

Produktion af biografreklame

Der indgået en aftale om at producere en biografreklame til visning i et større antal lokale biografer.

Reklamens længde

Der er bestilt en reklame med en længde på 20 sekunder.

Målgruppe

På adressen:

<https://www.dfi.dk/branchen/viden-om-publikum/hvem-ser-film>

kan er der analyser af hvor mange og hvem der går i biografen. Graferne kan ses pr. region.

I Region Hovedstaden er der en overvægt af biografgængere fra omkring 40 år og opefter. Samme tendens i Region Sjælland, men her er der dog flere i den unge ende, der også går i biografen.

Det peger lidt i retning af at reklamen skal rettes mod de modne vælgere.

Udformning

Med 20 sekunder til rådighed er der ikke plads til store tekstmængder og eventuelle diagrammer m.v.

Budskaberne skal være klare og stærke. De skal være nemme at opfatte og de skal være nemme at huske.

Produktionskrav

Videoen skal leveres i MP4 (H264), eller Quicktime (MOV).

- **Opløsning:** 1920 x 1080 pixels, square px. Progressiv
Forhør os for eventuel afvikling af andre opløsninger
- **Safe area:** Alt væsentligt grafik - logoer, infotekster mv. holdes indenfor et Safe Area på 100 pixels fra siderne og 55 pixels fra top/bund (målt ved 1920 x 1080 pixels opløsning)
- **Framerate:** 25 fps. Bitrate: min. 15 Mbps
- **Lydniveau:** -23 LUFS, stereo mix eller 5.1 mix. Hvis der leveres 5.1 mix skal det leveres som separate lydfiler og suppleres med tilhørende stereo mix i -23 LUFS.
- **MP4 / Mov Codecs:** H264, Prores, Animation, PhotoJPG, ukomprimeret

Videoens forløb

Med 20 sekunder er det begrænset hvor meget tale, der bliver plads til.

En video uden en del skift vil virke kedelig.

I efterfølgende forslag er der lagt op til 12 sekunder leveret af Lars. Der er forslag om at "vække" publikum med en ambulance under udrykning – den samme ambulance forlader så scenen uden blink og lyd til sidst i reklamen. Om det er det rigtige, skal vurderes, men det kan ikke anbefales at starte uden en intro. En reklame hvor hovedpersonen går direkte på kræver noget helt særligt (tænk f.eks. på Lars Larsen).

Udkast til et første forslag til forløb

Biografreklame (Spidskandidatkampagnevideo)					
Scene/sekvens	Visuelt	Tekst/grafik	Speak (Voice over)	Tale, reallyd og eventuelt andet	Varighed
Intro	Ambulance under udrykning	Danmarks største arbejdsplads		Udrykningshorn	2 sek.
Oplæg			Hvem skal lede Danmarks største arbejdsplads?		2 sek.
Overgang	Personale i arbejdssituationer		Det har vi i Socialdemokratiet et rigtigt godt forslag til – Lars Gaardhøj		2 sek.
Præsentation af Lars	Lars foran noget hospitalsrelevant	Regionsrådsformand Lars Gaardhøj		Med fokus på patienter, pårørende og personale vil vi sikre en ny region hvor der er: • personale og ambulancer nok i alle dele af regionen • gode arbejdsforhold for personalet • kortere ventelister • ligeværd mellem psykiatrien og somatikken	12 sek.
	afbrudt med en eller to sekvenser med personale i arbejdssituationer eller...	Region Østdanmark			
	Ambulance uden udrykning				
Outro		Husk at stemme den 18. november	Husk at stemme den 18. november		2 sek.

A eller Rose sættes op i et hjørne midt i Overgangen og bliver der resten af videoen.

Adresse til hjemmeside sættes op i et hjørne når Lars præsenteres og bliver der resten af videoen.

Vigtigt

Der skal arbejdes hurtigt. Grafisk Afdeling skal tilrettelægge produktionen og bør ikke få vores første plan senere end tirsdag.