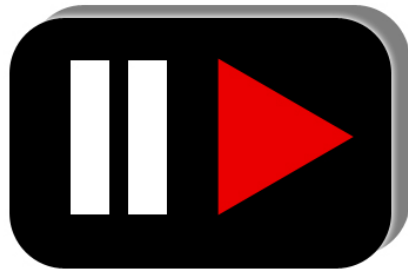


Levende billeder på nettet



- Hvorfor?
- Hvad?
- Hvem?
- Hvordan?
- Hvor meget?



Hvem er jeg?

Jakob Draminsky

- Cand.mag. i medievidenskab og kommunikation
- Kommunikationskonsulent i Danmarks Idræts-Forbund
- Partner i produktionsselskabet Net Clip
- Sekretær i Idrættens Medieudvalg
- (Med)Ansvarlig for idrættens web-tv-kanal
- Rapport om web-tv: "Sportens potentielle vindue"



Det kommer vi igennem

- Eksempler – og nogle hurtige konklusioner
- Web-tv vs. traditionelt tv
- Det nuværende (sports)tv-billede
- Case-studie: Dansk Floorball Union
- Før, under og efter en event
- Økonomi
- Distribution
- Idrættens web-tv
- Hvordan kan I bruge web-tv?
- Spørgsmål



To eksempler – så er vi i gang



Hvad vil jeg vise med eksemplerne?

Mini-Ronaldinho

Stjerne: Nej / dansk skoledreng

Teknisk kvalitet: Nogenlunde

Længde: 1 min 56 sek.

Unikt: Ja

Gang i den/anderledes: Ja

Hits: 4,2 mio.

Alonso

Stjerne: Ja / verdensmester

Teknisk kvalitet: god

Længde: 5 min 14 sek.

Unikt: ikke synderligt

Gang i den/anderledes: Nej

Hits: 92



Web-tv vs. traditionelt tv

Web-tv

On demand-tv – når som helst

Mange muligheder

Worldwide – hvor som helst

Primært niche-tv

Aktive brugere

Virtuelle fællesskaber

Billig produktionsform

Kontrolleret kommunikation (jer selv)

Traditionelt tv

Flow-tv – her og nu

Få muligheder

Primært nationwide

Primært broadcast-tv

Passive seere

Virkelige fællesskaber

Dyr produktionsform

Ukontrolleret kommunikation (andre)

Konklusion: To medier – to produktionsformer – to måder at se tv på.



Det nuværende (sports)tv-billede

- DR1, DR2, TV 2, Zulu, TV 3, 3+, 6'eren, Kanal 5
- Fodbold, håndbold, cykling: ca. 85 %
- Tennis, ishockey, badminton, motorsport, golf, atletik, boksning: ca. 10 %
- Resten: 50 forbund: ca. 5 %



Det nuværende (sports)tv-billede

- 1999:
 - Transmissioner fra 25 forskellige idrætter på DR1
 - Transmissioner fra 18 forskellige idrætter på TV 2
- 2006:
 - Transmissioner fra 9 forskellige idrætter på DR1
 - Transmissioner fra 10 forskellige idrætter på TV 2
- 2010:
 - Det er endnu 'værre' i dag i 2010!
- Konklusion: I flere år har dansk tv reelt kun dækket to sportsgrene - fodbold og håndbold - med cykling på hjul



Case: Dansk Floorball Union



Web-tv vs. tekst og fotos

Fra floorball.dk

- I herrefinalen blev de fremmødte tilskuere underholdt udover de normale 3 x 20 minutter, da der skulle 10 minutters overtid samt straffeslagskonkurrence til, før Hafnia FC havde hjemtaget sit første mesterskab. Brønderslev bragte sig ellers foran 2-0, men Hafnia udlignede inden første periodes udløb til 2-2, og via 2-1 og 0-1 i de sidst perioder, endte kampen 4-4, hvorefter de 10 minutters overtid endte uden scoring.

Straffeslagskonkurrencen vandt Hafnia 3-2, da Ola Persson scorede i 5. runde, mens Thomas Jørgensen brændte sidste forsøg. Efter kampen blev Daniele Berardino kåret til kampens bedste spiller.



Web-tv vs. tekst og fotos



Sport4u.dk – et casestudie

- Hvordan opstod idéen?
- Pilotprojekt – et forsøg på noget nyskabende
- VM i dame-floorball: 12.-19. maj 2007
- Bemanning: 2-3 mand + "det løse"
- Live: 31 kampe
- On demand: 59 indslag



SPORT4U.DK

SPORT4U.DK - web-tv fra VM i floorball i Frederikshavn - Microsoft Internet Explorer

Filer Rediger Vis Foretrukne Funktioner Hjælp

Tilbage Søg Foretrukne

Adresse C:\Documents and Settings\Christine & Martin\Dokumenter\Net Clip\Projekter\Afsluttede\Før Net Clip\Sport4U\Kopi af sport4u\index.htm

SPORT4U.DK floorball

Udvalgte klip

-  **Fri dans på tilskuerpladserne**
Dato: 17. maj 2007. Varighed: 0:58
-  **Interview med to kommende floorballstjerner**
Dato: 16. maj 2007. Varighed: 1:25
-  **Schweiziske fans med tromme og rødt hår...**
Dato: 15. maj 2007. Varighed: 1:32
-  **Højdepunkter fra den højdramatiske kamp Norge-Danmark**
Dato: 13. maj 2007. Varighed: 3:51
-  **Zorro! Med Ask Tonsgaard**
Dato: 12. maj 2007. Varighed: 1:04

Se [alle videoklip](#) med floorball (alle kræver [Windows Media Player](#))

floorballzonen

SPIL FLOORBALL
Se [filmen](#) om floorball i Danmark. Besøg også [Dansk Floorball Unions hjemmeside](#).

KØB BILLETTER TIL VM
Du kan købe billetter til VM hos [Frederikshavnerbilletten](#).

LIVE CHAT
Klik [her](#) - så kan du chatte med andre under live-transmissionerne.

DEN OFFICIELLE VM-SIDE
På [www.wfc2007.org](#) finder du resultater, nyheder, downloads og meget andet.

LÆR FLOORBALLREGLERNE
Læs [reglerne i floorball](#). Se også [videoen](#), hvor de vigtigste regler forklares.

FREDERIKSHAVN SOM VÆRTSBY
Se den flotte [præsentation](#) af værtsbyen for VM - Frederikshavn.

LIVE SCORE
Følg den aktuelle stilling i live-transmissionerne på [www.wfc2007.org](#).

HVAD ER SPORT4U.DK?
Få mere at vide [om SPORT4U.DK](#) - et eksperiment med web-tv i dansk idræt.

[kontakt...](#)

Pilotprojektet sport4u.dk er støttet af Idrættens Medieudvalg, Idrætsfonden Danmark og Frederikshavn Kommune.

Denne computer



Eksempler

- [Highlights](#)
- [Interview](#)
- [Det skæve](#)



Besøg på Sport4u.dk

- trods begrænset markedsføring

- Unikke besøg: ca. 14.000 på lidt over en uge
- Ca. 59.000 on-demand downloads
- Internationalt publikum – fx USA, Jordan, Sverige, Vietnam
- 40 % af brugerne kom via links fra andre hjemmesider



Markedsføring

- Levende billeder er en (gratis) service til interessenterne

MEN!!!!

- De skal markedsføres – man skal vide, at de eksisterer
- Lav en færdig pakke til interessenter (materiale, logo, klip, omtale osv.) – det virker, og det er billigt.



Erfaringer fra Sport4u.dk

- Det kan lade sig gøre – det simple fungerer!
- Smal, men dedikeret målgruppe (nicheindhold)
- Markedsføring af site er vigtigt!
- Især sportsligt, men også underholdende indhold hitter
- Rettigheder skal være på plads!
- Stærk intern effekt



Efter Sport4u.dk

- Forventningsfulde, dedikerede brugere – hvorfor fortsætter vi ikke?

Muligheder for Dansk Floorball Union efter VM:

- DM-finaler og andre elitekampe
- Regler
- Tricks
- Nyheder
- Test af udstyr
- Interviews med profiler
- Træningsøvelser



Hvordan kan I bruge levende billeder på nettet?

Events:

- Før
- Under
- Efter

Desuden:

- Træningsøvelser
- Profilportrætter
- Interviews
- Regler
- Præsentation af sport
- Test af udstyr
- Highlights
- 'Det skæve'



Før event - præsentation

Sponsorer

Kommune- og bybranding

Markedsføring af web-tv

Tilskuere



Under event - afvikling

Sponsorer (del af sponsorpakke)

Bidrager til hele eventen

Servicerer fans og andre interessenter

Skaber fællesskab



Efter event - salg & dokumentation

Sponsorer (vis dem, hvad I kan!)

Et evigt arkiv – også til broadcast

Markedsføring til næste gang

Vis sporten frem



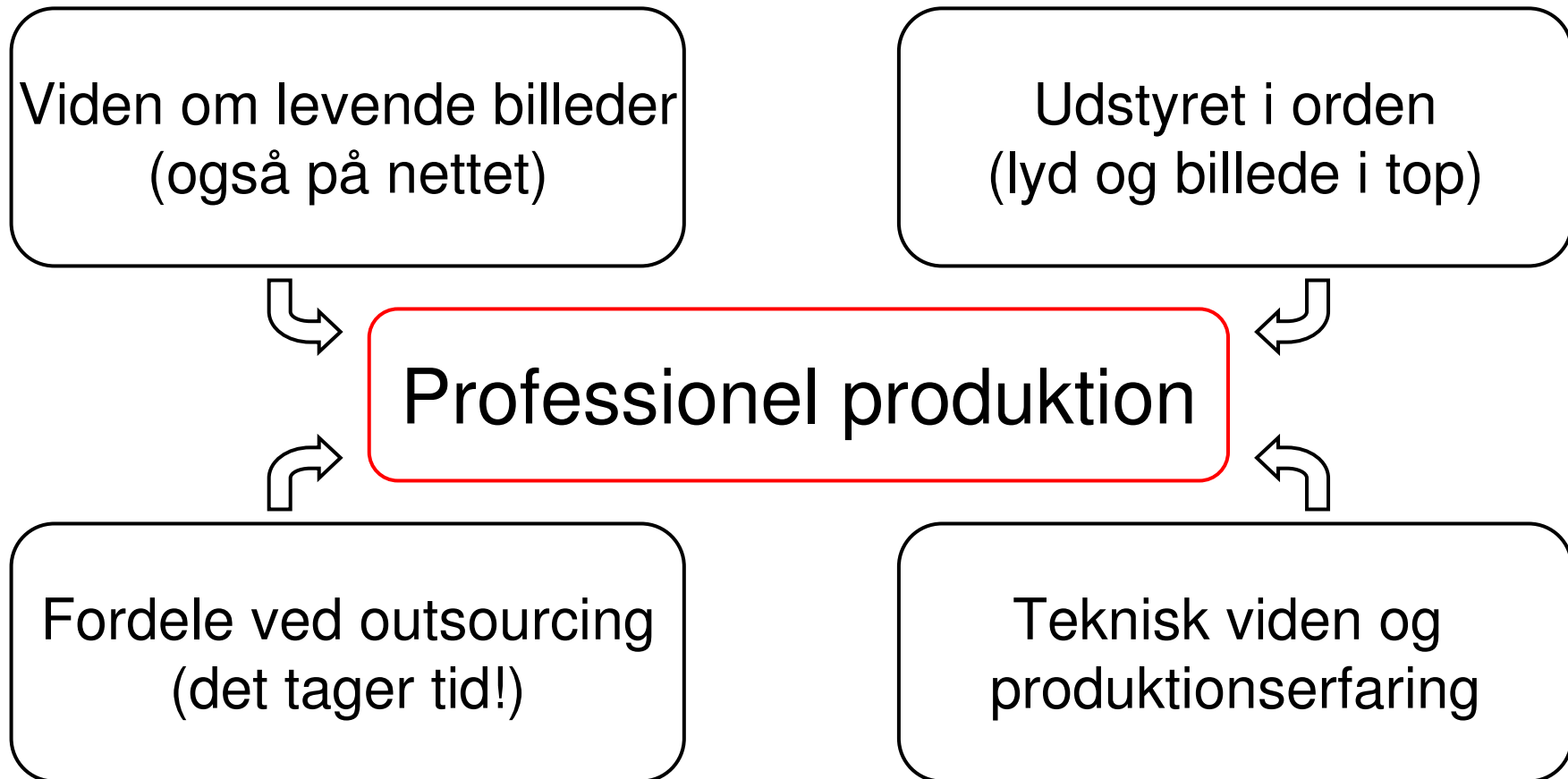
Hvad får arrangøren ud af det?

- Et løftet produkt – også under afviklingen
- Et psykologisk skulderklap og et forstærket fællesskab
- Et forbedret forhold til fans, medlemmer, sponsorer mv.
- Sponsorer – evt. nye sponsorer og sponsorpleje

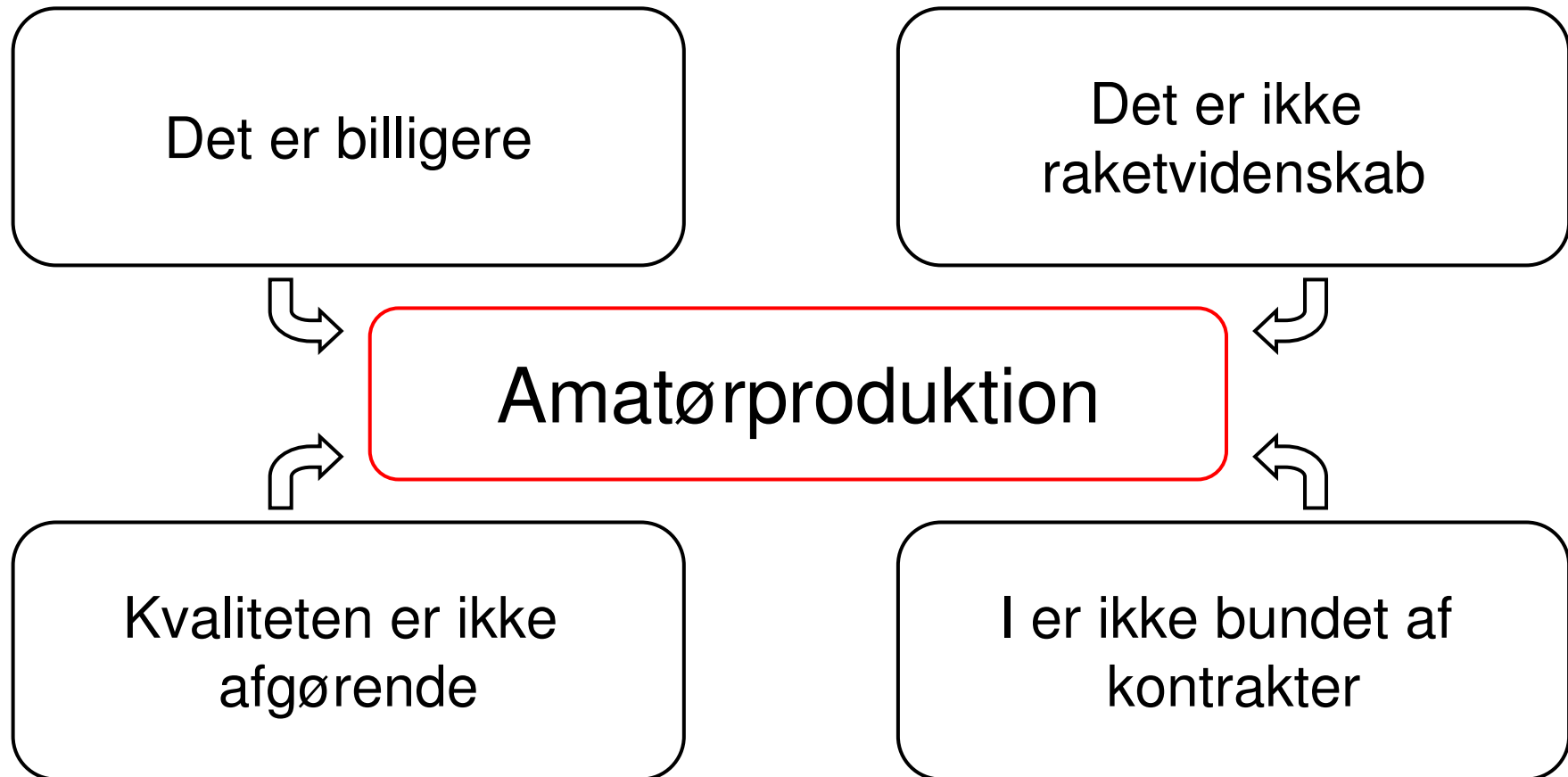
Generelt: STØRRE SYNLIGHED



Hvorfor bruge professionelle?



Hvorfor lave det selv?



Hvad koster det?

- Forskel på live og on-demand
- Både optage- og redigeringsforhold afgør prisen
- Meget billigere end broadcast-produktioner, men ikke gratis
- Stor forskel på priser i branchen



Net Clips priseksemppler

Sport4u.dk:
75.000 kr.



Sparta: Copenhagen Marathon



Net Clips priseksemppler

Men kan også lave en
produktion til 400 kr.!



Tre former for finansiering

- Egenfinansiering
- Sponsorfinansiering
- Brugerbetaling (ekstremt eksklusivt indhold)



Distribution på nettet

- YouTube
 - Fordele: Gratis, nemt og stort udstillingsvindue
 - Ulemper: Ingen mulighed for sponsorer, musik og dårligere billedkvalitet
- "Egen" distribution (som fx Sport4u.dk)
 - Fordele: Opbygning af arkiv i eget univers, flot billedkvalitet og mulighed for sponsorer
 - Ulemper: Koster penge





Idrættens web-tv

- Sportens egen kanal!



Hvad er Idrættens web-tv?

- Bidragsyder: Idrættens Medieudvalg
- Distribution: Platform på nettet med indslag om dansk elitesport
- Hvem: To projektansatte videojournalister – frem til OL 2012
- Hvad: National elite, landshold, ungdomslandshold og talenter
- Målgruppe: De unge sportsinteresserede...
- ...men også "nørden"
- Fokus: Sportsudøvere – også uden for banen
- Indhold: Unikt og eksklusivt
- Nyheder: Først med de gode historier
- Producenter: Videojournalisterne og forbundene (evt. eksterne)



Hvem er videojournalisterne?

- Bolette Kay Spengler
- Kasper Malling Nørtov

- Redaktører og videojournalister på Idrættens web-tv



Hvem laver hvad?

Videojournalisterne laver:

- "Lange" (2-3 min.) personhistorier
- 4-5 "lange" indslag om ugen
- Masser af tricks og tips fra atleterne
- 3 skæve spørgsmål
- Serielle programmer
- [Eksempel](#)



Hvem laver hvad?

Forbundene kan lave:

- Video - der går helt tæt på!
- Forbundene ved, hvor de gode historier er
- Både "polerede" indslag, men også det hurtige, håndholdte og autentiske
- [Svømmeindslag](#)



Hvad sker der med indslagene?

- De ligger på idrættens web-tv
- Kanalen kan lægges ud på forbundets hjemmeside
- Eksterne samarbejdspartnere og medier
- Facebook, Twitter og Youtube



Kanalens daglige gang

- Videojournalisterne leder kanalen, men...
- ...forbundene kan også selv lægge indslag på kanalen
- Åbent Hus hver mandag fra kl. 10-12
- Redaktionsgruppe mødes en gang om måneden



Redaktionsgruppen

- Mødes første tirsdag i måneden
- Består af:
 - Bolette Kay Spengler og Kasper Malling Nørtov
 - DIF
 - Team Danmark
 - Specialforbundene
- Mulighed for at komme med i redaktionsgruppen
- Repræsentanterne sidder i gruppen 3-6 måneder



Hvad får forbundene ud af det?

- Eksponering på en samlet platform
- Hjælp til at få sporten ud til større medieplatforme
- Mulighed for at bruge indslagene kommercielt
- Et sted at vise jeres sport frem
- Servicering af medlemmer og andre interessenter

KONKLUSION: Mere eksponering i levende billeder



Hvad sker der nu?

- Der udarbejdes en manual
- Testperiode
- Lancering - 10. august 2010
- Workshops om web-tv



Hvad er et godt web-tv-indslag?

- Kort er godt!
- Helt tæt på – brugeren skal have noget unikt
- Gang i den – ellers skal det være uhyre unikt (interviews med 'jakkesæt' duer ikke)
- Det skal fænge fra start til slut!
- Kvantitet frem for kvalitet



Nogle hurtige spørgsmål og svar

- Hvad kommer 'kanalen' til at hedde?
- Kan forbundene låne udstyr?
- Kan videojournalisterne hjælpe med noget?



Vi er ikke længere væk end...

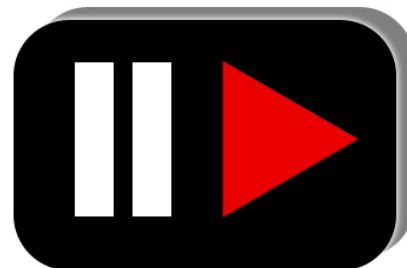
- Bolette Spengler: bks@dif.dk / 43 26 20 28
- Kasper Nørtov: kmn@dif.dk / 43 26 20 32

Hvordan kan I bruge levende billeder på nettet?

- Hvorfor? - Formål
- Hvad? - Indhold og genrer
- Hvor meget? - Antal indslag, længde, finansiering, ressourcer
- Hvordan? - Producent (og distributør)



Kontakt mig



Jakob Draminsky: jdr@dif.dk +45 28 89 36 78

