

## **Az IAB Hungary bejelentette Display formátum ajánlásait**

**2012. október 16. – Barnóth Zoltán az IAB Display sztenderdizálási munkacsoportjának vezetője és a MEC Interaction ügyvezetője 2012. október 16-án az Internet Hungary konferencián jelentette be az IAB Hungary ajánlását a sztenderd display és rich média formátumokra és elnevezésekre vonatkozóan, melyet a tagság és a szakma széleskörű bevonásával és támogatásával készítettetek el.**

A médiatulajdonosok, ügynökségek és szolgáltatókból álló IAB Hungary Display sztenderdizálási munkacsoportja a szükséges egyeztetéseket követően kialakította a hazai online display sztenderdeket, melyek a Hungarian Advertising Package és a Rich Media Branding Units elnevezést kapták.

A Hungarian Advertising Package (HAP) méretek:

medium rectangle 300x250

leaderboard 728x90

super leaderboard 970x90

half page 300x600



A HAP formátumok bevezetése a csatlakozott médiatulajdonosok és sales house-ok számára „kötelező”, tehát az összes méretet elérhetővé kell tenniük a portfóliójukban.

A Rich Media Branding Units (RMBU) méretek:

billboard 970x250

pushdown 970x90 > 970x415

sidekick 300x250 > 850x700

filmstrip 300x600



Az RMBU formátumok esetében nem „kötelező” az összes méret befogadása, de legalább kettőt elérhetővé kell tenni a hirdetőik számára.

- A sztenderdek kialakítására egyre nagyobb igény jelentkezett az online hirdetési piac összes szereplőjétől. Olyan hirdetési formátumokra volt szükség, amelyek minden felületen egységesen elérhetőek, ezért a hirdetőik is előnyben részesítik, ráadásul ezeken a felületeken könnyen és gyorsan indíthatók el a kampányok - mondta el Barnóth Zoltán az IAB display sztenderdizálási munkacsoportjának vezetője.

- Nagy könnyebbséget jelent nekünk hirdetőiknek, hogy egy kampány, akár már 2-3 mérettel is elindítható. Nem szükséges tengernyi méretet elkészíteni, ezzel csökken a gyártási idő és a költségek is minimalizálódnak. És az sem utolsó szempont, hogy a méretek egy nemzetközi kampány esetén is kompatibilisek lesznek, hiszen az IAB portfóliója tartalmazza ezeket, nemzetközi viszonylatban is mindenhol elérhetőek. - tette hozzá Tóth Gergely a Heineken Hungária stratégiai kommunikációs menedzsere.

A csatlakozó médiatulajdonosok vállalták, hogy a fenti méreteket elérhetővé teszik, kommunikációjukban ezeket részesítik előnyben, illetve a fenti formátumoktól kismértékben eltérő formátumokat megszüntetik. A csatlakozó ügynökségek pedig vállalták, hogy tervezés során az IAB sztenderd méreteket, illetve az ezt használó média tulajdonosokat részesítik előnyben. Az IAB Hungary és annak elnöksége fenntartja magának a jogot, hogy az ajánlás életbe lépését követő türelmi időszak végét követően (2013. április 1-től) az ajánlás betartását a csatlakozottak körében vizsgálja

Az IAB Hungary ajánlása 2012. november 1-től érvényes. A csatlakozók vállalták, hogy a még esetleg szükséges átalakítást elvégzik a türelmi időszak végéig, azaz 2013. március 31-ig. A sztenderd formátumokat használók az IAB erre a célra kialakított emblémáival is jelezhetik felületeiken, hogy támogatják ezeket a méreteket.

Csatlakozási szándékuk eddig a következő cégek jelezték: Actual Media Sales House, Adaptive Media, Axel Springer, Carat, Carnation Group, CEMP, EvoMedia, Fastbridge, GMedia, Hírek Média, HVG, HWSW, Infinity, kirowski Isobar, MEC Interaction, MediaCom, Mindshare, OMD, Onlinemarketing.hu, Origo Media Group, Pannon Lapok Társasága, PHD, Ringier, Sanoma, Sport X Média, Vivaki, Vizeum.