

Produktion med engagement

Nå ud til 8000 medlemmer 6 gange om året og give dem en super oplevelse - hver gang... det er opgaven med det 44 sider store dykkermagasin.

Opgaven

2002 fik vi til opgave at re-designe Dansk Sportsdykkerforbunds medlemsmagasin og skabe en mere klar profil. Hvis opgaven blev løst tilfredsstillende, skulle magasinet efterfølgende produceres, trykkes og distribueres 6-8 gange om året. Ca. 10% af bladet er annoncer, resten er artikler, test af forskelligt grej og nyheder fra dykningens fascinerende verden – hovedsageligt fra Danmark. Der skulle laves portoaftaler og aftaler omkring den øvrige håndtering og arbejdsflowet.

Løsningen

I re-designet af magasinet tog vi udgangspunkt i et af dykningens egne ord-sprog "at dykke er at se". Et ordspil, der svarede godt til at vores ambition for designet, hvor resultatet skulle være et moderne og læsevenligt design med mange billeder. Når det nye, overordnede design var på plads, ønskede forbundet samtidig, at bladet løbende skulle re-designes og videreudvikles. Den proces, med udviklingen af nye tiltag og ideer, er vi aktivt med i. Vi har desuden været med til at skabe de respektive aftaler for salg af annoncer, udsendelse og porto. Vi arbejder på fast sidepris og er i tæt dialog med arbejdsgruppen og redaktøren løbende i processen hele året.

Resultatet

Der er igennem årene gennemført flere læserundersøgelser og hver gang bliver der givet topkarakter til Sportsdykkerens indhold og udseende. Magasinet design og stil er desuden blevet brugt i udarbejdelsen af Dansk Sportsdykkerforbunds øvrige materialer. Vi har undervejs opbygget et tæt og konstruktivt samarbejde med en gensidig fleksibilitet i de forskellige processer.

Inspireret af arbejdet med materialerne til Dansk Sportsdykkerforbund er nogle af os selv begyndt at dykke og undervandsfotografere - og vi bidrager med jævne mellemrum selv med artikler og fotos til magasinet. os selv begyndt at dykke og undervandsfotografere og bidrager med jævne mellemrum med artikler og fotos.



Sportsdykkeren udtaler...:

Vi har siden 2002 arbejdet sammen med Hovmark og produceret ikke mindre en 46 nr. af Sportsdykkeren. Vi har haft store-, små-, team- og aktivitetsnumre - og alle har samme høje kvalitetsniveau som vi ønsker at signalere i Dansk Sportsdykkerforbund. Vi startede samarbejdet med at redesigne bladet både indholdsmæssigt og ikke mindst på den visuelle del. Designet udstrålede den dynamik og kvalitet som vi havde tænkt os og med nogle design opdateringer undervejs har det holdt stilen lige siden starten. Hovmark leverer en total løsning med tryk, porto og udsendelse, vi har også brugt Hovmark i forbindelse med at finde partner til annoncesalg og udsendelse.

Vi har i Hovmark en god og engageret samarbejds-partner som også sideløbende med den praktiske del kommer med nye ideer og produktionsforbedringer. Det at have en stærk og engageret partner som kan være fleksibel på de rigtige tidspunkter er utrolig meget værd i produktion af et magasin med mange skribenter og masser af deadlines.

Henrik Pontoppidan

Ansvarshavende redaktør



Vi bruger den indvendige side