

2024

Designguide til covers

Se meget mere
på designmanageren



dr.dk/designmanager

KONTAKT: designmanager@dr.dk

Et covers 5 lag



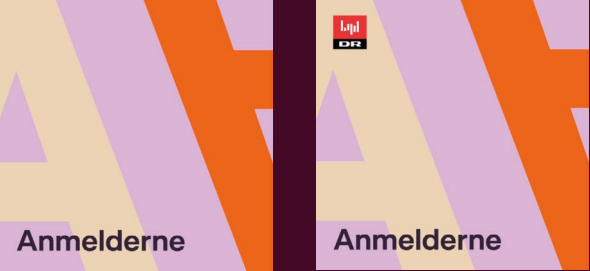
Lag 1

Logo

Hvad er låst?

- Ude på eksterne platforme bruges altid DR Lyd logo
Logoet bliver tilføjet ved publicering
- Hjemme i DR Lyd produktet bruges ingen logoer

Eksempler



Hjemme

Ude

Lag 3

Titelgrafik

Hvad er låst?

- Der skal altid titel på et cover
- Der bruges altid DR Publik for et samlet DR udtryk

Hvad er åbent?

- Valgfrit snit af DR Publik
- Placering (Husk logoplacering på eksterne platforme)
- Størrelse (Husk læsbarhed)
- Farve

Eksempler



Lag 2

DR Lyd produktkommunikation

Hvad er låst?

- Font snit (DR Publik Semibold)
- Placering (Centreret øverst)
- Font størrelse
- S/H eller farvet af indholdet

Hvad er åbent?

- Hvad der kommunikeres for produktet f.eks. "Eksklusivt i DR Lyd" eller "Først i DR Lyd"

Eksempler



Lag 4

Metakommunikation

Metakommunikation kan være navnet på en vært eller medvirkende.

Hvis titlen er mere illustrativ, kan metakommunikation hjælpe lytteren til nemmere at afkode indholdet

Hvad er låst?

- Hvis der benyttes metakommunikation, skal denne altid være DR Publik

Hvad er åbent?

- Det er åbent, om man vil benytte metakommunikation
- Valgfrit snit af DR Publik
- Placering (Husk logo placering på eksterne platforme)
- Størrelse (Husk hieraki i forhold til titel)
- Farve

Eksempler



Lag 5

Artwork

Hvad er åbent?

- Alt er som udgangspunkt i dette lag åbent, men husk etik. Efterfølgende kommer en visuel tjekliste, som man altid skal gennemgå og overveje i forhold til design af et lydcover...

Visuel tjekliste

Det der afgør det visuelle udtryk for det enkelte cover

→ 1. Er dit program primært live, catch-up eller OnDemand indhold?

Hvis du er i tvivl, så spørg din chef

Live + catch-up	OnDemand
Design ud fra identiteter og skabeloner på designmanageren	Design ud fra et brugerperspektiv

→ 2. Hvordan skal dit program se ud? Tænk visuelt fra start

Det er udstillingsvinduet til din indhold samt det første lytteren møder i et væld af andre covers og derfor ekstremt vigtigt at prioritere. Hvorfor skal de vælge netop dit?

Eksempler



→ 3. Hvem skal lytte til dit program?

Husk altid at have lytteren i centrum. I hvilken situation skal de lytte til din indhold? Har de nogle særlige præferencer eller visuelle koder, som du kan tænke ind i grafikken?



→ 4. Hvilken genre tilhører dit program?

Er der nogle markedskonventioner, du skal forholde dig til?

Find eksempler i inspirationskataloget

Eksempler



→ 5. Hvad handler dit program om?

Er emnet vigtigt at afkode for lytteren, så tydeliggør det og vær gerne banal i de visuelle koder

Film



Investering



Fodbold



→ 6. Er værten eller medvirkende blikfang?

Så vis dem på coveret. Vært eller medvirkende kan godt være blikfang uden man nødvendigvis kan genkende deres udseende, men så er det vigtigt at navnet fremgår i coveret.

Eksempler



→ 7. Hvad er titlen? Tænk titel og evt. undertitel fra start

Er titlen det bærende grafiske element eller skal den komplementere andet grafik eller foto?

Eksempler

