

Ny stærk profil til Roskilde Domsogn

Roskilde Domkirke og Domsognet ruster sig til fremtiden med ny hjemmeside, nyt kirkemagasin og nyt logo, der favner både den kristne tradition og en forfriskende fornyelse.

Domkirkens spir rager nu i mere end en forstand enestående smukt op i landskabet i og omkring Roskilde. Domkirken har nemlig fået ny brugervenlig hjemmeside, nyt logo og et moderne og vedkommende kirkemagasin.

"Vi vil gerne i kontakt med endnu flere, der interesserer sig for vores kirker og de mange forskellige gudstjenesteformer og aktiviteter for både børn og voksne. Samtidig ønsker vi at leve op til de krav, som kommende generationer af kirkegængere stiller i et moderne kommunikationssamfund. Derfor er menighedsrådet glade for, at vi nu har fået et tidssvarende og brugervenligt udtryk i vores tryksager og på vores hjemmeside," siger Lis M. Frederiksen, formand for menighedsrådet.

Eftertanke og refleksion

Roskilde Domsogns opgave er dobbelt. På den ene side skal hjemmesiden og Kirkemagasinet få befolkningen til at føle sig hjemme i kirken med alle dens tilbud. På den anden side forvalter menighedsrådet et helt særligt bygningsværk af både national og international betydning, idet Domkirken er kongelig begravelsesplads og placeret på Unescos liste over verdens umistelige kulturarv.

"Vi skal medvirke til fordybelse og refleksion. Men vi skal også formidle viden og indsigt om Roskilde Domkirkes historie og helt særlige betydning. Derfor har vi en forpligtelse til at være med helt fremme, hvad angår de muligheder, der ligger i den teknologiske udvikling," siger Lis M. Frederiksen.

Samarbejde med lokale virksomheder

Domkirkens nye grafiske identitet er udviklet i samarbejde med to virksomheder fra Roskilde; VIAH og Mediafarm.

"Den store udfordring har været at kombinere det traditionsbundne med moderne tider og skabe et rum, hvor både ældre kirkegængere, deres børnebørn, turister, skoleklasser og studerende føler sig velkomne," siger grafisk designer fra VIAH, Andreas Hermansen, der har arbejdet tæt sammen med Mediafarm om projektet:

"Vores mål har været at løfte Domkirken op på et højere niveau og realisere menighedsrådets ideer i et univers, hvor der er plads til alle. Derfor har vi skabt en fleksibel løsning, der sikrer en levende og dynamisk oplevelse," forklarer kreativ direktør Niels Østergaard fra Mediafarm.