

2024

# Designguide til covers

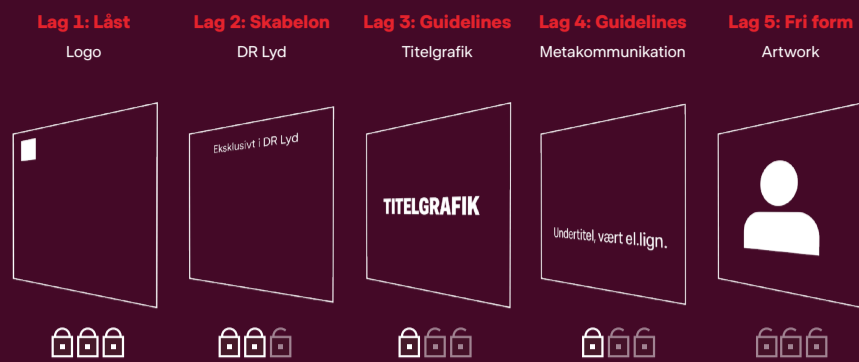
Se meget mere  
på designmanageren



[dr.dk/designmanager](https://dr.dk/designmanager)

KONTAKT: [designmanager@dr.dk](mailto:designmanager@dr.dk)

# Et covers 5 lag



## Lag 1

### Logo

#### Hvad er låst?

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

#### Eksempler



## Lag 3

### Titelgrafik

#### Hvad er låst?

1. Der skal altid titel på et cover
2. Der bruges altid DR Publik for et samlet DR udtryk

#### Hvad er åbent?

1. Valgfrit snit af DR Publik
2. Placering (Husk logoplacering på eksterne platforme)
3. Størrelse (Husk læsbarhed)
4. Farve

#### Eksempler



## Lag 2

### DR Lyd produktkommunikation

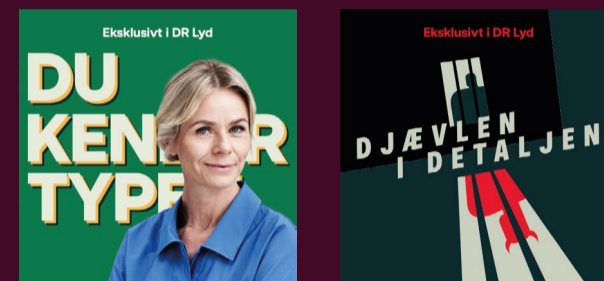
#### Hvad er låst?

1. Font snit (DR Publik Semibold)
2. Placering (Centreret øverst)
3. Font størrelse
4. S/H eller farvet af indholdet

#### Hvad er åbent?

1. 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?

1. Hvis der benyttes metakommunikation, skal denne altid være DR Publik

#### Hvad er åbent?

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

#### Eksempler



## Lag 5

### Artwork

#### Hvad er åbent?

1. 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

<b>Live + catch-up</b> Design ud fra identiteter og skabeloner på designmanageren	<b>OnDemand</b> 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?

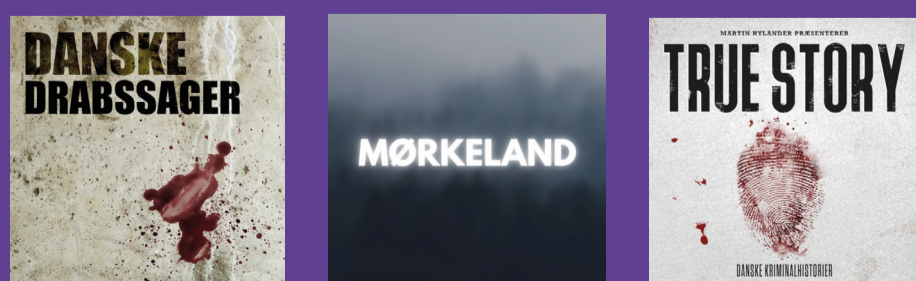


## → 4. Hvilken genre tilhører dit program?

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

