

## **KRAV VEDR. PR- OG MARKETING SAMT TEKST- OG BILLEMATERIALE**

Lanceringsarbejdet for indholdsproduktioner til TV 2 består af følgende dele:

- 1) Tekst- og billedmateriale til tv-oversigter og TV 2 PLAY
- 2) PR- og marketingindsats, der skal sikre omtale og forbrug af programmer med strategisk vigtighed for TV 2

Et optimalt resultat af lanceringsarbejdet beror på et tillidsfuldt og tæt samarbejde mellem på den ene side produktion/producent og på den anden side TV 2 Kommunikation og Marketing som har ansvaret for presse- og kampagnearbejdet på TV 2s programmer,

### **1) TEKST- OG BILLEMATERIALE**

#### **Tekster til TV 2s programmer**

Producenten skal levere følgende tekster til beskrivelse af TV 2-programmerne. TV 2 Kommunikation har desuden udarbejdet et tekst- og billedbrief til producenten med visuelle eksempler og uddybende beskrivelser (link til tekst- og billedbrief):

- En programtitel
- En genrebetegnelse
- En presstekst, der er en længere beskrivelse af programmet med de vigtigste og relevante baggrundsinformationer
- En sæson tekst, der er en overordnet beskrivelse af hele sæsonen med fokus på programmetets præmis
- En episodetitel pr. episode
- En episodetekst pr. episode
- I kan desuden blive bedt om at levere yderligere pressemateriale - altid efter aftale med TV 2 Kommunikation

### **Billeder til TV 2s programmer**

Producenten skal levere billeder, der fungerer både til TV 2 PLAY, pressebrug og øvrige digitale platforme. Nedenfor fremgår behov og specifikationer for billedleverancen. TV 2 Kommunikation har desuden udarbejdet et tekst- og billedbrief til producenten med visuelle eksempler og uddybende beskrivelser (link til billedbrief).

- Et ikonbillede – som er programmet/seriens bærende billede og brugerens visuelle indgang til programmet. Skal leveres i bredformat. Se yderligere krav til beskæring på PLAY i tekst- og billedbriefet.
- Ikonbilledet skal kunne benyttes til markedsføring af TV 2 og via TV 2s kommercielle partnerskaber (distributører og andre, som måtte medvirke i forbindelse med salg af TV 2s kanaler). Billedet vil blive brugt i forbindelse med markedsføring af programmet, af TV 2 PLAY eller TV 2s kanaler i form af nyhedsbreve, websites eller sociale medier, og det vil ikke fremstå som om eventuelt afbillede personer anpriser andres produkter og/eller tjenesteydelser. Skal leveres i bredformat. Se mere i tekst- og billedbriefet for præciserede krav.
- 5-8 generelle reportagebilleder – som afspejler episodens præmis, handling, tematik og tone.
- 1-3 portrætter af vært(er) og de vigtigste medvirkende. Leveres i både høj- og bredformat.
- 1-3 episode/programspecifikke billeder pr. program til TV 2 PLAY, der fungerer som den visuelle indgang til den enkelte episode. Skal leveres i bredformat. Se yderligere krav til beskæring på PLAY i tekst- og billedbriefet.
- Ved fiktionsserier leveres 10-12 billeder pr. afsnit.

### **Kravsspecifikation til billeder**

- Bredformat: 16 x 9 (3840 x 2160 pixels) –300 dpi
- Højformat: 2160 x 3840 pixels – 300 dpi
- Billederne skal leveres i JPG- eller TIFF-format
- Billederne skal leveres med billedtekster, der inkluderer navnene på de portrætterede medvirkende/karakterer
- Fotografens navn vedhæftes som metadata på billederne.
- Alle fotos skal cleares via fotografkontrakten til efterfølgende redigering og publicering til TV 2s programomtale på alle platforme og i alle medier og til pressebrug.
- Billeder med medvirkende skal være endeligt godkendt til TV 2s programomtale på alle platforme og i alle medier og til pressebrug.
- Frame grabs accepteres kun under særlige omstændigheder og efter aftale med TV 2 Kommunikation. Frame grabs skal skabes ud fra videomaterialet, inden det eksporteres. Skal leveres i højst mulige opløsning og minimum i bredformat: 1920 x 1080 pixels
- Programlogo leveres fritlagt som vektorgrafik eller PNG med transparent baggrund.

Billeder og tekster leveres til TV 2 Kommunikation på [leverance@tv2.dk](mailto:leverance@tv2.dk) hurtigst muligt efter endt optagelse eller senest otte uger, før udsendelsen er skemalagt. Leverancen skal være godkendt, klar til brug og tilsendes af produktionsselskabet.

TV 2 Kommunikation er gerne behjælpelig med valg af fotograf samt kreativ udvikling og kan være til stede ved foto-optagelser. For at sikre optimale billeder til TV 2s programmer anbefales det altid, at fotografen tager kontakt til TV 2 Kommunikation forud for optagelse, så vi kan drøfte det aktuelle billedbehov. TV 2 Kommunikation kan kontaktes på 65 21 18 26.

## **2) PR- OG MARKETINGINDSATS**

TV 2 Kommunikation og Marketing prioriterer omfanget af lanceringsindsatsen på den enkelte produktion ud fra en strategisk og presse- og marketingfaglig vurdering.

På baggrund af en pressestrategi fastlægges retningslinjer for kontakt til pressen, set-visits, interviews, pressemeddelelser og eventuelt pressemøde i samarbejde mellem på den ene side TV 2 Kommunikation og TV 2 Programafdeling og på den anden side producenten. Resultatet af dette udgår alene fra TV 2 Kommunikation, som altid prioriterer presseindsatsen på den enkelte produktion ud fra en strategisk og pressefaglig vurdering.

NB: Ved danske fiktionproduktioner se særskilt bilag.

### **Pressemøder**

Alle pressemøder planlægges og arrangeres i samarbejde mellem på den ene side TV 2 Kommunikation og TV 2 Programafdeling og på den anden side producenten. Der skal afsættes den nødvendige tid i produktionsforløbet, typisk én dag, så både evt. vært/værter, medvirkende og centrale medarbejdere i produktionen kan være til stede efter behov.

Dato for, invitation til og program for pressemøder koordineres af og udsendes fra TV 2 Kommunikation, som også vurderer behovet for pressemøde på det enkelte program/programrække.

Forhåndsgodkendte udgifter til pressemøder afholdes af TV 2 Kommunikation.

### **Værter og medvirkende i TV 2s produktioner**

Det er vigtigt, at alle programværter og medvirkende gøres bekendt med, at TV 2 forventer, at de i forbindelse med lanceringen stiller op til et antal særskilte, programrelaterede interviews med udvalgte repræsentanter fra dags- og ugepressen, magasiner, radio, tv og øvrige medier. TV 2 Kommunikation arrangerer og koordinerer aftalerne. Med mindre andet udtrykkeligt aftales, er ingen medier udelukket på forhånd.

I forbindelse med optagelse af serielle formater og underholdningsprogrammer, talkshows m.m. skal producent, værter og medvirkende være indstillet på, at TV 2 Kommunikation vil opretholde løbende pressekontakt bl.a. ved efter forudgående aftale med producenten at invitere repræsentanter fra pressen med til optagelser m.v.

### **Presse- og marketingaktiviteter for værter og medvirkende**

- Tilstedeværelse ved det eller de pressemøder, som TV 2 Kommunikation afholder i forbindelse med produktionens opstart og/eller lancering.
- Beredvillighed til at tale med de pressefolk, som af TV 2 Kommunikation inviteres på set-visits i forbindelse med optagelser eller liveudsendelser
- Beredvillighed til at stille op til generelle foto-optagelser arrangeret af TV 2 Kommunikation.
- Beredvillighed til at stille op til udvalgte interviews koordineret af TV 2 Kommunikation – som udgangspunkt flere interviews pr. vært/medvirkende og både i aviser, ugeblade, elektroniske og andre medier. I den forbindelse tilbyder TV 2 Kommunikation rådgivning efter behov.
- Deltagelse i forbindelse med kampagneoptagelser – som oftest af én dags varighed.
- Evt. deltagelse i særlige fotooptagelser i tilknytning til kampagnen – som oftest af ½ dags varighed.

### **Digitalt pressearbejde**

En del af pressearbejdet foregår på TV 2s egne digitale og sociale platforme, hvor værter/medvirkendes samarbejde er ønsket. Hvad, hvornår og hvordan aftales med den presseansvarlige. For at sikre den optimale timing i forhold til offentliggørelse af serier/programmer/events samt information om disse skal al aktivitet vedr. et givent program/serie eller event afstemmes med den presseansvarlige.

Rev. 19. april 2022 TV 2 Kommunikation og TV 2 Marketing