

# Webb-TV

24 mars, Stockholm

## Utställare

**Qbrick**<sup>®</sup>

**screen9**  
delivering inspiration

 **xstream**

## Tid & Plats

ca. 09:30 -16.00, 24 mars,  
Industrigatan 2A, Stockholm

## Pris

990 SEK + moms (medlemmar).  
1590 SEK + moms (icke medlemmar).

## Kontakt

Annica Widlert  
WAN-IFRA Nordic  
+ 46 (0)8-6924674  
annica.widlert@wan-ifra.org

## Affärsdrivande webb-TV, mobil-TV och livevideo

- Utveckling inom webb-TV på flera skärmar
- Videoannonsaffären – hur får vi upp volymerna?
- Paketering & koncept för lokala mediehus som skapar nya intäkter
- Fördelar med live video för nyhetsbevakning och tittarmedverkan

Välkommen!

# Affärsdrivande webb-TV

Torsdag 24 mars 2011

## PROGRAM

**09.30 – 10.00 Registrering**

**10.00 Inledning av**

### **Kristofer Björkman, MyNewsdesk**

Kristofer är upphovsman och grundare till MyNewsdesk och har lång erfarenhet av branschen efter att ha jobbat med journalistik och nya medier i 20 år. Som den sanna entreprenör han är har han varit med att starta upp företag som *spray.se*, *mrjet.com*, *sf-anytime.com* och *TV4 webb-TV*.

### **SVT: Nya ekosystem och social-TV**

Definitionen av TV förändras och det skapas nya värdekedjor. Med läsplattor, smartphones och mobila enheter finns alla möjligheter att se TV och video närsomhelst och varsomhelst. Lägg därtill att kommunikationen ändrats från en-till-en samtal och traditionella sändningar, till många-till-många flöden där man kan dela video, bilder och andra multimedia. SVT berättar bland annat hur de lyckats ta över twitterflödet på lördagskvällarna och få in så mycket som 37 000 inlägg vid en sändning.

*Thomas Porsaeus, SVT*

### **MMS: Tittarundersökningar för webb-TV**

MMS mäter och analyserar konsumtion av TV och rörlig bild. Detta inbegriper att bevaka trender och utveckla nya metoder för mätning av rörlig bild på andra plattformar. TV utvecklas från en skärm till en mängd enheter, men också större personalisering och interaktivitet för användaren. Hur ser vi att tittandet förändrats över tid?

*Pontus Bergdahl, MMS*

### **SuperLive! Direktrapportering vid stora evenemang med fokus på läsarmedverkan**

Som ett komplement till och i kombination med traditionell TV bevakar Aftonbladet aktuella händelser med "SuperLive"! De släpper även in läsarna på förstasidan genom att låta dem delta i chattar, twitter-flöden kring live webb-TV. Vi får höra tankarna bakom och rent tekniskt vad som behövs för att möjliggöra liveuppdateringar och livestreaming. Att kunna hantera trafiken kräver ett stabilt system som inte fallerar vid trafiktoppar med en säker backuplösning.

*Rickard Westman, Aftonbladet*

### **Nya videoannonsformat öppnar för fler annonsörer**

Det händer mycket inom videoannonsering och man tittar på mer än pre-roll annonser. Bonnier m.fl. har valt att utveckla erbjudandet och nu har man som reklamköpare möjligheten att boka ämnesområden på företagets alla webbplatser. Detta i kombination med möjlighet att baka in budskapen samtidigt som klipppet pågår tror man kommer att ge betydande

dande intäkter.  
*Clas Qvist, Qbrick*

**Ca 12.10 – 13.10 Lunch**

### **Bambuser: Livevideos roll vid revolutionen i Kairo**

Kommunikation och Internet har haft stor betydelse för många under hela revolutionen i Egypten. Vad efterfrågar tittarna/användarna och hur använder man bäst tekniken i en föränderlig värld? Den kombinerade effekten av dessa trender håller på att omdefiniera TV-marknaden och hur modern nyhetsbevakning går till.

*Annelie Demred, Bambuser*

### **Mktmedia: Paketering & koncept för lokala mediehus**

Mktmedia har gemensam utveckling för webb-TV och har vertikalsajter där tidningarna kan dra nytta av varandras redaktionella material. Hur tänker lokala medieföretag när det gäller kvalitet, prissättning, samarbeten, teknisk, olika tjänsterna och innehåll? Vilken plattform behövs för att kunna hålla kostnader nere och samtidigt kunna följa utveckling och förväntan?

*Elin Olofsson, Mktmedia*

### **Talkative: Vikten av sökmotoroptimering – HTML5 och taggning för video**

Med nya trender inom video på flera enheter tillkommer nya sätt att nå ut. Vilken roll spelar sökfunktionalitet för att göra det lättare för konsumenterna att hitta vad de vill titta på? Indexering och taggning av video gör det enklare att söka och gör innehållet mer värdefullt och effektivt. Med den senaste tidens förbättringar i sökteknik och framsteg inom videorekommendationer, har videosök snabbt blivit avgörande för dagens innehållsekonomi.

*Martin Lundin, Talkative*

**ca 14.30-14.45 Kaffe**

### **Youtube: framtiden inom rörlig bild och videorekommendationer**

Det finns ett stort användningsområde för mediehus som väljer att använda Youtube som videohub. Youtube berättar om sin syn på innehållsekonomi och om nyheter de har på gång med allt från livestreaming till nya annonsformat i filmer som redan idag finns på vissa marknader. Ett av koncepten är Trueview där man som tittare har möjligheten att välja bort pre-roll innan filmsnutten.

*Clas Eriksson och Peter Nordlöv, Youtube/Google*

### **VG: Webb-TV på TV - hur vi anammar TV:s lukrativa affärsmodell**

Affärsstrategierna kring online video har förändrats under de senaste åren, men fortsatt är det annonsmodellen som står i centrum för digitala medieföretag. Hur ser webb-TV intäkterna ut och vilka strategier bör dagstidningar ha när de ger sig in i den lukrativa TV verksamheten? Hur ser dagstidningarna till att hamna i vardagsrummen för att nå den större publiken?

*Morten Holst, VG*

**ca 16.00 Slut**