
PERSONA	14	DEVELOP SKILTE DE 7 TRIN	40
BRAND IDENTITY PRISM.....	15	SKILTE	41
THE BIG WHY	16	DEVELOP AIDA BUSBANNER	42
MOODBOARD VISUEL IDENTITET	19	BUSBANNER	43
LOGO SKITSER	20	DEVELOP HANGTAGS MOODBOARD	44
LOGO PROCES.....	21	HANGTAGS.....	45
VISION/KONCEPT.....	22	DEVELOP EMBALLAGE MOODBOARD.....	46
NO LABEL DESIGNMANUAL.....	22	DEVELOP EMBALLAGE PROCES	47
LOGO	23	DEVELOP EMBALLAGE FORM OG FUNKTION	48
LOGO REGLER.....	24	EMBALLAGE	49
3. ELEMENT	25	MARKEDSFØRINGSPLAN	50
GRAFISKE ELEMENTER	26	SAMLEDE PRODUKTER	51



No Label

Double diamond

Hele branding-processen er opbygget på double-diamond modellen.

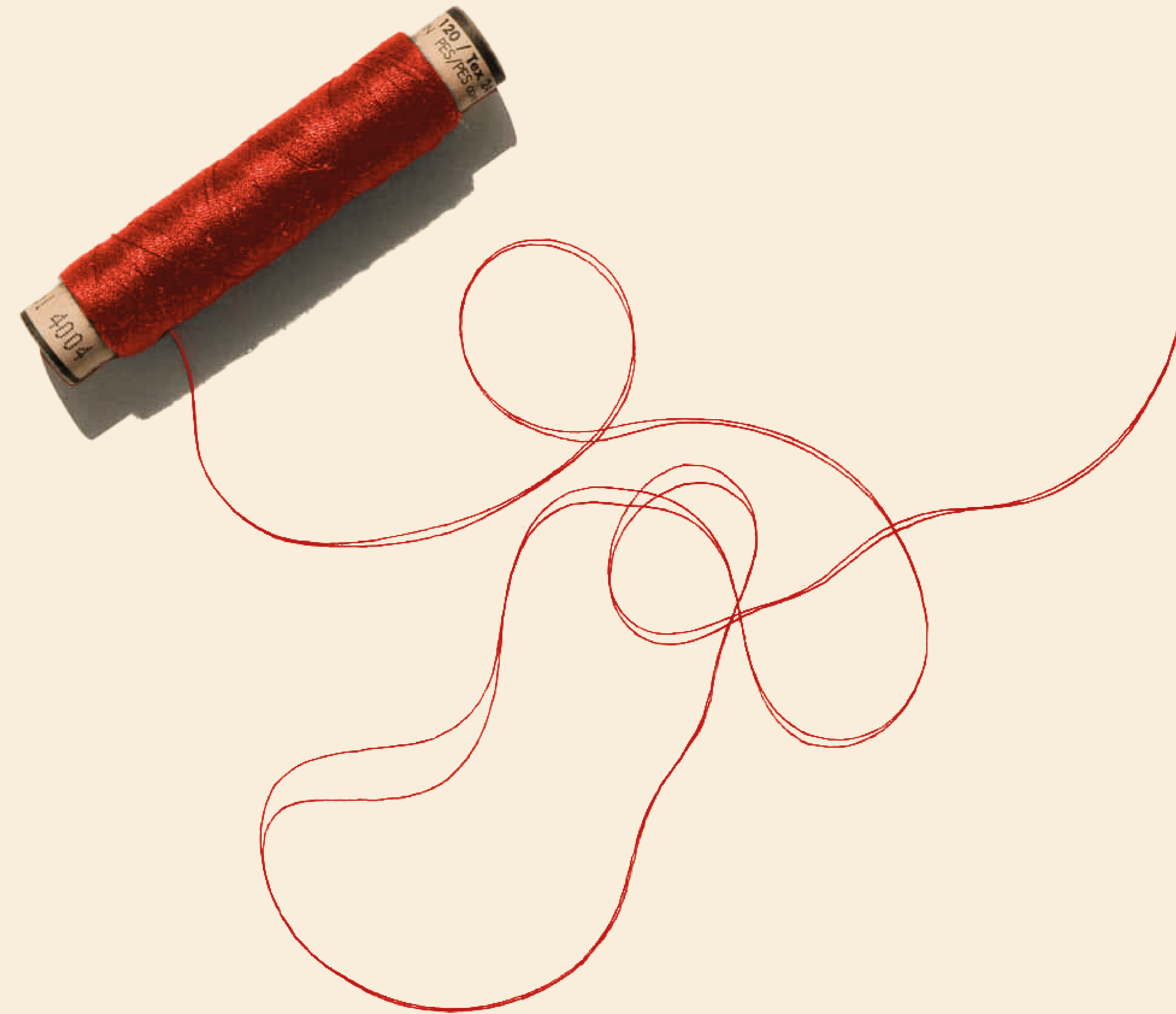


Discover

OPDAGE/INDSAMLE

ÅBEN FASE

Case, vidensmapping, spørgeundersøgelse, desk research, upcycling research, brainstorm og stilperioder.

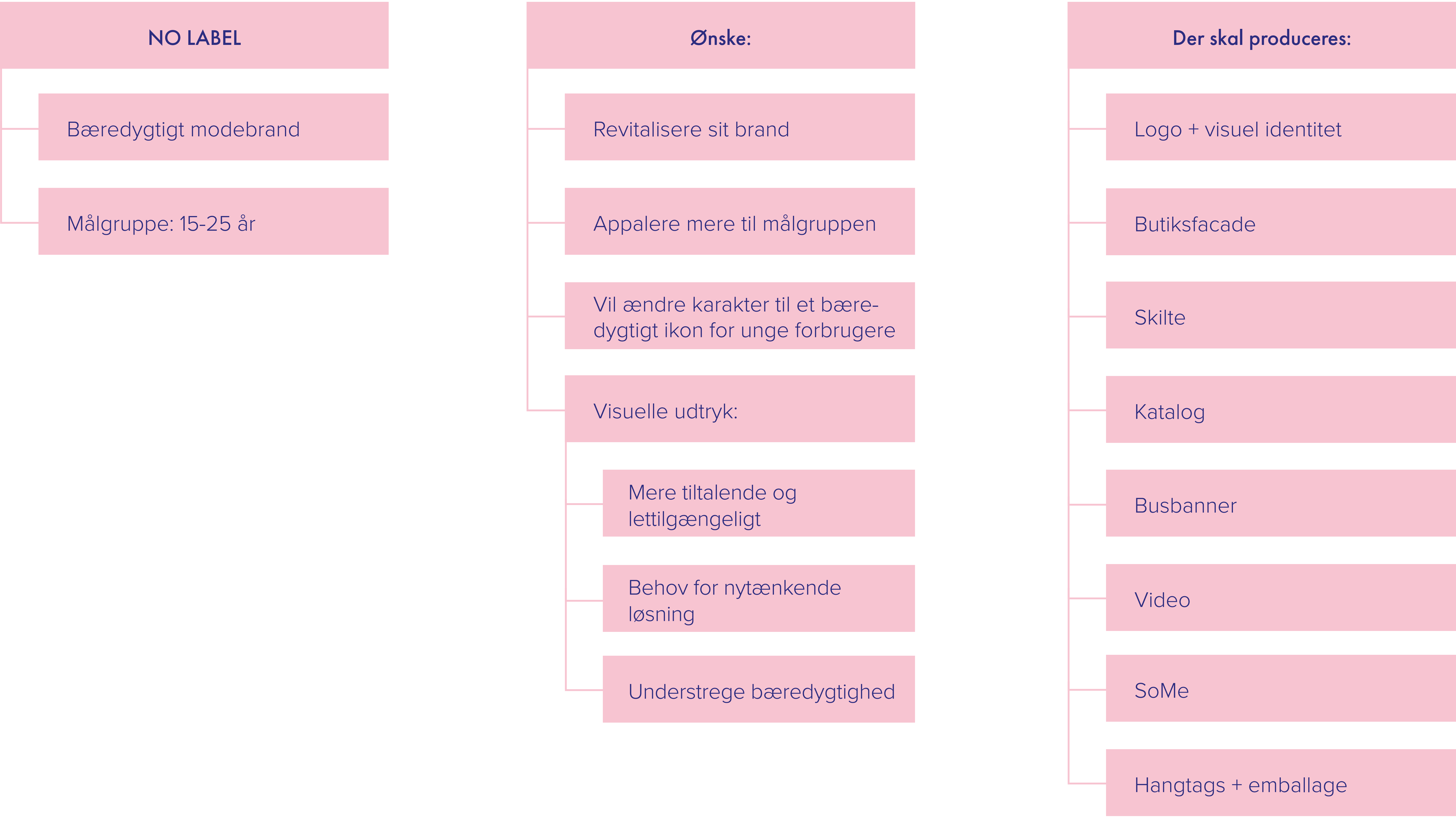


Case

NO LABEL brand, et bæredygtigt modebrand, rettet mod unge i alderen 15- 25 år, ønsker at revitalisere sit brand for at appellere mere til målgruppen og ændre sin karakter fra et almindeligt tøjmærke til et bæredygtigt ikon for unge forbrugere.

NO LABEL brand ønsker at gøre sit visuelle udtryk mere tiltalende og lettilgængeligt for kunderne. Der er et behov for en nytænkende designløsning, der kan understrege brandets bæredygtige profil og opgradering af den visuelle identitet gennem et logo, en butiksfacade, skilte, katalog, busbanner, video, SoMe, hangtags og andre støtteprodukter.

Der er også behov for en kreativ kampagne for at markedsføre det bæredygtige modebrand.



Vidensmapping

Vi laver vidensmapping for at få oversigt over hvad vi ved samt hvad vi skal undersøge mere om. Det gør det lettere at researche effektivt og lave spørgeundersøgelser.

Målgruppen



Udfordringen



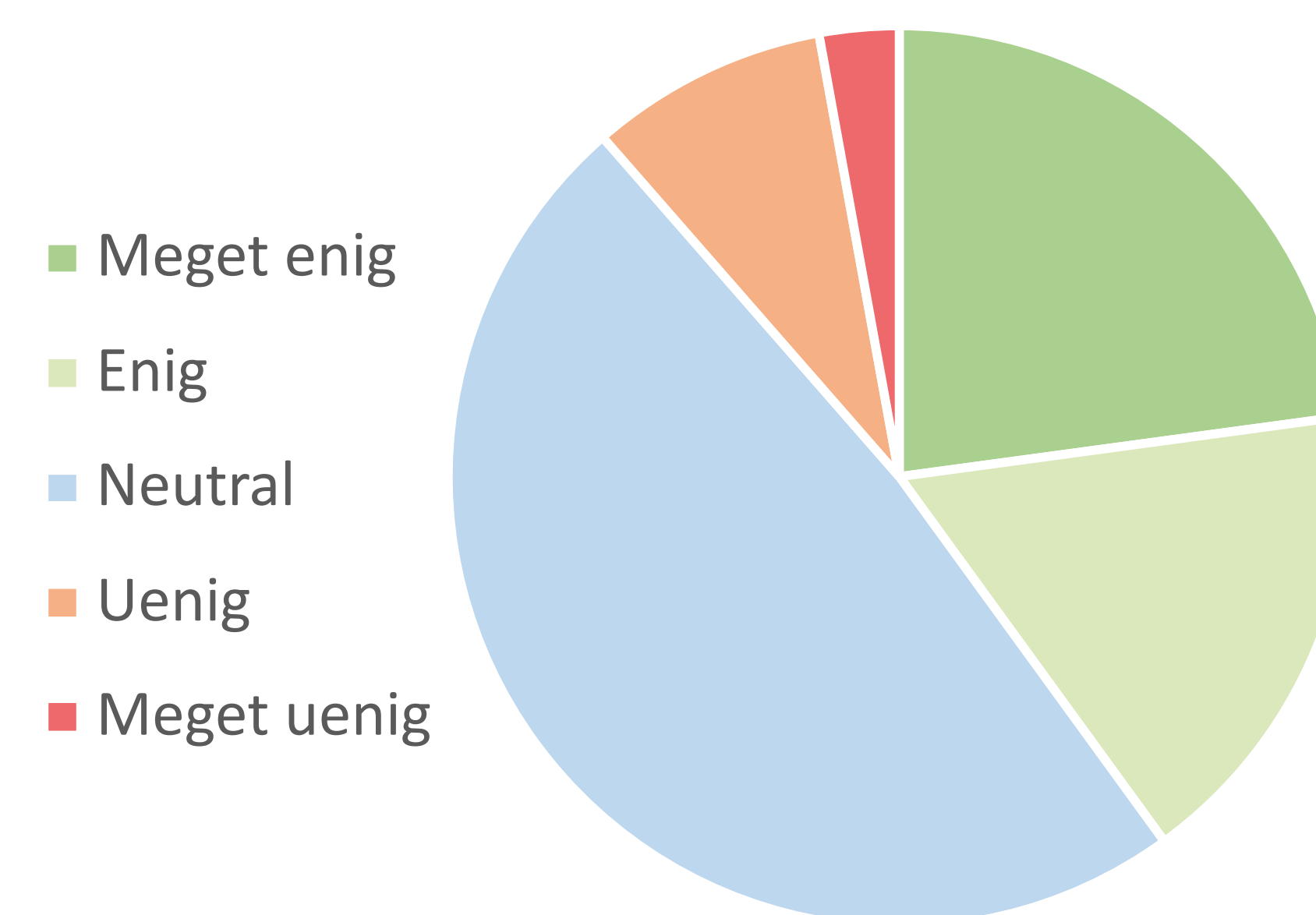
Spørgeundersøgelse

Vi har lavet en kort spørgeundersøgelse for 15–25-årige, som er blevet delt på sociale medier for at høre direkte fra vores målgruppe, hvad de personligt tænker.

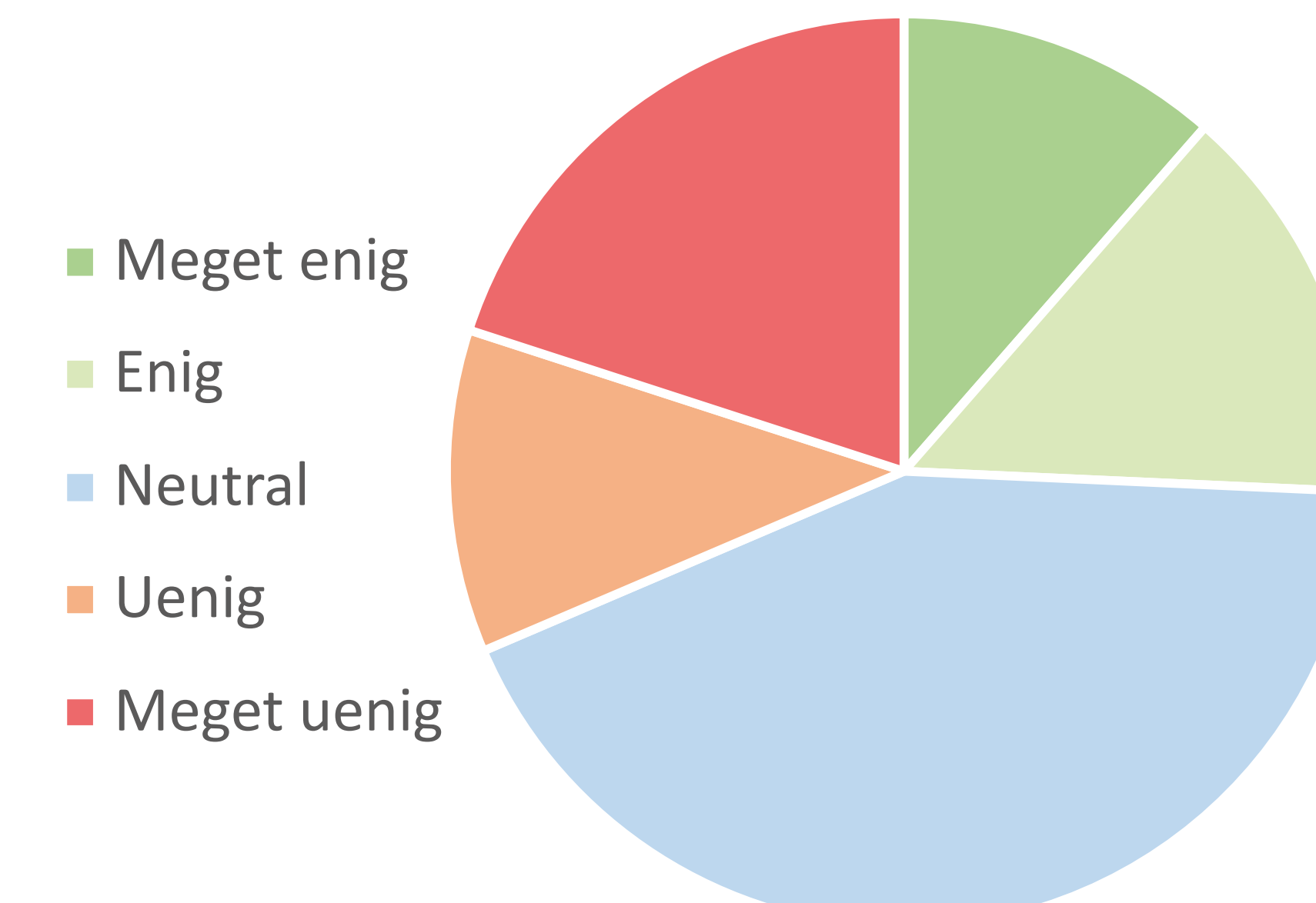
Målgruppen kan mangle noget selvindsigt, og siger sig selv imod ved ”Mit tøj skal skille sig ud” og ”mit tøj skal være som alle andres”.

De mest relevante resultater er plukket ud og opsat i diagrammer. Grundet tidsbegrænsning som giver og et mindre antal svar, er det svært at finde et pålideligt resultat, så dette skal selvfølgelig gøres på en større skala over lang tid.

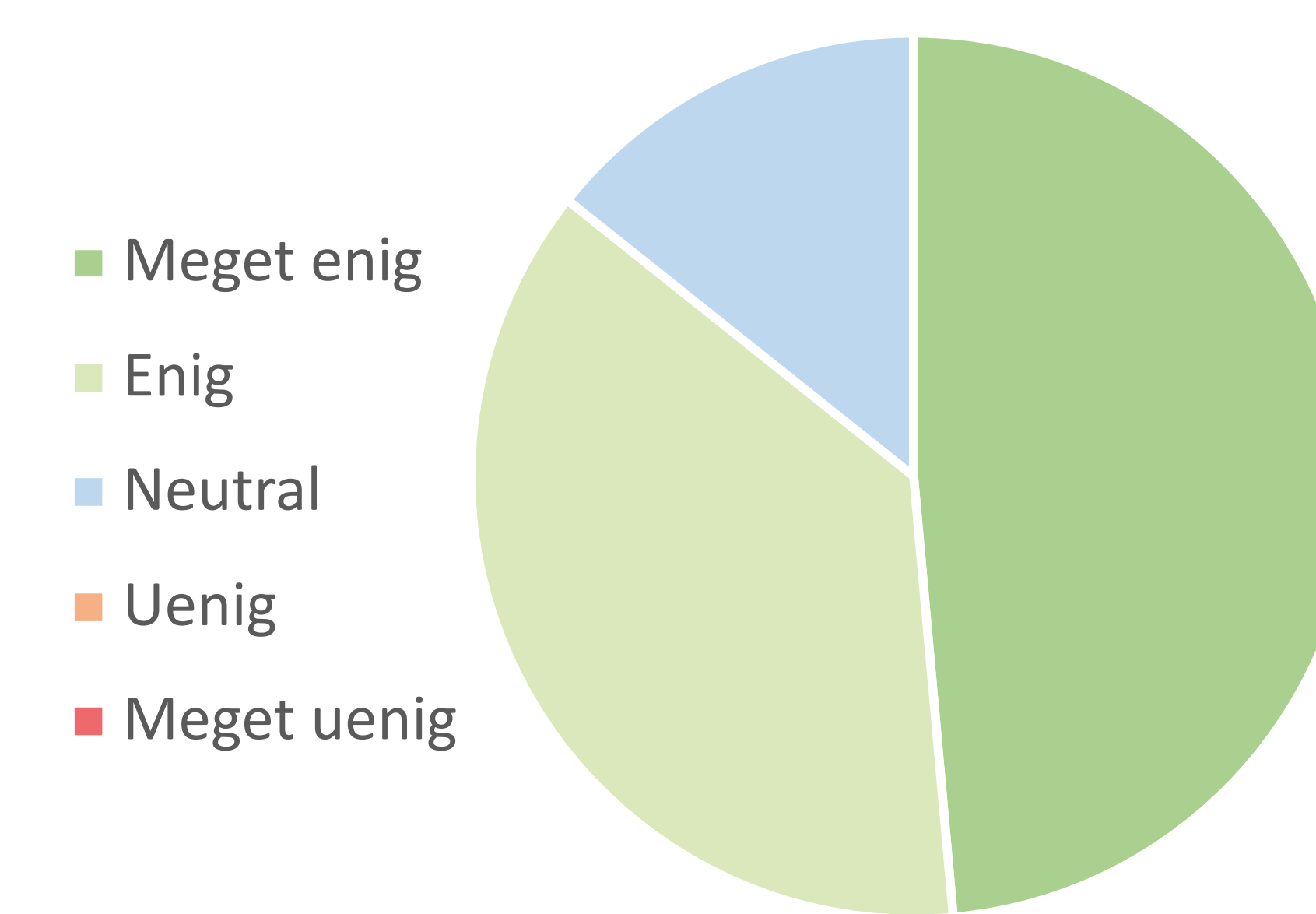
Bæredygtighed i tøj er vigtigt for mig



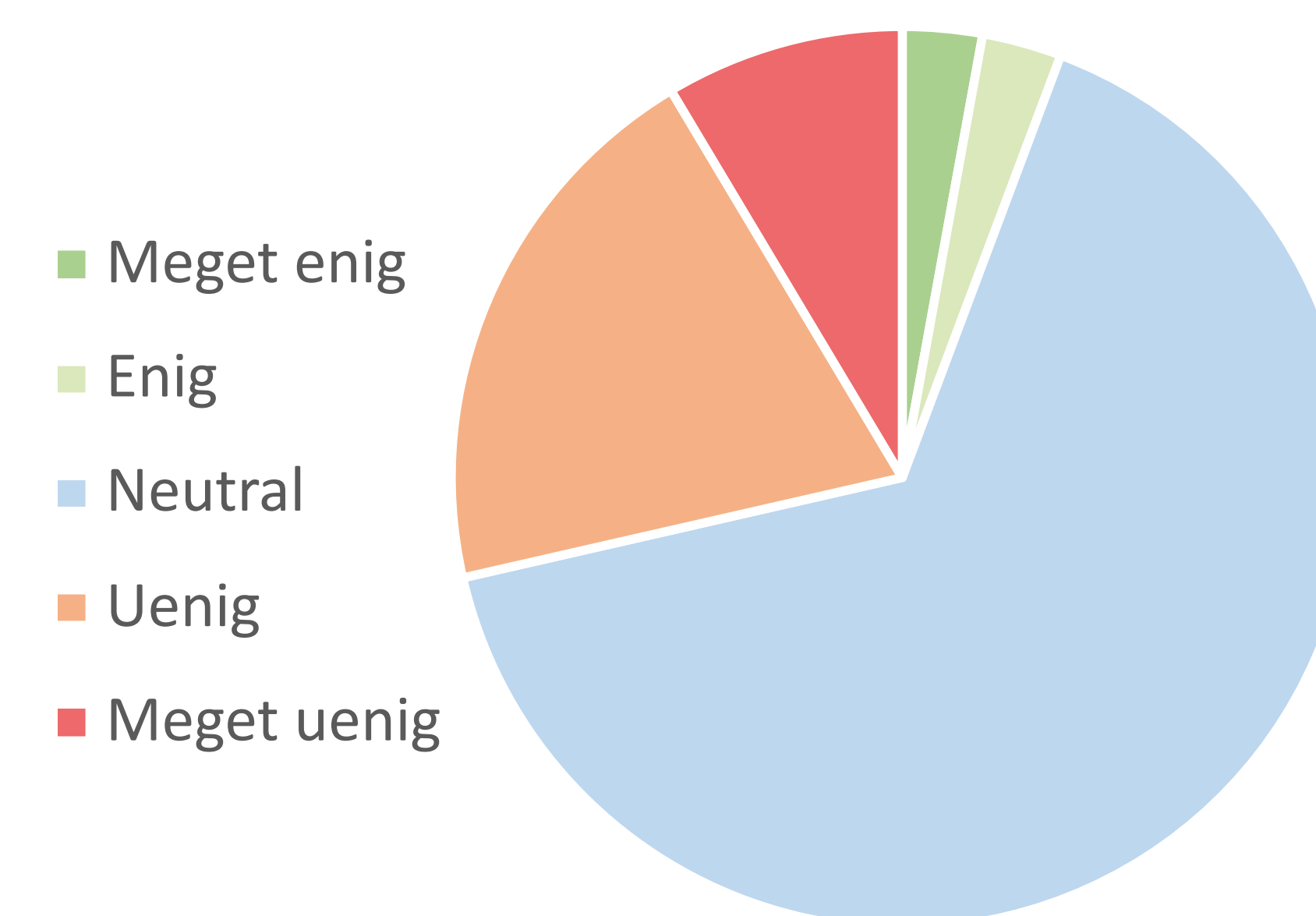
Jeg foretrækker secondhand tøj



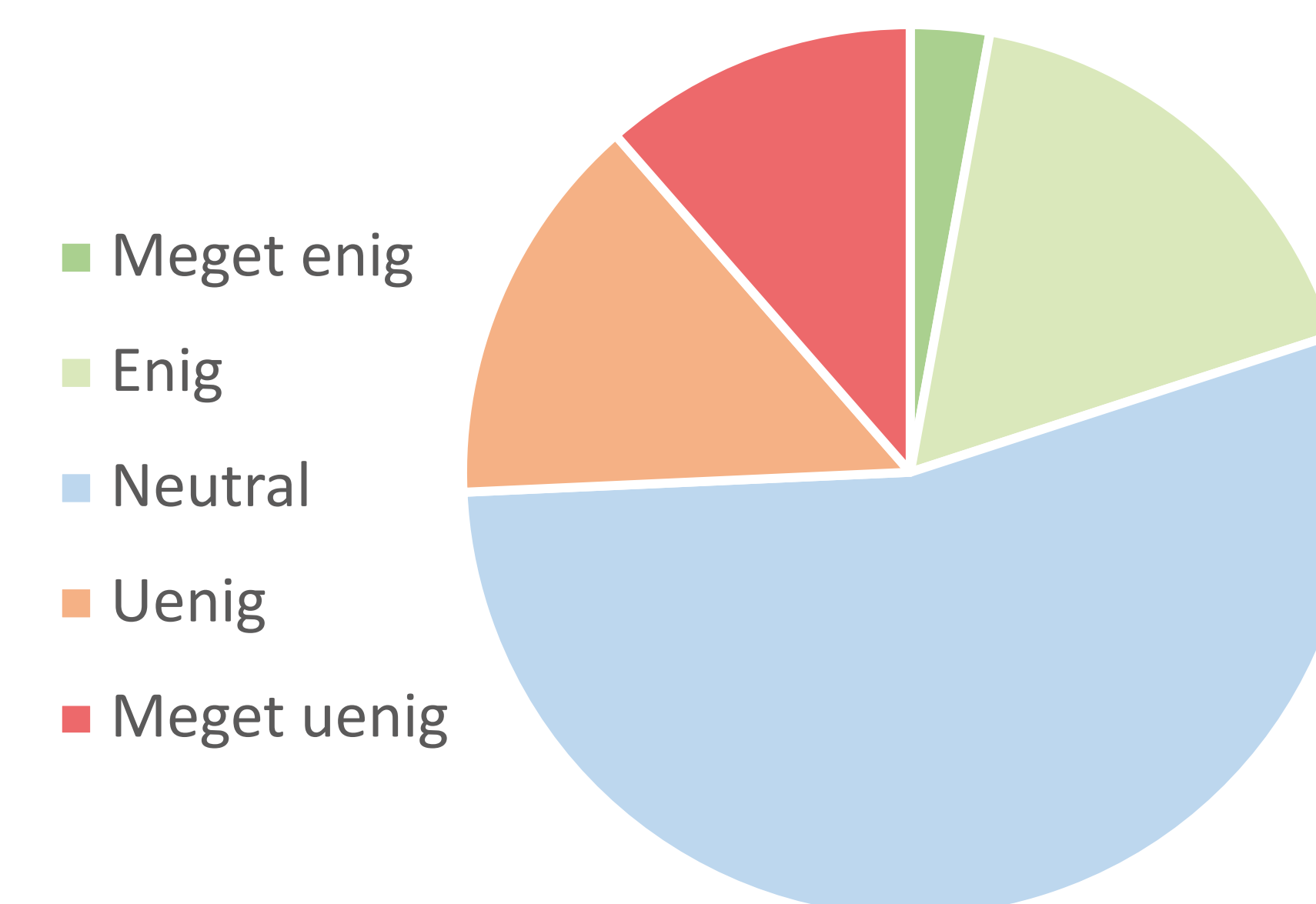
Tøjet skal være i god kvalitet



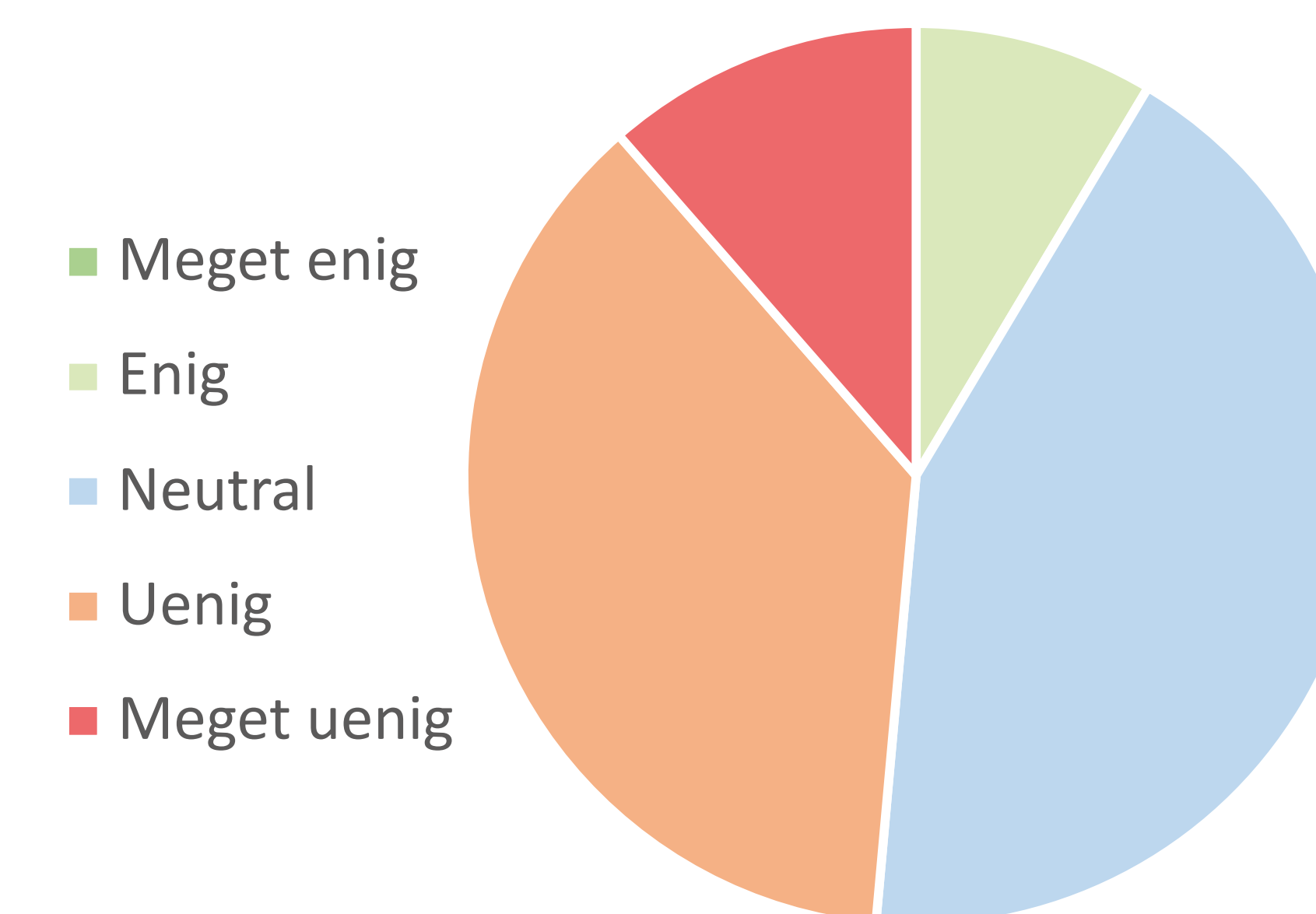
Tøjet skal være danskproduceret



Mit tøj skal skille sig ud



Mit tøj skal være som alle andres



Desk research

Vi har undersøgt nærmere om vores målgruppe og deres holdning til deres købsbaggrunde, inspirationskilder, holdning til genbrug og bæredygtigt tøj.

66% af unge er villige til at betale ekstra for bæredygtig mode.

59% af de unge er enige i, at modeindustrien har et bæredygtighedsproblem

Kun 30% tager bæredygtighed i betragtning når de handler.

50% kombinerer nyt tøj med genbrugstøj.

Unge modeshoppers inspirationskilder:

- Sociale medier: 43 %
- Fysiske butikker: 40 %
- Onlineforhandlere: 29 %
- Venner og familie: 28 %
- Gademode: 28 %
- Modebloggere/influencere: 14 %
- TV-serier og kendisser: 12 %
- Modemagasiner/trykte medier: 12 %

Holdning til udsagnet ‘Modeindustrien har et bæredygtighedsproblem’:

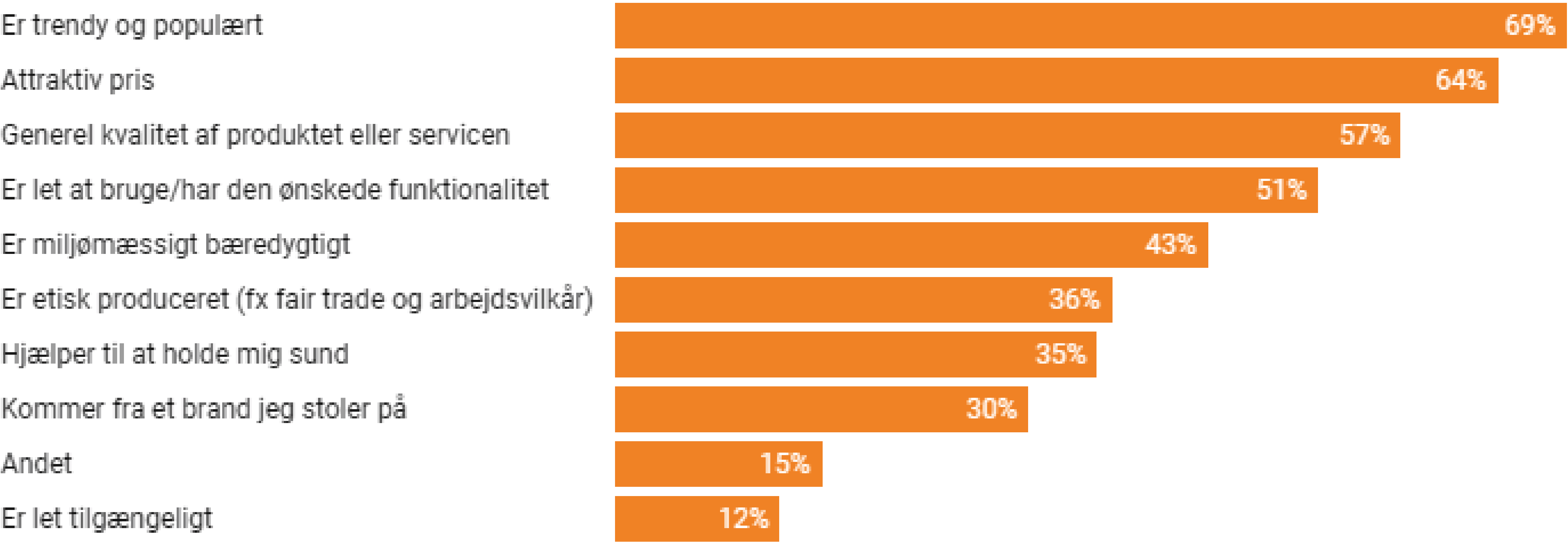
- 27 % er meget enige
- 32 % er enige
- 24 % er neutrale
- 4 % er uenige
- 1 % er meget uenige
- 12 % indrømmer, at de er ligeglade

Bæredygtighed er tydeligvis på radaren for unge forbrugere, men det er ikke altid en afgørende faktor. Omkring to tredjedele –66 %– er dog villige til at betale ekstra for bæredygtigt produceret tøj – op til 10 % mere i gennemsnit.

Motiver for at vælge genbrugstøj:

- Besparelser: 53 % vælger genbrug på grund af økonomi
- Personlig stil: 37 % værdsætter unikke stiludtryk
- Unikke fund: 32 % værdsætter specielle eller vintage varer
- Kvalitet frem for fast fashion: 25 % mener, genbrug giver bedre kvalitet
- Bæredygtighed: Kun 24 % vægter miljøhensyn
- Støtte til lokalsamfund eller velgørenhed: 18 %

Afgørende faktorer når danskerne køber tøj og sko



Spørgsmål: Forestil dig at du er ved at købe et produkt inden for kategorien tøj og sko. Ranger venligst op til 5 af de følgende faktorer efter deres væsentlighed.

Kilde: Global Sustainability Study, Simon-Kucher & Partners • Lavet med [Datawrapper](#)

Unge klar til at betale mest

Undersøgelsen tyder også på, at de danske detailhandlere især kan få noget ud af at tilbyde bæredygtigt produceret tøj og fodtøj til de unge forbrugere. I hvert fald svarer de danske unge mellem 18 og 29 år i undersøgelsen i gennemsnit, at de er klar til at betale helt op til 71 pct. mere for bæredygtige alternativer.

Kilde:
https://detailwatch.dk/nyheder/mode_velvaere/article14041908.ece

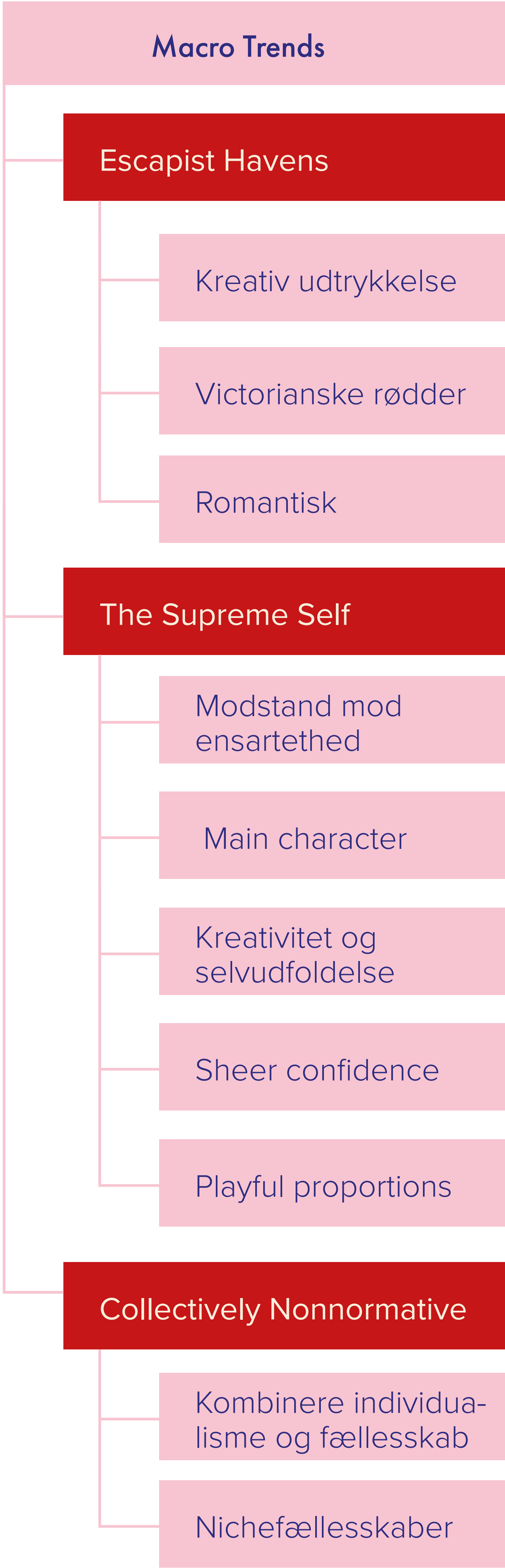
<https://branchebladettoj.dk/analyser/saadan-shopper-de-unge-mode-i-2025-trends-tendenser-og-prioriteter/>

Desk research

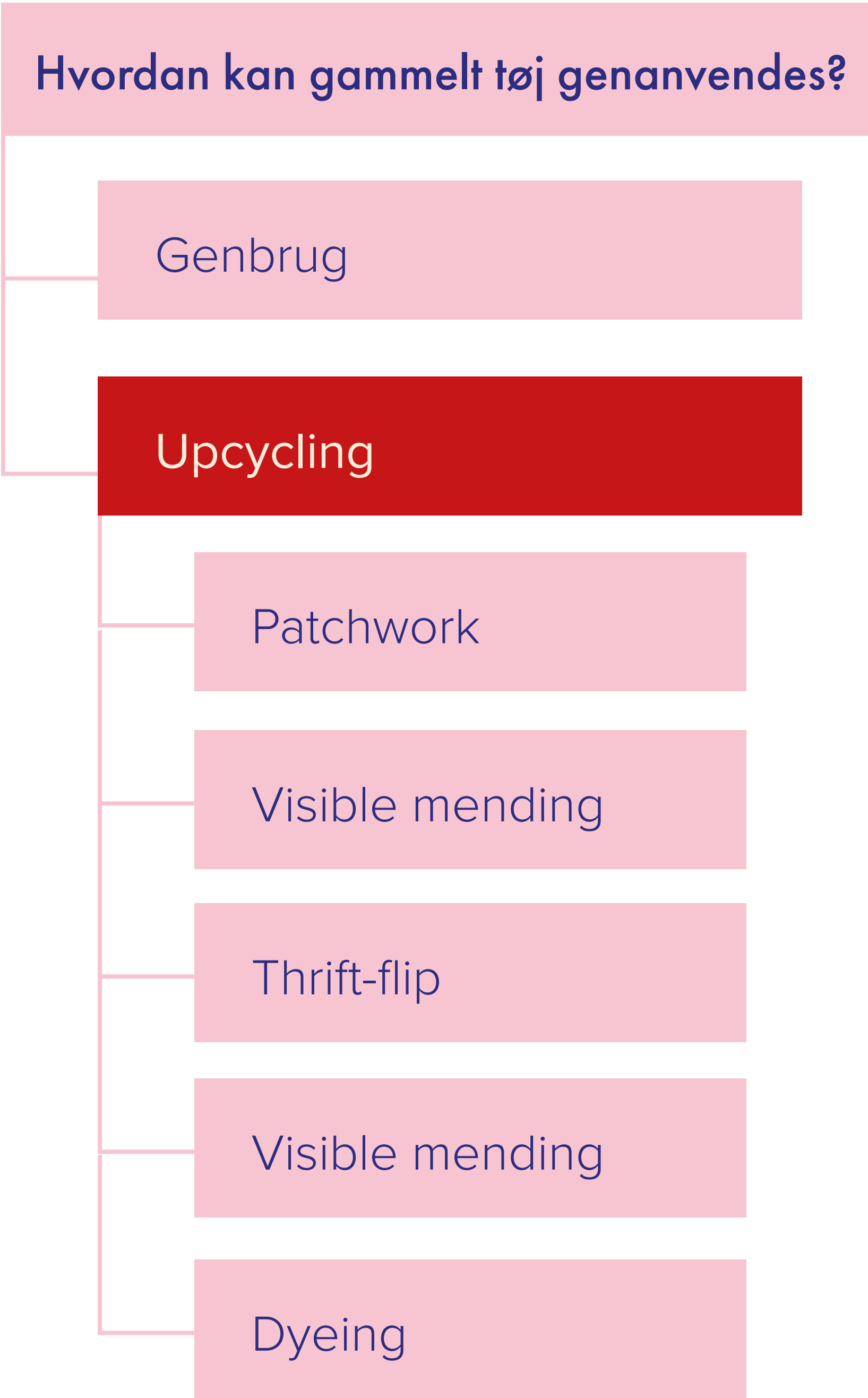
Vi har lavet research på nettet of fundet frem til adskillige trends der dominerer GEN Z's påklædning i 2025 og de næste par år frem.

I en verden præget af VUCA (volatil, usikker, kompleks og uklar) vender GEN Z sig mod eskapisme i form af kreativitet og udfoldelse i fortidens charme heriblandt mode.

Dette udtrykkes også i deres modstand mod ensartethed, og ved at kombinere individualisme og fællesskab, som skaber nye, kreative nichefællesskaber.



V	U	C	A
Volatility	Uncertainty	Complexity	Ambiguity
rapid and seemingly random fluctuations	incomplete information about future trends	high cross-linking density and interactions	many possible interpretations



+150%

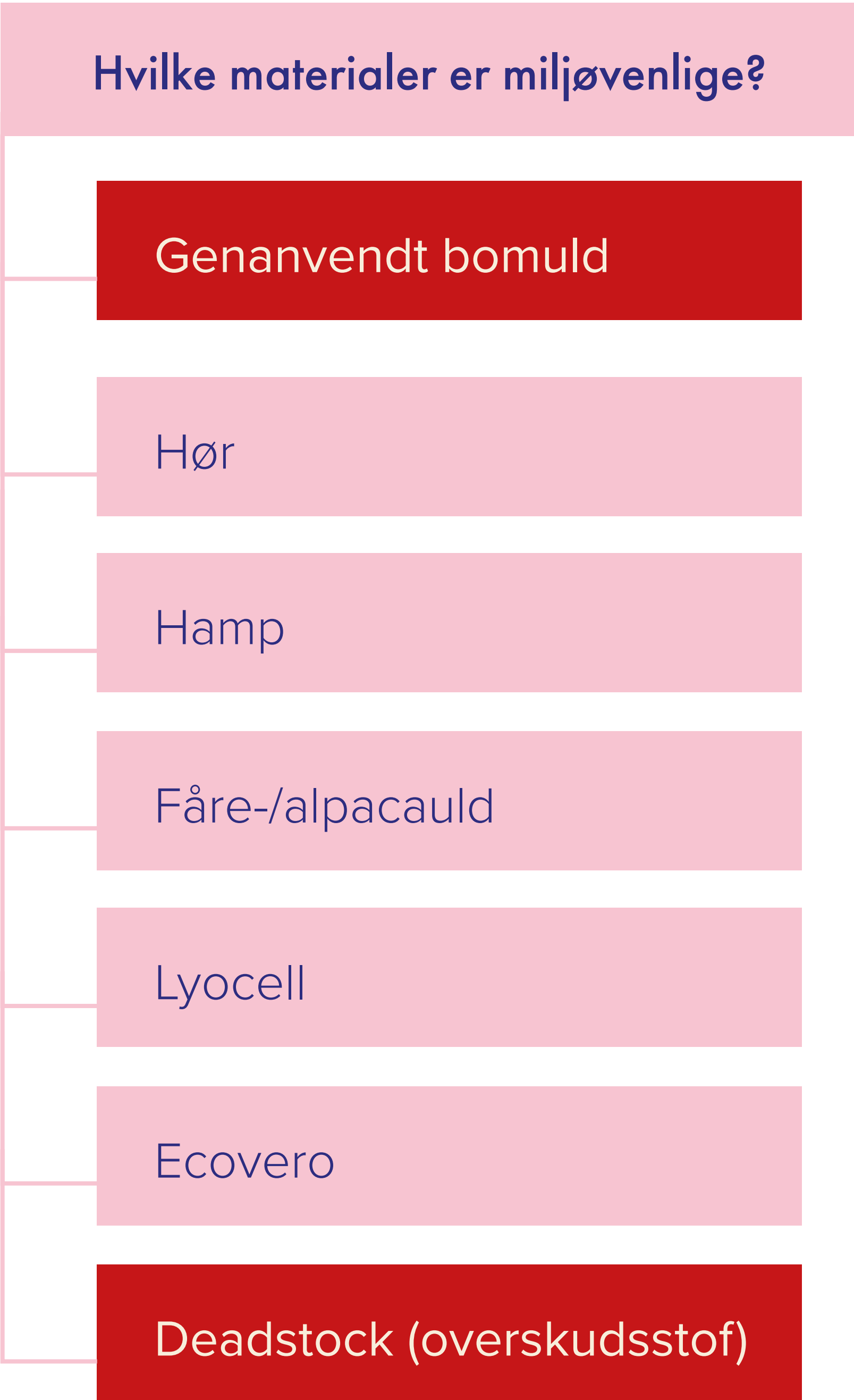
BUBBLE HEM¹

+40%

FLAGRENDE NEDERDEL¹

+800%

FIRKANTET PASFORM²



+800%

DROP WAIST¹

+1022%

MICROSHORTS²

+188%

HORSESHOE JEAN²

¹ Zalando 2025 Trend Forecast
Zalando har sammenlignet kundernes søgedata på tværs af alle markeder i september vs. oktober 2024 via Zalando Trend Spotter.

² Zalando 2025 Trend Forecast
Zalando har sammenlignet kundernes søgedata i alle markeder fra januar til oktober 2023 vs. januar til oktober 2024 via Zalando Trend Spotter

Procenterne angiver en stigning i forbrugerinteressen, som er registreret af Zalandos Trend Spotter.

Research Upcycling

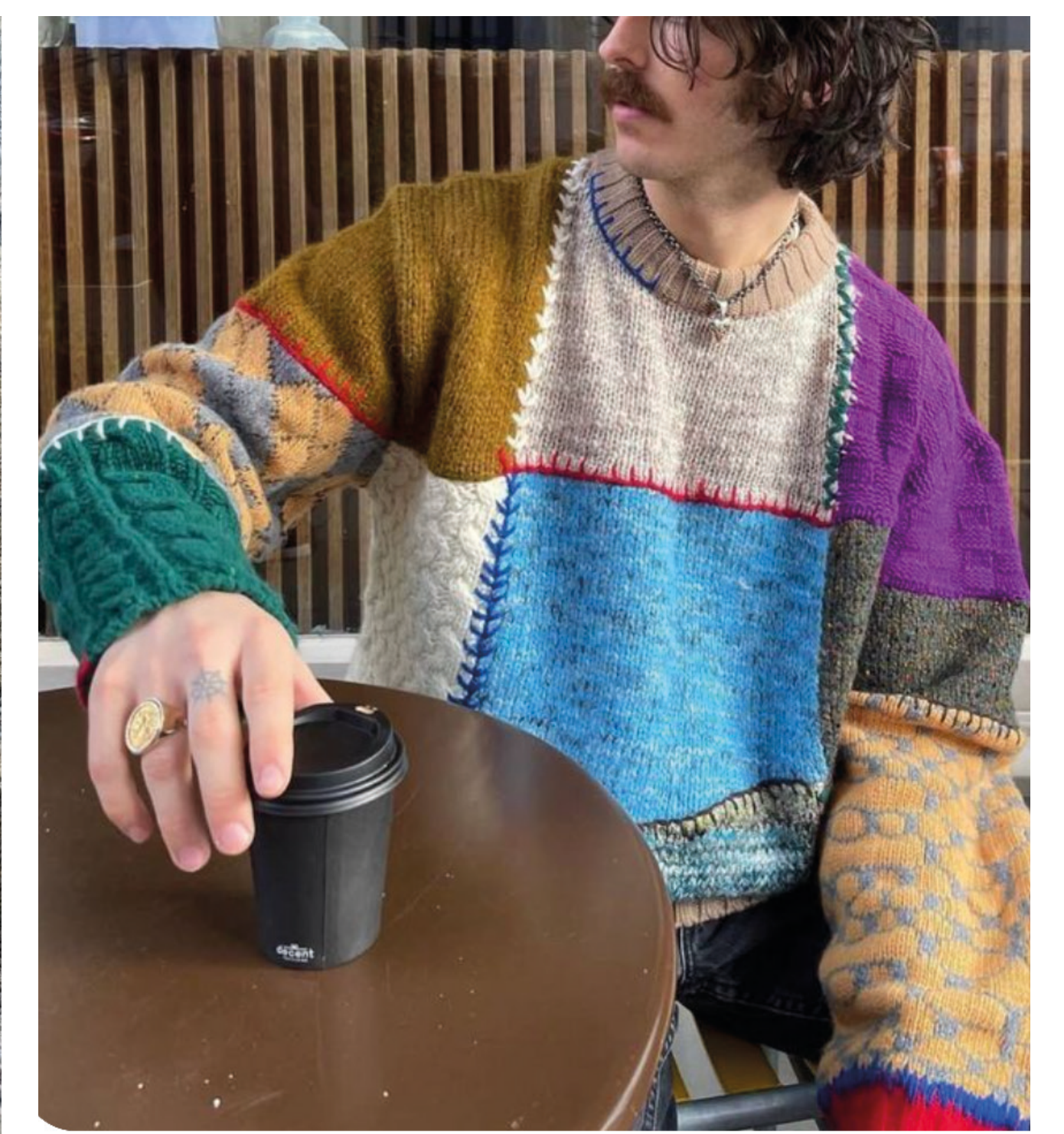
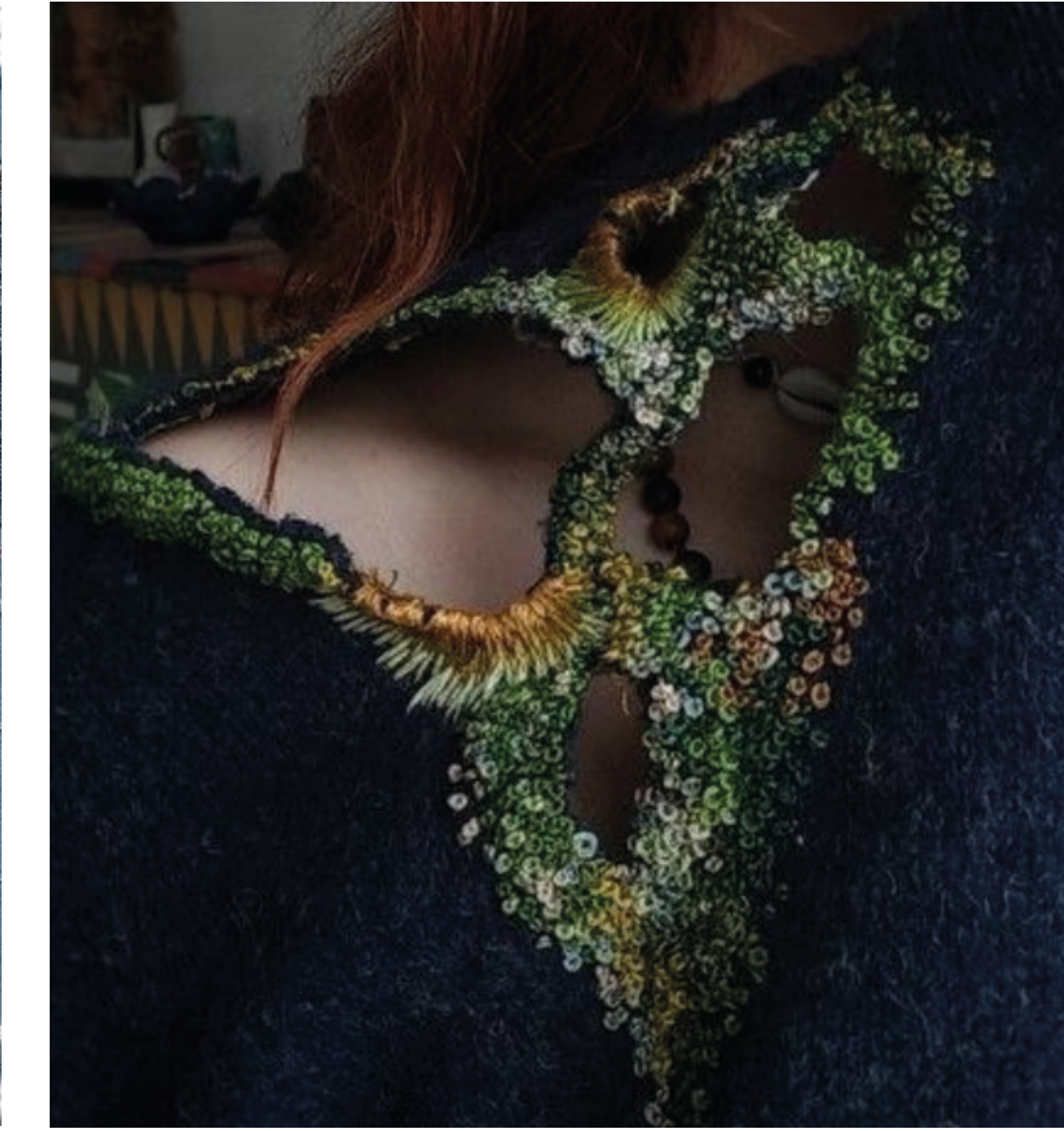
VISIBLE MENDING

PATCHWORK

TEXTILMALING

BRODERING

STRYGEMÆRKER



Brainstorm

VISIBLE MENDING

MODERNE

SJOVT/USERIØST

UPCYCLING

2 KOLLEKTIONER:

1. BASICS COLLECTION
2. UPCYCLED COLLECTION

+ UPCYCLE WORKSHOPS



ideer

28. oktober 2025 20:18

Skal mit NoLabel være:

- Arbejdstøj/kontortøj som en slags uniform?
- Et værktøj så du kan genanvende dit eget tøj til en pasform du foretrækker? I form af Cirkulært design?
- Lave trends ift. At omsy sit eget eksisterende tøj til den nye pasform?
- Dekorere sit eksisterende tøj?
- Show, don't talk
- Visible mending?
- Ikke være en reklamesøjle
- Indeholde naturlige farver?

"small treasures"

Dandelion - mælkebøtte

Mere end bare ukrudt

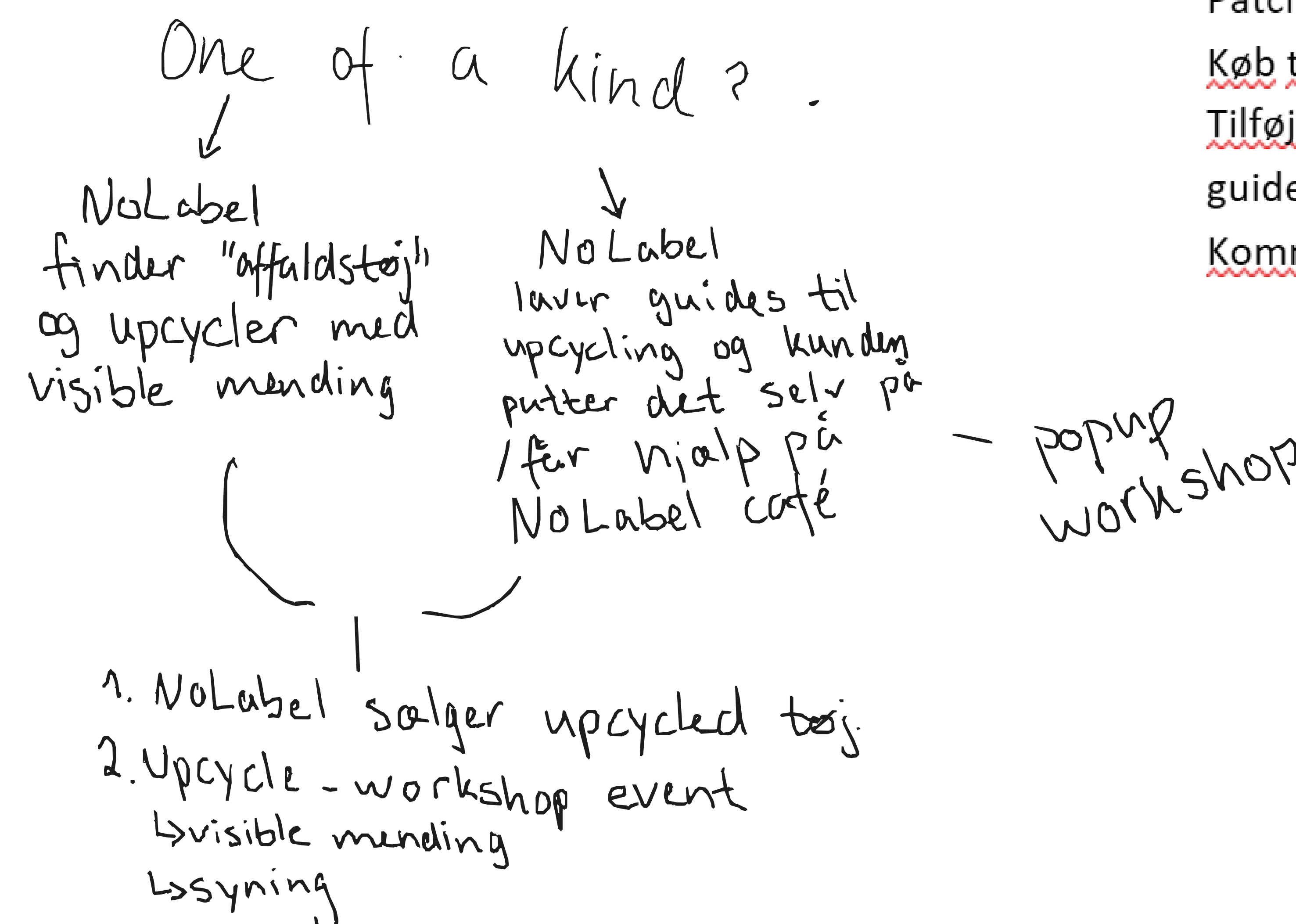
Omfavn dit indre barn

Patch work

Køb tøj uden patches

Tilføj dine hjemmelavede patches med vores guide eller køb patches fra os

Kommunitet – lav patches og vi giver dig rabat



Stilperioder

POPART 1960'ERNE

- Usmageligt
- Billige møbler
- Industriens materialer
- Farverig
- Køb og smid væk
- Højhuse
- Plastik
- Organiske mønstre
- Vilde farvesammensætninger
- Inspiration i art deco og art nouveau
- Materielkultur
- Verner Panton

MODE

- Unisex
- Tynde, drengede kroppe
- Lange bukser og lange, stramme jakker
- Udtryk for personsens politiske og ideologiske ståsted
- Venstreorienterede
 - Jeans og tiedye t-shirts
- Hippierne
 - Farvestrålende flower power-tøj
- Man lånte fra andre kulturer
 - Tørklæder, Perlekæder, Broderier, Eksotiske smykker, sandaler
- Mænd
 - Beatles-inspireret
 - Tætsiddende tøj
 - Jakker med standkrave og uden revers
 - Håret vokser
- Kvinder
 - Moden skiftede til små dragter med kort jakke og kort, stram nederdel
 - Miniskørter uden dekorationer og finesser i snittet
 - Kraftigt og syntetisk stof
 - Farvede strømpebukser
 - I mainstreammoden gik kvinderne i korte, vidde skørter og højhælede sko eller ballerinsko.



1970'ERNE var præget af optimisme og overskud. Mange gjorde modstand mod det øgede forbrug, og det førte til en antimode- og nostalgibølge.

I 1970'erne sammensatte folk deres egen stil ved at blande forskellige stilretninger, hvilket gav hjemmet og moden et meget individuelt præg. Man blandede nye designmøbler med antikke – selv vintagetøj blev blandet med nyt.



POSTMODERNISME OG HIGHTECH 1980'ERNE

- Vilde farver
- Gummi og stål
- Skulderpuder
- Økonomisk opsving
- "Yuppie" - young urban professional
 - Unge foretrak livsstil med vægt på egen vækst og succes
 - Dyrt tøj, aktier, hightech, lynkarriere, dyre lejligheder, flest penge
- Brugte elementer fra tidligere stilarter, sammensat dem på nye måder
 - Skæve vinkler
 - Kombinationer af farver og materialer
 - Futurismen, hightech-stilen
 - Sorte gummimåtter
 - Stålblanke møbler
 - "less is a bore"
 - Form følger fantasien

MODE

- Space inspirerede Moonboots, flyverdragter, dunfrakker, termotøj, parkacoats
- Mænd - Strikkede pullovers
- Kvinder - Power suits med store skulderpuder og korte nederdele



DET NYE ÅRTUSINDE 1990-2010

- Opsving, luksus, iscenesættelse
- Kommunikation
- Minimalisme
- Flerfunktionalitet
- Danish fashion
- Adskille sig fra mængden
- Idealet efter 2000 blev skulpturelle, organiske, bølgede former i arkitektur og design
- 1990'erne: Baggy jeans, flannelskjorter og sneakers
- 2000'erne: Slim fit-silhouetten tog over, og casual streetwear blev populært.
- 2010'erne: Minimalistisk mode og athleisure trenden voksede.
- 2020'erne: Blanding af retro og moderne – oversized tøj og klassiske items genopstår.



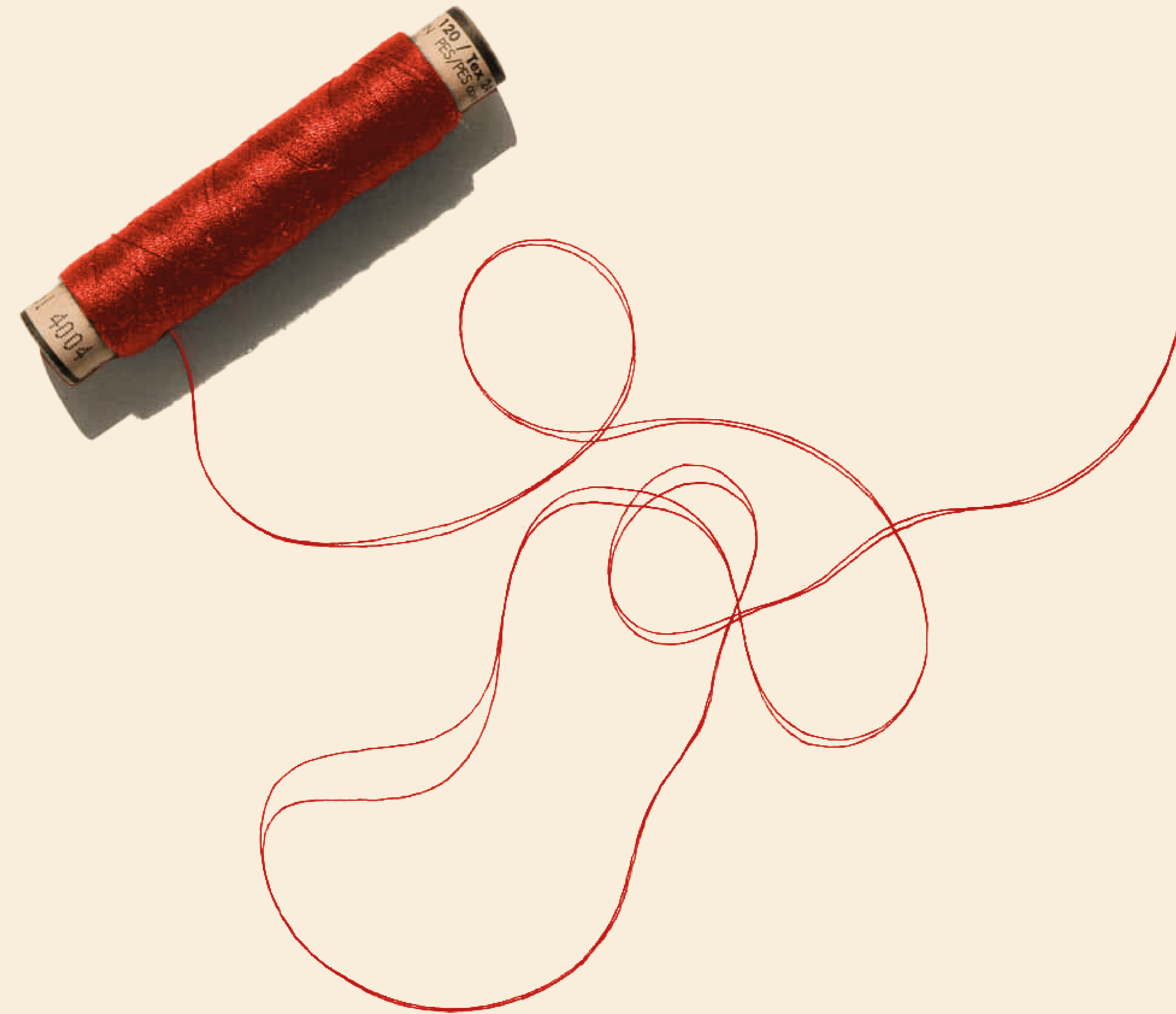
Kilde:
Design B, 2. udgave, 1. oplag 2011 © Nyt Teknisk Forlag 2011,
Forlagsredaktør: Heidi Kølbe Andersen, hka@ef.dk

Define

AFGRÆNSE/FORSTÅ

LUKKET FASE

Visuel stilretning, Circular Design, Persona, Brand Identity Prism og The Big Why.



Visuel stilretning

70'er Soft Psychedelia / Retro

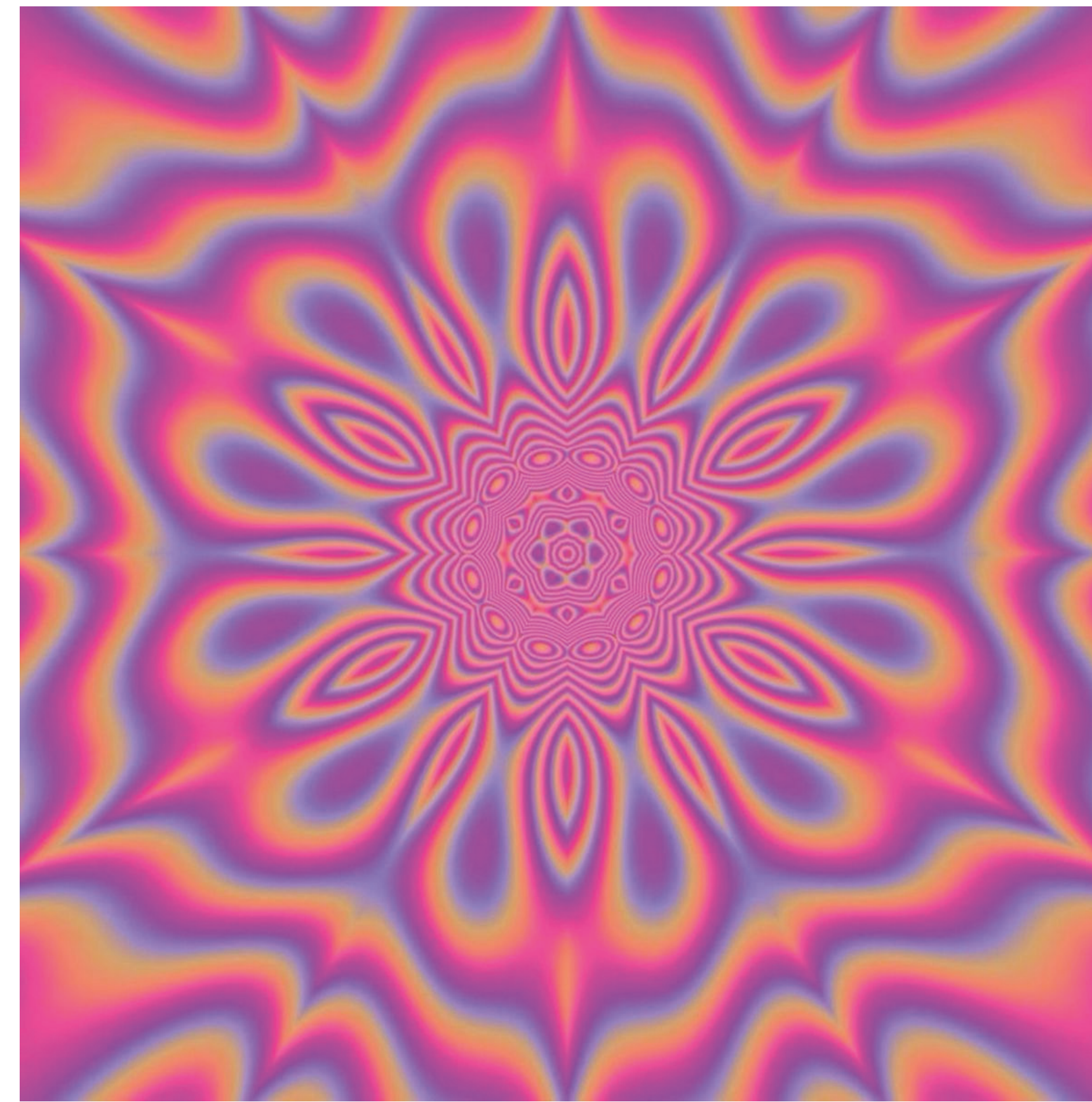
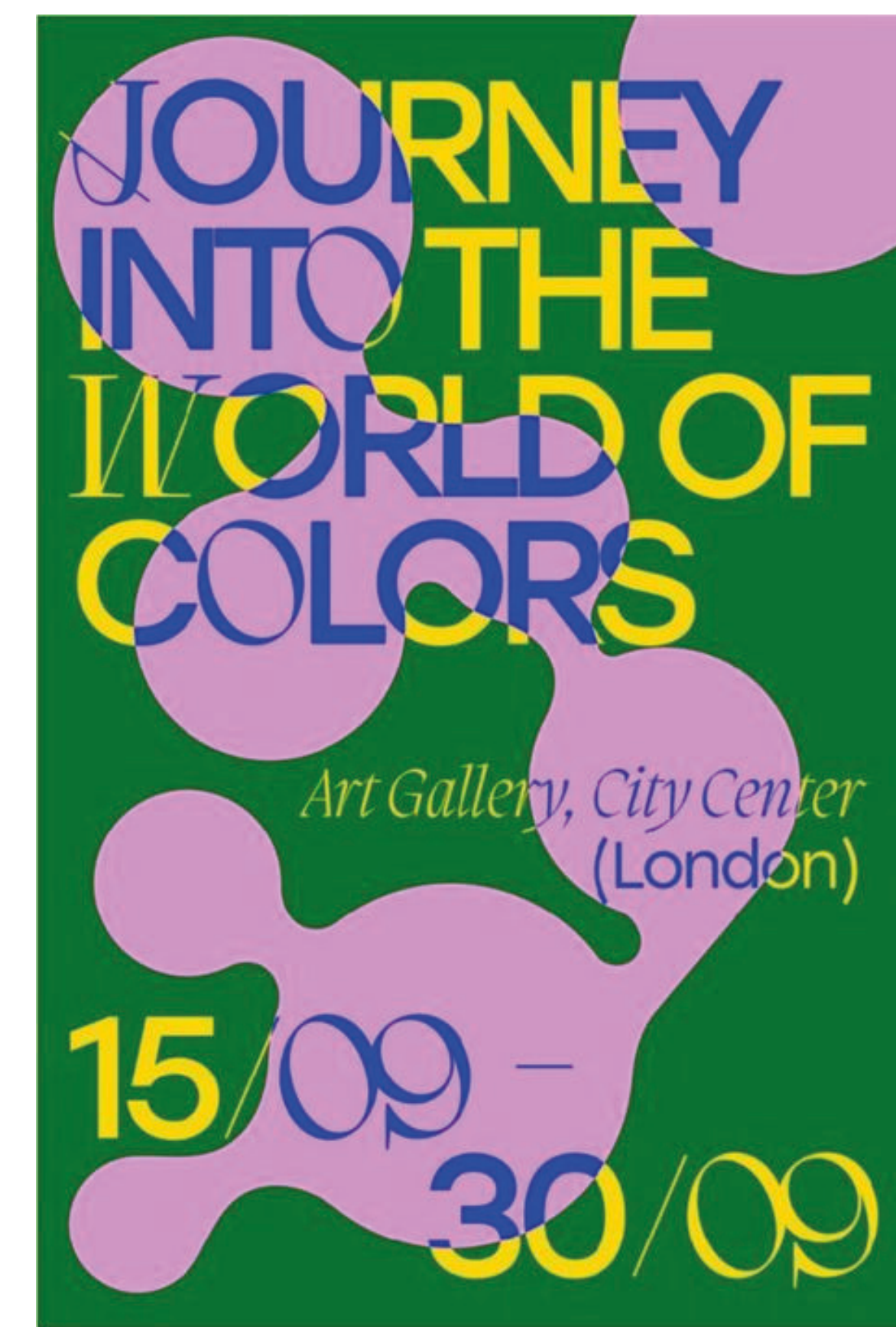
– organisk typografi, varme farver, playful identity

Y2K Pop Aesthetic

– stickers, bold farvepalet, kitschy icons, ungdommelig energi

Post-modernistisk

– Blande stilarter, legende, anti-perfekt, stærke farver, collage



Circular design

Vi har undersøgt i nærmere om initiativer til at gøre tekstil-industrien mere bæredygtig, og vil derudfra tage ekstra fokus på at:

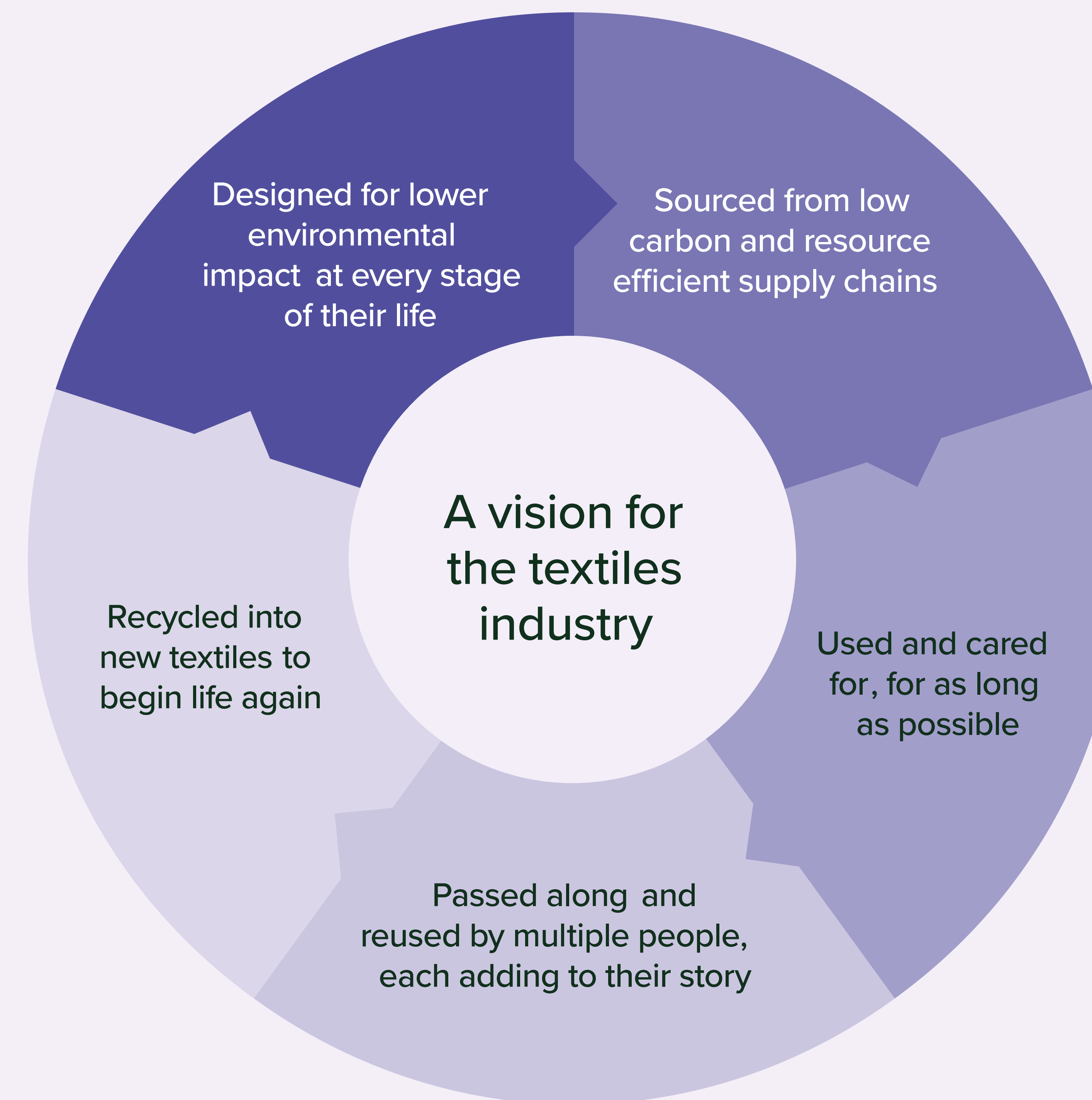
SKABE MED HENBLIK PÅ LAVERE MILJØ-PÅVIRKNING

Ved at lave en BASICS collection af højkvalitets øko bomuld, som kan holde længere.

VIDEREGIVET OG GENBRUGT AF MANGE – HVER MED DERES EGET AFTRYK

Med UPCYCLED collection giver vi tøj nyt liv.

WRAP's vision for 2030 is a UK textiles industry that has embraced circularity as standard practice. In this vision, products are:



Persona

Målgruppen består af unge mellem 15 og 25 år, med særligt fokus på 20-25-årige, som oftest er studerende og bor på kollegier i studiebyer.

Vi har udarbejdet et persona, som vi tager udgangspunkt i til at målrette markedsføringen.

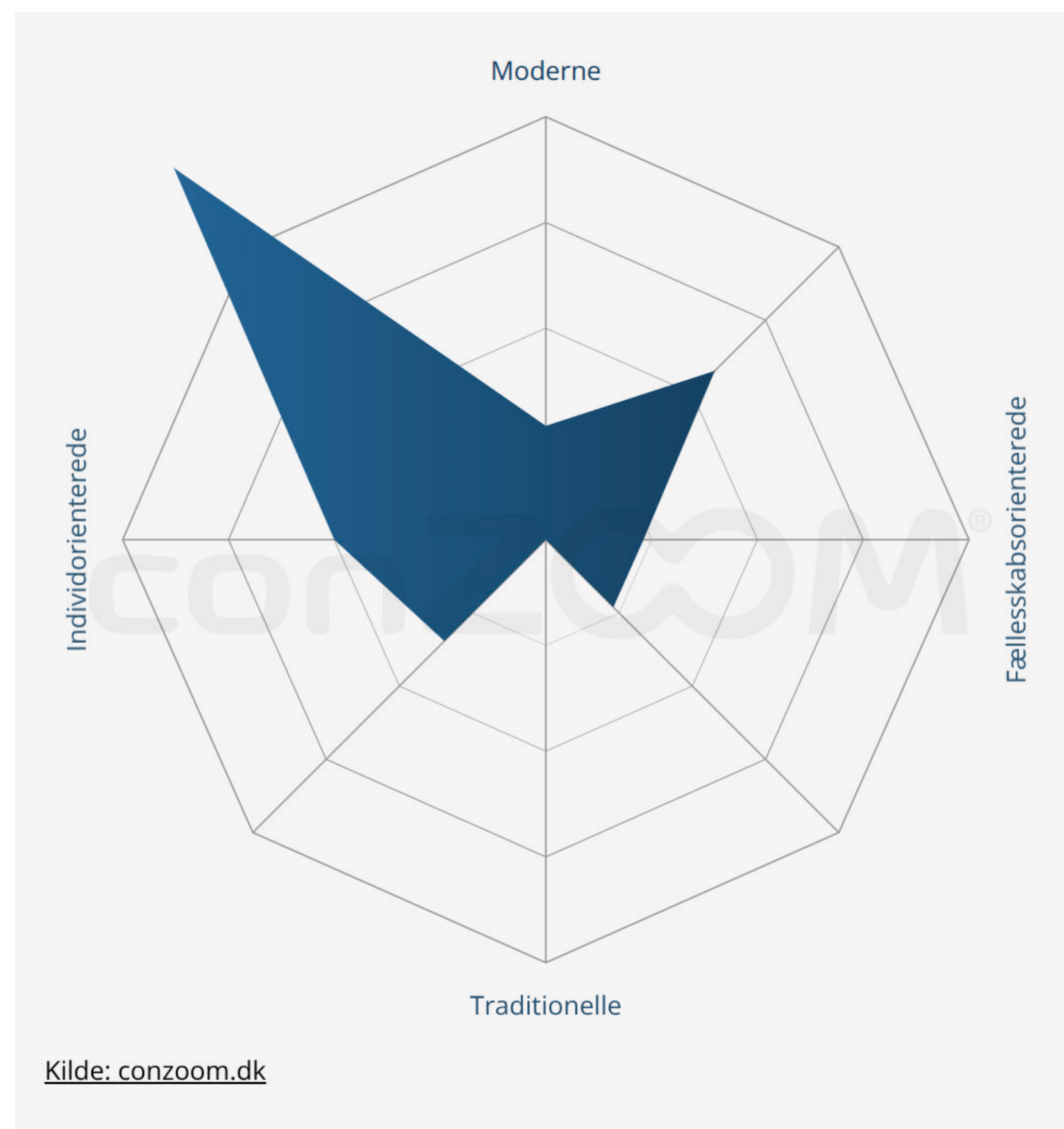
Personaen er baseret på segmenteringen i ConZoom og tilhører kategorien Moderne individorienteret, der typisk beskriver unge, som bor på kollegier i de større studiebyer sammen med jævnaldrende.

Denne persona er ung studerende med et aktivt socialt liv, hvor hun ofte bruger tid med venner og veninder på caféer, barer, festivaller osv. Hun kommer rundt på cykel og med offentlig transport som mange andre unge i studiebyer.



CONZOOM TYPE H1
KOLLEGER
Studerende på kollegier

Navn: Laura Hansen
Alder: 20 år
Uddannelse: Studerer erhvervsøkonomi
Arbejde: Deltidsjob som WOLT-bud
Bopæl: Studielejlighed i Århus med 3 roomies
Orientation: Moderne individorienteret
Bio: Laura er veganer og bor i studielejlighed i Århus med 3 jævnaldrende piger. Hun kommer rundt i byen på hendes trofaste cykel, og lever på et stramt budget. Hendes hobby er hækling på café med veninderne.



STUDERENDE

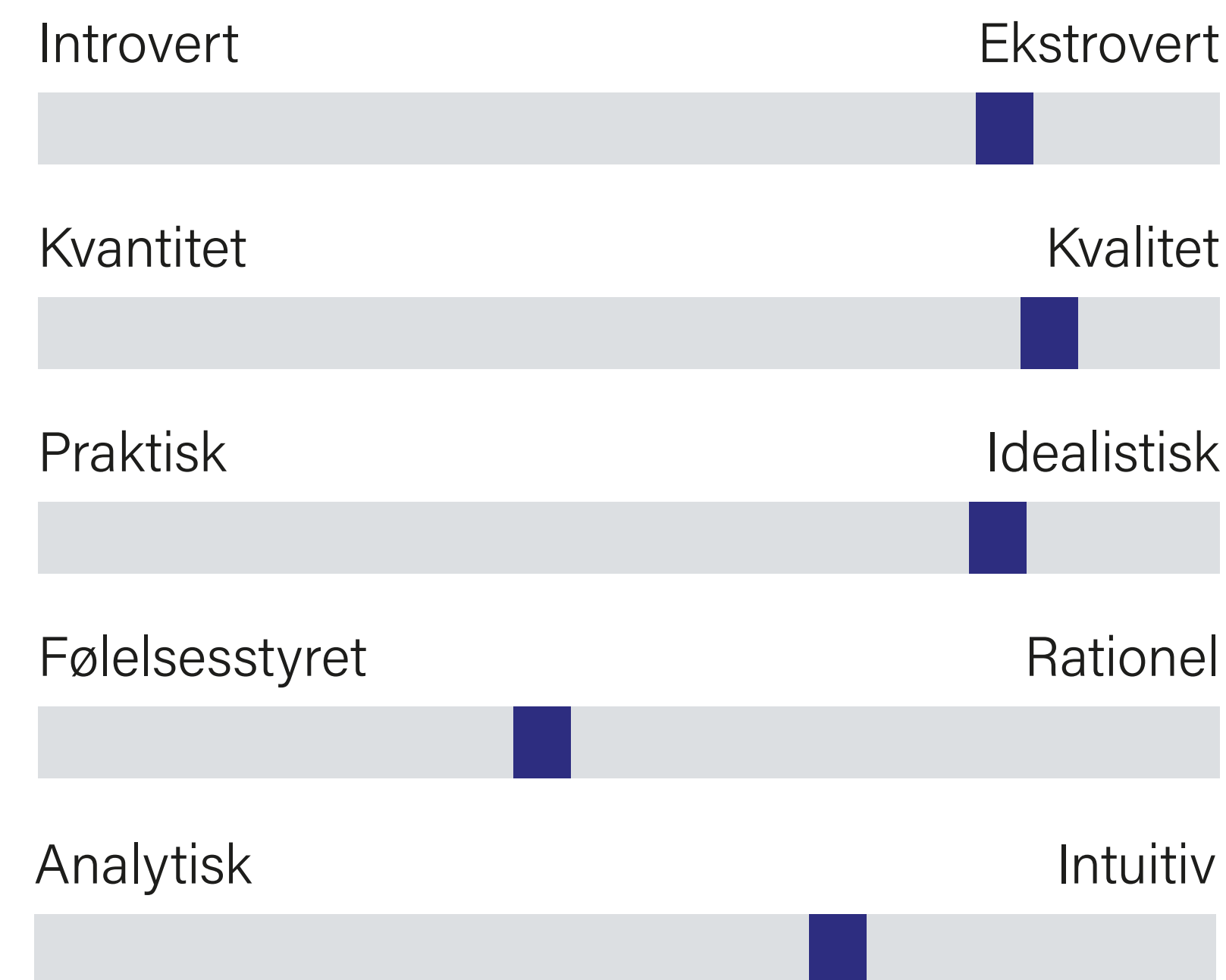
MILJØBEVIDST

SOCIAL

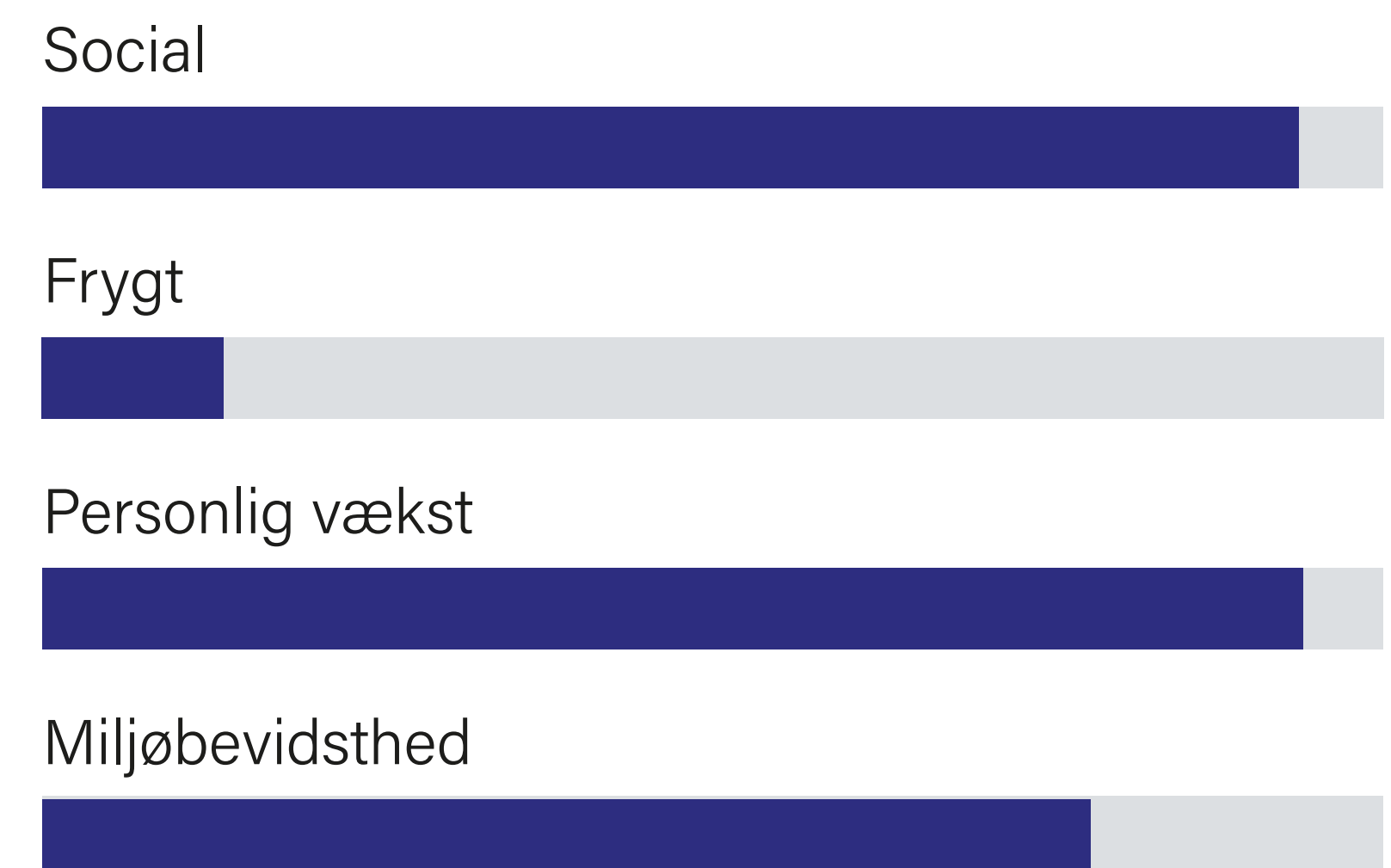
PODCASTS OG HÆKLING

BYTURE OG FESTIVAL

PERSONLIGHED



MOTIVATIONER



MÅL

Leve bæredygtigt og passe på planeten
Holde ved de relationer hun har opbygget
Være del af fællesskabet
Opleve en masse og rejse jorden rundt
Færdiggøre uddannelsen

FRUSTRATIONER

FOMO
Balancere studieliv og det sociale
Sammenligner sig selv med andre
Stram økonomi

MOTIVATIONER

Hvad vennerne går op i
Være i balance med sig selv
Økonomisk frihed

BETALINGSVILLIGHED

Prisbevidst
betaler gerne mere for kvalitet

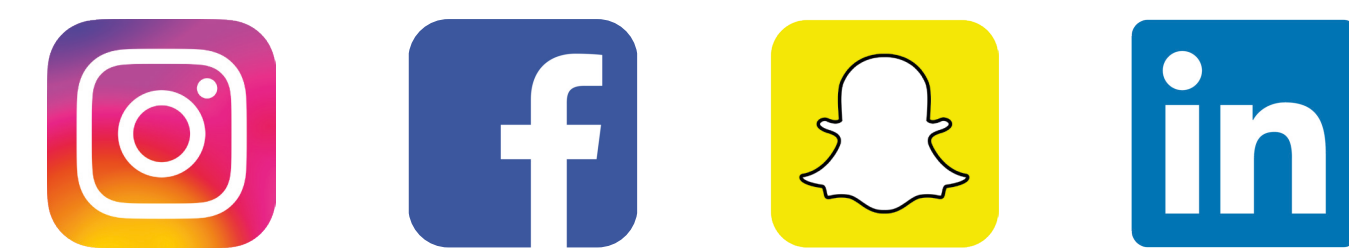
INTERESSER

Strikker/hækler på café med veninder
Lytter til Podcast
God vegansk mad
Byture og festival

FORETRUKNE ENHEDER

Smartphone - Iphone
Bærbar - MacBook
høretelefoner - AirPods

SOCIALE MEDIER



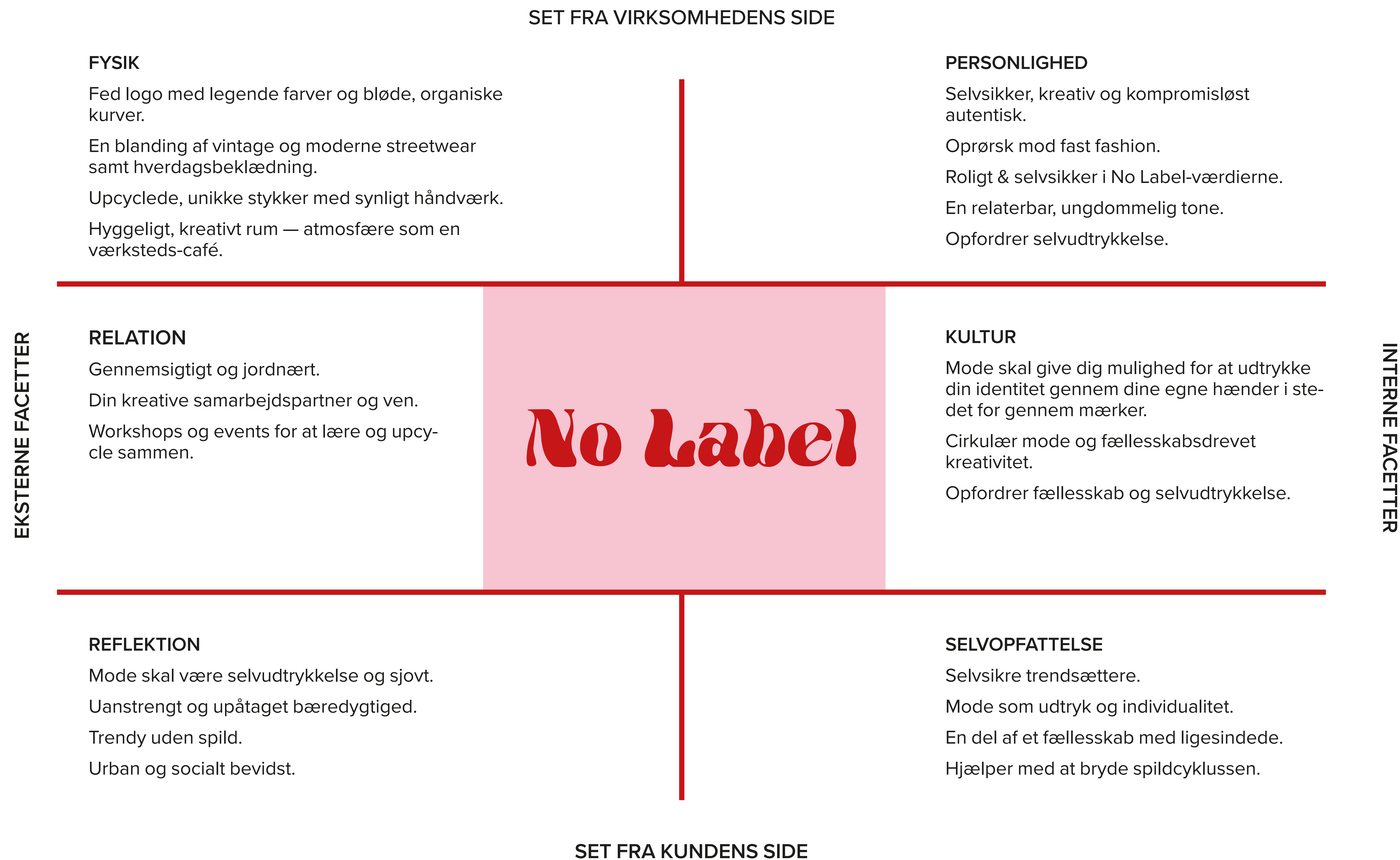
← STØRST BRUG → MINDST BRUG

BRANDS



Brand identity prism

For at bedre forstå NO LABEL's udtryk både indad og udefra, fra både NO LABEL's perspektiv samt kundens perspektiv, har vi lavet en Brand Identity Prism.



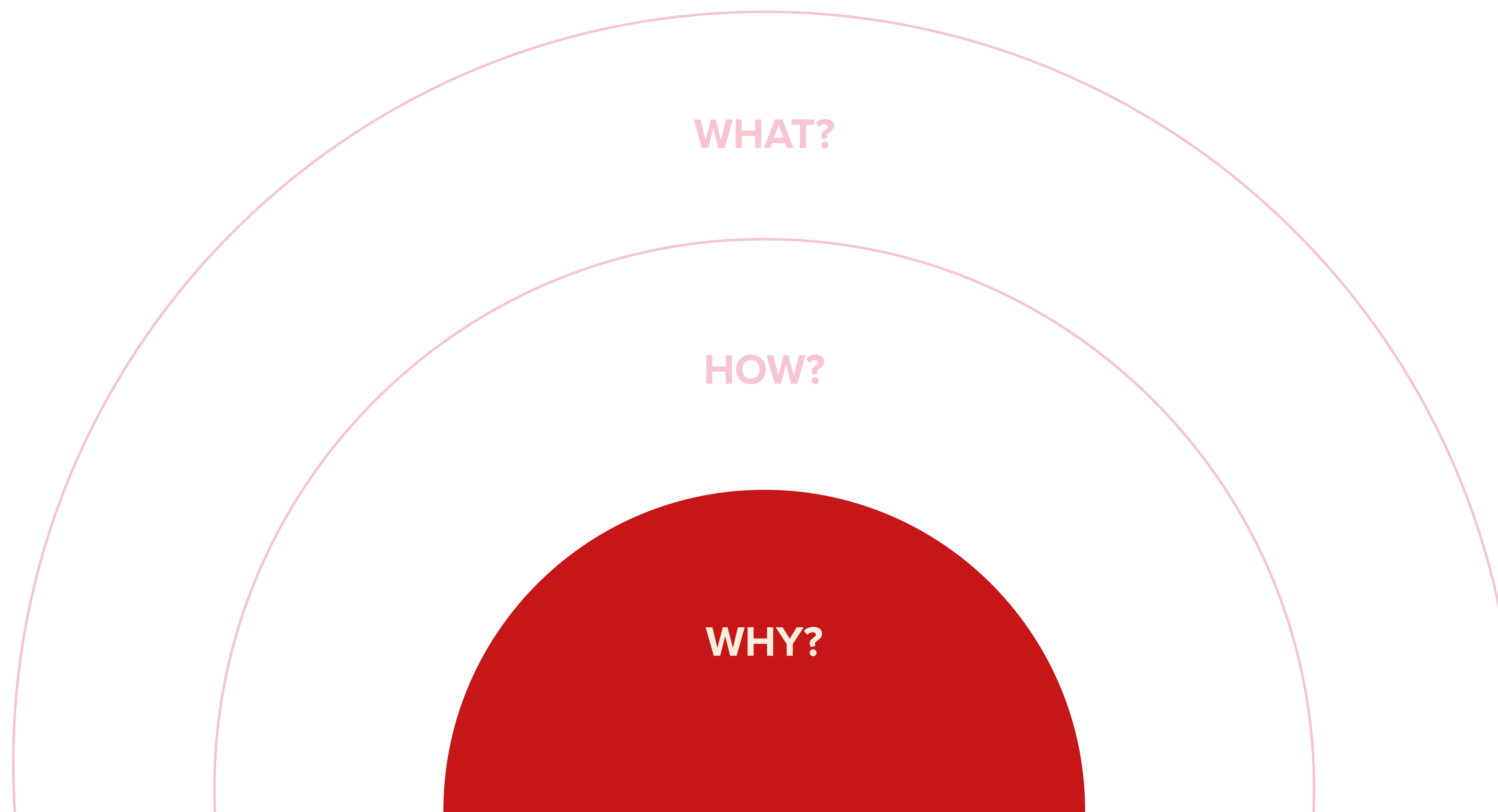
The Big Why

Why?

Vi eksisterer for at gøre mode mere meningsfuld, ved at skabe en cirkulær modekultur, hvor kreativitet og fællesskab forvandler affald til udtryk og fornyer det. Vi udfordrer idéen om, at mode skal være hurtig, ens og overfladisk. Vi står for ægte stil – skabt af mennesker.

Why?

Vi gør mode meningsfuld ved at forvandle ”affald” til ægte, menneskeskabt stil gennem kreativitet, fællesskab og cirkularitet.



The Big Why

How?

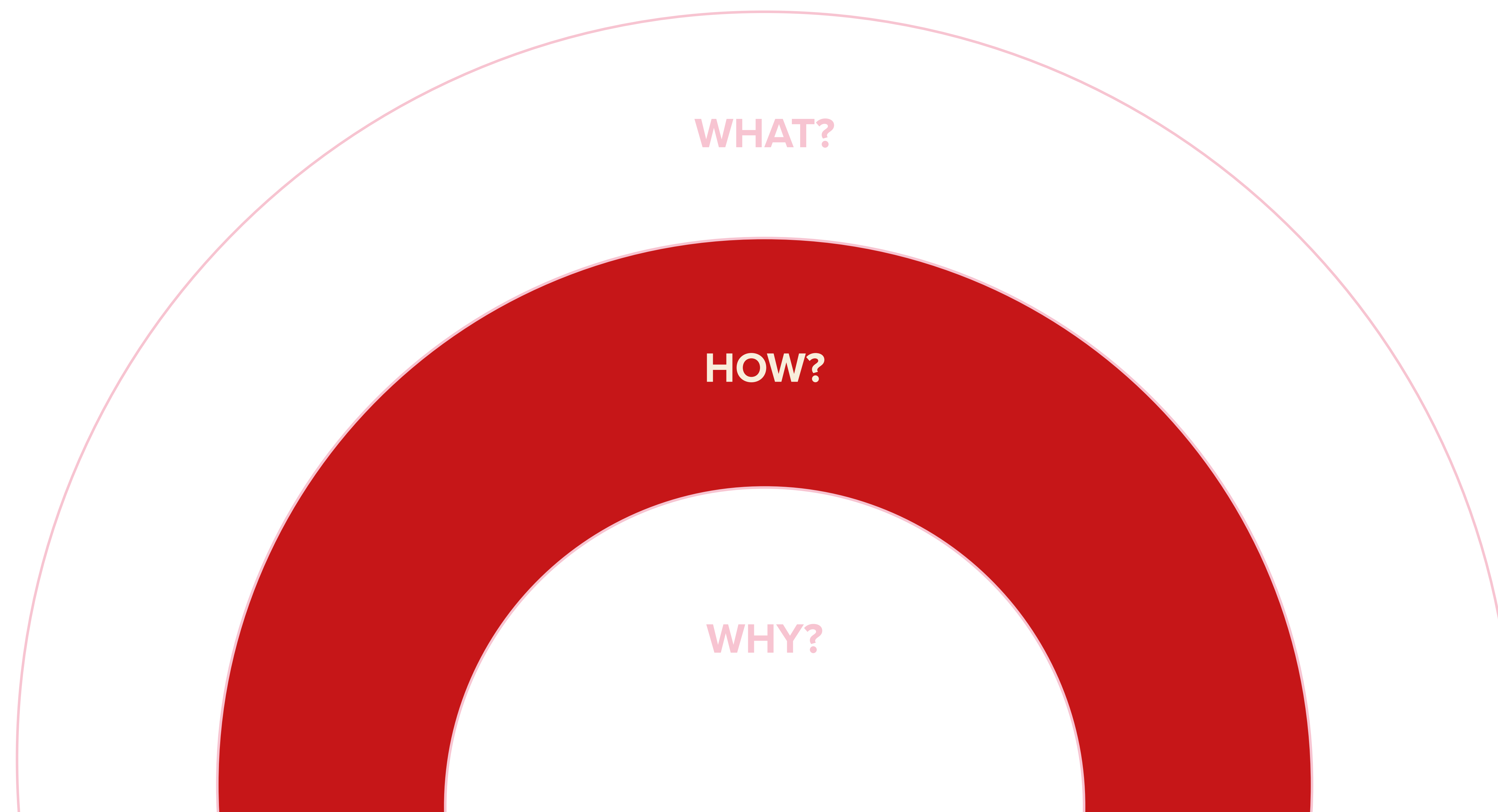
Vi skaber cirkulær mode, der giver nyt liv til eksisterende tøj og materialer.

Ved at forene håndværk, kreativitet og fællesskab gør vi bæredygtighed til noget sjovt, tilgængeligt og personligt.

Derudover tilbyder vi også basics i høj kvalitet lavet af bæredygtigt økologisk bomuld og hør.

How?

Vi giver tøj nyt liv gennem cirkularitet, håndværk og fællesskab — og supplerer med tidløse, bæredygtige basics.



The Big Why

What?

Vi tilbyder basics i høj kvalitet der er tidsløse, samt upcycled tøj der har fået nyt liv gennem maling, syning, patches, og visible mending, alt lavet i hånden lokalt. Derudover kan du komme forbi til vores RENEW workshop, hvor vi hjælper dig med et upcycle dit gamle tøj.

What?

Kvalitets-basics og unikt upcycled tøj — og en workshop, hvor du giver dit eget tøj nyt liv.

WHAT?

HOW?

WHY?

Moodboard Visuel identitet

BOLD

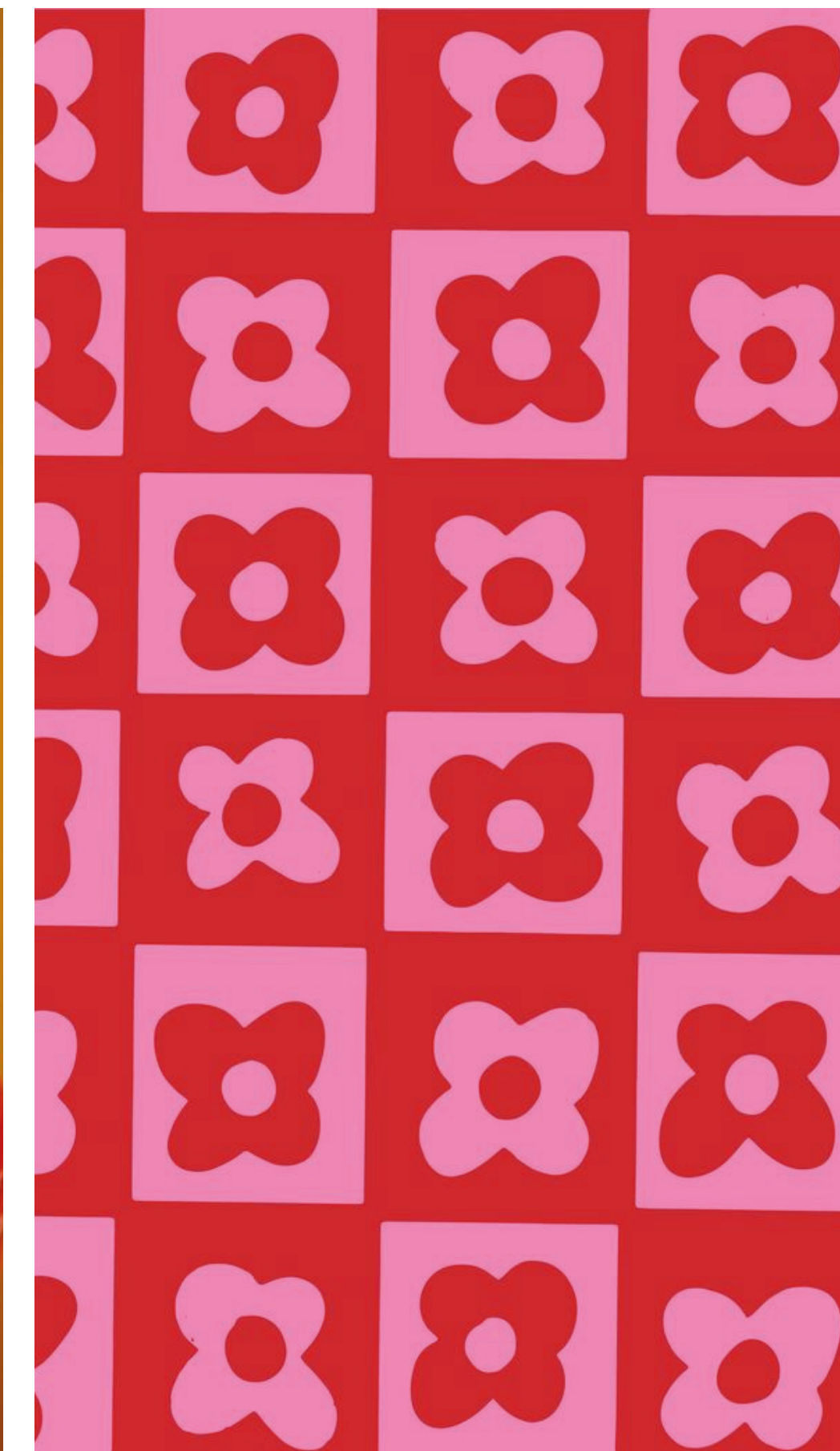
MESSY

Y2K

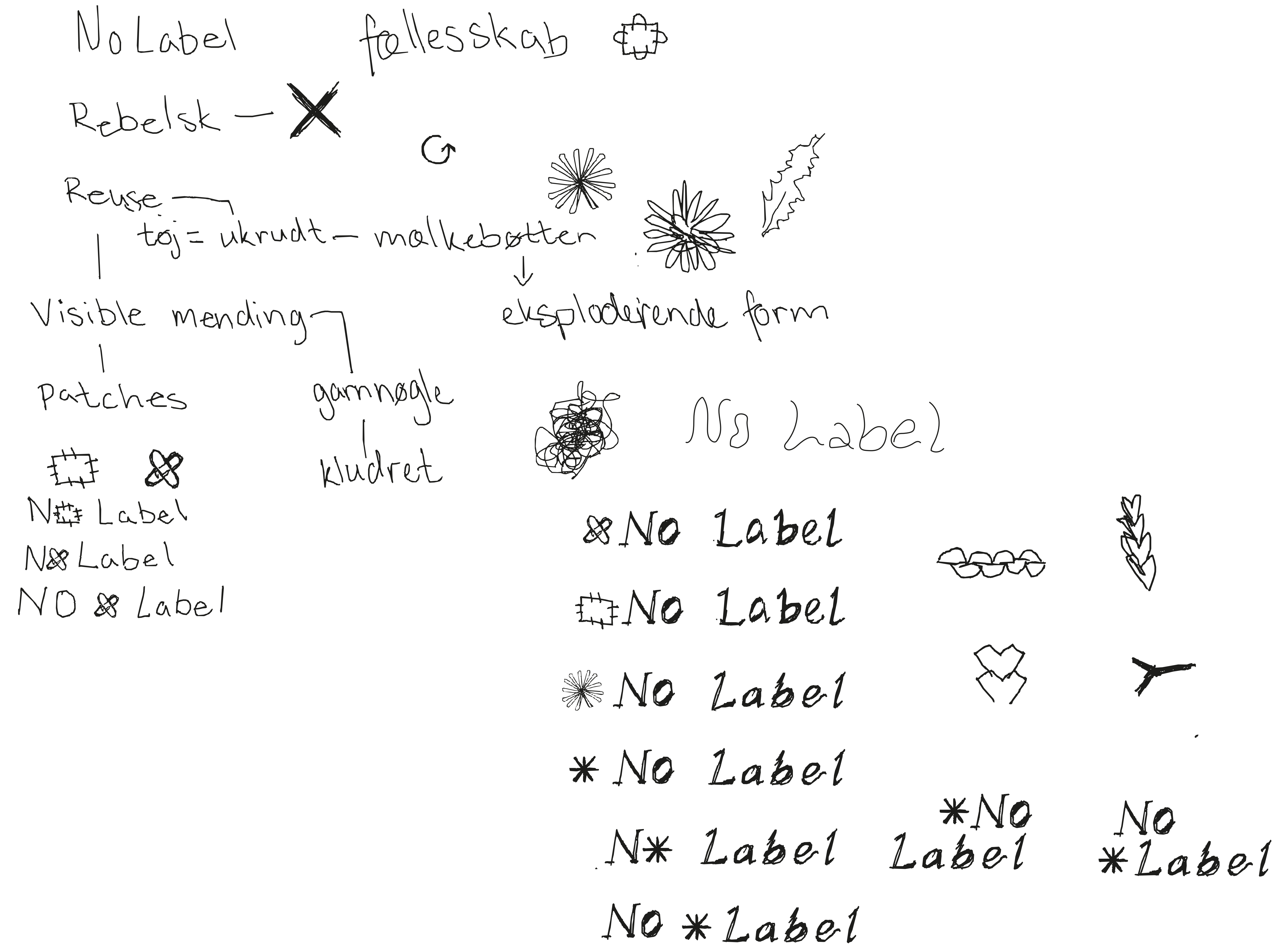
QUIRKY 60'IES

PSYCHEDELIC ERA

POST-MODERNISTISK



Logo skitser



Logo proces

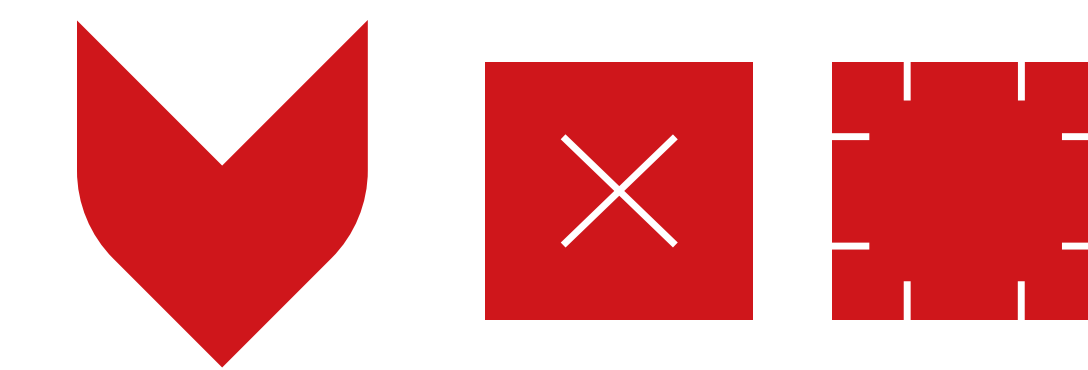
no No label No label
Label **abcd** No label ***No label***

No Label

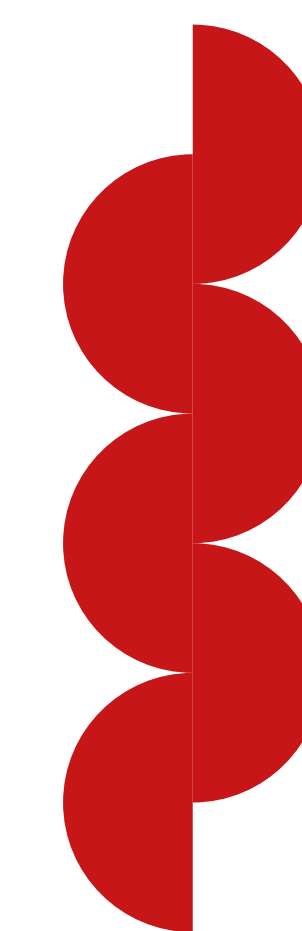
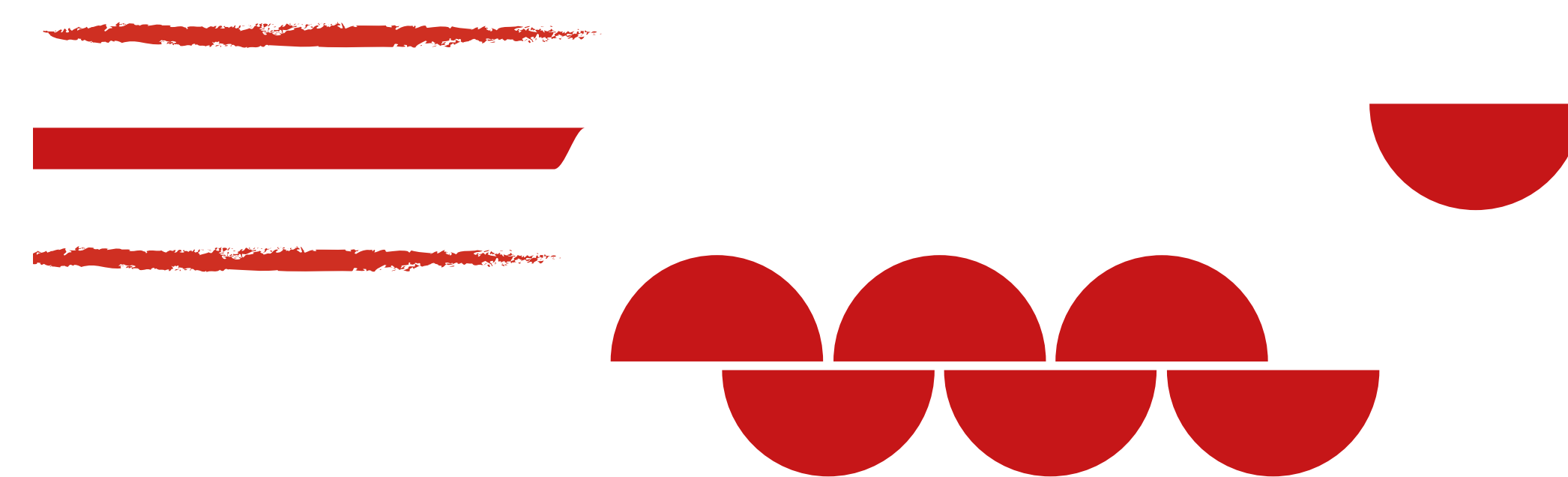
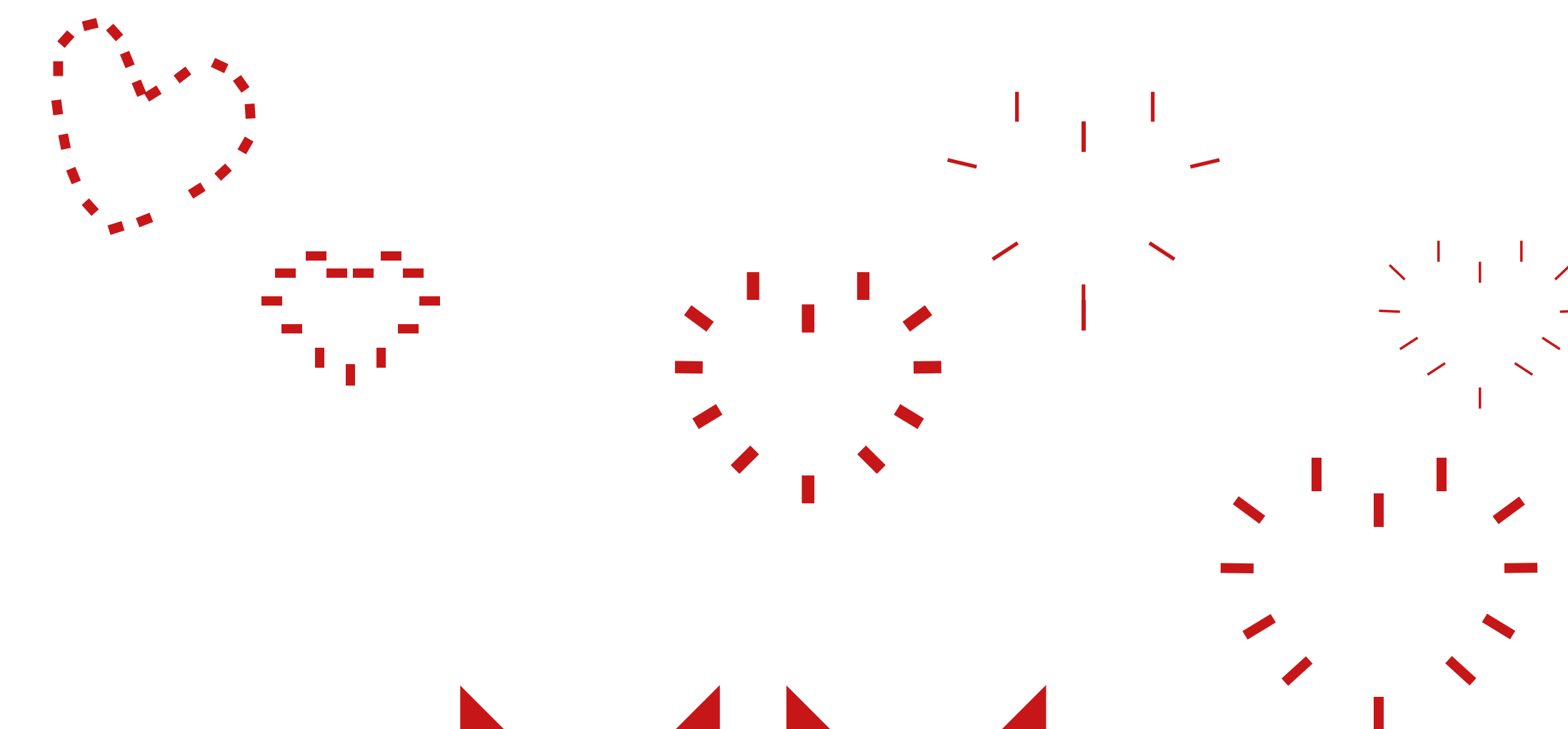
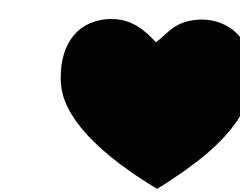
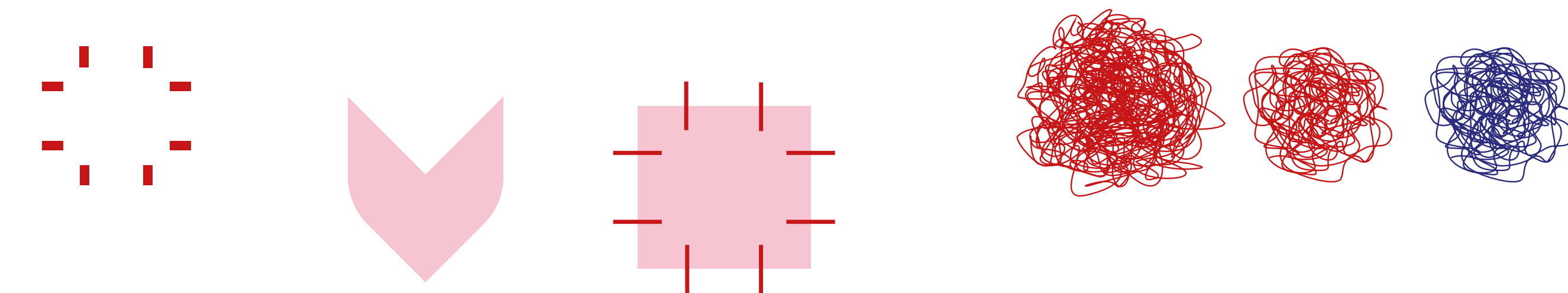
No Label **No label** **No label**

No Label

**No
Label** *No ♡ Label*



**No Label
No Label**



No label
NO LABEL
No label
No label
No label
No label

No Label

NO LABEL

No Label

⚠ No Label

■ No Label

▼ No Label

♥ No Label

 **No Label**

 **No Label**

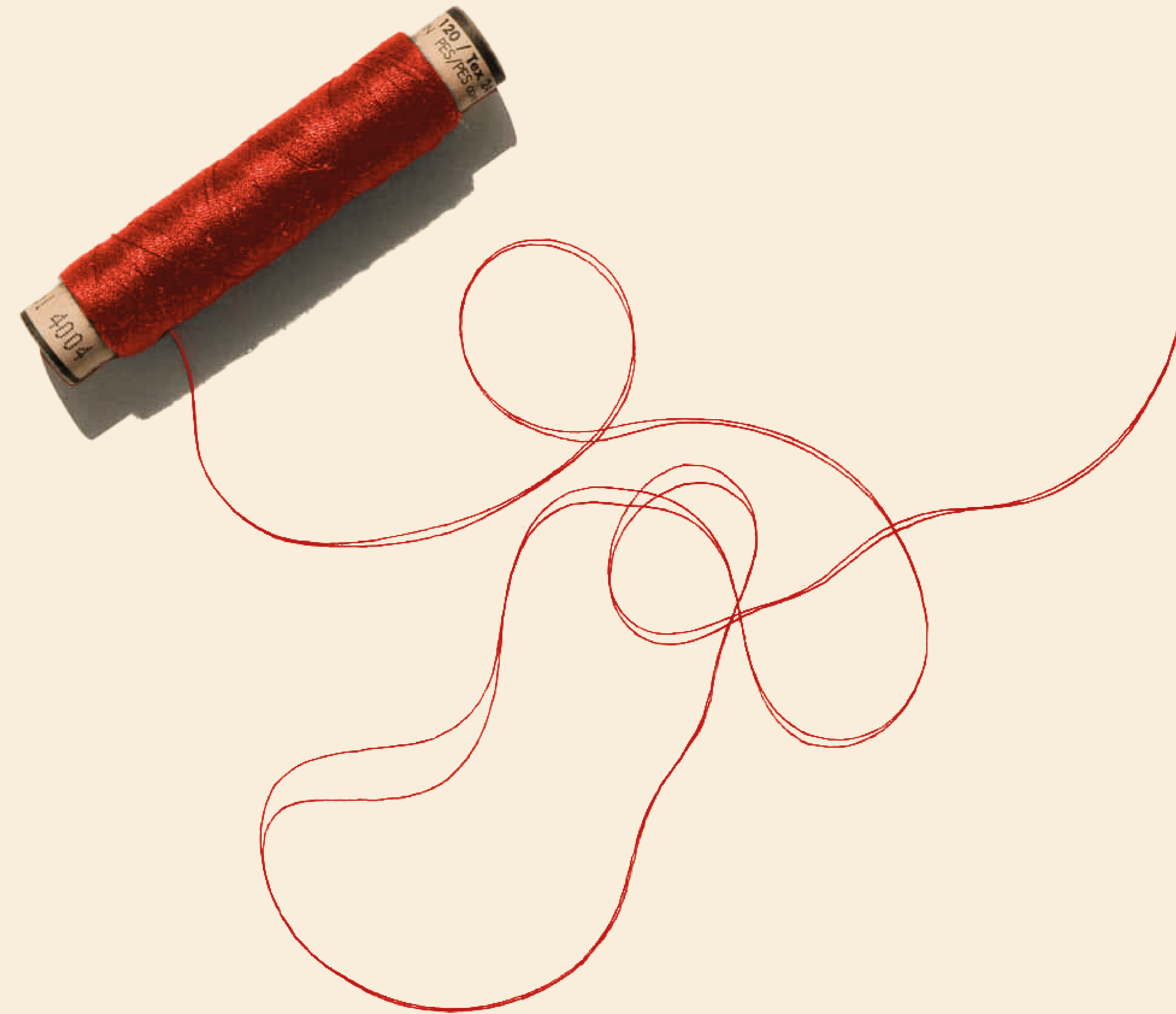
 No Label

Vision/koncept

NO LABEL DESIGNMANUAL

LUKKET FASE

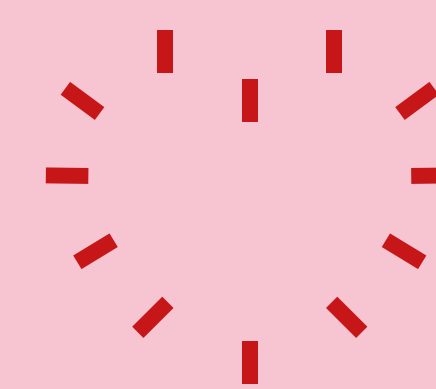
Logo, 3. element, grafiske elementer, farvepalette, typografi, billedstil og Tone of Voice.





Logo

NO LABELS logo har en let retrofølelse, med referencer til både vintage og post-moderne æstetik, hvilket giver logoet en unik karakter, der skiller sig ud. Formen på bogstaverne har bevægelse og energi, hvilket understøtter brandets ungdommelige, kreative og eksperimenterende identitet.



No Labels



Logo regler

Logoet kan bruges i brandets farvepalette samt sort/hvid ved behov.

Afhold altid minimum en respektafstand tilsvarende logoets "o" 1:1 hele vejen rundt.

LOGOVARIATIONER

No Label

No Label

No Label

No Label

No Label

No Label

No Label

No Label

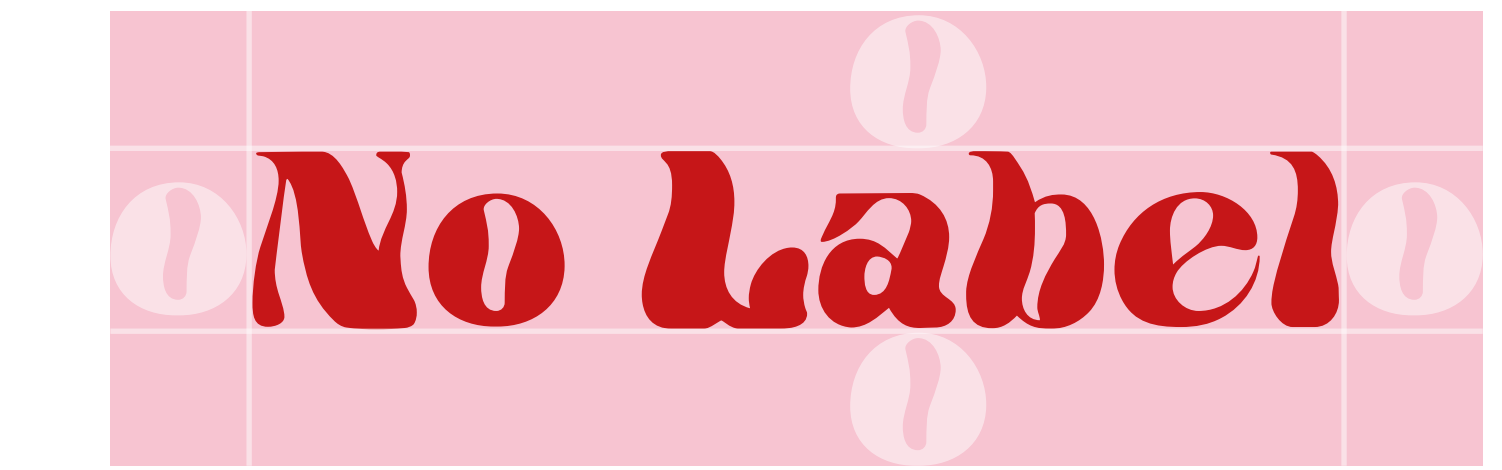
No Label

No Label

No Label

No Label

RESPEKTAFSTAND



OVERLAP

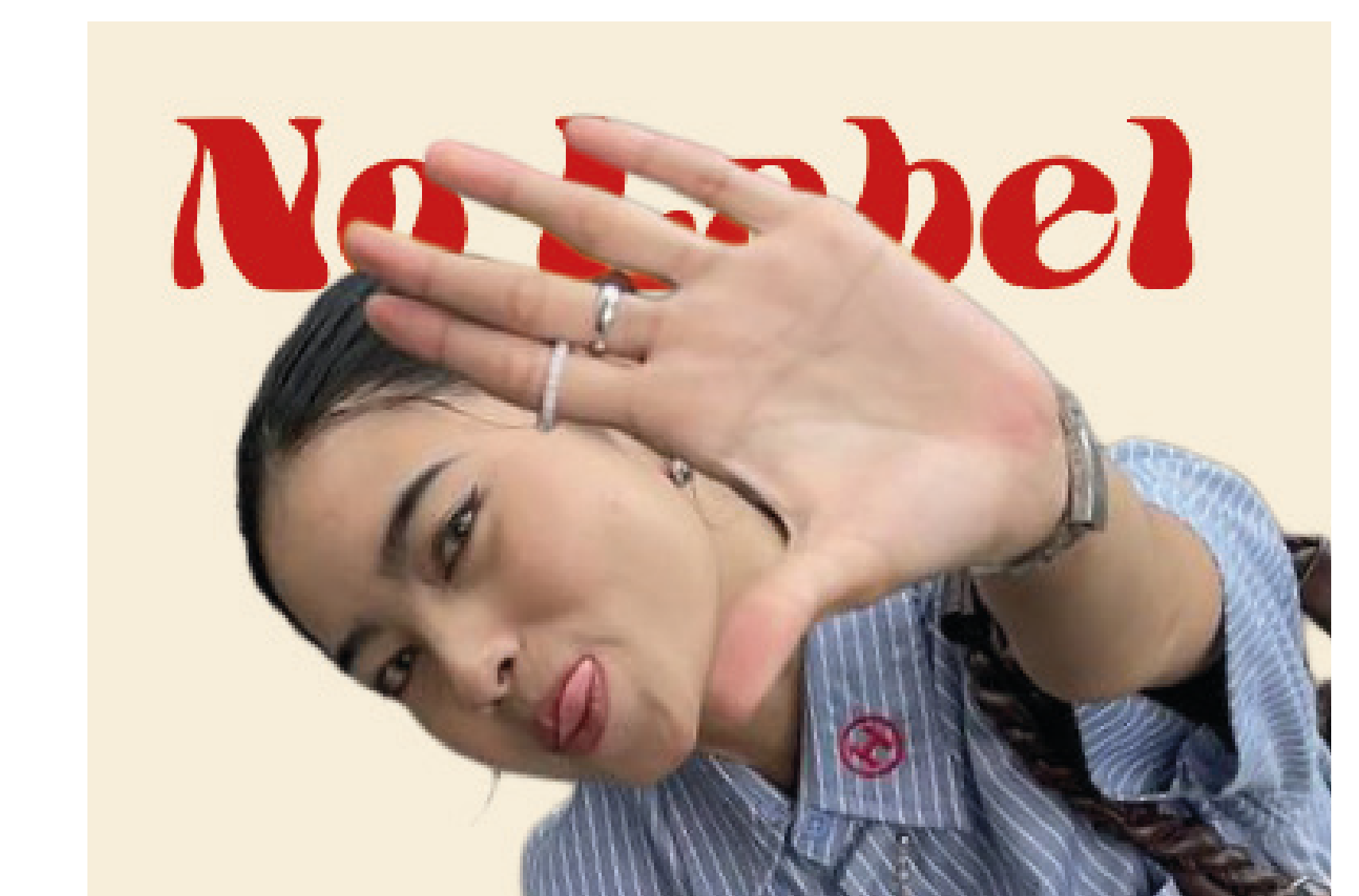


✓ OK
X DONT
✓ OK

OVERLAP EKSEMPLER



✓ DO



X DONT

3. element

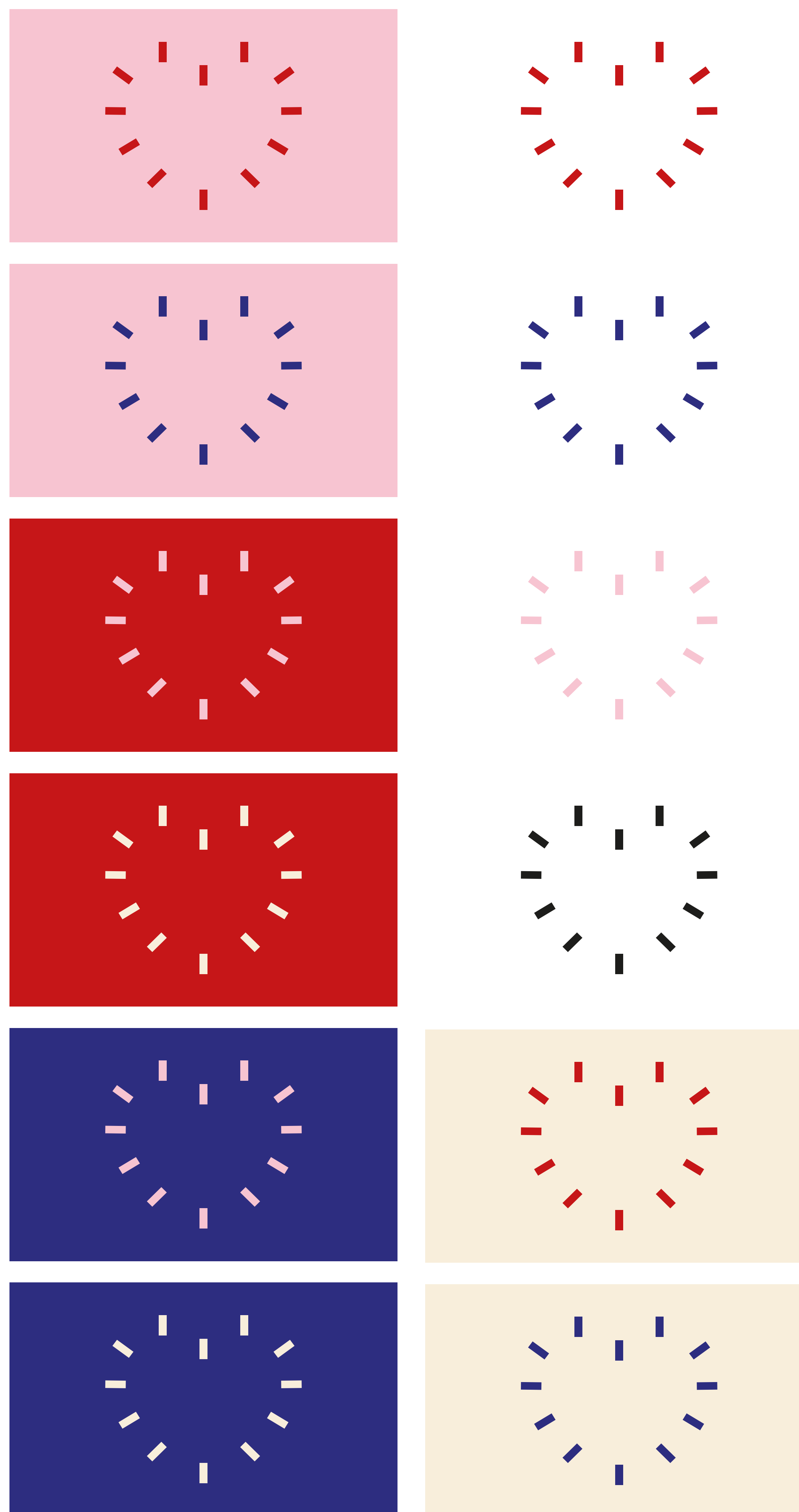
3. element, der kan bruges på skilte, emballage, sociale medier mm. og kan erstatte logoet, hvor det ikke kan bruges. Det symboliserer kærlighed, som både er for jorden og fællesskabet, NO LABEL kommunikerer, samt håndværk fra syningerne, der får det til at ligne et påsyet patch.

Det kan bruges i hele brandets farvepalette samt sort/hvid.

Hvis det benyttes sammen med logoet, skal det være samme farve som logoet, centreret og være udenfor logoet sikkerhedsafstand.

Størrelsen skal være 1:1 med logoets Versalhøjde.

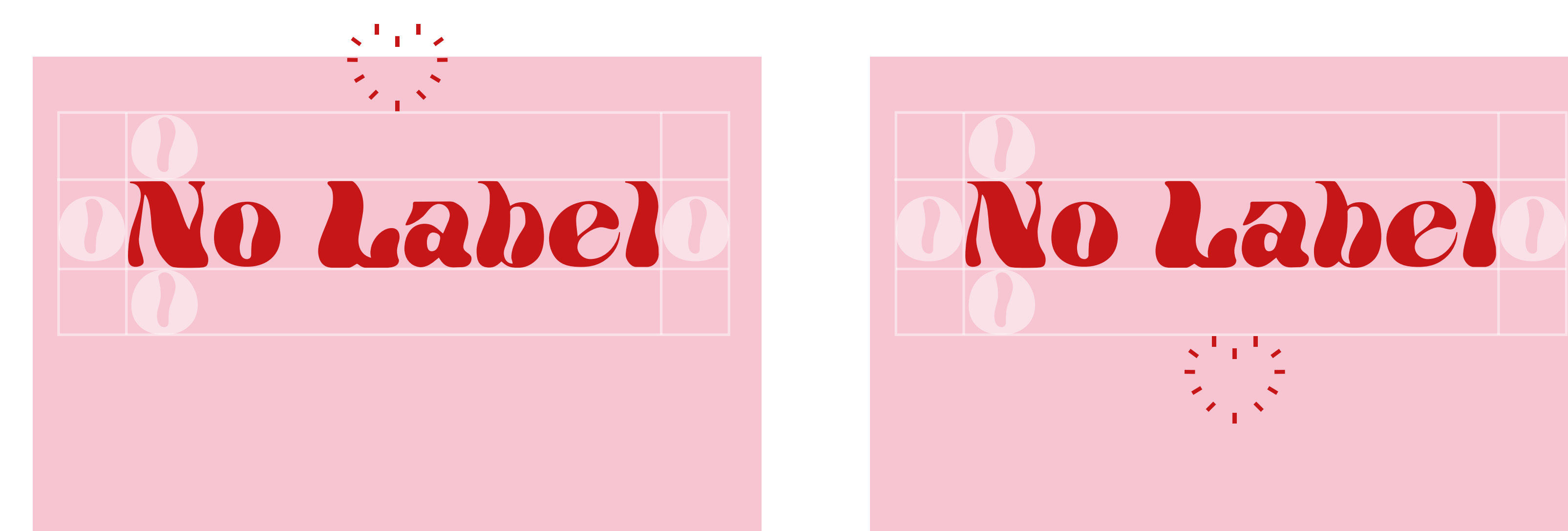
VARIATIONER



EKSEMPLER



RESPEKTAFSTAND IFT. LOGO



STØRRELSE



Grafiske elementer

No Labels' grafiske elementer er legende, håndlavede og uperfekte. Brug dem til at tilføje energi, personlighed og et collage-agtigt udtryk. Elementerne kan kombineres frit, så længe helheden føles spontan, kreativ og i bevægelse.



EKSEMPLER





Farvepalette

Farverne kombinerer energi, leg og varme og afspejler brandets kreative, selvsikre personlighed gennem et urbant og ungdommeligt postmoderne visuelt udtryk.

Det frarådes at bruge Dark Denim Blue og Chili Pepper Red sammen, da deres kontrast er for stor.

Vi anbefaler Bubblegum pink eller Merino Beige til fladfarve, da de er bløde og milde for øjene, med Chili Pepper Red eller Dark Denim Blue til grafik eller tekst for optimal kontrast og farvespil.

BUBBLEGUM PINK

HEX: #F9C4D1
RGB: 249, 196, 209
CMYK: 0, 32, 8, 0
PANTONE: 699 C

CHILI PEPPER RED

HEX: #C61000
RGB: 198, 16, 0
CMYK:14, 100, 100, 5
PANTONE: 3517 C

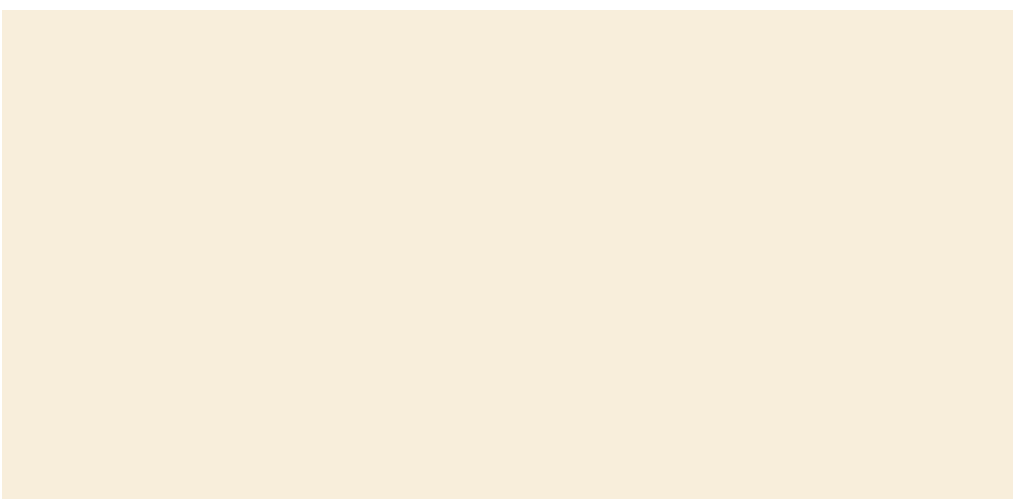
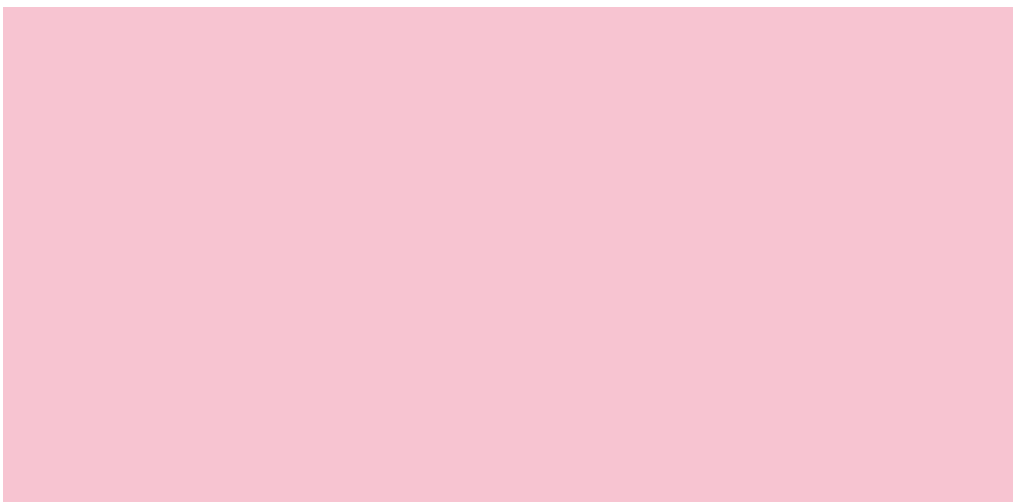
MERINO BEIGE

HEX: #F7EEDA
RGB: 247, 238, 218
CMYK: 4, 6, 18, 0
PANTONE: P 7-1 C

DARK DENIM BLUE

HEX: #271492
RGB: 39, 20, 146
CMYK: 100, 96, 7, 1
PANTONE: 2746 C

PROPORTIONER



Typografi

Til rubrikker og mellemrubrikker bruger vi Kepler Std, men når læsbarheden er ekstra vigtig, teksten er længere eller der ønskes et andet udtryk, kan Futura PT Book bruges i versaler.

Til brødtekst bruges Proxima Nova light, hvor venstrestillet eller venstre justeret kan bruges til længere tekster, og højrestillet ved korte linjer for at opnå en balanceret opsætning.

Til grafiske, korte ord eller tekster der skal have et håndlavet udtryk, kan CHAWP bruges.

*Kepler Std Medium
Extended Italic Subhead*

*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 Ww Ææ Øø Åå
! ? . , : ; ‘ “ () [] { } — — — _ / \ | @ # \$
% ^ & * + = < > ~ `*

Futura PT Book

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 Ww Ææ Øø Åå
! ? . , : ; ‘ “ () [] { } — — — _ / \ | @ #
\$ % ^ & * + = < > ~ `

Proxima Nova Light

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 Ww Ææ Øø Åå
! ? . , : ; ‘ “ () [] { } — — — _ / \ | @ # \$
% ^ & * + = < > ~ `

CHAWP

A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z W Æ Ø Å
! ? . , : ; ‘ “ () * ☺ — — — — / \
! @ # \$ % ^ & * + = < > ~ ← / \

Billedstil

No Labels billedstil er legende, ung og autentisk. Billederne skal føles ægte og spontane – med fokus på mennesker, NO LABEL fællesskabet og personlighed.

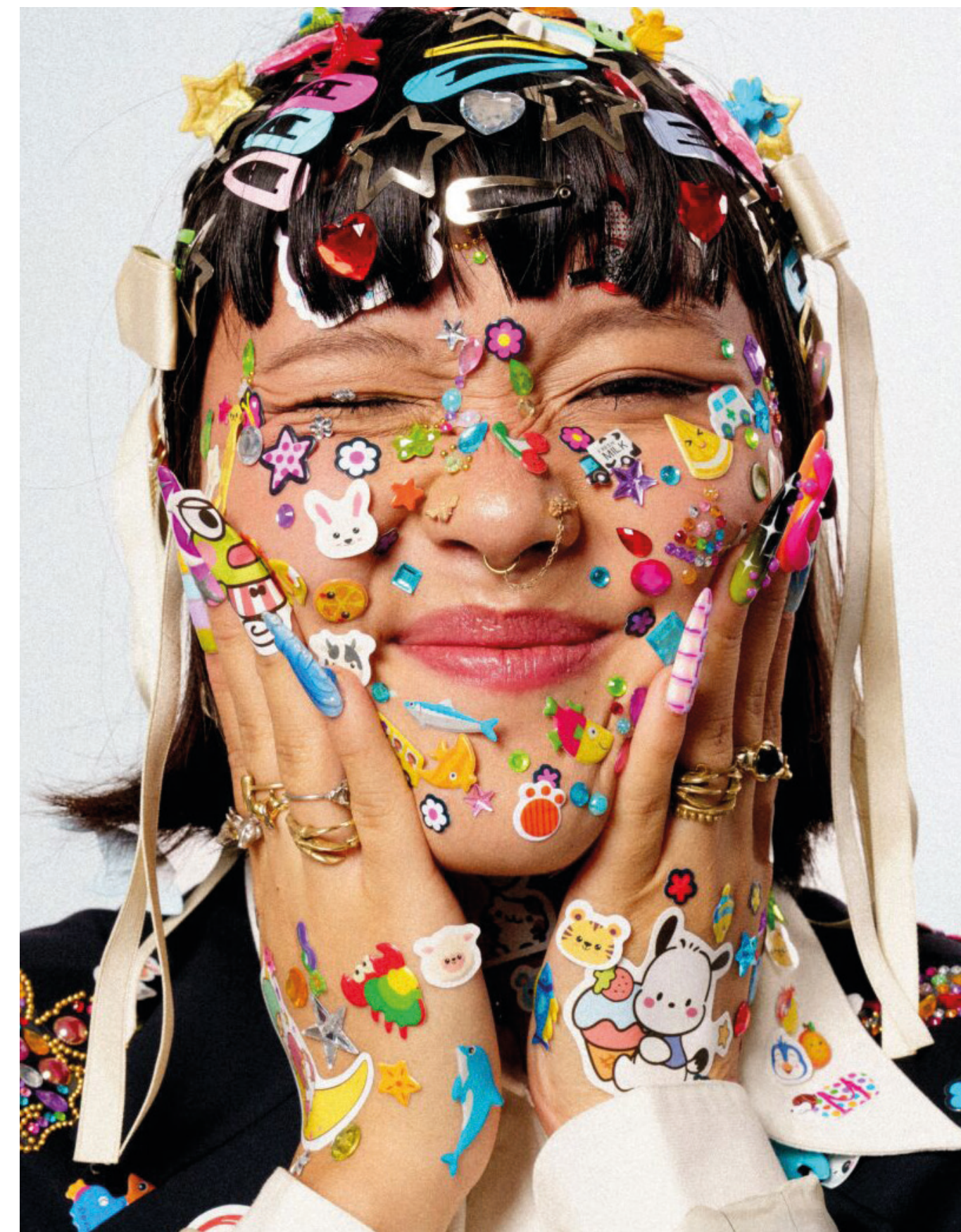
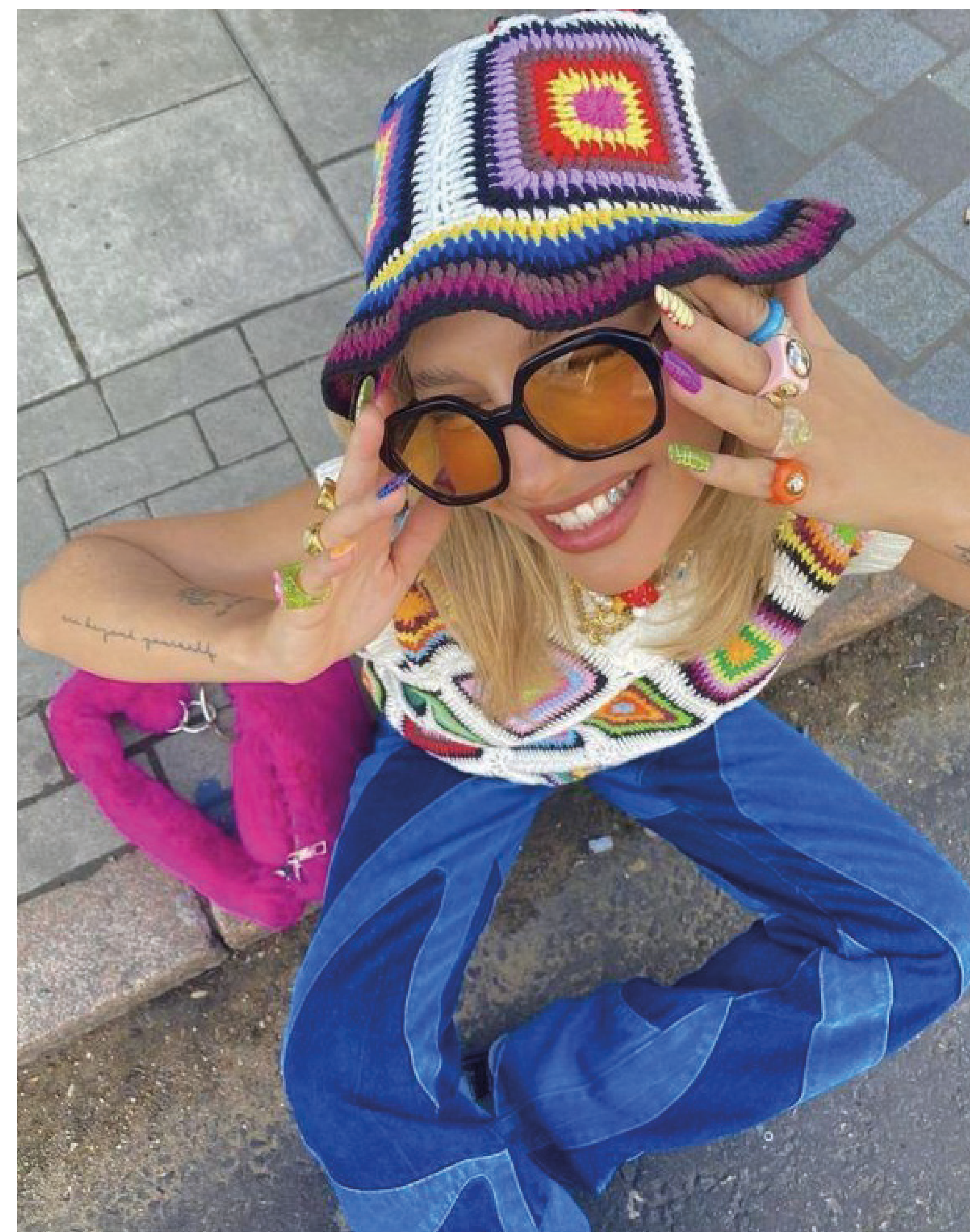
Udtrykket er uperfekt og i øjenhøjde, præget af klare farver og en energisk, kreativ vibe. Billederne må gerne være rå og lidt kaotiske, altid med fokus på individuel stil og glæden ved at udtrykke sig gennem tøj.

BOLD

MESSY

COMMUNITY-ORIENTED

EMPOWERING



Tone of voice

No Labels taler med et ungt, selvsikkert og legende udtryk. Tonen er personlig, humoristisk og altid i øjenhøjde. Vi skriver ærligt, lidt frækt og med et kreativt twist – uden at være perfekte eller polerede.

Sproget hylder individualitet, genbrug, fællesskab og modet til at gøre tingene på sin egen måde. Vores stemme opmuntrer, guider og giver et lille smil på vejen.

PERSONLIG

SELVSIKKER

KREATIV

OPRØRSK MOD FAST FASHION

UNGDOMMELIG

OPFORDRENDE

AUTENTISK

EKSEMPLER

Hey — thanks for choosing something real.

You're holding a piece made to be lived in and kept out of the waste stream. At NO LABEL, we blend streetwear, everyday basics, and one-of-a-kind upcycled finds — all built for expression, not perfection.

Some pieces are reworked by hand, some vintage, some clean organic cotton. All made to last and made to let you do your thing.

Thanks for being part of a community that makes, remakes, and wears what feels real.

Say hello to your new upcycled favorite!

I've got at least three more lives in me — please don't waste my dramatic potential.

Dare to change it up. #NOLABEL

UPCYCLED STYLE
STARTS HERE

No Label

Made with love

(AND THREAD)

This piece has lived a little — now it gets to live with you.

Welcome to NO LABEL.

*This is an original,
just like you*

No Label

CONFIDENCE
ISN'T LOUD.
IT'S THE QUIET
CHOICE TO WEAR
WHAT FEELS LIKE
YOU.



We believe you should wear what you want to wear.

NO LABEL offers a wide range of renewed clothes through recycling as well as upcycling.

*Built for
expression, not
perfection*

NO LABEL is for you, who believe good things are worth keeping, fixing, and passing on.

Thanks for keeping the cycle going!

No Label

Come hang out, make things,
remake things.
www.nolabel.com
@nolabel | #nolabel

Hey — thanks for choosing something real.

You're holding a piece made to be lived in and kept out of the waste stream. At NO LABEL, we blend streetwear, everyday basics, and one-of-a-kind upcycled finds — all built for expression, not perfection.

Some pieces are reworked by hand, some vintage, some clean organic cotton. All made to last and made to let you do your thing.

Thanks for being part of a community that makes, remakes, and wears what feels real.

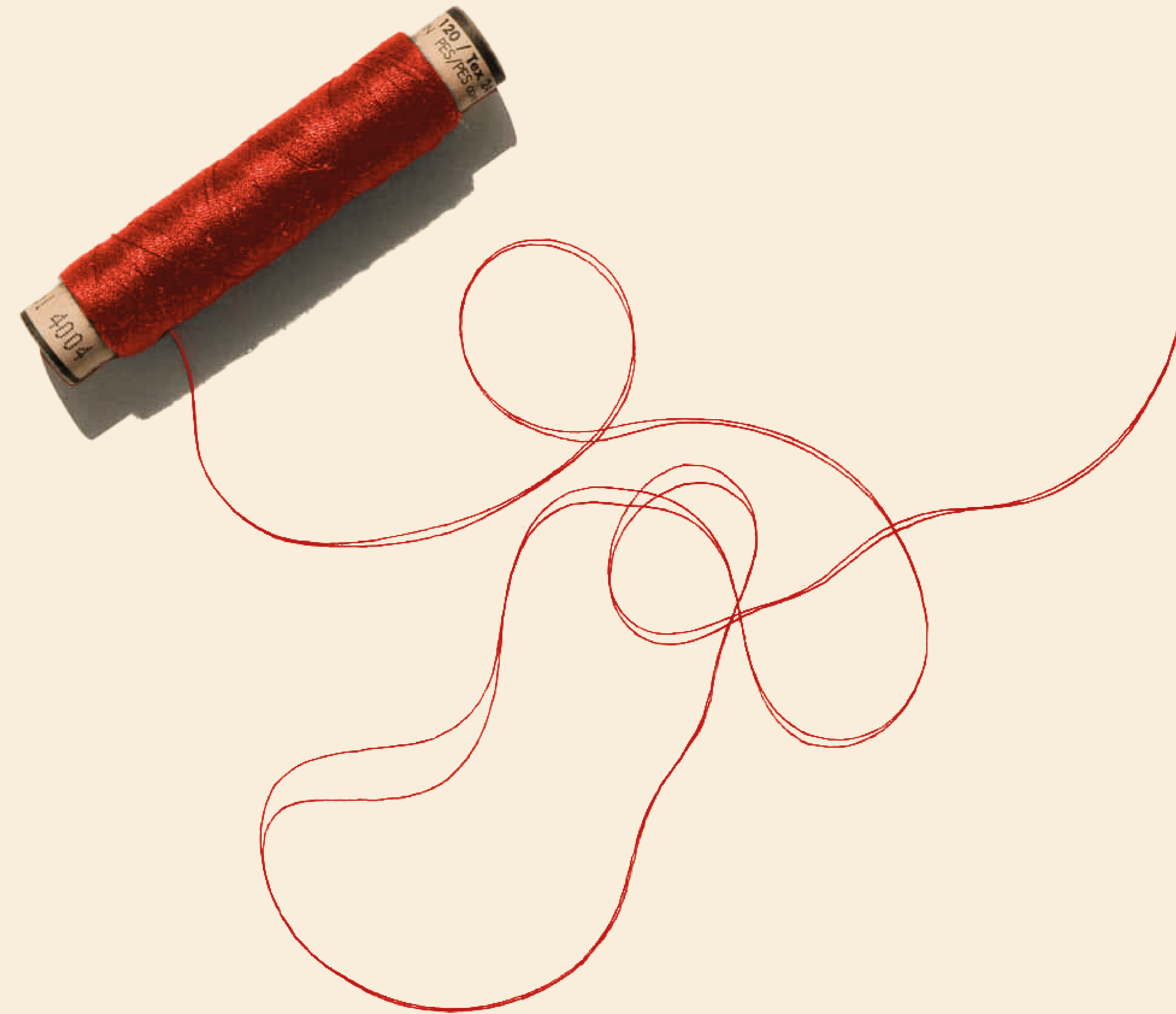
FIND MORE REWORKED PIECES AT
WWW.NO LABEL.COM

Develop

UDVIKLE OG AFPRØVE

ÅBEN FASE

Produktion af grafiske produkter; katalog, skilte, busbanner, hangtags og emballage.



Moodboard Upcycled collection

CIRCULAR DESIGN

MIX YOUR OWN STYLE

UNEXPECTED

BASICS

STRIPES

RENEW

UPCYCLED



Moodboard Basics collection

BASICS

BAGGY

ADJUSTABLE ONESIZE

LAYERS

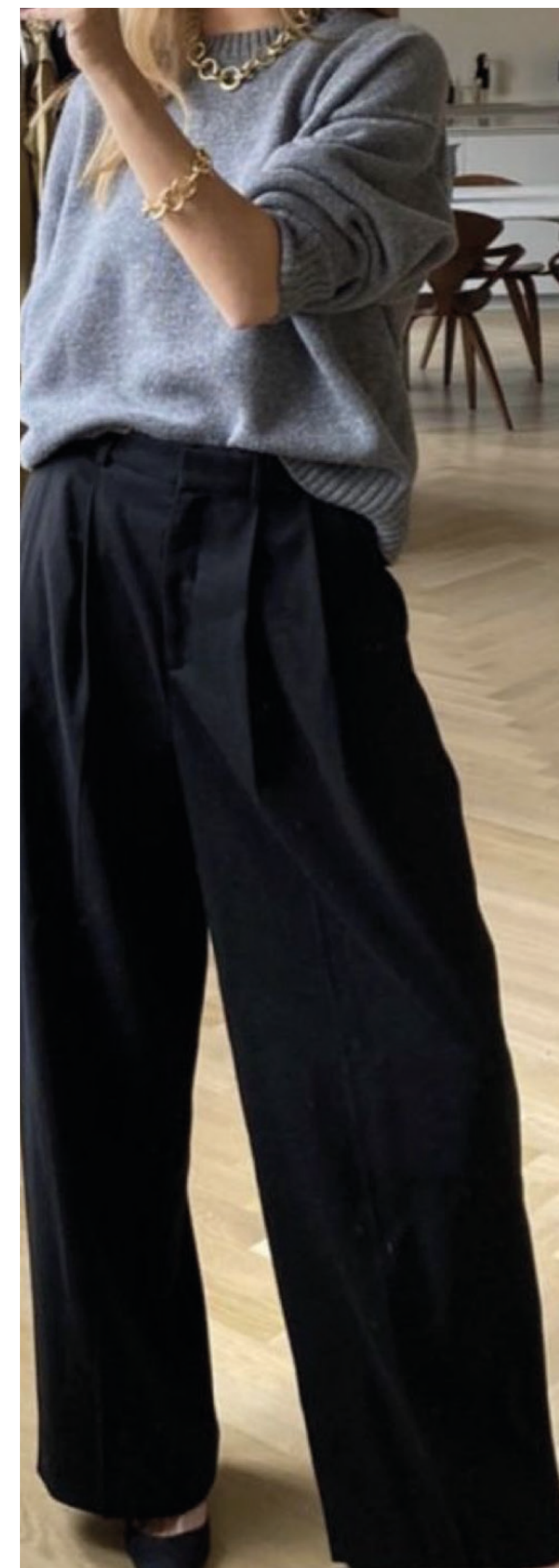
SIMPLE FARVER

HØR

GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD
CERTIFIED ORGANIC COTTON

NO UNREMOVABLE LABELS OR LOGOS

STATEMENT PIECES FROM QUALITY
CLOTHES



Moodboard Workshop

ÅBENT FOR ALLE

INKLUSIVT

DELE VIDEN

HANGOUT SPOT



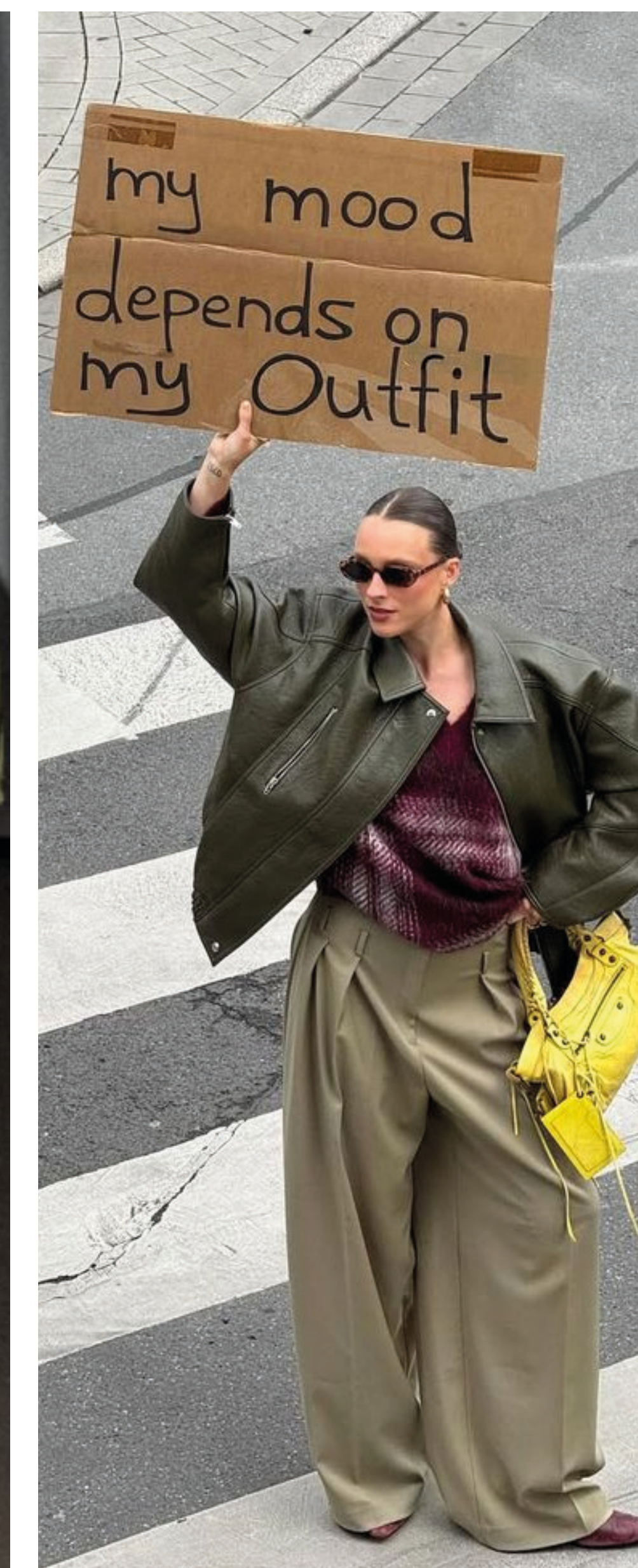
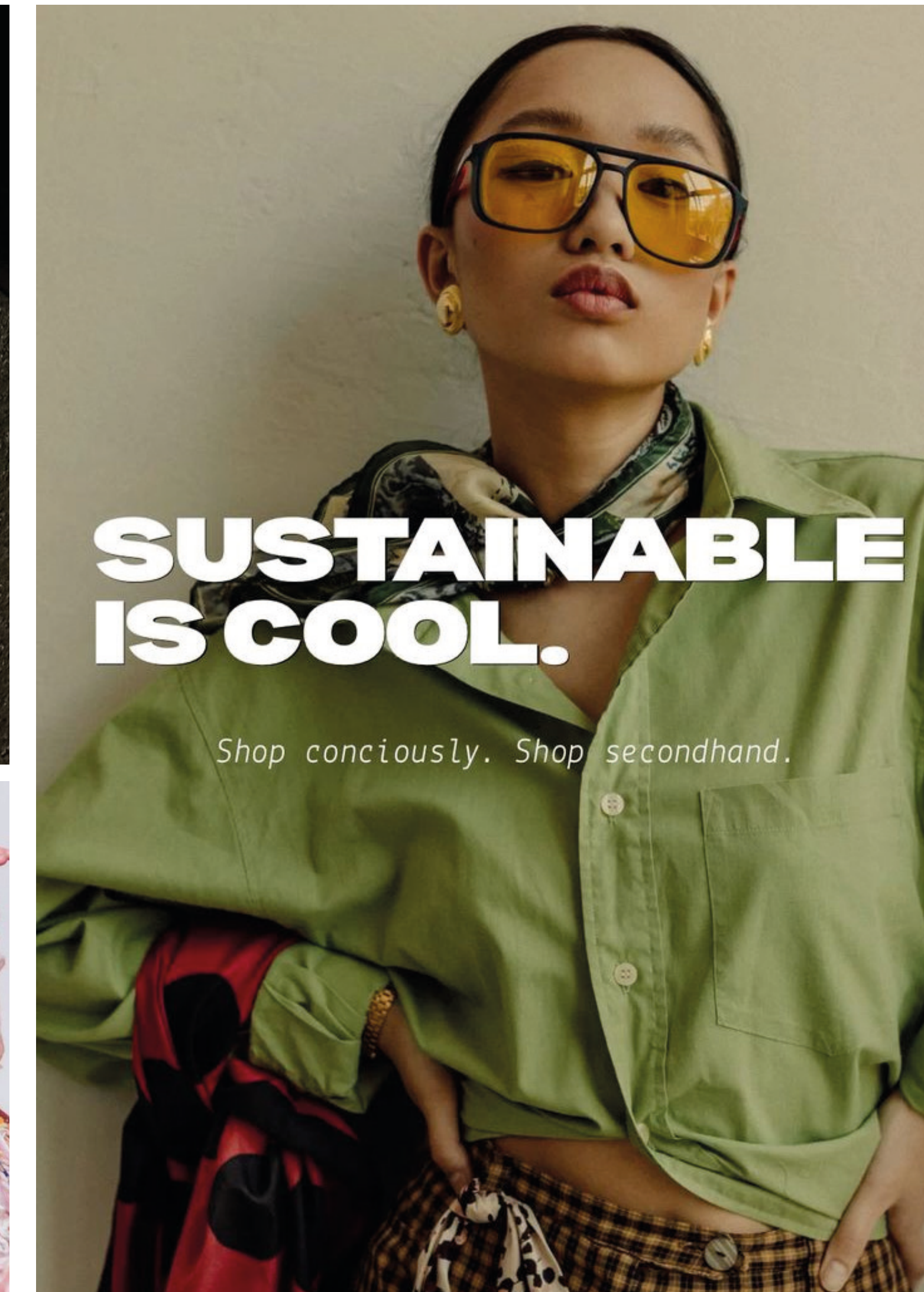
Moodboard Sociale medier

BOLD

MESSY

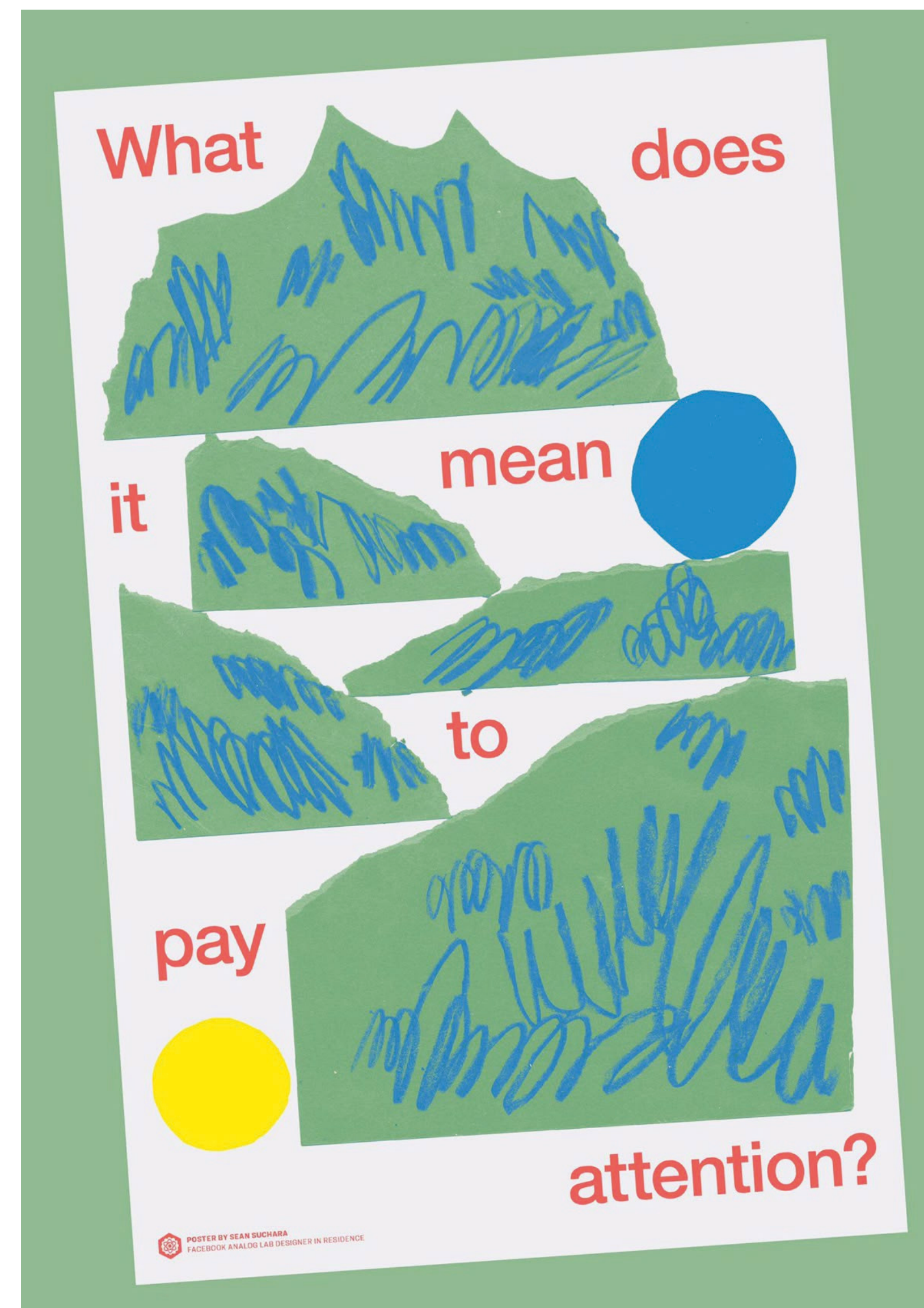
COMMUNITY

EMPOWERING



Katalog moodboard

BOLD
MESSY
Y2K
DIY



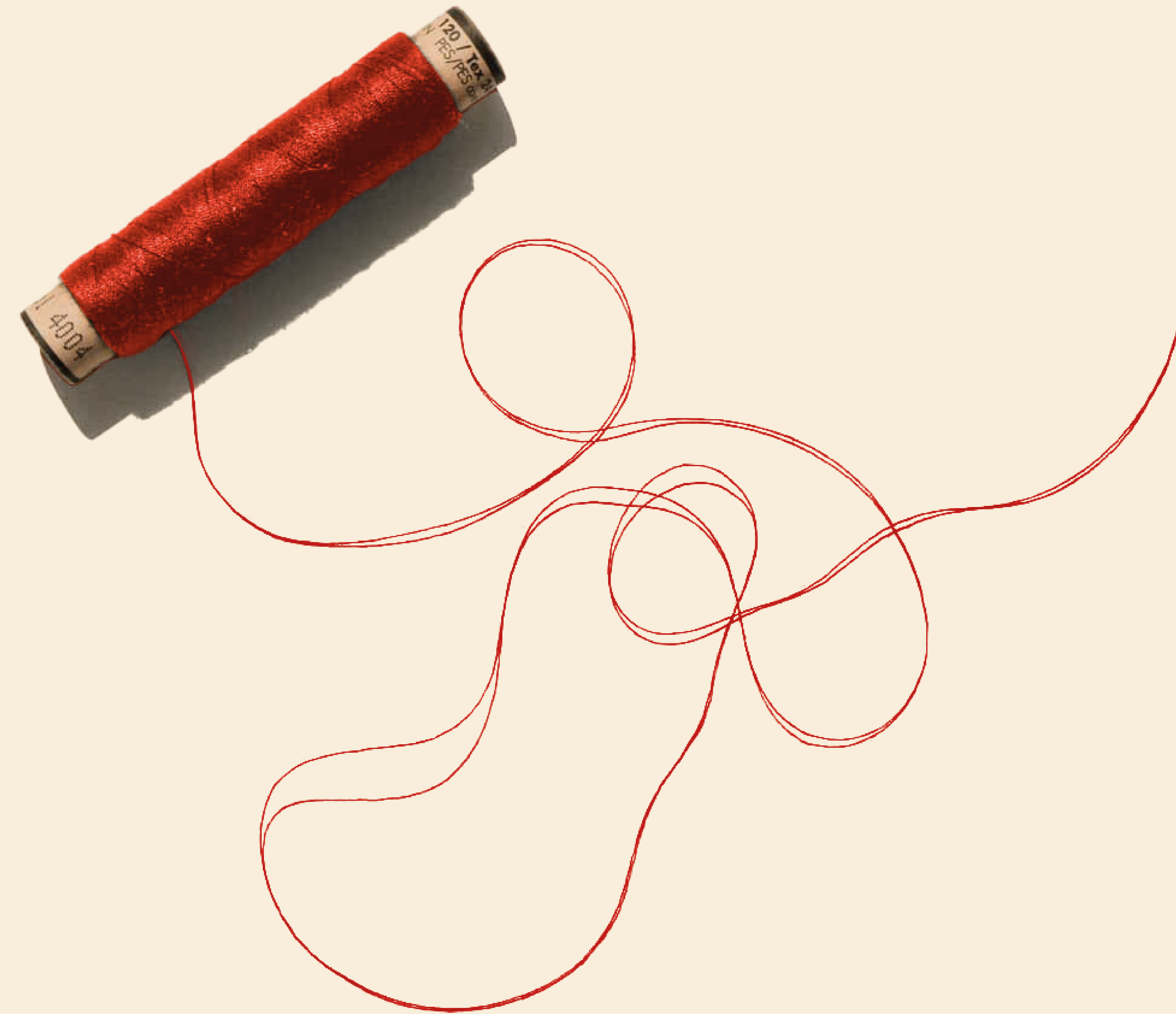
Deliver

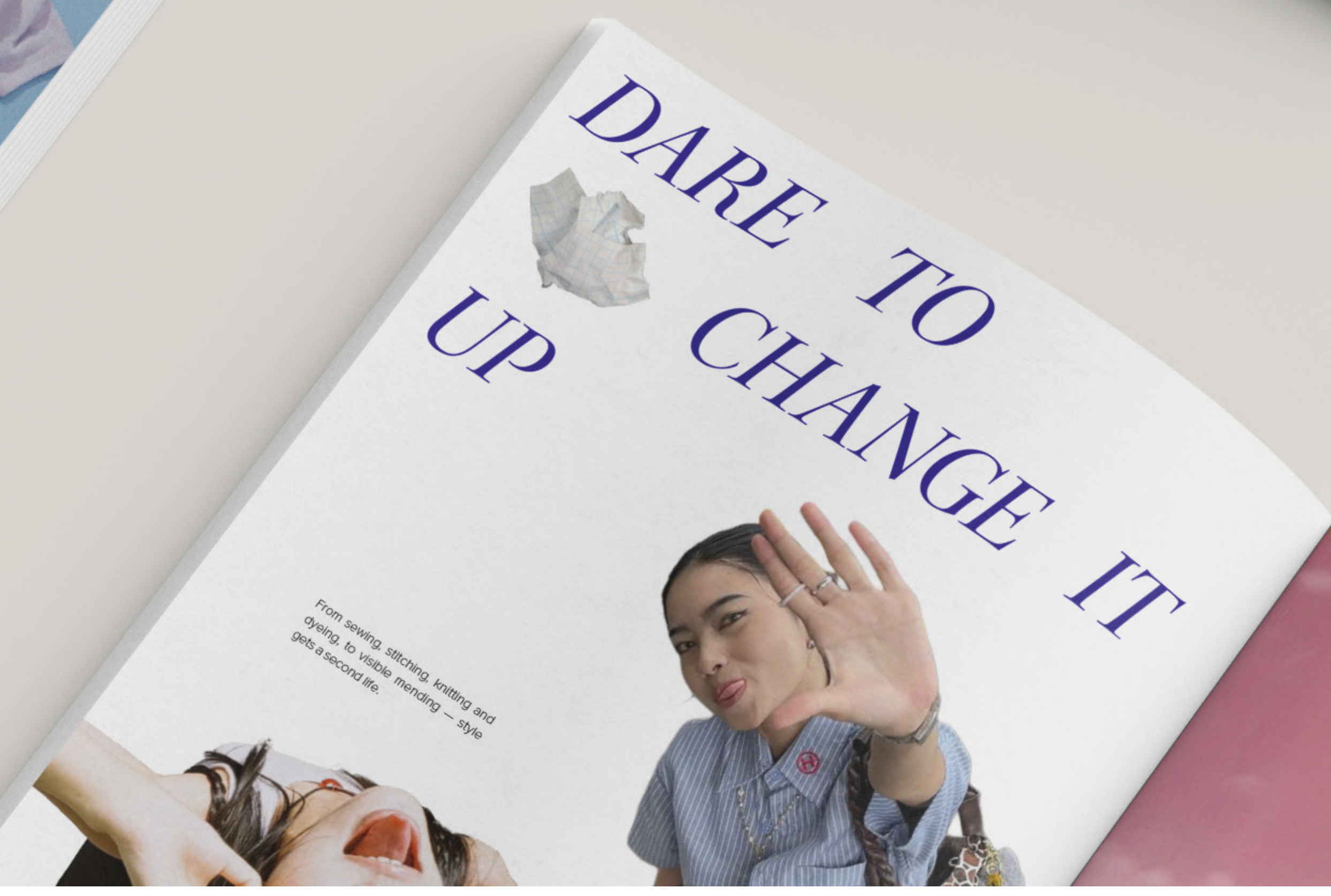
FÆRDIGE PRODUKTER

LUKKET FASE

Katalog, skilte, busbanner, hangtags og emballage.

OBS: DER SKIFTES MELLEM DEVELOP (ÅBEN) OG DELIVER (LUKKET) FASE
FOR AT VISE BÅDE PROCES OG RESULTAT VED HVERT PRODUKT





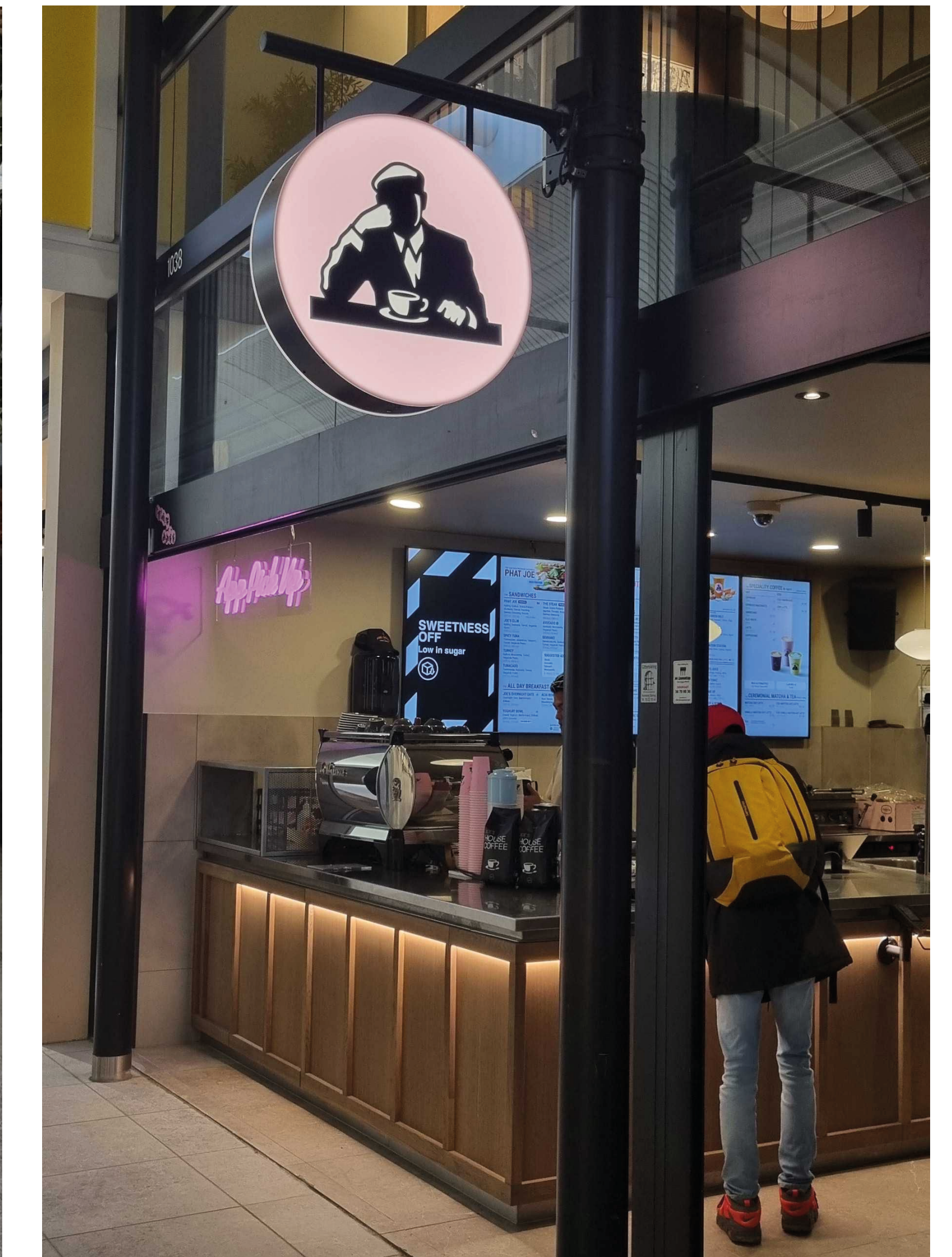
Skilte field research

LIGHT SIGNS

A-SKILT

FACADEBANNER

GULVSKILT



Skilte

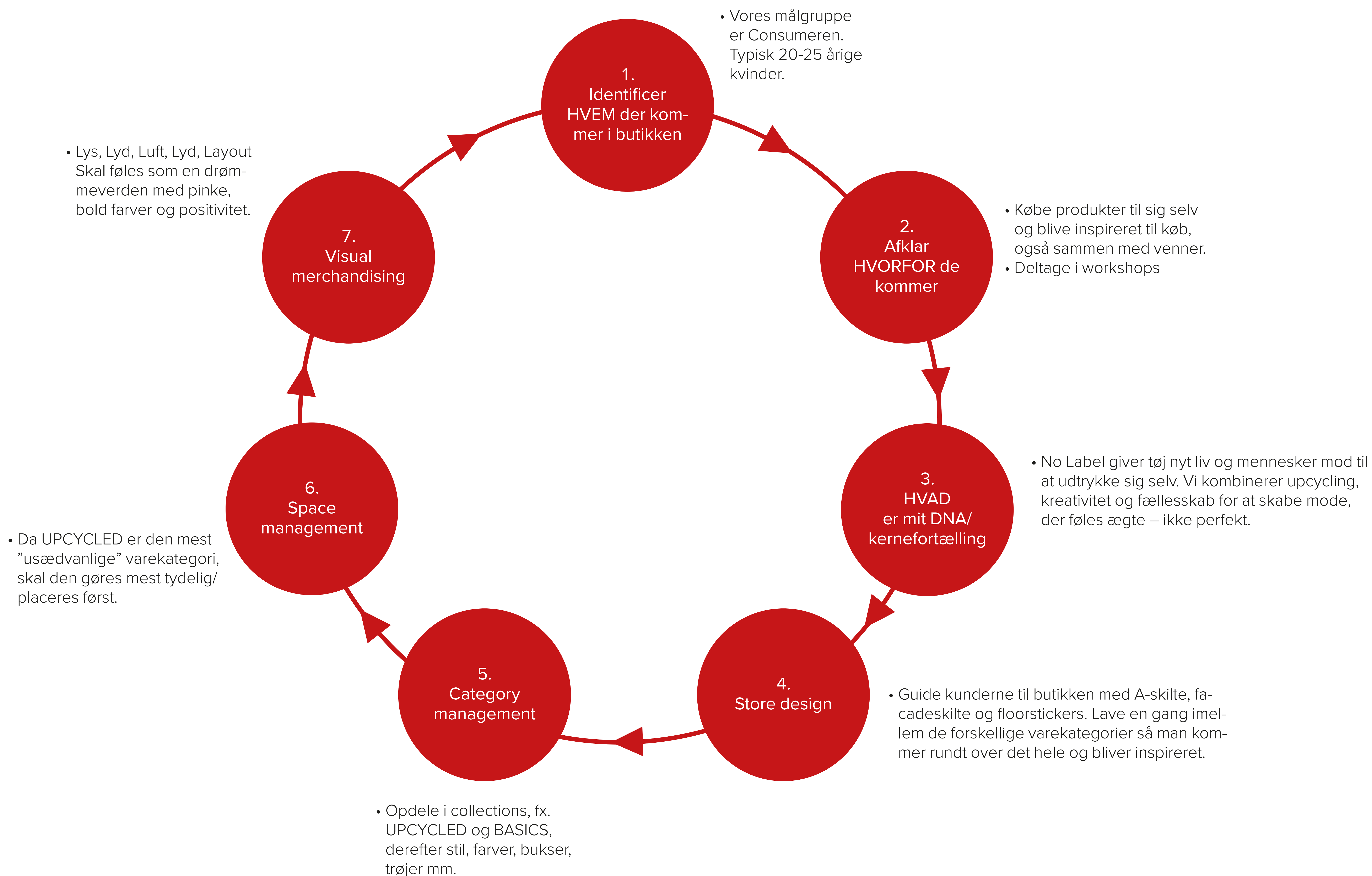
De 7 trin til optimering af butiksindretning

Før vi producerede skiltene, arbejdede vi systematisk med modellen “De 7 trin til optimering af butiksindretning”.

Dette hjalp os med at:

- Forstå kundens bevægelser og adfærd i butikken
- Forstå, hvor kunderne kigger hen, og hvordan de bevæger sig i butikken.
- Planlægge hvor skilte vil have størst effekt.
- Skabe en rød tråd mellem budskab, placering og formål af skiltene.

Jeg brugte modellen til at planlægge hvilke typer skilte jeg skulle udvikle, og hvor de skulle placeres (fx facadeskilte, A-skilte, kollektionsskilte, udhængsskilte,



Skilte

A-SKILT

HÆNGENDE LOFTSKILT

GULVFLIE

UDHÆNGT LYSSKILT M. FOLIE

KATEGORISKILT

LIGHTBOX FACADESKILT



AIDA Busbanner

Bold, feminine farver og billede der træder frem med stor kontrast til storbyen

Sloganet "DO GOOD. LOOK GOOD." vækker nysgerrighed og interesse for hvordan de kan gøre det samme.

Den legende, frie og farverige stemning vækker lyst til at lære brandet at kende og blive en del af samme kreative, positive univers.

Den klare brandplacering og @NOLABEL-opfordringen inviterer folk til at besøge brandet online og udforske kollektionerne.

ATTENTION

INTEREST

DESIRE

ACTION



Busbanner



BUS - BAGENDE

SOLARIS 12 m.
FORMAT STØRRELSE (HxB) 190 x 245 cm.

De gule felter skal være fri for tekst.

De sorte felter må der ikke side folie pga. vigtige informationer.

Printet skæres væk bag den røde streg.

Bemærk! Der må og kan ikke side folie på gummlister, lygter, reflekser, luftkanaler og lign. Der må ikke være tekst 5 cm fra alle udskræringer.

The yellow squares must not contain text.

The black squares must not contain foil.

All foil outside the red line will be cut away.

Note: It is not possible to mount foil on rubber, carlights, reflexes, air channels etc. and there has to be 5 cm from the text and where the foil will be cut away.



Hangtags moodboard

Der skal laves minimum 3 hangtags til tøj, der udstråler NO LABELS udtryk og værdier.



Hangtags

Her vises de 4 samlede, færdige hangtags.

Første hangtag er ren branding og blikfang med det udstansede NO LABEL logo i pink og hvid, som minder om barbie og Y2K stilen.

Andet hangtag er et hjerte der forklarer varen er originalt med en kærlig og ungdommelig tone of voice i øjenhøjde med kunden. Bagsiden af hjertet forklarer en smule mere om denne tøj collection.

Det tredje hangtag er rødt som står mere frem, hvor label med pris, størrelse, stregkode osv. skal på. Dette gør det nemmere for kunden at finde det de skal bruge, som typisk er pris og størrelse.

Den fjerde hangtag er i NO LABELS Merino Beige med en anderledes bølgeformet udstansning i bunden, som er inspireret af

REFLEKTION: Lave 4. label af blomsterfrø papir så det har et 2nd use.



NO LABEL

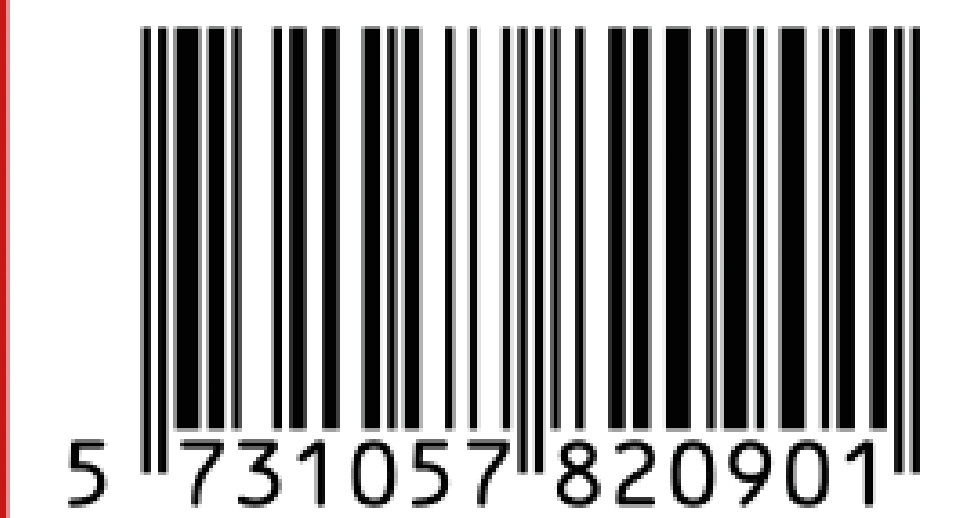
*This is an original,
just like you*

No Label

Our UPCYCLED collection
is made from reclaimed
clothing and scraps, making
each piece **unique**.

No Label

BASICS COLLECTION
COTTON SHIRT
XS (S) M L XL
249 DKK



*We believe in
improving lives
through circular
fashion*

By purchasing this product
instead of a regular t-shirt,
you've just saved up to:

☁ 30% of CO2 emissions

💧 95% of water usage

🔌 30% of energy consumption

Minimise your impact even more
by keeping this product as long
as possible and by returning it to
us when you've worn it out.

Find out more at
[NOLABEL.com/circular](https://nolabel.com/circular)

Emballage moodboard

LILLE GAVEÆSKE

KOMPAKT KONVOLUT

TALER DIREKTE TIL KUNDEN

SMÅ GAVER/OVERRASKELSER



Emballage proces

Når varen sendes til forbrugeren, så forsvinder den menneskelige kontakt.

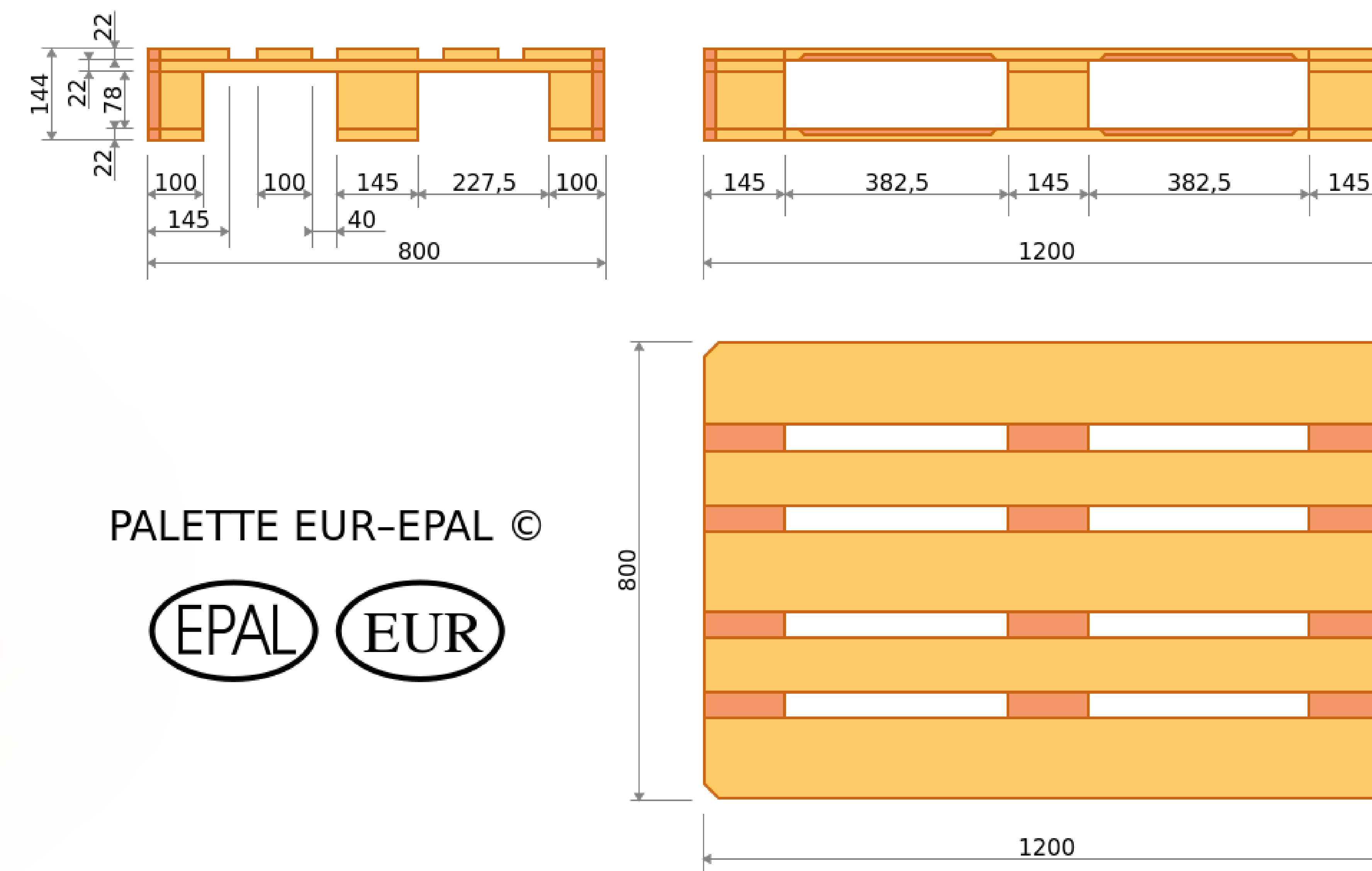
Derfor har vi indtænkt emballagen som en oplevelse eller rejse, hvor vi taler direkte til kunden med små overraskelser i form af små humoristiske tekster og stickers de kan beholder.



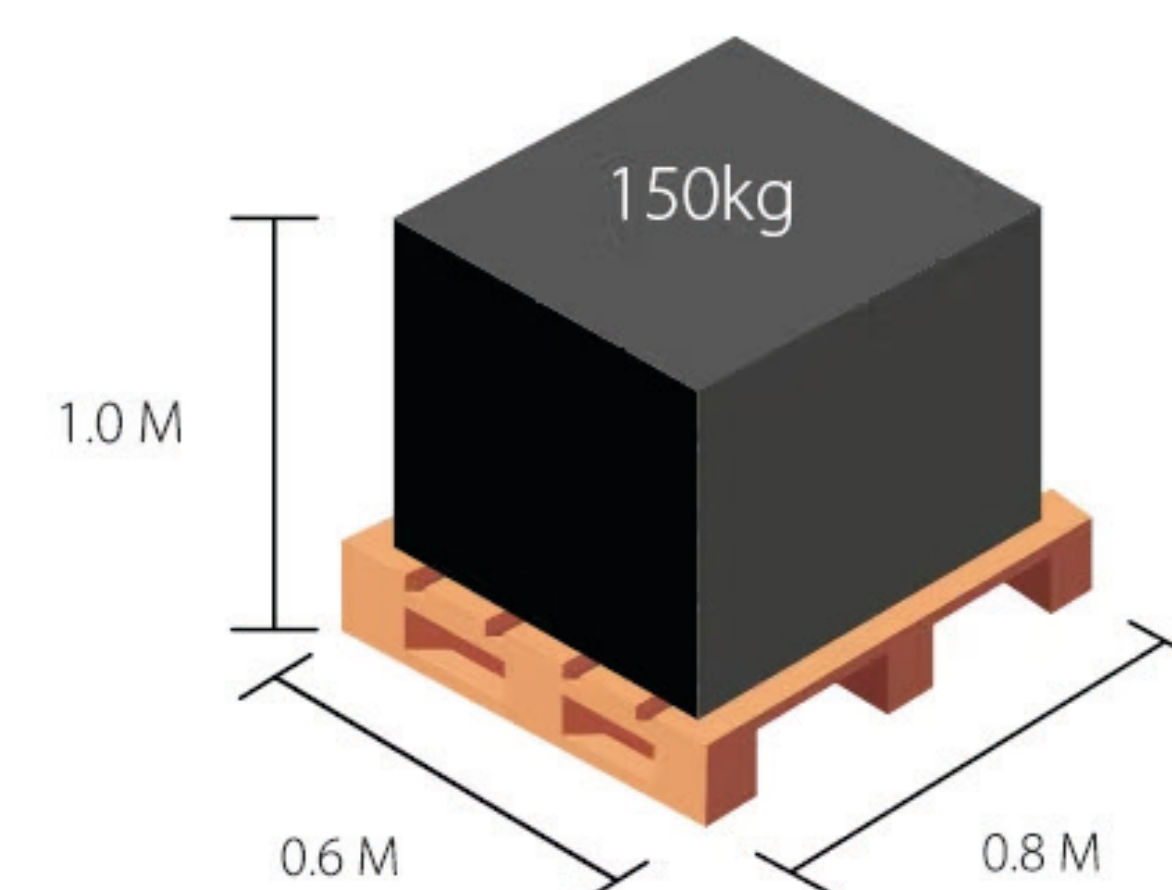
Emballage Form og funktion

Der er plads til 4 kolli i bredden og 8 kolli i længden, altså 32 enheder pr. lag.

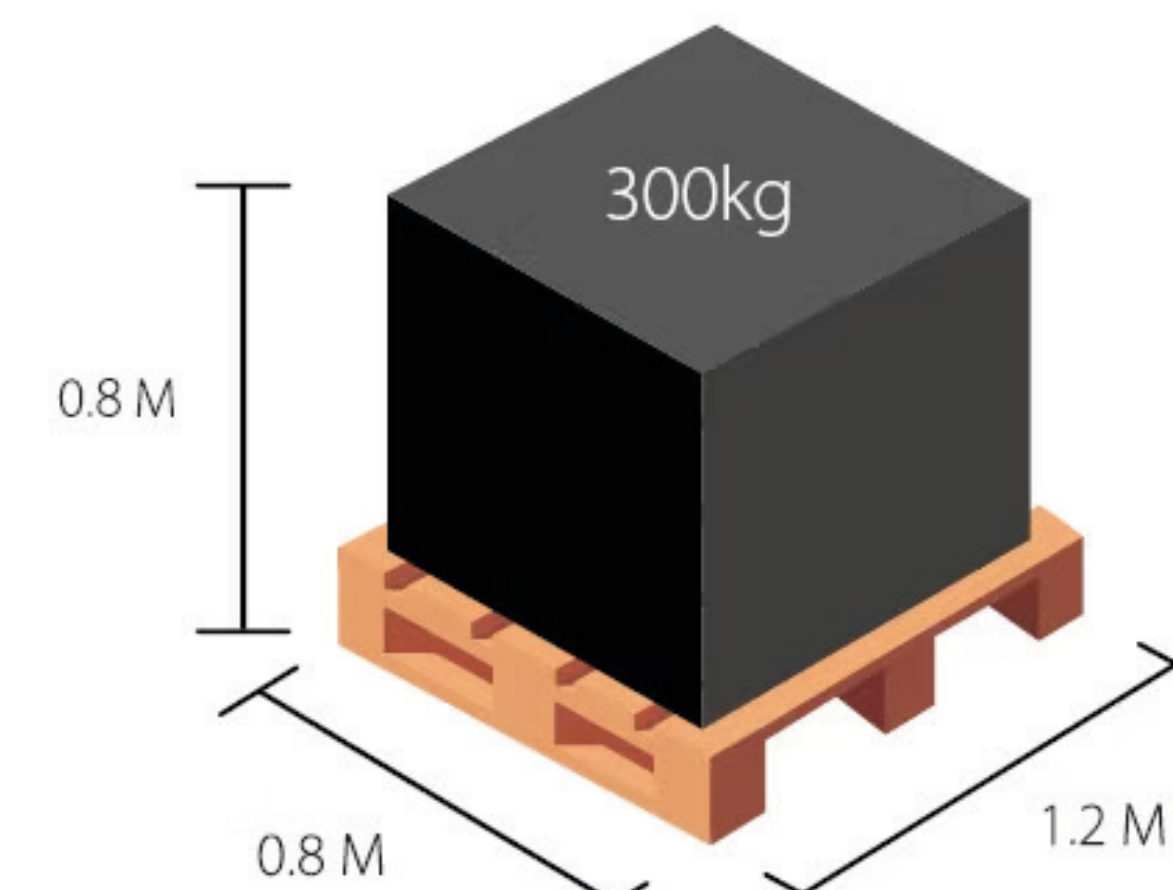
Derved optimerer vi pladsen på en Euro-palle og sparer både penge og CO2 i fragtprocessen.



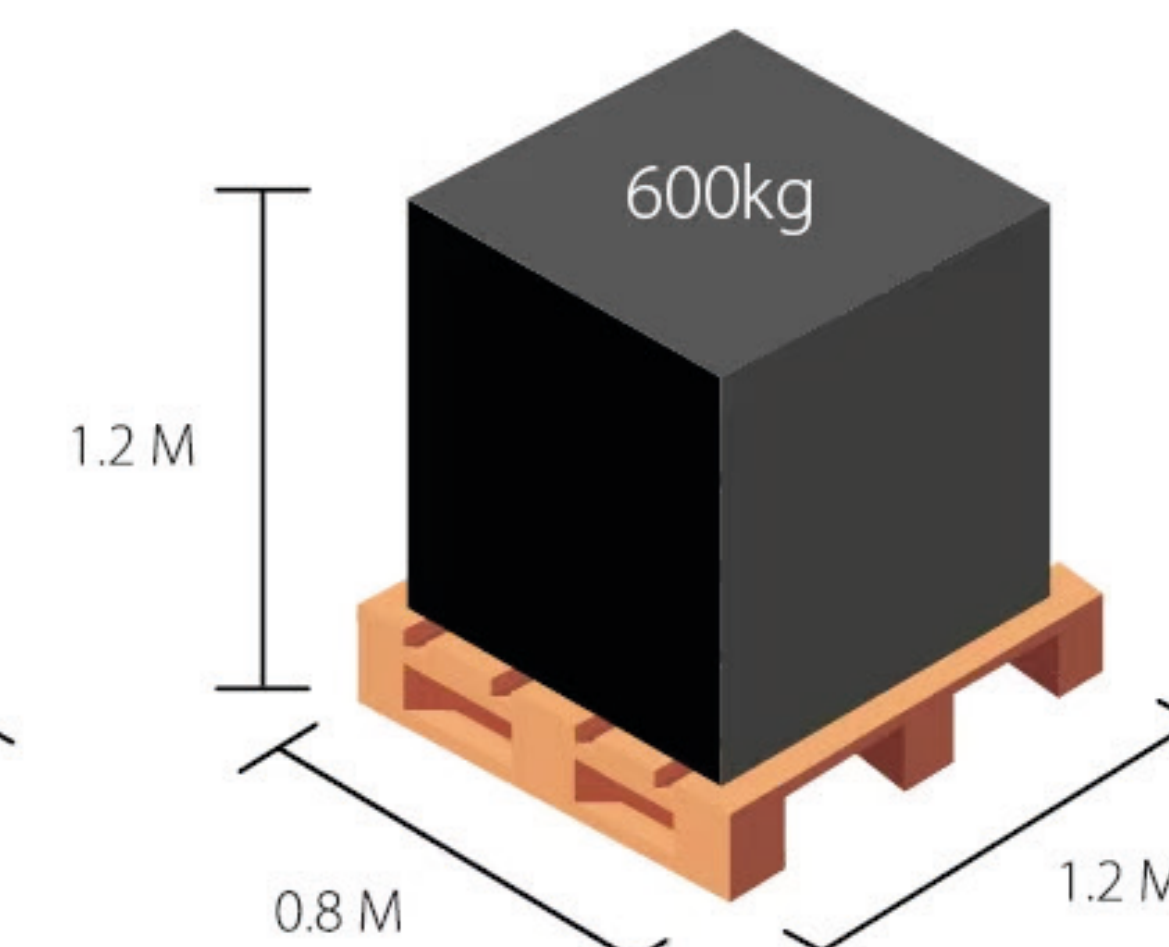
EURO PALLET BASE



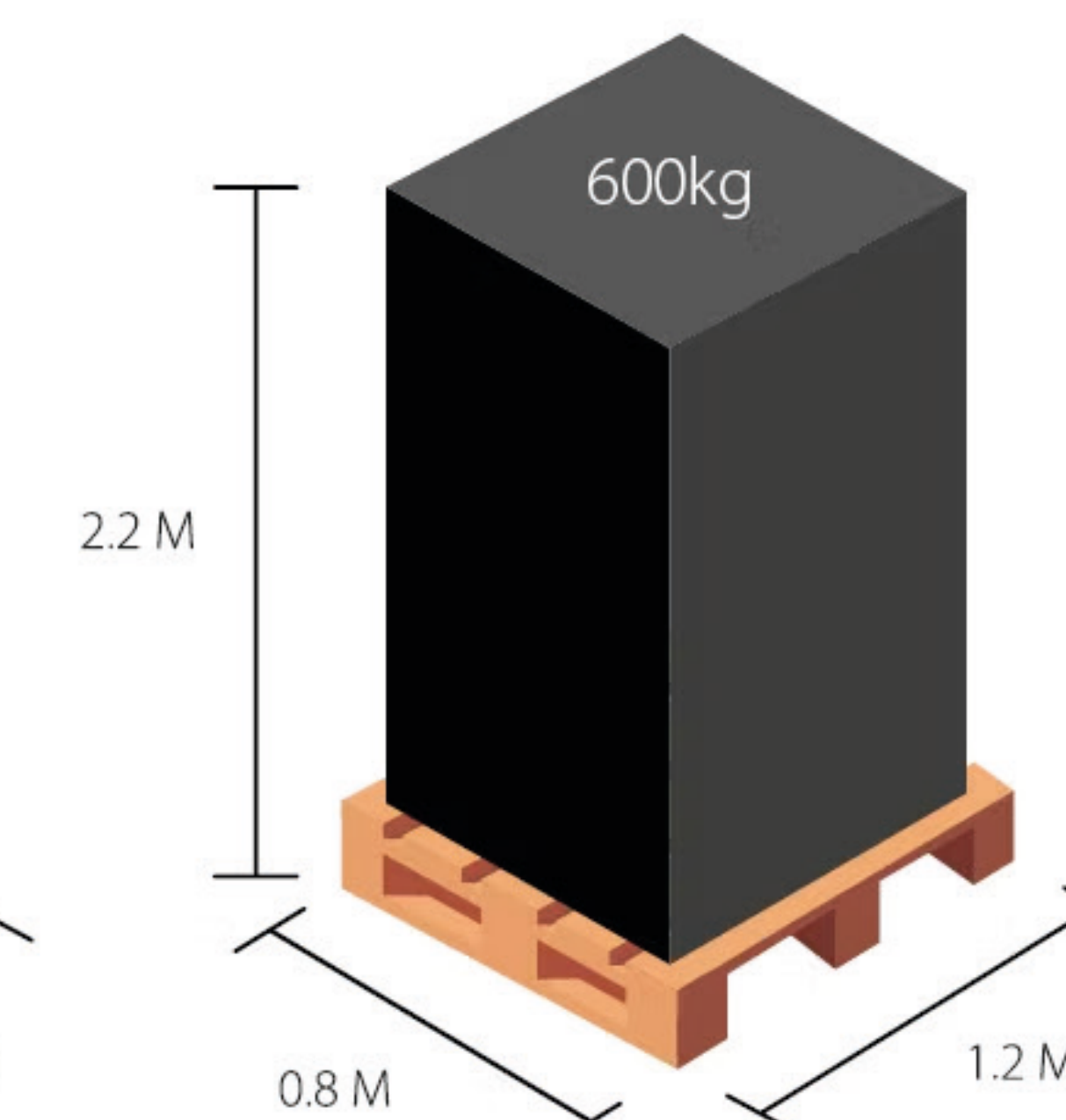
Parcel Pallet
0.8 x 0.6 x 1.0



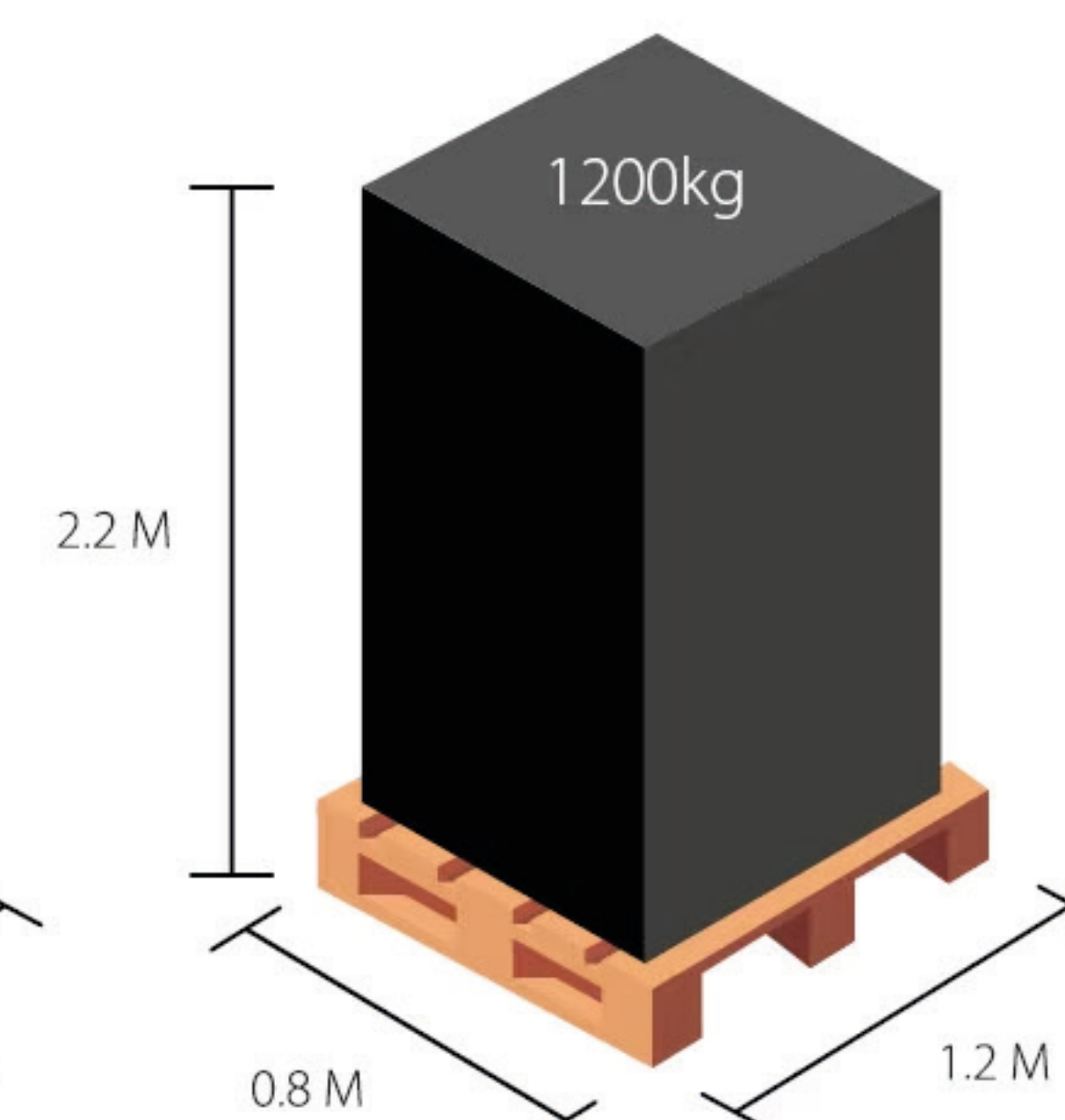
Euro Quarter
1.2 x 0.8 x 0.8



Euro Half
1.2 x 0.8 x 1.2



Euro Light
1.2 x 0.8 x 2.2



Euro Full
1.2 x 0.8 x 2.2



Markedsførings-plan

KANALER	JANUAR	FEBRUAR	MARTS	APRIL	MAJ	JUNI	JULI	AUGUST	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
DIGITALT												
SOME ANNONCERING	WE ARE NO LABEL								INTERNATIONAL DAG FOR VELGØRENHED			
SOME OPSLAG		VALENTINSDAG				DISTORTION + NORTHSIDE FESTIVAL	GRØN KONCERT + ROSKILDE FESTIVAL		INTERNATIONAL DAG FOR VELGØRENHED	HALLOGREEN	GREEN MONTH	
SOME STORY		VALENTINSDAG	INTERNATIONAL DAG FOR NATUREN 8/3	JORDENS DAG 20/4	INTERNATIONAL DAG FOR BIO-DIVERSITET 22/5	DISTORTION + NORTHSIDE FESTIVAL	GRØN KONCERT + ROSKILDE FESTIVAL	TAKE ONE, LEAVE ONE	INTERNATIONAL DAG FOR VELGØRENHED	HALLOGREEN	GREEN MONTH	
NYHEDSBREV		VALENTINSDAG	INTERNATIONAL DAG FOR NATUREN 8/3	JORDENS DAG 20/4	INTERNATIONAL DAG FOR BIO-DIVERSITET 22/5	DISTORTION + NORTHSIDE FESTIVAL	GRØN KONCERT + ROSKILDE FESTIVAL		INTERNATIONAL DAG FOR VELGØRENHED	SWEATER WEATHER	SWEATER WEATHER	SWEATER WEATHER
FYSISK												
GUERRILLA	WE ARE NO LABEL							TAKE ONE, LEAVE ONE				
GRAFITTI	WE ARE NO LABEL											
CONTAINER TØJINDSAMLING			INTERNATIONAL DAG FOR NATUREN 8/3						INTERNATIONAL DAG FOR VELGØRENHED			
GRATIS MULEPOSE	WE ARE NO LABEL		INTERNATIONAL DAG FOR NATUREN 8/3					TAKE ONE, LEAVE ONE	INTERNATIONAL DAG FOR VELGØRENHED			
TEAR-OFF FLYERS	WE ARE NO LABEL				INTERNATIONAL DAG FOR BIO-DIVERSITET 22/5							
CLOTHING SWAP WALL								TAKE ONE, LEAVE ONE				
MOBILE SHOP POPUP				JORDENS DAG 20/4		DISTORTION + NORTHSIDE FESTIVAL	GRØN KONCERT + ROSKILDE FESTIVAL		INTERNATIONAL DAG FOR VELGØRENHED			
EVENTS I BUTIKKEN										HALLOGREEN	SWEATER WEATHER	SWEATER WEATHER
BUSREKLAME	WE ARE NO LABEL					JORDENS DAG 20/4						

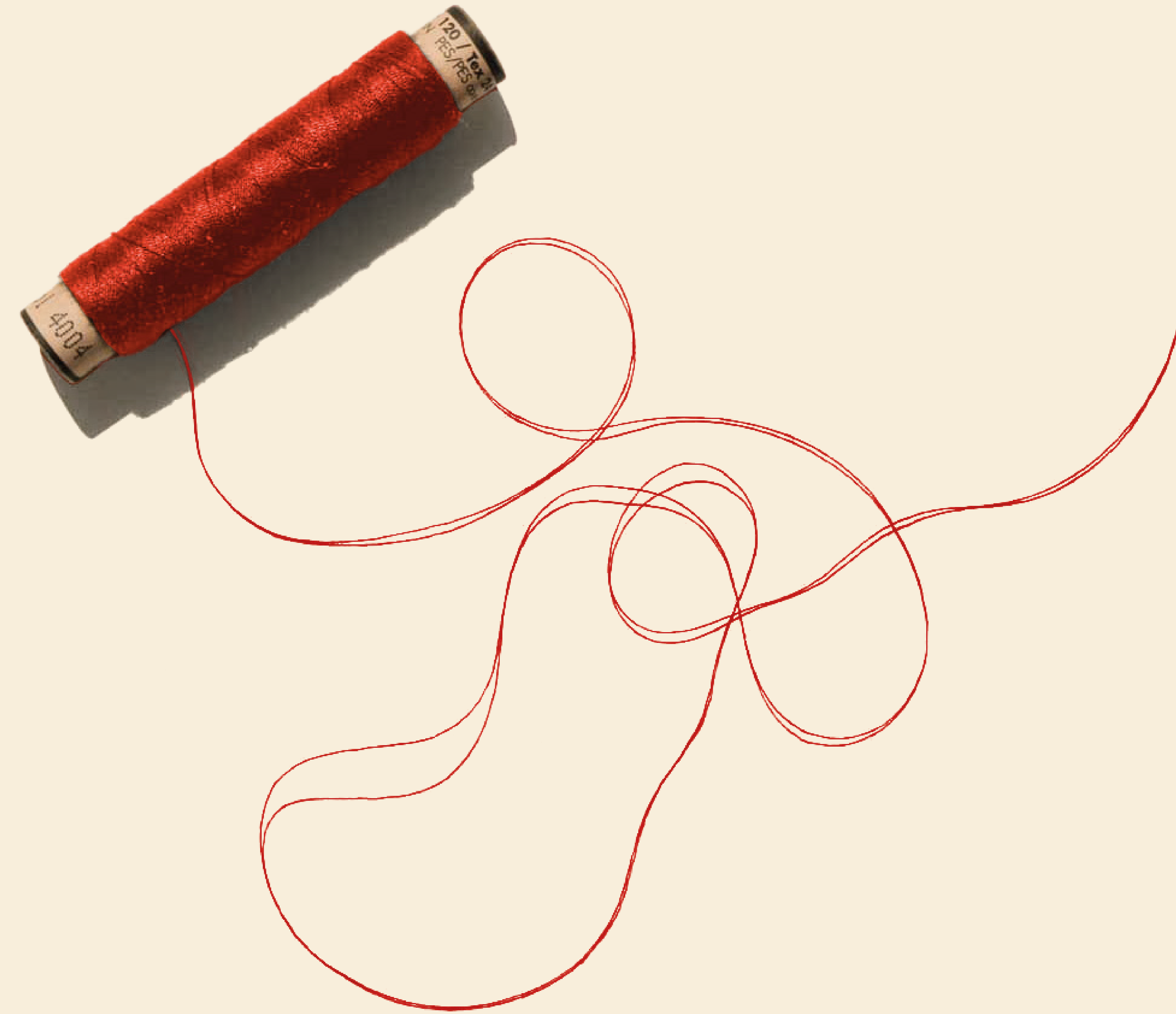
DISCOVER – ÅBEN

DEFINE – LUKKET

DEVELOP – ÅBEN

DELIVER – LUKKET





MAJA LYNGSØE

3. HOVEDFORLØB

MEDIEGRAFIKER – 2025