SNDS Magazine

SNDSCANDINAVIA

2006|2



10 ronder med affärs-tidninger

Side 16–21



What's in it for me?

Side 14–15



Sansernes fest i Guatemala

Side 12–13

Next stop Stockholm

Stor reportage fra SNDS-seminaret i Trondheim | side 4–15

SNDSCANDINAVIA

SVERIGE

Formand **Anna Östlund**
Torggatan 9 C, S-784 44 Borlänge, Sverige
Tel.: +46 70 209 52 31
E-mail: anna.ostlund@confetti.se
eller anna_ostlund@hotmail.com

Seminarieansvarlig **Anders Tapola**
SMÅLANDSPOSTEN,
S-351 70 Växjö, Sverige
Tel.: +46 470 770 686
E-mail: anders.tapola@smp.se

FINLAND

Næstformand/kommunikationsansvarlig
Marita Granroth
HUFVUDSTADSBLADET
Mannerheimvägen 18, FI-00100 Helsinki, Finland
Tel.: +358 9 125 31
Fax: +358 9 642 930
E-mail: marita.granroth@hbl.fi

NORGE

Sekretær **Ingrid Meisingset**
ADRESSEAVISEN
P.b. 7070, N-7003 Trondheim
Tel.: +47 07200
Fax: +47 725 50 10 09
E-mail: ingrid.meisingset@adresseavisen.no

DANMARK

Kasserer **Frank Stjerne**
JP/POLITIKENS HUS
Rådhuspladsen 37, DK-1785 København V
Tel.: +45 33 47 23 99
Fax: +45 33 14 72 17
E-mail: frank.stjerne@jppol.dk

Sekretariat **Lone Jürgensen**
MORGENAVISEN JYLLANDS-POSTEN
Grøndalsvej 3, DK-8260 Viby J.
Tel.: +45 87 38 38 38 / 31 08
Fax: +45 87 38 31 99
E-mail: lone.jurgensen@jp.dk

SNDS Magazine

Redaktion:
Jørgen Høg (redaktør)
Lars Pryds (grafisk design/layout)

Forsidefoto: Jørgen Høg

Tak til skribenterne i dette nummer:
Cristóbal Edwards, Pelle Anderson, Anders Tapola, Søren Stidsholt Nielsen og Anna Östlund

Tryk: Svendborg Tryk www.svendborgtryk.dk

Typografi: SNDS Magazine er sat med Myriad Pro Condensed og Adobe Jenson Pro

ISSN 0909-1459



Jørgen Høg
er Guide-redaktør på Morgenavisen Jyllands-Posten, Viby, Danmark



Lars Pryds
er grafisk designer og art director på Morgenavisen Jyllands-Posten, København, Danmark

Bidrag til SNDS Magazine
og/eller til snds.org modtages med stor glæde. SNDS Magazine udkommer fire gange årligt, i marts, juni, september og december.
Næste deadline er den 21. august 2006.

SNDS Magazine udgives af:
Society for News Design Scandinavia
Sekretariat: Lone Jürgensen
Morgenavisen Jyllands-Posten,
Grøndalsvej 3, DK-8260 Viby J, Danmark

Redaktionens adresser:

Jørgen Høg
MORGENAVISEN JYLLANDS-POSTEN
Grøndalsvej 3, DK-8260 Viby J.
Tel.: +45 87 38 38 38 / 32 79
Fax: +45 87 38 31 99
Mob.: +45 28 86 71 28
E-mail: joergen.hoeg@jp.dk
eller: jhoeg@stofanet.dk

Lars Pryds
Østerbrogade 158, 3. TH.,
DK-2100 København Ø, Danmark
Tel.: +45 39 20 80 19
Mob: +45 30 53 87 14
E-mail: pryds@mac.com
Web: www.pryds.com

SNDS.ORG

Society for News Design Scandinavia's hjemmeside.
Nyheder, konferencer, opslag, referater, konkurrencer, anmeldelser. Og meget mere.

Web-redaktør
Kartin Hansen
MORGENAVISEN JYLLANDS-POSTEN
Grøndalsvej 3, DK-8260 Viby J.
Tel.: +45 87 38 38 38 / 31 07
Fax: +45 87 38 31 99
E-mail: kartin.hansen@jp.dk



Kartin Hansen
er redaktionel webmaster på Internetavisen Jyllands-Posten, Viby, Danmark



Redaktøren

Nyt navn, nye tider

Hovsa. Lagde du mærke til det? Vi har fået nyt navn. Aviserat er væk, ingen ved rigtigt, hvorfor bladet i mange år har heddet det. Webmaster Kartin Hansen og jeg diskuterede navnet og foreslog styrelsen, at magasinet jo bare kunne hedde "SNDS Magazine" i stedet for, og det virkede åbenbart så overbevisende, at det bare var en kendsgerning.

Derfor har grafiker Pryds rettet lidt på dørskiltet, så vi ser helt anderledes international ud på forsiden.

SNDS Magazine er godt nok hverken norsk, svensk, finsk eller dansk, men vi forstår det godt, gør vi ikke.

SNDS Magazine er et signal om, at der sker noget i organisationen, ligesom der sker en masse i branchen, som er under stor forandring i disse år. Det vil vi også gerne beskrive her i magasinet. Vi vil gerne kontaktes, hvis nogen har nyheder om nye tendenser i branchen, nye tiltag, der foregår, ikke blot i de trykte mediers verden, men også i den øvrige del af branchen. Newsdesign er ikke blot noget, som man trykker på papir, det er også webdesign og tv-stationers måde at skabe deres egen identitet på ved at designe og udvikle ansigtet udadtil hele tiden.

Nøjagtig som vi gør det her på SNDS Magazine-redaktionen. Selvom vi kun udkommer fire gange om året, sidder vi ikke stille.

Vi stod heller ikke stille i Trondheim, som havde arrangeret et meget levende og varieret seminar. Redaktionen mødte en masse gæster og spurgte dem om deres ærinde på et designseminar.

Bagtanken med den omfattende enquette er naturligvis at gøre endnu flere skandinaviske grafikere, redaktører, journalister, ja mediefolk i det hele taget, interesserede i at deltage i fremtidens seminarer.

Udbyttet er tilsyneladende stort, hvis man skal tro de mange forskellige udtalelser, som vi bringer i vores fyldige reportage fra Trondheim.

Den sluttes af en lidt usædvanlig reportage fra Guatemala, skrevet og fotograferet af en sydamerikansk fotograf og journalist. Jeg er sikker på, at det ville have været svært at få en skandinavisk journalist til at holde et foredrag om nytten af at bruge sine sanser, se, høre, lugte, smage, føle. Men når ordene kommer ud af munden på en chilener, bliver de sagt med noget større naturlig følsomhed. Derfor giver plads til nogle af Cristóbal Edwards' fotoreportage fra Mellemamerika.

Vi giver også en del plads til Pelle Andersons affärsronder. Han sammenligner nordiske erhvervsaviser nye, grafiske udtryk. Interessant læsning for alle, der beskæftiger sig med layout og avisredigering.

Til slut er det blot om at komme fra Trondheim og op på Dala-hesten og ride videre mod Stockholm. De gode folk dér er allerede i fuld gang med at arrangere et nyt, storslået seminar for skandinaviske mediefolk. Vi ses der.

Jørgen Høg,
redaktør, SNDS Magazine
joergen.hoeg@jp.dk
jhoeg@stofanet.dk



Cristóbal Edwards

INDHOLD

02 Kolofon + kontaktinfo

03 Redaktørens klumme

04–11 Contrast. Rapport fra et seminar i Midtnorge. Trondheim by day and by night

12–13 The joyful passion of a people. Rapport fra en sansernes fest i Guatemala

14–15 What's in it for me? Otte magasiner om ugen

15 Xtreme Dalahorse Makeover

16–21 Affärspressen går 10 ronder i tidningsform

22 Nye bøger

22–23 Klip fra SND-kalenderen

23 Avisdesignkursus i Århus

24 Anna Östlund – præsidentens klumme



Jørgen Høg



Mattias Kling og **Roger Rosenlund** fra Aftonbladet, Sverige, jubler over høsten på hele tre diplomer.



Per Bergsbo og **Peter Sætternissen** fra danske Politiken fik guld for en sektionsforside, overrakt af **Anna Östlund** og **Flemming Hvidtfeldt**.

Guld og grønne skove

Sydsvenska Dagbladet lavede en avis-sektion rund som en fodbold, danske Politiken fik SNDS til at sige AHA. Malmø-avisen scorede guld i årets nordiske konkurrence om det bedste nyhedsdesign.

■ TRONDHEIM: Kan en avis-sektion være rund som en fodbold? Ja, mener de på Sydsvenska Dagbladet, og denne markante nyskabelse har nu indbragt Malmø-avisen guld-diplomet "Best of Show". Guldet blev scoret i årets nordiske konkurrence om det bedste nyhedsdesign.

»Fodbold-formatet er en fremragende idé. Det er åbenbart, at den har krævet et enormt arbejde,« bemærker dommerne i konkurrencen arrangeret af SNDS, Society for News Design Scandinavia.

Hele 73 nordiske aviser har dystet med op mod 1.000 indsendte sider, sektioner og web-designs. Generelt har de svenske deltagere klaret sig bedst efterfulgt af de norske, finske og danske aviser.

Foruden guldet for fodbold-formatet blev der givet guld til den den norske Dagbladet for et sportsmagasin samt til web-avisen fra det norske dagblad, VG. Politiken fra Danmark fik guld for en sektionsforside med temaet "fuck". I en særlig konkurrence om årets europæiske forside hentede avisen Irish Examiner guld for et design, der mindedes ofrene for terror i Irland.

Årets sølv-diplomer gik til svenske Östgöta Correspondenten, Aftonbladet, Upsala Nya Tidning, Dagens Nyheter og Sydsvenska Dagbladet plus de finske Helsingin Sanomat og Ilta-Sanomat samt de norske Dagbladet, VG og Stavanger Aftenblad. Desuden blev der givet i alt 17 bronze-diplomer og 35 hæders-diplomer ved diplom-festen i Trondheim torsdag aften.

Formanden for konkurrence-komiteen, chefredaktør Flemming

Hvorfor er du til SNDS-seminar ?

Der var omkring 180 deltagere alt i alt, og vi har stillet en række af gæsterne det samme spørgsmål: »Hvorfor er du her?« Udbyttet er forskelligt, men alle synes at have et fornuftigt svar på, hvorfor de vælger at bruge et par dage i selskab med branchefolk fra hele Norden.



Egil Oliversen
Typograf, Stavanger Aftenblad, Norge

»Jeg kommer på seminar for at få nogle nye input og inspiration. Jeg har desværre kun fået vældig lidt, men Jyllands-Postens magasin-show var godt.«

Reportagen fra Trondheim er skrevet og fotograferet af:



Anders Tapola
Redigerare på Smålandsposten. Han är också seminarieansvarig i SNDS's styrelse
E-mail: anders.tapola@smp.se



Søren Stidsholt Nielsen
Redaktionschef på Fyns Amts Avis, Danmark, og medlem af komitéen for Årets Nordiske Nyheds Design konkurrence
E-mail: stidsholt@faa.dk



Jørgen Høg
Guide-redaktør på Morgenavisen Jyllands-Posten, Danmark, og redaktør af SNDS Magazine
E-mail: joergen.hoeg@jp.dk



SNDS-præsident **Anna Östlund** åbner CONTRAST seminaret fra talerstolen på Hotel Royal Garden i Trondheim.



Gun Råberg Kjellerstrand
Form- feature- og fotochef, Östersundsposten, Sverige

»Jeg har forelæst om, hvordan man arbejder sammen om design og illustration. Jeg var nervøs for mit foredrag, men det gik fint. Det er altid interessant at møde kolleger fra andre lande. Designdoktorerne er altid gode.«



Per Bergsbo
Layouter, Politiken, Danmark

»Fagligt udbytte? Ikke så meget, vi har sludret en del med en masse mennesker og kan konkludere, at vi har gode forhold på Politiken. Vi er meget privilegerede.«

Hvidtfeldt, Ringkøbing Amts Dagblad, Danmark, ser en design-tendens i tiden:

»Flere af de trykte aviser forsøger at adskille sig fra de elektroniske medier med andre valg af historier. Især fornemmes dette på de trykte mediers forsider. Her gøres der store og spændende anstrengelser for at tilbyde noget andet end det forudsigelige,« siger Flemming Hvidtfelt.

Bagefter var redaktør Ingrid Meisingset, Adresseavisen, som ansvarlig arrangør af seminaret i den smukke midtnorske by Trondheim godt tilfreds med afviklingen.

Hun takker alle, der valgte at deltage i seminaret CONTRAST2006.

»Jeg håber, at alle gæster har fået stort fagligt udbytte og knyttet gode kontakter,« siger Ingrid Meisingset til SNDS Magazine.

Arrangementskomiteen bestemte tidligt i planlægningen af seminaret, at der skulle lægges hovedvægt på det multimediale, og webbrugerne skulle have lidt ekstra.

»Vi synes, vi lykkedes med dette. Både Googles Jan Grønbech og VGs Torry Pedersen satte ting i perspektiv og gav os viden, som er aktuel for os alle,« forklarer Ingrid Meisingset.

Fredagen kørte vi parallelseminar og lagde vægt på at skille web og papirdesign, så alle kunne finde noget, der passede dem.

Hun peger på fredagens pubseance med Ally Palmer, Terry Watson and Gavin Munro fra det skotske designstudie Palmer Watson som et af seminarets højdepunkter.

"50 things we love and hate about newspapers" kaldte skotterne deres foredrag på Olavs Pub en lille spadseretur væk fra SAS Radisson Hotel._ Velbesøgt, hyggeligt og morsomt.

Lørdag var John Grimwade højdepunktet med sin grafikpræsentation fra "the first beginning" og frem til i dag. Han brugte både humor og sin enorme grafikkundskab i foredraget.

Alle foredragsholderene mødte op, og vejrguderne var på seminarets side i det gryende norske forår, hvor det grønne var ved at få overtaget på de midtnorske træer, solen skinnede under den 10 minutters spadseretur op til Herresalen i Erkebispegården, hvor festmiddagen ventede fredag aften.

»Jo, jeg glæder mig over seminaret, men jeg kunne selvfølgelig godt ønske, at flere havde deltaget i det.«



Konferencens første programpunkt var et besøg på **Adresseavisen** en lille halv times buskørsel udenfor Trondheim. SNDS'erne blev flot modtaget på avisen, der er Norges ældste (fra 1767...!). I dag spiller Adresseavisen på hele fire tangenter i mediekonvergensens klaviatur: Dagblad, radio, web og tv. Opdelt i hold blev SNDS'erne vist rundt i alle afdelinger. Selvom Adresseavisens medarbejdere både stod for SNDS-konferencens afvikling og er ved at forberede et redesignet magasin til premiere i juni samt et skift til tabloid i september, blev der taget gæstfrit imod. Besøget blev afrundet i papirlager (billedet) ved Adressa-Trykk, der også kører rotation for en række eksterne kunder. I forhallen så vi fyldte tromler af VG Helg – klar til afskibning.

Hvorfor er du til SNDS-seminar ?



Peter Sætternissen
Layouter, Politiken, Danmark

»Jeg havde en fornemmelse af, at vi havde lavet noget stort, og derfor er jeg her. Jeg er ikke den store mingler, men vi snakkede med nogen fra Adresseavisen, og en af dem skal se en af sine sider layoutet på Politiken'sk.«



Jaana Vainihka
Layouter, Iltalehti, Finland

»Jeg kommer for at blive inspireret. Jeg vil gerne finde ud af, hvad der foregår hos kolleger. Det er vigtigt at møde mennesker fra samme branche. JP's magasinshow var godt.«



Torry Pedersen fra VG Multimedia i Norge holdt et indlæg om kontroversielt web-design om eftermiddagen, og scorede guld om aftenen. Herover er Torry Pedersen flankeret af sekretær Lone Jürgensen, SNDS formand Anna Östlund og konkurrencekomiteformand Flemming Hvidtfeldt.



Vaktsjef **Eirik Vale Frogner,** typograf **Kjetil Tandberg** og utgavesjef **Jens Olav Kløvrud** fra norske Dagbladet har netop modtaget gulddiplom og blomster af Anna Östlund og Flemming Hvidtfeldt, klædt i matchende rød kjole og rødt slips. Slipset havde Flemming købt i Trondheim dagen i forvejen.



Et af konferencens mange design-udviklende indslag var en konsultation hos et par doktorer i skikkelse af **Richard Frank** og **Jacob Nordström** fra Frank & Nordström i Stockholm. Syv dagblade fra tre lande benyttede sig af tilbuddet fredag formiddag. I overværelse af øvrige konference-deltagere fik repræsentanterne fra aviserne spontane vurderinger og lærerige tips med hjem til redaktionerne. Om eftermiddagen agerede John Bark og Kristoffer Pasanen design-doktorer.



Cristóbal Edwards
Kommunikationsprofessor, Pontificia Universidad Católica, Chile

Han holdt et foredrag om de fem sanser, og han præsenterede en fotosession fra Guatemala, som vi viser her i magasinet. »Dette seminar er ligesom boven på en båd. Resten af verden følger efter.«



Paul F. Svendsen
Typograf, Stavanger Aftenblad, Norge

»Jeg kommer for at træffe kolleger, der arbejder med det samme som jeg. Her er ikke så meget design, som jeg havde troet, men det er et godt branchetræf. Foredraget om VG var godt.«



Hvordan tager Skandinaviens bedste avisdesign sig ud på rigtigt avispapir? Svaret blev givet i den fine planche-udstilling Adresseavisens arrangører havde fået op at stå på hotellet. Her kunne konferencedeltagerne – i solskin og med vandblik – betragte alle vindersiderne in natura.



I Trondheim kan Adresseavisens folk sikkert bekræfte, at det er et hestearbejde at arrangere en konference. Næste års SNDS-samling i Stockholm lægger også op til et stykke hestearbejde. I Norge lancerede de svenske arrangører en "Xtreme Dalahorse Makeover"-konkurrence med en af arrangørerne, formand **Anna Östlund** i passende påklædning. Skaberen af den mest markante fornyelse af det svenske symbol, Dala-hesten, kan vinde en rejse til SND-seminar i Boston, USA. Klik ind på www.snds.org/stockholm-2007 og læs mere. Anna & Co. har stadig heste på stald og er klar til at sende. Frem med pensel og værktøj og tænk kreativt...!



Ingen SNDS-konference uden at redaktionschef **Søren Rødkjær** fra JydskeVestkysten i Danmark får en opfordring til at vise sin kunst – at balancere med en pengeseddel på næsen. Hvem sagde valutabalance…? I Trondheim viste Søren sine færdigheder på Olavs Pub efter Palmer-Watsons humor-indslag "Fifty things we hate and love about newspapers". En af Søren avis-kolleger, Poul Erik Thomsen, har efterhånden set nummeret så mange gange, at han rubricerede det i sin egen hade-kategori – og forsvandt op i baren...

Hvorfor er du til SNDS-seminar ?



Matti Turpeinen,
Etelä-Suomen Sanomat, Finland:
»Det är 14:e gången jag är på SNDS-seminarium. Det vore en katastrof om jag inte vore här. SNDS är den största och viktigaste brainstormträffen för folk som jobbar med visuell kommunikation. Dessa tre dagar lever jag på ett år tills det är dags för nästa seminarium!«



Terry Watson,
Palmer & Watson Ltd, Skottland:
»För att delta i gemenskapen. Träffa folk och diskutera tidningar och lära mig nya saker.«

Samtlige vindere i Årets Avissidekonkurrence 2006

Guld

- Sydsvenska Dagbladet, Sportssider, Allsvenskan, Sverige
- Dagbladet, Design, Sport Magasinet, Norge
- Politiken, Sektionsforsider, Fuck!, Danmark
- Irish Examiner, European frontpage, In remembrance, Ireland
- Verdens Gang/ Lesernes VG, Net, Lesernes VG, Norge

Sølv

- Östgöta Correspondenten, Redesign, Sverige
- Sydsvenska Dagbladet, Forsider, 565 skanade och döda, Sverige
- Helsingin Sanomat, Forsider, Paavi valmistautui kuolemaan, Finland
- Ilta-Sanomat, Nyhedssider, Trafikkaos, Finland
- Aftonbladet, Sportssider, Håll dig torr …, Sverige
- Dagens Nyheter, Feature, Ulf, Sverige
- Upsala Nya Tidning, Feature, En stad full av jeans, Sverige
- Sydsvenska Dagbladet, Sektionsforsider, Kontoret: Vilken chef har du?, Sverige
- Dagens Nyheter, Visuel Kommunikation, Så snöröjs Stockholm, Sverige
- Dagens Nyheter, Visuel Kommunikation, Tick, tack, tick, tack, Sverige
- Helsingin Sanomat, Visuel Kommunikation, The 300-year trip of a Stradivarius to Finland, Finland
- Dagbladet, Magasiner, 23.juli 2005 - 4. november 2005, Norge
- Ilta-Sanomat, Magasiner, Längtan efter vinylen, Finland
- Dagens Nyheter, European feature, Ulf, Sverige
- Verdens Gang/Net, Net, www.vg.no, Norge
- Stavanger Aftenblad, Net, Nokas-grafikk, Norge

Bronze

- Dagens Nyheter, Design, Sverige
- Dagens Nyheter, Redesign, Sverige
- Nationen, Redesign, Norge
- Vårt Land, Forsider, Terrornettet, Norge
- Aftonbladet, Nyhedssider, Här går han mot döden …., Sverige
- Dagens Nyheter, Sportssider, Hammarby på papperet …, Sverige
- Expressen, Sportssider, Den höll, Sverige
- Göteborgs-Posten, Feature, Bra sås reder sig själv, Sverige
- Aamulehti, Feature, Illasta aanuum, Finland
- Kauppalehti Presso, Sektionsforsider, Go west, Finland
- Dagens Nyheter, Visuel Kommunikation, Så påverkas du av trängselskatten, Sverige
- Politiken, Visuel Kommunikation, 2024 Copenhagen, Danmark
- Politiken, Visuel Kommunikation, Stock-i-fucking-holm /Nynnes Dagbog, Danmark
- Dagbladet, Magasiner, Operasjon Løvehjerte, Norge
- Dagens Nyheter, Åben Klasse, En tidning om tsunamikatastrofen, Sverige
- Sydsvenska Dagbladet, European frontpage, 565 skanade och döda, Sverige
- Politiken, European frontpage, Årets julegave kun 144 kr., Danmark
- Budstikka, Net, www.budstikka.no, Norge
- Ritzau, Net, Portræt af Poul Nyrup, Danmark

Hæder

- Upsala Nya Tidning, Design, Sverige
- Drammens Tidende, Design, Norge
- Verdens Gang, Design, Helg, Norge
- Nya Wermlands-Tidningen, Redesign, Sverige
- Aftenposten, Redesign, Norge
- Dagsavisen, Redesign, Norge
- Kauppalehti, Redesign, Finland
- Politiken, Forsider, Bør der være mere ULIGHED i Danmark?, Danmark
- Ringkøbing Amts Dagblad, Forsider, Julekalender, Danmark
- Östgöta Correspondenten, Nyhedssider, I ett år har dubbelmördaren …., Sverige
- Bergensavisen, Nyhedssider, Fra himmel til helvete, Norge
- Aamulehti, Nyhedssider, Helikopterista kuulluille …., Finland
- Östgöta Correspondenten, Lokalsider, Linköping föddes på Stångebro, Sverige
- Aftonbladet, Sportssider, Rött kort Mourinho, Sverige
- Verdens Gang, Sportssider, AU!, Norge
- Karjalainen, Sportssider, Aika on oikea, Finland
- Göteborgs-Posten, Feature, Livet på stureplan, Sverige
- Göteborgs-Posten, Feature, En sexpack påsk, Sverige
- Dagens Næringsliv, Feature, Alaska på tvers, Norge
- Romerikes Blad, Feature, Et år på Romerike, Norge
- Iltalehti, Sektionsforsider, Hemohes, Finland
- Sunnuntaisuomalainen, Sektionsforsider, Hyvästi maatalous, Finland
- Aamulehti, Sektionsforsider, Jos …, Finland
- Politiken, Sektionsforsider, Dean for evigt, Danmark
- Sydsvenska Dagbladet, Visuel Kommunikation, Än syns spåren av Skånes vulkaner, Sverige
- Morgenavisen Jyllands-Posten, Visuel Kommunikation, Tjek på sikkerheden, Danmark
- Politiken, Visuel Kommunikation, Man gjorde et barn fortræd, Danmark
- Politiken, Visuel Kommunikation, Lucas-evangeliet, Danmark
- Aftonbladet, Magasiner, Revolution, Sverige
- Dagbladet, Magasiner, UP & GO, Norge
- Dagbladet, Magasiner, Baklengsgutten, Norge
- Kauppalehti Optio, Magasiner, Mästare på areenan, Finland
- Fyens Stiftstidende, Magasiner, Eventyret lever på Fyn, Danmark
- Kauppalehti Presso, Åben Klasse, 5 finske opslag, Finland
- Irish Examiner, European frontpage, 07 * 07* 05, Ireland
- Aamulehti, European feature, Illasta aanuum, Finland
- Politiken, European feature, Lettelse, Danmark
- Morgenavisen Jyllands-Posten, Net, www.fredsmissionen.dk, Danmark

AHA

- Politiken, Forsider, Årets julegave kun 144 kr., Danmark

Best of Show

- Sydsvenska Dagbladet, Sportssider, Allsvenskan, Sverige



Ida Satersdal
Redaktør, Stavanger Aftenblad, Norge
»Jeg kommer for at træffe kolleger for at se, hvordan de løser opgaver, som vi alle har. For at blive inspireret af andre. Det er fantastisk at se, hvordan enkelte, små redaktioner klarer at udføre flotte ting med små midler.«



Likka Kalliomälki
Designer, bureauet Fennopress / Bulls, Finland
Konferencen er en fin platform for mig, når jeg skal møde designere og kommende eller nuværende kunder. I år er jeg især opmærksom på de nye medier og nettets vækst. Jeg er her for femte gang, og jeg har altid nye ideer med hjem.«



Bestil bog og CD

Kataloget med Årets Nyhedsdesign 2006 er udkommet. Du har som medlem af SNDS forhåbentlig modtaget et eksemplar af kataloget. Hvis ikke, så henvend dig til sekretariatet.

CD-rom med kataloget i pdf-format, pdf slide-show med alle vindersiderne samt det nye SNDS-logo i forskellige versioner i eps, tiff, jpg- og png-formater kan købes separat eller sammen med kataloget.

Bestil pr. e-mail til: lone.jurgensen@jp.dk

Priser:

Katalog: DKK 120,- **CD-rom: DKK 120,-**

Katalog+CD-rom: DKK 220,-





"Best of Show" blev i år Sydsvenska Dagbladet cirkelrunde fodboldtillæg. En af mændene bag designet, **Ulf Jarevik**, er herover fotograferet sammen med SNDS-formand **Anna Östlund**, diplom, blomster og champagne. Til venstre vinderprojektet som det præsenteres i kataloget.

Hvorfor er du til SNDS-seminar ?



Kaisa Hakala,
Iltalehti, Finland:
»För att träffa kollegor och byta idéer. Jag har aldrig varit i Norge heller, så det är kul att vara i Trondheim.«



Bo Bischoff
Chefredaktør, Lolland-Falsters Folketidende, Danmark
Har flere gange tidligere deltaget i SNDS-konferencer. I Trondheim gik han specielt efter at få respons og ideer til et redesign af avisens web (medbragt på print): »Nu har vores web kørt på samme vis i tre år, så den trænger til fornyelse. Jeg fik derfor nogle gode tips af design-doktorerne. De foreslog, at vores web skulle have færre indgange. Og VG's webmand har lært mig, at et nyheds-web godt kan have flere tophistorier, efterhånden som man scroller nedad.«

Lena Grape Lilliehorn,
Östgöta Correspondenten, Sverige:
»För att det inte hände något annat lika spännande som detta denna helgen.«





Petri Salmén,
Helsingin Sanomat, Finland:
»Man måste se något annat i världen än det som sker därhemma. Det är kul att se hur alla andra gör och då kan man låna idéer. Dagens Nyheters stora grafik om snöröjningen var en sådan idé som jag säkert kommer att göra något eget av nästa vinter.«

Poul-Erik Thomsen
Redaktør, Jyske Vestkysten, Danmark
»Det er min efteruddannelse, som er indskrevet i min kontrakt. Jeg bruger det som en øjenåbner. Man kan se ting, som er lige til at omsætte til ens egen hverdag. Man kan blive bekræftet i, at man er på rette vej. Man får stort fagligt udbytte fra de øvrige deltagere. Min avis er repræsenteret med to-tre personer hver gang.«





John Bark,
Bark Design, Sverige:
»För att lyssna och lära av sådana som Terry Watson till exempel.«

Kjetil Tandberg
Typograf, Dagbladet, Norge
Her foran sports-forsiden, som han sammen med kolleger vandt guld for: »Jo, vi holdt en gedigen fest for guldet i aftes. Jeg har tidligere været på SNDS-konferencer i Finland og København, og det er også rigtig godt her i Trondheim. Det har bl. a. været inspirerende at høre om Jyllands-Postens magasiner og konceptet for Stockholm City. Indimellem kan det være lidt svært med alt det engelsk.«





Jessica Sjöö
Redaktionssekretær, Östersunds-Posten, Sverige
»Er med på SNDS-konference for første gang: »Jeg suger en masse til mig. Det er virkelig inspirerende og spændende at være her. Jeg forsøger at få så meget med hjem som muligt. For eksempel har jeg lige set VG-redaktøren fortælle om VG's anderledes web-design. Det er tankevækkende.«

Annelie Johansson,
Dagens Nyheter, Sverige:
»Från DN reser tre personer varje år på SNDS-seminarium. I år fick jag den stora äran att åka. Det är första gången jag är på SNDS-seminarium. Det är kul att träffa folk från andra länder och se hur de jobbar. Jyllands-Posten och deras nya magasin var till exempel kul att se.«





Søren Rødkjær
Designchef, Jyske Vestkysten, Danmark
»Jeg kommer for at møde kolleger fra hele Norden. Nogle foredrag er bedre end andre. Nogle bliver klart sorteret fra.«



The joyful passion

At the SNDS seminar in Trondheim, Cristóbal Edwards presented **"The Holy Week"** celebrations in Antigua, Guatemala, through a lecture and an exhibition of photos, sound, scent, touch and taste.



Text and photo by Cristóbal Edwards

Cristóbal is a photographer, journalist and professor of visual journalism, Santiago, Chile. He is the director of SND Latina (Region 12, South America).

E-mail: c7edwards@gmail.com

Holy Week in Antigua, Guatemala, which ends on Easter, is more work than holiday. It's the celebration of the Passion of Christ and a feast for the senses.

For some, it's a religious offering; for others, a rich festival of colours, sounds, and scents. For all, it's the most elaborate Easter celebration in the Americas.

A chill goes down the spine when the procession finally comes near. The funereal music from a marching band grows louder. A cloud of incense rises above the colourful adobe houses. Endless carpets with Catholic, Mayan, secular and abstract motifs, all made by hand of colourful flower petals, pine needles and mostly coloured sawdust, decorate the cobbled streets.

Tourists and local families, hundreds of people, crowd the pavement to watch the passing of the procession of nazarenos – pilgrims clad in purple, black or white robes – that has been zigzagging the city streets for hours. The marchers carry on their shoulders enormous floats with images of Christ, the Virgin Mary and several saints.

My grandmother was one of them in 1958, weeks before she died of breast cancer. She was taller than most other women in the procession, so she had to carry most of the float's weight. For her, this was her own passion.

Many locals participate to cleanse their souls. But this is not a sad tradition: This is a festive passion.

For thousands of Guatemalans and tourists, Antigua's Semana Santa, or Holy Week – Palm Sunday to Easter – is a magnificent holiday of music, scents, colour and street theatre, in which Catholic traditions brought by Andalusian missionaries in the 16th







# of a people

century fuse with the ancient Mayan celebration of death. The result is a week of vigils and processions unrivalled in scale beyond those in the grandest cities of Spain.

Countless floats roam this city of 32,000 people, arguably Latin American's most beautiful colonial city. At the corner appear two long parallel rows of nazarenos, each holding a rope to clear the streets for the religious procession. Next, other pilgrims swing incense burners that spew a dense fog of burnt aromatic wood. The sky soon turns dark grey, and the street almost disappears in the fume.

A gigantic float, a richly ornamented wooden platform the size of a truck, on which a life-size statue of a suffering Christ stands, appears at the corner. More than 60 nazarenos in two parallel rows carry it on their shoulders at a slow and cadent step, marked by the beat of the band's music inspired by Venetian funereal marches.

The observing multitude keeps a cathedral silence. Nothing could stop such a massive structure. As the float passes, the richly ornamented carpets are disfigured. After the band comes a float with the Virgin Mary carried by women. Next come smaller floats with Mary Magdalene and saints carried by more women and children.

The procession destroys the carpets that Antiguans spent hours – sometimes days – making. The carpet-makers are more concerned about their religious offering than their creative and elaborate art.

This multisensory scene occurs over and over again, day and night, during Holy Week in Antigua. For those who live here, it's all about devotion and dedication. The carpets, the floats, the costumes, the music – everything has been designed and prepared months in advance.

The float carriers must pay US$4 – a significant amount for most Guatemalans. They are then organized by height and must practice several times before Palm Sunday, when Holy Week begins.

My grandmother was tired after she carried the float. Perhaps she was afraid to die, but she was grateful to be part of the Holy Week celebrations. What she did sends a chill down my spine. What they do in Antigua year after year is impressive. They're proud and happy. She was, too.



Magasinredaktør **Jonas Kuld Rathje** fra Morgenavisen Jyllands-Posten, Danmark, fortalte på SNDS-konferencen i Trondheim om avisens lancering af otte nye avismagasiner. Foto: Jørgen Høg



Mandag: Sport – resultater og baggrund



Tirsdag: International politik og baggrund



Onsdag: Forbrug



Torsdag: Guide til og anmeldelser af kultur- og fritidsoplevelser



Fredag: Kultur, debat, baggrund

What's in it for me?

Morgenavisen Jyllands-Posten lanserade vid årsskiftet åtta magasin per vecka. De tidigare dagliga sektionerna i broadsheet omvandlades till snygga, färggranna och till synes påkostade magasin i skuren tabloid. **»Ett sätt att närma sig läsarna,«** förklarade magasinredaktör Jonas Kuld Rathje.

Af Anders Tapola

Förberedelserna inför lanseringen av Jyllands-Postens åtta magasinen handlade främst om att ta reda på vad läsarna ville ha.

Mängder av läsarundersökningar studerades noggrant och flera läsargrupper deltog under processen och gav kontinuerligt betyg. Under en vecka fick 30.000 läsare ge sitt betyg. 80 procent var positiva.

Jonas Kuld Rathje förklarar filosofin bakom magasinen:

»Den viktigaste frågan vi ställer oss är: Vad ger denna story våra läsare? Skriver vi alltid så att läsarna kan starta en konversation utifrån storyn?«

Fokus är ständigt på vad läsarna får ut av det som skrivs. Det gäller hela tiden att presentera materialet så att läsarna tycker att det är angeläget för dem.

Frågan är alltså alltid: Vad är värt att berätta ur läsarnas perspektiv?

Förbrukarperspektivet är också högt prioriterat. Det ska vara enkelt för läsarna att omsätta ett matrecept i praktiken. Allt som gör läsarnas vardag lättare, bättre, sundare, skojigare är viktiga behov som Jyllands-Postens magasin försöker tillfredsställa.

Jonas Kuld Rathje demonstrerar hur featuretexter alltid kompletteras med faktatexter, som i sin tur besvarar läsarnas behov av vad de anser vara värdefullt vetande. Det överensstämmer inte alltid med vad journalisterna tycker är angeläget.

Läsarna ska också överraskas dagligen. I magasinen ska man hitta nyttig kunskap som man inte tidigare trodde att man behövde.

Ett annat viktigt mål med magasinen har varit att försöka förflytta läsartiden från morgon till kväll.

»Magasinet är lätt att ta ut ur den vanliga avisen. Nyhetsdelen och övriga broadsheetdelar läses vanligtvis tidigt på dagen. Med ett dagligt magasin kan man förhoppningsvis förlänga tiden som läsarna ägnar åt avisen.«

Om man gör en avis utifrån läsarnas behov, är det också enklare att engagera läsarna så att de bidrar med material till avisen. Ett exempel är läsarnas egna resebilder i resemagasinet som ibland får stort utrymme.

Jonas Kuld Rathje visar exempel på



Fra FORBRUG: Testpanelet har smagt på ristede løg.



Lørdag:
Rejser og fritid



Søndag:
Bil, båd og camping



Søndag:
Bolig og livsstil



Fra INTERNATIONAL: Åbningsopslag til reportage fra Tjernobyl 20 år efter eksplosionen på atomkraftværket.

läsarbilder från resor som blivit mycket snygga uppslag i magasinen.

»Det är dags att ta läsarna, och deras begränsade tid att läsa aviser, på allvar. Att lyssna på vad de vill ha ut av avisen,« säger Jonas Kuld Rathje. ■

Fotnot: Danilo Black står bakom formgivningen. Två olika alternativ togs fram för Jyllands-Posten. Jonas Kuld Rathje och hans kollegor valde sedan, efter önskemål om vissa modifikationer, det alternativ ni ser här. Typografien er fra de to skriftfamilier Antenna og Poynter OldStyle.

Vill du veta mer?
Kontakta gärna Jonas Kuld Rathje på mailadress: jonas.rathje@jp.dk



Anders Tapola
är redigerare på Smålandsposten. Han är också seminarieansvarig i SNDS's styrelse
E-mail:
anders.tapola@smp.se

XTREME
DALAHORSE
MAKEOVER!

CHALLENGE your own creativity by designing your own Swedish National symbol. **WIN** a trip to the SND Workshop in Boston 2007!

SEND your name and address to anna.ostlund@confetti.se, and you will get your own Dalahorse.

www.snds.org/stockholm-2007



STOCKHOLM **2007**
SNDSCANDINAVIA

SNDS Annual Workshop & Exhibition, May 24–26, 2007 at Clarion Hotel Stockholm. Register at www.snds.org/stockholm-2007

Affärspressen går 10 ronder i tidningsform

Tekst og foto:
Pelle Anderson



Nordisk affärspress är en bra affär. Ta svenska Dagens Industri till exempel. DI har tidigare, under legenden Hasse Olssons ledning, levererat åtskilliga miljoner svenska kronor i vinst åt ägarfamiljen Bonniers. Och därmed bevisat att en tidning inte måste ha vacker design för att såväl locka läsare som annonsörer. **Men man kan inte leva på legender i all evighet,** och nu är det Gunilla Herlitz som levererar miljonerna, med hjälp av en redesignad Dagens Industri. De övriga nordiska affärstidningarna har också tagit på sig finkläderna. I den här genomgången tittar vi på de dagliga affärstidningarna ur formsynpunkt. Följ med på en match i tio ronder: Nordisk Affärsform! Vi låter businessfolkets husorgan mötas i ett gränsöverskridande, hårt och obarmhärtigt formderby, där utgången inte på något sätt är självklar. **Och resan är som vanligt viktigare än målet!**

Rond 1

LOGGA

Vi börjar med det mest uppenbara, och det enda momentet i en tidnings form där styrelsen brukar uttala en åsikt: logotypen. Här finns en rad olika lösningar, från Dagens Industris effektiva röda låda till Taloussanomats finlemmade versalrad.

Segraren i denna första rond är självskriven: Kauppalehti, vars kraftfulla mekan (eller egyptienne, ett typsnitt med kraftiga klackar som tar spjärn mot tidningssidan och ropar ut mot publiken) i en starkt blå ton (cyan och svart, vad jag begriper) syns bäst och förmedlar en självklar auktoritet. Typsnittet är Beton, ursprungligen ritat av tysken Heinrich Jost, och utgivet av Bauers stilgjuteri 1936. Det håller fortfarande. Loggan togs fram av Hannu Kavasto för över 20 år sedan.

Dagens Industri får finna sig i en andraplats, men en stark sådan. Att lägga loggan på en färgplatta är en lika självklar som praktisk lösning, loggan behärskar sitt närområde och kan inte invaderas eller överröstas av andra grafiska element.

Originalitetspriset (delas endast ut i Rond 1) går till Idag – när John Bark och jag designade svenska Idag hade vi nog aldrig vågat föreslå en sådan logga. Swift är ett vacker typsnitt, men här får resten av förstasidan viska för att loggan ska höras/synas.

Rond 2

FÖRSTASIDA

Här ser man att tidningarna sneglat på varandra… eller kanske vilken effekt tabloiden har på tidningar med likartat innehåll och identisk publik. Det är samma grundform: kraftig nyhetslåda med stark typografi, ofta vit (negativ) huvudrubrik infälld i bild eller på färgplatta. De finländska kollegerna låter huvudblocket ligga på full bredd eftersom de har längre rubrikord, DI framhärdar i mindre lyckade versala, kondenserade rubrikrader – det blir svårläst, men ligger i DI-traditionens huvudfåra.

Rondens vinnare blir Dagens Næringsliv, som visar var skåpet ska stå med sin generösa, breda rubrikstil (DIN) och hårt mallade men ingångsrika etta som lockar till läsning utan att tillåta läsaren att tveka om vad som är viktigast. Plus också för färgskalan.

Runner up: Taloussanomat, som vågar vara luftig men som ibland riskerar att bli spretig. Knäpp ihop formkaftanen så trillar inte sidorna isär så lätt!

Rond 3

NYHETER

Det är ingen brist på nyheter i dessa tidningar. Nyhetsuppslagen är välmatade, ibland packade. Men annonsflödet är olika; DI har en tajt annonsdummy med föga luft, vilket ger en viss syrebrist på sidorna. Hos kolleger med färre annonser skapar luften ibland motsatt problem: uppslagen hålls inte ihop utan faller sönder. I valet mellan två onda ting ser den packade produkten dock mer angelägen ut.

Rond tre går till Kauppalehti, trots att tidningen valt att ha en ”hatthylla” överst på nyhetsuppslagen för notiser och kortare nyheter. Sådant ställer ofta till problem i redigeringen, vanliga notisspalter är enklare att hantera. Här ger det dock bra med utrymme åt finska språkets långa rubriker.

Jag är mer tveksam till Kauppalehtis sätt att strunta i ingresser och i stället låta reporterns byline vara den starkaste typografiska signalen i början





av artikeln, men det är ingen tvekan om var man ska börja läsa i alla fall – och det höjer onekligen statusen på skribenten. Tidningens nyhetsuppslag är välredigerade, tätt layoutade och bra organiserade.

På en stark andraplats: Dagens Industri. Att läsa DI:s nyhetssidor känns litegrann som att bli överkörd av ett tåg, eller utskälld av en högljudd och kortväxt chef – inte alltid behagligt, men svårt att missförstå. Detta är en tidning som görs av proffs, och budskapet går fram.

Rond 4

GRAFIK

Nyhetsgrafik var populärt för tjugo år sedan, suckar en läsare. Sant, men när det gäller teknik och ekonomi tycker jag fortfarande att grafiken förtjänar en egen rond. Här finns ofta komplicerade och sifferrika sammanhang, där skeenden som skildras pågår under flera år och med flera variabler– idealiskt för grafik-journalistik.

En något svårbedömd rond. Alla tidningarna klarar dagsgrafiken, de enspaltiga lägeskartorna och stapeldiagrammen. Segraren måste ändå bli Dagens Industri, som kan göra rejäl, förklarande nyhetsgrafik när de vill – eller planeringen fungerar. Som allt annat i tidningsvärlden hänger det på planeringen.

På andraplats återfinns Kauppalehti, som egentligen bara skulle behöva lite nya diagrammallar och kanske köpa in en och annan större grafik för att ge DI en match om förstaplatsen – tänket finns där redan.

Rond 5

FOTO

Jag är den förste att erkänna att det är knepigt att hitta bra kort när man skriver om abstrakta saker som affärer och ekonomi. Alltför ofta står valet mellan bild på hus eller bild på gubbe i slips. Kvinnor och faktiska händelser, foton som verkligen visar en nyhet, saknas ofta helt i affärspressen. Nå, hur klarar sig våra nordiska vänner?

Taloussanomat blixtrar till med en annorlunda bildlösning då och då, men helhetsintrycket tas ner av tidningens dåliga tryck. Kauppalehti kämpar hårt för att skapa dynamik i porträttbilderna, och skjuter rätt ibland. Dagens Industri har gjort (och



gör) heroiska ansträngningar för att ta sig ur slipsträsket, men lyckas inte riktigt. Förutom gubbsen finns dock en del riktigt bra bilder, men sällan på de packade nyhetssidorna. Vinnaren i Rond 5 blir dock Dagens Næringsliv, som inte bangar för att dra upp dramatiska helfigursbilder på människor de skriver om över en hel sida. Sådant ska belönas. Dagens Industri kniper andraplatsen.

Rond 6

RUBRIKER

När det gäller val av typsnitt har vi alla våra käpphästar. Rubriksnitt är viktiga för att markera vilken typ av tidning det är, och här ska signalen givetvis vara nyhetstidning.

Men det är inte bara valet av typsnitt som avgör resultatet – hur typsnitten används är ofta mycket viktigare. Här skiljer sig tidningarna åt rejält. De största kontrasterna är mellan Dagens Næringslivs breda, generösa DIN-rubriker å ena sidan, och Dagens Industris Benton Sans Compressed (omritad för DI) å den andra.

Benton, som är ett alldeles utmärkt typsnitt från Font Bureau i Boston, är så tätt knipt att rubrikerna ser alldeles kissnödiga ut. En aning mer luft mellan bokstäverna skulle kanske också få ner rubrikgraderna något, som ibland tenderar att skena iväg.

Dagens Industri använder Matthew Carters Fenway för att kontrastera mot Benton (bägge används även i Le Monde), vilket underlättar för läsaren att urskilja analyser, kommentarer och opinionsmaterial. Fenway används också som nedryckare och i bakvagnen som rubrik. Taloussanomat väljer intressanta Knockout, och ställer den ibland mot den skotska antikvan Miller.

Men återigen är det Kauppalehti som tar hem ronden med rubriker satta i Poynter Gothic Text Black Condensed, kraftfull och elegant i samma nyhetstradition som Benton, men bättre knipt och i väl avvägda storlekar. Kauppalehti avstår från en kontrasterande antikva, vilket är helt OK, men gör att tidningen ibland ser lite kall ut. Konsekvent är det dock, och den tunna Poynter som agerar nedryckare och underrubrik fungerar väl.

Dagens Næringsliv med sin enkla rakt-på-sak-typografi och välformulerade rubriker tar hem andraplatsen.

Rond 7

BRÖDTEXT

De flesta av typsnitten som kommer till användning i affärstidningarna har jag själv använt under åren, och några har jag återkommit till flera gånger. Swift är ett sådant typsnitt, Gerard Ungers alltmer populära typsnitt som används i bland annat Metro över hela världen. Ole Munk hjälpte danska Idag att välja det. I Taloussanomat återfinns ett annat lättläst Unger-snitt, Coranto, som också finns i flera svenska tidningar.

Nej, alla tidningarna har väl valda brödtextsnitt, och de flesta använder mellanrubriker, ingresser och ingångsord som kontrasterar väl och underlättar för läsarna. Det är en annan sak som får fälla avgörandet: spaltbredden.

Dagens Næringsliv visar vilken skillnad det gör för läsningen om man använder fem spalter i tabloidform, och inte sex som de andra gör. Det ger norska DN segern i Rond 7. I sin privatekonomiska bilaga, en skuren tabloid, har DN gått ner till fyra härligt lättlästa, breda spalter! Heders!

Jag skrev i svenska Pressens Tidning om varför fem spalter är bättre än sex,



10 NYHETER

Urstarkt börsår ger warrantfeber

...och de flesta spekulerar i fortsatt uppgång

Intresset för warranter har inte varit så stort i Sverige sedan 2001.
Under årets tre första månader omsatte handeln 4,2 miljarder kronor, vilket är en ökning med 158 procent jämfört med samma period förra året.

Di FAKTA
Långa optioner
■ Warranter är finansiella instrument som påminner om optioner, men som har en löptid som normalt

sättningen. Nu är spridningen större, vilket säkert beror på att det gått bra för nästan alla aktier på börsen. I dag står Ericsson för endast drygt 20 procent, därefter är Astra Zeneca, ABB, Vostok Nafta och Volvo populärast", säger Peter Frösell.

i en nedgång. När börsen spänner gör de flesta ingenting i väntan på en uppgång eller så säger man", säger Peter Frösell.

CAROLINE KIEPELS

Bankernas fonder har svårt att slå sina index



den som vill läsa hittar texten på min blogg http://datelineseoul.blogspot.com. Kommersiella argument tillåts väga tyngre än läsbarhet, vilket jag hoppas straffar sig i längden.

Med detta i bakhuvudet tar ändå Dagens Industri silverplatsen, trots sexspalter och ett alldeles för brett spaltmellanrum.

Rond 8

RYTM

■ En tidnings bläddringsrytm, eller struktur om man så vill, sätter ramar för formen. Traditionellt har affärspressen tyngts av sida efter sida med siffermaterial, börstabeller, fonder och valutor, ekonomidata som bara en bråkdel av läsekretsen någonsin ägnade en blick.

Med internet förändrades detta, plötsligt kunde tidningarna bygga ut sina tabeller – och placera dem på nätet. Samtidigt blev de aktuella, från att ha varit hopplöst föråldrade när de väl nått läsarna via tryck på papper.

Trots detta finns pliktmaterialet kvar, i Dagens Næringsliv blir det uppåt tio sidor, i de andra runt hälften. Bara danska Idag avstår, och har bara en spalt nyckeltal. Mitt grundtips är att det försvinner innan året är slut. Analysen behövs givetvis, men skulle må bättre av lite diagram och långsiktigare perspektiv än dagskurserna.

En annan sak som drabbar bläddringen är bilagorna, här utmärker sig Dagens Industri med trånga sidor och många annonser, liksom en uppsjö annonsbilagor. Trevligt för ägarna, mindre kul för läsarna (för det mesta).

Ändå tar DI hem ronden, i kraft av klara och konsekventa avdelningar, avgränsade genom såväl vinjettsystem som rubriktypografi. Norska Dagens Næringsliv kommer tvåa.

Rond 9

SIDFORM

■ Det gäller att ge läsarna många möjligheter att börja läsa. Sådant brukar vi kalla ingångar på sidorna: det kan vara allt från notiser till rubriker, bilder och bildtexter, uppdragna citat eller grafiska element.

Kontrasterna på sidan hjälper till att skilja på viktigt och mindre viktigt, och visar läsarna vägen – här ska du börja, dessa saker hänger ihop, här går gränsen mellan artiklarna.

Kauppalehti har ett väl utvecklat system för hierarkier, här är ingen tvekan om vilket som är viktigast. Det är gott om notiser och kortare artiklar, och allt är välorganiserat. Dagens Industris sidor ligger inte långt efter, och är mer levande. Minus för den alltför breda svarta plattan till faktarutorna – men stort plus för alla artiklar som har faktaruta! Här får läsaren en chans till att stanna upp. Uppdragna citat i rött livar upp mot det rosa pappret.

Ronden går återigen till Dagens Industri, vars redigerare gör ett bra jobb mot bakgrund av annonstrycket, tätt följd av Kauppalehti, som är renare fast lite tråkigare.

Rond 10

FRAMTIDEN

■ Vad är nu detta för slags avslutande rond? Jo, eftersom vi vet att tidningarna måste återuppfinna sig i en ny medieavärld (eller i alla fall vakna) så låter vi framtidens form utgöra finalen.

• **Dagens Industri**, med såväl utvecklad (och lönsam!) webb, och mindre utvecklad (och olönsam!) TV-kanal, blir först ut. Varumärket och den rosa



Pelle Anderson
är mest känd som mannen som startade Metro. Han grundade också den största skandinaviska tidningsdesignfirman A4.

Pelle Anderson bor numera i Seoul i Sydkorea, där hans fru Marianne Söderberg jobbar på EU-ambassaden.

Pelle Anderson brukar hävda att han är självlärd, vilket bör tas med en nypa salt; en avbruten



journalistutbildning i början av 70-talet följdes av lärlingsutbildning som typograf och plutonschefsutbildning i den svenska armen (grad: sergeant).

En stipendieresa för att studera tidningsdesign i USA 1982 förde honom bland annat till USA Today dagen innan första numret kom, 15 september.

1985 läser Pelle franska i Aix-en-Provence, tjugo år senare arkitektur en sommar på Harvard. Någonstans mittemellan hinner han med att publicera nyhetsbrevet DtP (1992-1995) och starta Metro tillsammans med två vänner. Pelle bodde 1997-2000 i Bruxelles, 2000-2003 i New York.

Pelle Anderson är 52 år, och har en del av hjärtat kvar på Söder i Stockholm. Han skriver regelbundet om media, design och andra saker som väcker hans intresse.

Pelles Andersons blog hittar du här:
http://datelineseoul.blogspot.com/

E-mail: pelle@a4.se

tonen går igen i allt tidningen gör, vilket är formulär 1A, och därmed helt rätt.

– Det är inte omöjligt att tidningen krymper till A4-format om några år, säger AD Lars Jansson. Systertidningen Business.hr, utgiven i Kroatien, är halv Berliner (ungefär A4).

• **Kauppalehti** startades på 1800-talet, men ligger inte efter sin yngre svenska kollega. Tidningens medarbetare är integrerade i webb- och TV-produktion. Tabloid har man varit sedan år 2000, och innan dess var man "eurotabloid" sedan 1970-talet. Ansa Karjalainen, Visual Editor på Kauppalehti, tror att tidningen mycket väl kan krympa i framtiden.

• Kanske kommer också finanstidningarna att bli mera visuella. Mera sidor, där man berättar om saker med bilder och ritningar.

• Kollegan Leena Kosonen, AD på **Taloussanomat**, är trött på sifferexercisen:

– Rätt så ofta undrar vi om det inte är rent slöseri att täcka fem sidor med finansdata varje dag, nio (!) på lördagarna.

Taloussanomat jobbar, trots en rik ägare, i hård konkurrens med den större Kauppalehti som har större resurser, bättre tryck och starkare varumärke. Ingen enkel sits.

• Danska **Idag**, bara två år gammal, har ännu så länge en ganska outvecklad webb.

– På lite längre sikt kan tidningen få ett mindre format än tabloid, säger Designchef Annelise Ploug, som inte gillar ljusrött papper. Men i dag är det bara Finland som framhärdar med vitt papper, i Sverige, Norge och Danmark är det rosa som gäller.

• **Dagens Næringsliv** skruvar ständigt på sin form, säger Desksjef Bjarne Dramdal Erichsen. Vilken är den största utmaningen för er tidning?

– Kampen om lesernes tid. Derfor må vi hele tiden bli flinkere til å gi leserne klare signaler om hva sakene handler om, slik at de så raskt som mulig kan velge hvilke saker de skal lese. Det er viktig at vi gir leserne merverdi i forhold til den flommen av nett-, radio og tvnyheter de bombarderes med gjenneom hele døgnet. I tillegg til godt innhold, skal et innbydende design hjelpe til med å få leserne til å velge papiraviser også i fremtiden.

Med ett sådant klart och välformulerat svar tar Norges Dagens Næringsliv hem sista ronden! Svenska Dagens Industri tar en knapp andraplats, med sina utbyggda verksamheter på internet (webb, webbradio, webb-TV etc.) som bakgrund.

OK, vem som vann? Nej, det får du allt räkna ut själv. Det viktiga är ju att kämpa väl, eller hur – och du kämpade dig igenom artikeln ända hit! Alltså är du också en vinnare. ■

FOTNOT 1: Alla kom inte med, exempelvis saknas danska Børsen. Det tycker jag är tråkigt, men det beror inte på att jag inte försökt.

FOTNOT 2: Den nordiska designvärlden är inte stor. Jag och A4 fick inte jobbet att designa om Dagens Næringsliv i Oslo 2001 (det fick Palmer & Watson), vi gjorde en Designprovning åt Dagens Industri , och jag har jobbat som bollplank åt AD:n på Taloussanomat. Jag överlåter åt läsaren att avgöra om det påverkat min text.

NYE BØGER

Ved Jørgen Høg



Muhammed-sagen bag kulisserne

Hvad skete der egentlig bag kulisserne, da Morgenavisen Jyllands-Posten i september 2005 inviterede danske bladtegnere til "at tegne Muhammed, som du ser ham"?

Hvem har ansvaret for, at de 12 karikaturer, som blev resultatet, førte til dødstrusler mod tegnerne, brændende ambassader og mere end 150 døde i voldsomme demonstrationer i den muslimske verden?

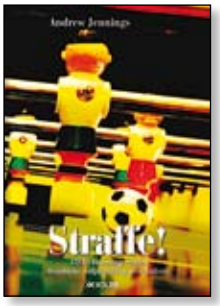
De spørgsmål har to undersøgende journalister fra Jyllands-Posten, John Hansen og Kim Hundevadt, besvaret i en ny bog, "Provoen og Profeten – Muhammedkrisen bag kulisserne", som udkom i maj og fik en meget fin modtagelse af de danske anmeldere.

Dagbladet Information skrev f.eks., at bogen er "en sober journalistisk gennemgang af den utrolige historie om, hvordan 12 små tegninger i en jysk avis kunne kaste Danmark ud i den største udenrigspolitiske krise siden Anden Verdenskrig".

I Berlingske Tidende fik den seks ud af seks mulige stjerner og følgende skudsmål: "Sobert, sagligt, forstandsklart. Bedre bog om denne dramatiske sag kan vi næppe få. Den er fair hele vejen rundt."

Kun Politikens anmelder dryppede en smule malurt i bægeret, fordi han sad tilbage med en følelse af, "at noget mangler", at han ikke har fået hele sandheden.

John Hansen, Kim Hundevadt:
"Provoen og profeten"
288 sider, ill., hft.
Jyllands-Postens Forlag
www.jyllandspostensforlag.dk
ISBN: 87-7692-092-5
Pris: DKK 199,-



Giftige FIFA-driblinger

I 1990'erne afslørede Andrew Jennings, bestikkelse og korruption i den Internationale Olympiske Komite IOC, og skrev bogen "Ringenes herrer"

Nu udgiver han bogen "Straffe!", hvori han retter et hårdt angreb mod FIFA, verdensorganisationen for fodbold, og ikke mindst FIFA's præsident, Sepp Blatter.

Kun få uger før fodbold-VM fløjtes i gang i Tyskland, sætter journalist Andrew Jennings ind med en giftig hæl-tå dribling i FIFA's eget straffesparkfelt og fortæller på et solidt, veldokumenteret grundlag om bestikkelse, valgsvindel og sorte billetter.

Allerede før udgivelsen er bogen så kontroversiel, at FIFA har forsøgt at standse den ved domstolene. Ikke desto mindre er bogen på vej ud i Storbritannien, og den er desuden solgt til udgivelse i Italien, Frankrig, Holland og Norge.

Andrew Jennings: "Straffe!"
283 sider
Forlaget ajour,
Danmarks Journalisthøjskole
www.forlagetajour.dk
ISBN: 87-91620-28-7
Pris: DKK 248,-



Klip fra kalenderen

Af Anna Östlund

Stockholm 2007

Kreativitet, design, hands-on och en rejäl fest är viktiga punkter för den organiserande seminariekommittén för nästa års SND Scandinavia-seminarium. Seminariet äger rum på relativt nybyggda Clarion Hotel på Södermalm i **Stockholm** 24-26 maj.

Något tema för seminariet, som de föregående årens seminarier har haft, finns inte men Anders Tapola, som är ansvarig för programmet i seminariekommittén, lovar att det finns en röd tråd.

För att marknadsföra Stockholm 2007 har seminariekommittén utlyst en tävling: Xtreme Dalahorse makeover. Det hela går ut på att designa sin egen svenska nationalsymbol; dalahästen. 250 täljda naturella dalahästar finns att dela ut till tävlingssugna, som måste vara medlemmar i SND Scandinavia.

Vinnaren får resa, tre hotellnätter och workshopavgiften betald till SND Workshop i Boston 2007.



Mer information om tävlingen på **www.snds.org/stockholm-2007**.

Där kan man också ladda ner bildspelen om Stockholm 2007 och Xtreme Dalahorse makeover, samt information om seminariet.



SND goes Disney – or not

■ Årets SND workshop äger rum i **Orlando, Florida**, i månadsskiftet augusti-september.

Det tidiga datumet är satt för att undvika orkansäsongen som startar i mitten av september och pågår till november.

Som vanligt när kommer workshopen att bestå av fyra parallella spår som täcker in allt från typografi till design. Bland föreläsarna är följande klara: **Charles Apple**, Virginian-Pilot: "The one-man graphics band", **Denise Reagen**, Florida Times-Union: "Intelligent risk-taking", **Stephanie Grace Lim**, San Jose Mercury News: "Power brainstorming", **David Kordalski**, Cleveland Plain Dealer: "Building a Culture that lasts", och **Heidi de Laubenfels**, Seattle Times: "Guiding a creative staff through cutbacks". Mer information om SND workshop i Orlando finns på **www.snd.org**, där du också kan registrera dig samt boka hotell.

SND spelar högt

■ 2007 års SND workshop arrangeras av The Boston Globe i **Boston**, på den amerikanska östkusten. Workshopen äger rum 5-7 oktober.

2008 blir det ökenstaden **Las Vegas** som står värd för workshopen. Datum är inte satt ännu. Förhandlingar om var 2009 och 2010 års workshops ska äga rum pågår och blir troligen klart vid SND's styrelsemöte i Orlando i slutet av augusti.

Avisdesignkursus i Århus, Danmark

"Naviger efter stjernerne", 30. oktober 2006

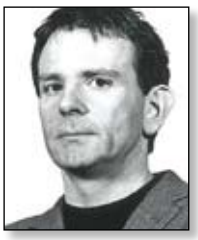
■ I disse for avisbranchen så hårde tider er dette seminar værd at bemærke. Tre af verdens førende designnavne samles i Århus på et kursus i avisdesign og visuel kommunikation. **Lucie Lacava, Mark Porter** og **Stephanie Grace Lim** fortæller om de nyeste strømninger og tendenser inden for branchen.

Seminaret er tilrettelagt af designkonsulent **Ole Munk** for Den Journalistiske Efteruddannelse (DJE), og det bliver en blanding af oplæg og diskussion. Seminaret afvikles på engelsk.

Yderligere oplysninger på **www.dje.dk** eller **telefon +45 8732 4500**.



LUCIE LACAVA har redesignet over 50 aviser og blade i Amerika og Europa. Med specielt fokus på æstetikken vil Lucie Lacava beskrive sin tilgang til avisdesign og forklare principperne bag den sofistikerede anvendelse af typografi, der har medvirket til at give hende et ry som en af de absolutte superstjerner på den internationale avisdesign-himmel. Lucie Lacava er designkonsulent og chef for Lacava Design Inc. Hun har vundet mere end 100 nationale og internationale priser for redaktionelt design og visuel identitet, heriblandt SNDs (Society for News Design)"Best of Show Award" for hendes banebrydende redesign af den canadiske avis Le Devoir i 1993. Lucie har endvidere undervist på bl a The Poynter Institute for Media Studies, The American Press Institute og IFRA, og er gæsteprofessor på Universidad Catolica de Chile.



MARK PORTER - The Guardians designredaktør - vil præsentere avisensprisbelønnede redesign, idet han vil lægge særlig vægt på samspillet mellem form og funktion: Hvad er det for redaktionelle, kommunikative og mediestrategiske overvejelser, der ligger bag de innovative designløsninger? Mark Porter er britisk bladdesigner og tidligere art director på magasinerne Wired, Colors (Benetton) og ES (The Evening Standard Magazine). Modtager af talrige designpriser, bl a fra British D&AD og the Society of Publication Designers. Nu "creative editor" på The Guardian og hovedansvarlig for avisens redesign og omlægning til berlinerformat i 2005. Som en af kun to aviser vandt The Guardian i 2006 SNDs World's Best-Designed Newspaper Award. The Guardian blev endvidere Årets Avis i Storbritannien 2006, og avisens designteam er nomineret til landets fornemste designpris, Designer of the Year.



STEPHANIE GRACE LIM vil under overskriften "Power Brainstorming" føre os ind i et univers fyldt med visuelle muligheder. Tekniske begrænsninger og traditionelle faggrænser udfordres konstant af Stephanie, der med sin kreativitet og idérigdom er blevet beskrevet som "a photo-illustrating-designing machine". Hun har vundet hundredvis af priser fra bl a SND (Society for News Design), NPPA (National Press Photographers Association), AP, National Headliners og Nikon, og været nomineret til The Pulitzer Prize. Stephanie Grace Lim har en fortid på The Charlotte Observer, Ann Arbor News og University of Michigan, og hendes værker har været publiceret i Life, People, Billboard, Photographer's Forum og Print Magazine. Hun arbejder nu som fotograf, illustrator og designer på San Jose Mercury News, og optræder jævnligt som forelæser og underviser på bl. a. The Poynter Institute for Media Studies.

Ordföranden har ordet



Anna Östlund er fotograferet af Berit Djuse

Jag vet att många av er tycker att det är dyrt att åka på ett SNDS-seminarium.

»Går det inte att göra seminarierna billigare?«

»Måste det vara så mycket sociala aktiviteter?«

Är några frågor vi får varje år.

Faktum är att våra seminarier inte är dyrare än andra konferenser som arrangeras i såväl Norden som Europa.

Den årliga IFRA-mässan kostar minst lika mycket att delta i. Därtill har priset för att delta i SNDS-seminariet varit detsamma sedan 2001, det vill säga 795 euro för medlemmar och 895 euro för icke-medlemmar.

Vad är det då som kostar? Givetvis själva konferenslokalen, som inte bara ska vara funktionell, rymma 200 deltagare, utan även ha kapacitet att serva med kaffe och luncher utan att det tar allt för lång tid. De senaste åren har vi också satt värde på att konferenslokaler och hotell är i ett. Det spar tid för deltagare men även transportkostnader (någon som minns Köpenhamn 1999 och bussresorna till Bella center…)

Till skillnad mot SND-seminarierna i USA, som vi alltid jämförs med (»Varför är det så billigt att delta i deras workshops?« »De kan minnsann arrangera workshops för halva penningen.«) så står vi för samtliga våra föreläsares resor, hotellrum och seminarieavgift.

I runda tal handlar det om en kostnad på cirka 10 000 kronor per föreläsare. Gånger 20-25 personer…

I USA får föreläsarna betala deltagaravgift, resa och hotell själva.

SND Scandinavia har valt en annan väg. Vi vet vilket arbete det innebär att förbereda och genomföra en föreläsning, genom att betala för deras omkostnader visar vi att vi sätter stort värde på arbetet de lägger ner. Vi ersätter dem aldrig för deras tid, det vill säga genom att arvodera dem.

Med detta säkerställer vi att föreläsarna skräddarsyr sina föreläsningar, att de engagerar sig i och adderar mervärde till såväl seminariet som deltagarna. Allt för att ni deltagare ska få det där extra med er hem. Det som gör det värt att åka på ett SNDS-seminarium.

Jag vet efter att ha deltagit i tre SND workshops over there och nio SNDS-seminarier här hemma vilket arrangemang jag skulle välja om jag måste.

Och det blir inte en workshop i USA. Visst har de många sessions, oftast pågår fyra-fem parallellspår samtidigt men det är ingen garanti för kvaliteten…

Jag är ledsen att behöva säga det här, men vill du ha ut mesta möjliga både din tid och dina pengar ska du välja SNDS-seminariet.

Färre föreläsare men betydligt högre kvalitet på innehåll. Men framför allt föreläsare som har något att säga som inte bara berör vårt arbete idag men även imorgon. Föreläsare som har en tanke, ett budskap de vill dela med sig av, och som inte bara vill ha en möjlighet att visa sin portfolio för så många som möjligt.

Dessvärre något som är alltför vanligt på de amerikanska ditona.

Men om det handlar om att få en gratisresa till det stora landet i väster, ja, då kan jag argumentera mig blå för att du ska välja SNDS-seminariet utan resultat.

Tro nu inte att jag tar upp detta bara för att jag är med i organisationskommittén för 2007 års SNDS-seminarium. Givetvis vill jag att så många av er kommer till Stockholm 24-26 maj. Jag lovar att det kommer att bli ett seminarium som ni sent ska glömma. Både vad gäller inspirerande, fascinerande, nytänkande och kreativa föreläsare liksom underhållande och gemytliga sociala arrangemang.

Jag lovar att du får valuta för dina 795 euros.

Mer info på:
www.snds.org/stockholm-2007

*Du är väl med i **Xtreme Dalahorse makeover**? Om inte, skynda dig att rekvirera tävlingsunderlag. Det finns bara 250 hästar – först till kvarn gäller ...*
Se inde i bladet på side 13.

Anna Östlund
Ordförande, SNDS
anna.ostlund@confetti.se