

# Web-tv reklamefilm og annoncer - standarder

Anbefalinger for eksponering af forskellige typer reklame i og sammen med web-tv - oktober 2008

## Indledning

Nærværende standarder for web-tv reklamefilm og annoncer er udarbejdet af Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM) og Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening (DRRB).

Formålet med standarderne er at lette samhandel vedrørende indrykning af web-tv annoncer og reklamefilm ved at bane vejen for en mere strømlinet udviklings- og produktionsproces samt en mere effektiv brug af web-tv reklame.

Standarderne vil løbende blive revideret for at sikre, at de lever op markedets behov, herunder internationale standarder, den teknologiske udvikling, de kreative muligheder og en forbedret brugeroplevelse.

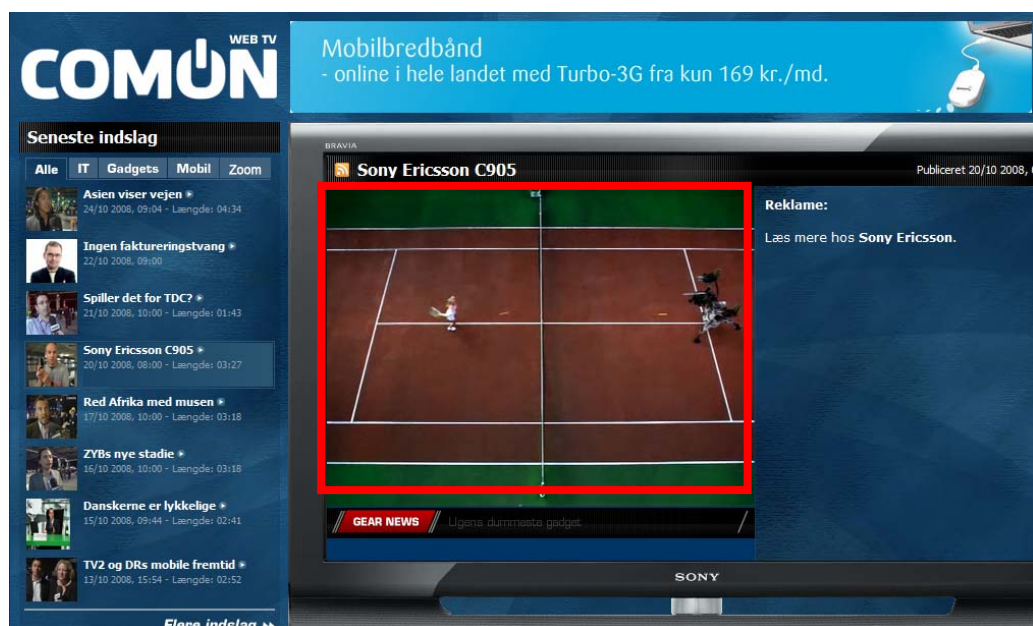
Dette dokument beskriver standarder omkring flg. tre annoncetyper vedrørende web-tv annoncer og reklamefilm:

- **Web-tv reklamefilm**  
Web-tv reklamefilm der afvikles før (preroll), under (midroll) og efter (postroll) web-tv indslag.
- **Web-tv reklame overlays**  
Annoncering via et reklame overlay, der vises i web-tv playeren imens indslaget vises.
- **Companion ads - Annoncer tilknyttet web-tv reklamer**  
Bannerannoncer mm. der vises i forbindelse med web-tv reklamefilm eller overlays.

I det følgende gennemgås i de forskellige annoncetyper nærmere.

## Web-tv reklamefilm

Web-tv reklamefilm er reklamefilm der afvikles i en web-tv player før (preroll), under (midroll) og efter (postroll) web-tv indslag.



Eksempel på web-tv reklamefilm: kort reklamefilm der vises før, midt i eller efter selve indslaget – her fra Comon web-tv.

### Preroll web-tv reklamefilm

Web-tv reklamefilm der afvikles før web-tv indslaget. Max. varighed 8 sekunder. Har evt. form af en del af en længerevarende reklamefilm, med en dertilhørende speak f.eks. "Indslaget præsenteres i samarbejde med.." Preroll reklamefilmen kan udarbejdes af annoncøren, dennes bureau eller – efter nærmere aftale.

### Midroll web-tv reklamefilm

Web-tv reklamefilm der afvikles midt i et web-tv indslag. Max. Varighed 8 sekunder. Bør kun benyttes hvor web-tv indslaget varer over 5 minutter, eller hvor der er indgået særlig aftale parterne imellem.

### Postroll

Web-tv reklamefilm der afvikles efter indslaget. Max varighed 30 sek.

### Web-tv reklamefilm - Anbefalinger

Længde	Preroll varighed max 8 sek Midroll varighed max 15 sek Postroll varighed max 30 sek
Klik	Reklamefilmen - både pre-, mid- og post-roll kan være klikbare
Levering	Levering af web-tv reklamefilm-materiale til medie bør ske f. eks. ved upload til mediets FTP-server, eller ved henvisning til 3. parts-servere. Kontakt det enkelte medie for specifikke adresser og detaljer.  Med upload af reklamefilmen skal der pr. email følge specifikationer om hvilken URL, der skal benyttes, såfremt brugeren vælger at klikke på reklamefilmen (target/landing-page). Target/landingpage kan registrere hits.

**(Web-tv reklamefilm – Anbefalinger, fortsat)**

Størrelse	<p>Web-tv reklamefilm til en player der fremviser i 4:3 formatet kan leveres i størrelserne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 720x576 pixels (original)</li> <li>• 640x480 pixels (bedst)</li> <li>• 448x338 pixels (min.)</li> </ul> <p>Web-tv reklamefilm til en player der fremviser i 16:9 formatet kan leveres i størrelserne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1280x720 pixels (original)</li> <li>• 1024x576 pixels (bedst)</li> <li>• 512x288 pixels (min.)</li> </ul> <p>Hvis web-tv reklamefilm leveres i 4:3 format, men mediets player fremviser i 16:9, eller hvis reklamefilmen leveres i 16:9 og mediets player fremviser i 4:3, må mediet skalere reklamefilmen så den passer til formatet på mediets player.</p>
Fil-format	Web-tv reklamefilmsfiler skal leveres som en ukomprimerede avi eller Quicktime filer. Reklame-animationer leveres som f.eks. .swf-filer.

**Web-tv reklamefilm - Best practice for medier**

Web-tv playere bør udvikles til at kunne håndtere både 4:3 og 16:9 annonceformater, og skal have start/sluk og volume on/off kontrolknapper.

Det anbefales at playeren også indeholder yderligere funktionalitet, som f.eks. fast forward/rewind, pause og fuldskræmsknapper anbefales. Såfremt mediet vælger at de-aktivere fast forward/rewind under en web-tv reklamefilm, bør playeren tydeligt signalere til brugeren hvor lang tid der resterer af reklamefilmen, ved f.eks. at implementere en nedtælling til indslagets start (count down).

For at få den optimale brugeroplevelse, bør medier fortløbende analysere forholdet mellem reklamer og indhold og håndtere dette bedst muligt

Hvis der bringes flere reklamer fra en pool i samme reklameblok, bør mediet oplyse dette til annoncøren.

Medier bør klart definere hvilke krav der stilles for at kreativt materiale kan integreres i playere.

Hvor det er muligt bør små interaktive "cues" som f.eks. små grafikker eller animationer fortælle brugerne hvornår og hvordan de kan interagere med reklamerne.

## Web-tv reklame overlay

Web-tv reklame overlay er reklamer, der vises ovenpå selve web-tv indslaget. Overlay må fylde max ¼ af skærbilledet (toppen eller bunden af indslaget), og må have en varighed på max. 15 sek. Overlay kan være en fast tekst, et billede eller en animation. Overlay reklamen kan være klikbar.



Eksempel på web-tv reklame overlay, der vises ovenpå selve web-tv indslaget

### Overlay Reklame - Anbefalinger

Visning	Under videoafspilning
Max. Længde	15 sekunder, der vises som overlay over indslaget.
Klik	Overlayet kan være klikbart og f.eks lede brugeren til annoncørens website.
Levering	Levering af overlay reklamer bør ske f.eks. ved upload til mediets FTP-server. Kontakt det enkelte medie for specifikke adresser og detaljer  Med levering af overlayet skal der følge specifikationer om hvilken URL, der skal benyttes, såfremt brugeren vælger at klikke på overlayet (target/landing-page). Target/landingpage kan registrere hits.
Størrelse	For overlay reklame til en player der fremviser i 4:3 formatet skal materialet til overlayet leveres i størrelsen 720X125 pixels.  For overlay reklame til en player der viser 16:9 skal materialet til overlayet leveres i størrelsen 1280X125 pixels.  Hvis materialet til overlayet leveres i 4:3 format, men mediets player fremviser i 16:9, eller hvis det leveres i 16:9 og mediets player fremviser i 4:3, må mediet skalere materialet så den passer til formatet på mediets player.

**(Overlay Reklame – Anbefalinger, fortsat)**

Fil-format	<p><b>Tekst-/billede-overlays</b> Materialet til tekst-/billede-overlays leveres i PDS (bedst), JPEG eller PNG med en opløsning på 150-200 DPI (bedst), 72 (minimum).</p> <p><b>Animation overlays</b> Materialet til animations-overlays leveres som ukomprimeret avi , Quicktime, .flv-, .swf- eller h.264- (mpeg4) fil.</p>
Lyd	Lyd er ikke tilladt i overlay reklamen.

**Overlay reklame – Best practice for medier**

Medier bør inkludere en fast lukkeknop i det øverste højre hjørne af overlay ad enheden.

Overlay reklamen bør, som al reklame, udformes og præsenteres på sådan en måde, at det tydeligt fremstår som markedsføring.

Overlay reklamen præsenteres oftest i bunden af playeren, men kan også placeres langs playerens top eller sider.

## Companion ads - Annoncer tilknyttet web-tv reklamer

Companion ads er bannerannoncer mm. der vises i forbindelse med web-tv reklamefilm eller overlays. Companion ads kan vises ved siden af eller integreret med selve web-tv playeren eller andre steder på siden. Dog ikke inden i videindholdet. Disse bannere er bortset herfra almindelige bannere.



Eksempel på companion ad: bannerreklame der er placeret ved siden af web-tv playeren og hænger sammen (companions) web-tv reklamen, der vises i playeren – her fra msn video.

## Companion ads - Anbefalinger

Visning	Før, under og efter reklamefilm afspilning eller overlay reklame visning.
Længde	Bannerannoncen bør minimum eksponeres under afspilning af videofilmen, men gerne så længe brugeren er på samme side som web-tv playeren.
Klik	Skal være klikbart og f.eks lede brugeren til annoncørens webside.
Størrelser	Medier bør acceptere mindst en af følgende annoncestørrelser: 300x250, 728x90 eller 160x60. Disse 3 størrelser er en minimumsliste, andre størrelser kan også bruges, så længe mindst en af angivne størrelser er anvendt. Se FDIMs standardformater: <a href="http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480">http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480</a>
Levering	Skal leveres til mediets anviste reklameformat. Bannerannoncer kan leveres som jpg, gif, anim. gif, flash, html eller via 3ie parts annonceserver. Se FDIMs standardformater: <a href="http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480">http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480</a>
Tekniske banner specifikationer	Skal leveres til mediets anviste reklameformat. Se FDIM standardformater: <a href="http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480">http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480</a>
Lyd	Flere websites accepterer ikke lyd i bannere. Kan evt. anvendes ved brugerinitieret lyd, fx ved mouse-over. Skal leveres efter mediets anviste annoncepolicy. Se FDIM standardformater: <a href="http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480">http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480</a>
Fysisk format	Vi henviser til FDIM standardformater: <a href="http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480">http://www.fdim.dk/?pageid=29&amp;newsid=480</a>

**Bannerannoncer tilknyttet web-tv reklamer (companion ads) – Best practice for medier**

Med companion ads kan medier tilbyde kontinuerlig synlighed til annoncøren gennem hele brugerens videooplevelse – og ikke kun mens f.eks. en preroll reklamefilm vises.

Companion ads vil ofte tilbyde click-through interaktivitet og rich media muligheder, som f.eks. udvidelsen af annoncen så den kan tilbyde flere muligheder for brugeren, og kan indeholde tekst, grafik eller rich media (eller evt. have form af en ren tekstreklame), ligesom den kan være kombineret med ethvert andet af de ovenfor listede reklameformater for at skabe unikke oplevelser for brugeren og muligheder for annoncøren. Kreative specifikationer for companion ads er ikke udspecificeret i dette dokument, og bør løbende tilpasses af det enkelte medie, for bannerannoncers vedkommende i overensstemmelse for FDIMs standardformater: <http://www.fdim.dk/?pageid=29&newsid=480>.