

Pressemelding fra Scandinavia Online (SOL)

Dato: 24. oktober 2007

SOL fornyer seg med revolusjonerende annonseløsning

- SOL blir ny
- Nyskapende reklame for nye SOL
- Reklame som skrives mens du leser den
- Trolig første kampanje i verden hvor annonsene lages og publiseres live
- Reklame som kommenterer det aktuelle nyhetsbildet
- Skal vise forskjeller på SOL og konkurrenter

SOL har fått nytt utseende. I den forbindelse satses det på en helt ny, revolusjonerende reklamekampanje utviklet av det interaktive reklame- og designbyrået MediaFront.

Kampanjen blir gjennomført på to flater, én på trykk og én på nett. Nettkampanjen vil bl.a. gå på nettstedene vg.no, Nettavisen, Side2 og aftenposten.no.

For den delen av kampanjen som kjøres på nettet, er det laget to løsninger. Den ene kommer i form av cirka 20 forskjellige bannerannonser, den andre er basert på direktepublisering. Annonsene kan tilsynelatende se ut som et blankt ark med skriblerier på; i virkeligheten er det en skribent som skriver innholdet mens du ser på dem.

– Dette er, så langt vi vet, den første live-oppdaterede interaktive reklame i verden, sier Anders Frogner, kommersiell direktør SOL.

Tre tekstforfattere vil bytte på å kommentere. I første omgang vil det være en kommentator på vakt i 150 timer. I tillegg er det lagt opp rundt 20 annonseløsninger av generell art. Disse eksponeres når det ikke er skribenter på vakt, samt på visningsbaserte annonser.

– Det har vært en kamp for å få konseptet gjennom i mediene, sier Frogner.

Mediene har vært skeptiske til at de ikke selv kan kontrollere annonseinholdet, noe som har vært debattert i redaksjonene og den administrative ledelsen. Ett nettsted i den opprinnelige medieplanen sa nei til "live publisering", og krevde sensur-/godkjenningfilter. Dette mediet ble fjernet fra medieplanen.

– Mediene som har gått med på kampanjen fortjener honnør, dette har helt klart vært et vanskelig valg å ta. Den tilliten disse mediene har gitt oss medfører også et betydelig ansvar for SOL som annonsør og ikke minst for skribentene som skal kommentere nyhetsstoffet. Vi har derfor utarbeidet en instruks på hva som kan kommenteres, hvordan eventuelt dette skal gjøres og hva som ikke kan kommenteres, sier Frogner.

Målet med reklamekampanjen er å skape oppmerksomhet og interesse for nye SOL ved å vise egenskapene ved nettstedet.

Nye SOL

SOL, Scandinavia Online AS, ble i vinter delvis skilt ut fra Eniro ved at Aller kjøpte halve selskapet. I høst skal SOL fornye seg, både når det gjelder design og innhold.

– Designet er klart og ble lansert sist uke. Også innholdet har endret seg, men det skal skje mye mer med SOL utover høsten og vinteren, sier Anders Frogner.

SOL skal gi brukerne et raskt, oversiktlig og oppdatert totalbilde av hva som finnes på nett – i Norge og verden.

– Det finnes vanvittig mye informasjon på nettet Nett-Norge ikke er klar over. Samtidig fornyer nettet seg hele tiden. Vår redaksjon har som hovedoppgave å finne dette og vise dette for brukerne, sier Frogner.

Team bak reklameløsningen:

Pål Dobloug – Tekstforfatter

Christian Aune – AD

Marc Garcia – Interactive Programmer

Sverre Stabel – Multimедист

Terje Wollmann – Konsulent/prosjektleder

Oppdragsgiver:

Scandinavia Online AS, ved Solveig Lae og Anders Frogner

For mer informasjon kontakt:

Anders Frogner, kommersiell direktør SOL, mob: 926 28 004

Terje Wollmann, prosjektleder MediaFront, mob: 926 22 160