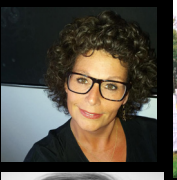
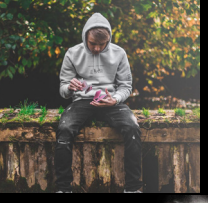
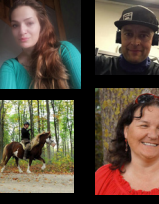
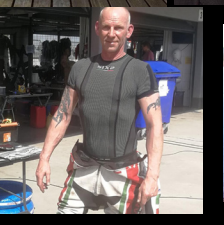
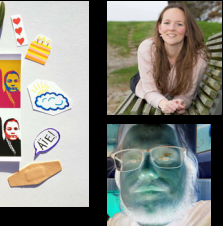
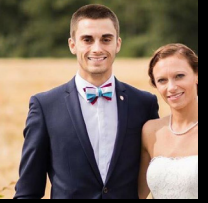
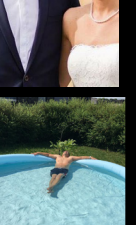
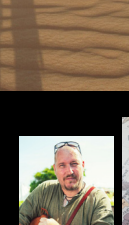
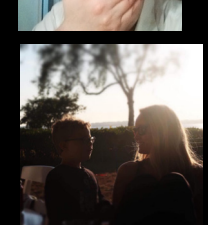
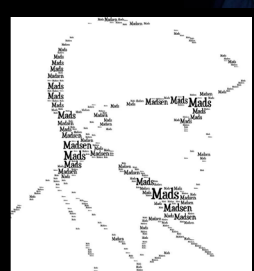


Profilfotos og coverbilleder til sociale medier



Trond Øyvind Hermansen



Indhold

Jeg følte mig som en blotter i biografen	3
Kan jeg gætte, hvem du er?	4
Sociale netværk i Danmark 2020	4
”Hvorfor skal jeg have et profilfoto? Kan jeg ikke bare bruge en avatar?”	6
Kigger din arbejdsgiver med på dine Facebookbilleder?	6
Er du politiker eller bedemand?	6
Forretning eller fritid?	7
Almindelige fejl	7
Farver eller sort-hvid?	7
Baggrunden	8
Åbn dig for kameraet	8
Sådan kan du slippe af med at være akavet	8
Skal du have taget dit profilfoto i profil?	9
Billedbehandling	9
Noget omkring det tekniske	10
Hent skabeloner på nettet	12
Facebooks billedstørrelser	12
Billeder til Facebook	13
Billeder til LinkedIn	13
Selfies eller professionel fotograf?	13
Hvor finder du billeder til coverfotos og baggrundsbilleder?	14
Hvor ofte skal du skifte profilbillede og coverbillede?	14
Nu er du klar!	14
”Jeg er ikke enig med dig, og du følger jo ikke engang selv dine egne råd!”	14
Tak for, at jeg må låne dit profilbillede	15

Profilfotos og coverbilleder til sociale medier

Af Trond Øyvind Hermansen – grafiker, rådgiver og ejer af Dekorativbureauet



Jeg følte mig som en blotter i biografen

En aften for nogle år siden sad jeg i biografen og ventede på, at reklamefilmene skulle begynde. Men før reklamerne startede, blev det annonceret på det store lærred, at man kunne deltage i et spil med sin mobiltelefon i præcis denne sal. Man skulle logge ind på en app med sin Facebook-profil, og så skulle man svare på film-spørgsmål og dyste mod de andre biografgængere i salen, som også havde logget sig ind. Da der kun var en håndfuld mennesker i salen, endte det med, at der kun var fire deltagere i spillet inklusiv mig selv. Chancen for at vinde var dermed ret stor. Og hvad skete der? Jeg vandt spillet! Og med trompetfanfarer og animeret konfetti, som dalede ned over det store lærred, blev mit profilbillede fra Facebook præsenteret i ekstrem størrelse for hele biografensalen! Hvor var jeg dog glad for, at jeg havde gjort lidt ekstra ud af mit profilbillede!



Kan jeg gætte, hvem du er?

Har du taget en selfie, eller har du brugt penge på en professionel fotograf til dine profilbilleder på de sociale medier? Har du tænkt over, om en kommende arbejdsgiver eller kunde kan genkende dig på dit Facebook-profilbillede, selv om du ikke bruger Facebook professionelt? Kan man se, at du er dig? Har du taget det flotteste foto af solnedgangen og brugt det som baggrundsbillede, men det bliver ikke vist optimalt?

Jeg giver dig i denne artikel nogle tips og retningslinjer, du måske kan få glæde af.

Og dét er der ingen magi i.



Sociale netværk i Danmark 2020

Ifølge en rapport fra 2020 fra Kulturministeriet om danskernes medievaner* kan man læse, hvor mange procentdele af befolkningen i Danmark, der har profiler på de sociale medier.

Det var i 2020 fordelt således:

Facebook	88 %
Messenger	80 %
Instagram	50 %
Snapchat	46 %
YouTube	44 %

LinkedIn	43 %
Pinterest	25 %
WhatsApp	22 %
Twitter	20 %
TikTok	9 %

* Du kan læse hele rapporten her:

https://kum.dk/fileadmin/mediernesudvikling/2021/Internetbrug_og_sociale_medier_2021.pdf

Jeg har valgt at fokusere på de mest brugte: Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube og TikTok.

Facebook bliver mest brugt af private til private ting, eller af virksomheder, der gerne vil profilere sig over for privatkunder. Facebook har en relativt lille andel af de yngste brugere; kun 9 % af de 12-18-årige. Til gengæld er 34 % over 55 år gamle. Kønsfordelingen er næsten lige.

LinkedIn bliver næsten udelukkende brugt til at udvide sit netværk som arbejdsgiver eller arbejdstager. Det har altså en helt anden professionel tilgang til det at være social online. Her er andelen af de erhvervsaktive ikke overraskende højest: 53 % er mellem 19 og 54 år gamle, mens 21 % er mellem 55 og 70 år gamle. Der er en lille overvægt af mandlige profiler.

Instagram er mere billedorienteret, om det så er opslag med stillbilleder eller video, som der kommer mere og mere af. Der er generelt ikke så meget tekst på Instagram. 60 % af profilerne tilhører personer mellem 19 og 54 år. Instagram har en lille overvægt af kvindelige profiler.

Snapchat har 67 % brugere, der er mellem 19 og 54 år. 19 % er mellem 12 og 18 år gamle. Snapchat har også en lille overvægt af kvindelige profiler. Snapchat er et af de få sociale medier, hvor man *ikke* bruger profilbilleder. Her er selve indholdet, som man sender til hinanden, til gengæld billeder eller videoer.

YouTube har udelukkende videoindhold, der bliver slået op af eller delt mellem brugerne – og derfor er det ikke sikkert, at man lige tænker på, at det også kan betegnes som et socialt medie – men der kan være meget tekst-kommunikation i kommentarerne til videoerne, og man kan ofte svare på hinandens kommentarer. 65 % af Youtube-brugerne er mellem 19 og 54 år gamle, men andelen af unge brugere er højere end på de andre af de her nævnte sociale medier; nemlig 17 %. Youtube har flest mandlige profiler.

TikTok har kun 9 % brugere, til gengæld er de fordelt på 49 % i alderen 12-18, 40 % i alderen 19-34 og 9 % i alderen 35-54 år.

Af andre sociale medier, der bliver brugt en del i Danmark, kan også nævnes fx Tinder og Reddit.

To lidt oversete sociale medier er Discord og Twitch. Discord minder groft sagt lidt om de gamle IRC-chatrum, og Twitch minder lidt om YouTube, hvor brugerne kan livestreamer videoer.

Hvis du ikke er faldet i søvn over al denne tørre statistik, så kommer der noget vigtigt her:

- ***For næsten alle sociale medier gælder det, at der bruges profilbilleder for hver enkelt bruger, virksomhed, side eller kanal.***
- ***Hvert socialt medie bruges forskelligt. Dette bør dine profil- og baggrundsbilleder også afspejle.***

”Hvorfor skal jeg have et profilfoto? Kan jeg ikke bare bruge en avatar?”

Jo, på en del sociale medier er det mere almindeligt eller socialt acceptabelt at bruge avatars. Det er som regel noget, der ligner en tegneserieudgave af dig selv eller en mangafigur, en superhelt, en spilfigur, en emoji eller lignende, der skal udtrykke en bestemt følelse eller vise et bestemt tilhørsforhold eller en interesse.

Avatars er fx meget brugt på de sociale medie Reddit. Her kan du dog også agere anonymt, men hvor du ellers får tildelt en Reddit-avatar med en farve på, så man bedre kan skelne mellem de personer, som kommenterer på en post. Men hvis du gerne vil stikke lidt ud fra mængden, så er profilfotos også her en god mulighed.

Avatars er til gengæld nærmest ikke-eksisterende på LinkedIn. Virker det for useriøst med en avatar her? Ja, det tror jeg – medmindre du er spildesigner, grafiker, tegner, 3D-artist eller lignende. Så er det måske en oplagt mulighed for at fremtræde helt anderledes blandt de mange seriøse business-fotos.



Kigger din arbejdsgiver med på dine Facebookbilleder?

På Facebook kan du tillade dig at være mere privat og udforskende end på mange andre sociale netværk. Det kan dog stadig godt betale sig at holde profil- og baggrundsbilleder sobre, men stadig personlige. Du kan jo overveje om det er nødvendigt at skilte med kontroversielle interesser eller emner som religion, politik, sex og lignende. Måske kigger din næste arbejdsgiver eller din næste kunde med? Og har du egentlig helt styr på dine privatindstillinger? Ved du, hvem du deler dine billeder med?

Er du politiker eller bedemand?

På LinkedIn handler det selvfølgelig om at være professionel, men samtidig ikke være for uinteressant eller business-agtig. Medmindre du virkelig er meget business-agtig, eller den branche, du arbejder i, er meget business-agtig. I Danmark er det efterhånden sjældent, man ser mænd med slips i arbejds-sammenhæng, medmindre man er nyhedsoplæser (som kun bruger det, når de er på), politiker eller måske bedemand? Ofte er en skjorte forretningsmæssig nok i



Danmark, men det virker jo dumt, hvis 90 % af de danske mænds profilbilleder på LinkedIn består af halvskaldede mænd i lyseblå skjorter, og du dermed mister muligheden for at skille dig ud.

Forretning eller fritid?

Det handler altså lidt om at skelne mellem, hvor fritidsagtig eller forretningsmæssig du gerne vil fremstå. Og hvordan skal dit hår se ud? Skifter du ofte frisure, eller har du altid en bestemt hat på? Skal du være meget eller slet ikke nedringet? Skal du have briller eller linser på? Skal du i virkeligheden måske holde dine briller eftertænksomt op mod ansigtet med hånden eller bliver det for opstillet? Der er mange ting at tænke over. Spørg evt. venner og familie om lidt hjælp. Det værste er, hvis dit profilbillede bliver for opstillet og utroværdigt.

Almindelige fejl

Alt for ofte ser jeg profilfotos, hvor jeg faktisk ikke kan genkende personen. I en tid, hvor det er let, hurtigt og nærmest gratis at tage tusindvis af fotos, burde det ikke være svært at få taget nye profilbilleder, der afspejler, hvem du er i dag. Eller hvor din virksomhed er på vej hen.

Ofte støder jeg også på profilbilleder, der er for mørke, grynede, slørede eller med for kraftige filtre på, så det igen bliver svært at se, hvem personen bag profilen er.

Har du briller på? Så sørg for at der er nok lys til, at man kan se øjnene, men der må ikke være genskin i brilleglassene. Slagskygger i ansigtet eller baggrunden er heller ikke godt. En rodet baggrund med forstyrrende elementer gør heller ingen gavn – det skal jo være personen på profilen, man skal fokusere på.

Jeg har set en del profilfotos med mere end én person på. Så bliver jeg godt nok forvirret, hvis jeg ikke kender personen i forvejen. Lad være med det – verden er forvirret nok i forvejen.

Jeg har set mange, som har taget deres profilfoto i bilen. Hvorfor? På mig virker det lidt mærkeligt. Altså medmindre du er racerkører eller lastbilchauffør og nærmest lever i din bil.

På mange sociale medier vises profilfotos som en cirkel. Er billedet taget for tæt på, kan en cirkelbeskæring fjerne toppen af håret eller hovedet. Er billedet taget for langt fra, kan man måske ikke se ansigtstrækkene?

Farver eller sort-hvid?

Skal profil- og baggrundsbillede være i farver eller i sort-hvid? En oversigt over mine LinkedIn-forbindelser viser, at ca. 25 % har valgt et sort-hvidt foto. Men



hvorfor? Er det fordi, man føler, det bliver lidt mere seriøst på LinkedIn, hvis der ikke er farver på profilfotoet? Virker det mere "portræt-agtigt"?

Jeg ved det ikke, men jeg synes ofte, de sort-hvide fotos drukner lidt i sig selv, hvor profilfotoet med farver virker mere friskt og ofte giver et bedre indtryk af personen bag. Det er som regel også lettere at se små detaljer. Jeg synes i hvert fald, man skal have en god grund til at vælge et sort-hvidt foto frem for et profilfoto med farver på.

Baggrunden

Mange sociale medier kører med en hvid baggrund, så hvis dit profilmoto også har hvid baggrund, vil det ofte fremstå, som om det er gennemsigtigt. Medmindre det ligger ovenpå et baggrundsbillede, der ikke er hvidt. Der er altså flere ting, du skal tage stilling til, når du vælger din baggrund eller baggrundsfarve. Det er vigtigt, at der er stor nok kontrast mellem dit ansigt og baggrunden – medmindre du gerne vil fremstå som en mystisk rock-musiker, så skal du selvfølgelig gøre det som et bevidst valg og vælge noget sort-i-sort.

Åbn dig for kameraet

Jeg har behandlet flere tusinde portrætfotos. De bedste, synes jeg, var dem, hvor smilet var naturligt og nåede helt op i øjnene, men hvor der ikke var for meget tænder og tandkød på.

Det er sjældent godt at tage billeder i direkte solskin, både pga. slagskygger og store kontraster, men også fordi man kan have tendens til at misse med øjnene. Det bedste vejr at tage udendørs portrætfotos i er overskyet vejr. Det spreder lyset godt, og skyggerne i ansigtet bliver ikke så hårde.



Sådan kan du slippe af med at være akavet

Jeg hader selv at blive fotograferet. Jeg bliver altid meget akavet, når jeg skal tages billede af. Derfor laver jeg ofte en opstilling, hvor jeg selv tager fotoet med selvudløser – alene. Så er der i hvert fald ikke nogen, som står og griner af mig imens.



På de første mange billeder er jeg som regel meget lukket og alvorlig, smiler ikke, og mine øjne er helt døde. Helt ulig mig, hvis man møder mig i virkeligheden. Jeg plejer derfor at få mig selv til at grine – og så tager jeg en hel masse fotos, jeg kan vælge i mellem. Og jeg tager mange fotos for at være sikker på, at der er bare ét, jeg kan bruge. Som regel er de bedste fotos dem, hvor jeg lige er holdt op med at grine, men hvor smilet stadig sidder som et glimt i øjnene.

Jeg har også taget fotos af andre, som heller ikke bryder sig om at blive fotograferet. Så plejer jeg at snakke med dem, spørger dem om en masse, så de glemmer, at de bliver fotograferet. Som regel åbner de sig mere og mere op gennem sessionen.



Skal du have taget dit profilfoto i profil?

Jeg har kun sjældent set et profilfoto i profil, men det er også lettest at genkende folk når de kigger direkte på en.

Skal du vinkle hovedet lidt? Måske for at man kan se den hestehale, du altid har sat dit hår op i? Oftest ser det meget mærkeligt ud, hvis man ikke kan se den. Sådan så mit eget kørekortfoto ud i 30 år! Yikes!

Da profilbilleder som regel bliver vist i midten eller til venstre af skærmen, vil jeg foreslå, at du prøver at se en anelse mod din venstre side, så dit profilbillede kommer til at se mod skærmens højre side. På den måde kommer du til at kigge ind mod det sociale medies indhold. Det er en af de gode, gamle layout-regler, som du lige så godt kan udnytte.

Billedbehandling

Når jeg har valgt det bedste foto at arbejde videre med til et profilbillede, bruger jeg ofte fra nogle få minutter til en halv times tid på at fjerne bumser, hår, sorte rander under øjnene og andet, som forstyrrer billedet. Her kan man også justere farverne, fjerne røde næser, lægge mere make-up på og sådan noget. Det er også muligt at lysne øjnene inde bag et par briller – det kan hurtigt komme til at blive mørkt.

Man skal passe virkeligt meget på ikke at gøre for meget, så det bliver unaturligt at se på. Du har helt sikkert set eksempler på det på Instagram.

De bedste billeder er dem, der slet ikke behøver at blive billedbehandlet.





Noget omkring det tekniske

De mest anvendte filformater på nettet er JPG, PNG og GIF.

GIF-filer kender de fleste nok som små animerede billeder i rimeligt ringe kvalitet. Det er fordi, formatet kun kan vise 256 farver. Til fotos er det som regel et dårligt format, da farvefotos består af langt flere farver. Med GIF forsøger formatet at "blande" farverne ud fra de 256, som er til rådighed. Oftest bliver resultatet, at det kommer til at ligne en perleplade, hvor farverne jo også er begrænsede. Til gengæld er formatet rigtigt godt til at vise f.eks. logoer med et begrænset antal farver i en ret skarp kvalitet uden at fylde særligt meget. GIF-filer kan have 1 farve, der er gennemsigtig, men det er enten 100% gennemsigtig eller ikke. Gennemsigtighed har dog ingen betydning for profilfotos, da det ikke vil blive vist på de sociale medier.

PNG-filer kan også være gennemsigtige, men her i en graduering, så det fx er muligt at lave halvgennemsigtighed. PNG-filer bruges til både fotos og grafik, da de kan vise flest muligt farver.

JPG-billeder er standard-formatet for de fleste digitalkameraer i dag. Billeder kan lagres i forskellige kvaliteter; det kan fx være på en skala fra 0-12, eller i en procentsats mellem 0 og 100, eller i spring med betegnelserne low (10 %), medium (30 %), high (60 %), very high (80 %) og maximum (100 %). Jo lavere procentsats, des ringere bliver kvaliteten dog.

Til gengæld kan et billede, som kun er gemt i 80 % eller 60 % kvalitet, blive vist meget hurtigere, da det fylder meget mindre end et billede i 100% – som regel uden at man kan se forskel i kvaliteten.

Når man taler om søgemaskineoptimering (SEO) og ranking i søgeresultater, så gælder det nu også for fotos, at jo hurtigere de bliver indlæst, jo højere ranking får søgeresultatet.

Der er omtrent en fordobling i størrelse mellem hvert spring i procentsatserne, men ofte er der ikke nogen mærkbar eller synlig forskel i kvalitetstab. Som en tommelfingerregel bruger jeg normalt 60 % til JPG-billeder til nettet.





Baggrundsbilleder og video

Baggrundsbilleder til sociale medier er et helt kapitel for sig. De kan bruges til at understøtte dit profilmoto eller stå i kontrast til det. Det kan vise mere om, hvad din virksomhed kan, hvad du arbejder med, eller måske hvad du bruger din fritid på. Mulighederne er rigtigt mange, og kreativiteten kan få frit spil.

Der er dog flere ting, man skal passe på; først og fremmest er det vigtigt at huske på, at et baggrundsbillede ofte skalerer i forhold til, hvor det bliver vist. Der kan fx være stor forskel på, hvordan det vises på en mobil i forhold til på en computerskærm i bredformat.

Det er svært at sige noget generelt om Facebook, da ændringer sker hele tiden og bliver rullet ud på forskellige tidspunkter.

Men i skrivende stund er det muligt at erstatte cover-fotoet med et avatar-coverbillede med forskellige baggrunde, eller med en collage af dine egne billeder. Begge dele giver dig helt nye muligheder for at udfolde dig kreativt og vise mere om, hvad du står for.

Din virksomhed kan fx vise sine produkter eller services frem. Eller du kan vise, hvilken type kunder du gerne vil have. Eller du kan vise en proces, som er vanskelig at beskrive med ord. Kun fantasien sætter grænser.

Hent skabeloner på nettet

Nogle steder bliver coverbilledet vist med profilmotoet ovenpå og muligvis også med andre elementer. Det skal man være opmærksom på, så elementære dele af billedet ikke bliver dækket uhensigtsmæssigt.

På LinkedIn er der også stor forskel på, hvordan et baggrundsbillede bliver vist; fx bliver der fjernet dele af siderne ved visning i mobil-appen, mens der fjernes en del af toppen og bunden ved visning som hjemmeside. Det vil sige, at det kun er de helt centrale dele af billedet, som bliver vist alle steder.

Det er muligt at søge sig frem på nettet og finde skabeloner til snart sagt alle sociale mediers regler for profilmotobilleder og baggrundsbilleder, men hold øje med, at de ikke er forældede, og tjek gerne på flere forskellige platforme, at billederne rent faktisk bliver vist, som du havde tænkt det.

Facebooks billedstørrelser

Hvert år kommer der opdaterede guidelines til billedstørrelserne på Facebook. Det kan være en god idé lige at tjekke det mindst én gang i året, at både profilmotobilleder og coverbilleder har den optimale størrelse og luft til beskæring.

Generelt om profilmotobilledet: maks. tilladte størrelse er 2048 x 2048 pixels, men dette bliver skaleret ned til omkring 170 x 170 pixels på computere og mindre på smartphones. Profilmotobilledet bliver vist ved alle poster på Facebook – helt ned i 40 x 40 pixels. Så skal det altså være ret skarpt for at man kan se, hvad det forestiller. Billedet bliver beskåret til en cirkel.

Der er forskel på coverbilledernes størrelser for din private profil og din virksomheds Facebook-side. Det kan være en god idé at researche lidt på nettet fra tid til anden om de forskellige sociale mediers nyeste billedindstillinger og retningslinjer, som ofte kan ændre sig.

Coverbilledet til en personlig profil bliver beskåret og dækket af elementer alt efter hvilken platform det bliver vist på.



De sorte områder angiver placeringen af profilmotobillede, tekst og knapper ovenpå coverbilledet. Du skal altså også huske, at der er områder, der ikke bliver vist, når du komponerer dit coverbillede.

Billeder til Facebook

Alle billeder, der bliver uploadet til Facebook bliver komprimeret, men uploader du billeder til et Facebook-album og husker at markere, at billedet skal være i høj kvalitet, så bliver kvaliteten bedst. Du kan så dele billedet direkte fra albummet.

Billeder til LinkedIn

Ifølge LinkedIn kan medlemmer med profilfotos få mere end 20 gange flere profilvisninger og ca. 9 gange flere forbindelser end medlemmer uden profilfotos.

Du kan læse om LinkedIns retningslinjer og betingelser for profilbilleder her:

<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/430>



Selfies eller professionel fotograf?

Hvis du alligevel er i gang med at få taget fotos til dit profilfoto, kan du så ikke lige så godt få taget portrætfotos til din ansøgning, til din hjemmeside, e-mailsignatur, dit visitkort eller en folder?

Det kan være en god idé at få taget fotos med samme udtryk, afstand, lyssætning osv. – en hel serie af billeder kan bruges i mange sammenhænge og giver en god effekt.

Men – når du nu er i gang med at få taget en serie billeder til en hel fotosession, kan du så ikke også lige så godt få lavet nogle videoer eller nogle "levende billeder". Det bliver mere og mere brugt på fx hjemmesidernes kontaktsider, hvor man kan se videoer med medarbejderne.

Det virker helt vildt godt og giver ikke bare et mere levende indtryk af staben, men det giver også gode resultater i forhold til søgemaskineoptimering.



Hvor finder du billeder til coverfotos og baggrundsbilleder?

Skal det være gratis? Skal det være lovligt? Ja, ja, du kan godt Google dig frem til en masse fotos, men det gør det ikke nødvendigvis lovligt at bruge dem til dine egne formål og som regel slet ikke til kommercielt brug.

Dog har du på Google muligheden for at søge udelukkende på billeder, og her kan du under "værktøjer" vælge, hvilke rettigheder billederne i søgeresultaterne skal have – fx til kommercielt brug.

Der findes også mange sider med "stock photos" – altså billeder, der viser forskellige emner eller personer, der udfører eller udtrykker et eller andet.

Nogle af de mest kendte er Adobe Stock Photo, Shutterstock, Dreamstime, Pexels, Pixabay, Freeimages.com. iStock fra Getty Images osv., men ofte koster billederne penge, og meget ofte kan det være svært at finde fotos, der fungerer i Danmark. Så kan det måske godt betale sig selv at få taget nogle fotos, der fungerer godt, og som du må bruge – og genbruge – til, hvad du vil.

Coverfotos kan bruges til at understøtte, hvad du står for, hvad du kan lide, hvad du interesserer dig for – eller det kan bare se lidt lækkert ud. Mulighederne er mange og det kan ofte være godt at et coverfoto har et noget generisk indhold. Men husk, at det måske bliver beskåret i siderne eller i top og bund.

Hvor ofte skal du skifte profilbillede og coverbillede?

Uha, jeg er selv faldet i den grøft, hvor jeg ikke har skiftet mit profilbillede i årevis. Det kan være både godt og skidt; godt fordi det øger genkendeligheden og gør det let for andre at finde mig, men skidt fordi jeg ikke nødvendigvis ligner mig selv længere og ikke viser, at jeg følger med tiden.

Til gengæld kan du skifte dit coverbillede så ofte, du gider. Det er her, der er plads til at lave spræl og ballade, at følge års- og højtiderne og vise noget mere frem end bare sit ansigt. Vær kreativ!

Nu er du klar!

Jeg håber, at du kan bruge nogle af disse tips og råd til at tænke over dit eget profilfoto og måske også dit coverbillede. Og så er det vist bare med at komme i gang, ikke?

"Jeg er ikke enig med dig, og du følger jo ikke engang selv dine egne råd!?"

Ja, måske følger jeg ikke slavisk mine egne råd, og jeg kan helt sikkert stadig lære en masse. Har *du* et godt tip, så del det gerne med mig (og andre).

Du kan skrive til mig på de sociale medier eller i en god, gammeldaws e-mail til agent@dekorativbureauet.dk.

God fornøjelse med dine profilbilleder.

Trond Øyvind Hermansen, 2023

Tak til alle, der har givet mig lov at dele deres profilbillede med andre:

Alex Sjørsløv
Andreas M Schmolke
Andy Winther
Anette Saron
Anne Bitsch-Larsen
Bethina Lotuz Elenore Holm
Bjarke Jochumsen
Bo Karby
Brian Apache Nielsen
Carina Pedersen
Casper Loke Vejby Nielsen
Christina Stage Rasmussen
Christina Søe Langholm
Cille R Wa
Cindie Melissa Haakonsen
Claus Vikberg
Cristina Lill Rasmussen
Dan Koch-Hansen
David Rovsing
Ditte Drewer
Flemming FH
Frederik Nørlund
Henning Christensen
Jais Milert
Jakob Dam Knudsen
Jan Oksfeldt Jonassen
Jeanett Kåre
Jesper Langfeldt Rømer
Jesper Larsen
Jesper Sønderby
Jette L. Jensen
Jimmi Tofthøj
Joan Vesterager Jørgensen
Kent Skjønnemann
Khaled Deaibes Jr.
Kia Nadje Jensen
Kim Engell
Kristine Marie Rost
Laila Nygaard Andersen
Lajla Krogh Berglann
Lasse Eriksen
Lasse Skovsgaard Clausen
Lasse Vestergaard
Lea Philip Michaelsen
Lisa Mirsal
Louise Kathrine Gaihede Christensen
Lykke Tine Harding
Mads Kallestrup Madsen
Malou Amani Khan
Marcus Christensen
Maria Inger Kjær
Martin Jehg
Martin Kvistgaard Søndergaard
Martin Lysdahl
Mary Elisabeth Holm
Mattias Jean Green Adamsen
Mea Mette Lysdahl
Mette Maria Danstrup Wincentz
Mette-Louise Henriksen
Mia Carbon Nikolajsen
Mie Oline Erichsen
Mie Pedersen
Nathalie Reick Ottosen
Niklas Vinther Jakobsen
Ole Michael Waldén Oldhøj
Olivia Wén
Per Topp
Pernille Gjørup Bruhn
Peter Tøttrup
Pia Ryding
Pradeep Prepsi
Rikke Agnes Bach
Robert Gösta
Sammy Neil Stanley McKenna
Sandra Rasmussen
Sandra Virginia Bereza
Sebastian Stahl
Selma Caroline Legaard Dahlgaard
Simon Olesen
Sohail Ahmad
Stephan Jørgensen
Stine Stine
Sunana Ahmad
Susanne Flintholm
Søren Batman
Thinna Aniella
Thomas Christian Brix Nielsen
Thomas Jørgensen
Tinna Knudsen Kristensen
Torben Hessner
Zoe Charley Sommer

*Trond Øyvind Hermansen
har gennem 30 år beskæftiget sig
med grafisk design i både fritid og arbejde.*

*I 2016 blev Dekorativbureauet etableret
med kunder indenfor bl.a. illustrationsarbejde
grafisk design, og hjemmesidedesign.*

*I Dekorativbureauet fungerer Trond Øyvind
som ~~grafisk agent~~ rådgiver – især for
soloselvstændige, iværksættere
og nystartede med rådgivning
om alt fra virksomhedsnavn
og domænenavne til
grafisk design,
branding
m.m.*

*Dekorativbureauet udlejer også rekvisitter
til fotografer, film og TV og har salg af
reklameartikler og messeudstyr.*

