



Streaming video: Op zoek naar een businessmodel

Video-content is stilaan onmisbaar voor de volgende generatie websites. Streaming blijft nog steeds een complex technisch spel, dat in België wordt gespeeld door een handjevol gespecialiseerde aanbieders. Belangrijker nog is het zoeken naar het juiste businessplan, zodat u op het einde van de dag ook winst maakt. Blijft het louter informatief? Kiest u voor een advertising-model? Of is er eindelijk plaats op het internet voor betalende content?

Terwijl YouTube zijn eerste publieke experimenten voert met in-video advertising (IVA), is er ook in eigen land heel wat te beleven. De zogenaamde preroll-advertenties zijn al een tijdje in gebruik: bijvoorbeeld bij video-nieuwsservice Zoom.in (van het Nederlandse FTV) en bij de VMMA. Daar tekende Carlsberg eerder dit jaar voor een reeks gesponsorde introfilmpjes op de site van Jongerenzender Jim TV. “Ik verwacht dat IVA een grote rol gaat spelen”, vertelt Shirine Irani, marketingverantwoordelijke bij VMMA-regie Paratel. Wel blijft het voorlopig zoeken naar de ideale formule, zodat de consument de advertentie niet als hinderlijk gaat ervaren. “Het moet kort zijn. Voorlopig hebben wij de absolute limiet gelegd bij een intro van 15 seconden”, aldus Shirine Irani. Bij Paratel zit sinds kort ook in-video bannering in het portfolio – de piste waarop momenteel ook YouTube zit.

We zagen in eigen land ook al vrij succesvolle experimenten met beta-

lende content. Tijdens de Vlaamse Big Brother-reeks kon je via mobiele streaming op gelijk welk moment binnenkijken in het huis, en daarbij zelf het camerastandpunt kiezen. Opvallend is anderzijds dat de betalende content enkel via mobiele streaming werd aangeboden – niet via web. Blijkbaar zijn internet en betalende content nog steeds erg moeilijk te verzoenen.

Het kleine scherm

Is het in de eerste plaats wel interessant om video aan te bieden via het internet. Pioniers in videostreaming herinneren zich het piepkleine beeldvlak en de vaak ontstellend slechte kwaliteit van internetvideo. “De postzegel was ooit ‘cool’. Toen was het een technologie-hype die vooral werd gedragen door de internetproviders”, herinnert zich Christophe Lenaerts, CEO en oprichter van productie- en strea-

mingspecialist Telemak. Hoewel niet altijd gebaseerd op een realistisch businessplan, was de betekenis van dit soort projecten voor de ISP's duidelijk: content aanbieden die de ‘gratis’ internetklanten (dial-up) kon overtuigen om te betalen voor breedband.

Nu is de beschikbare bandbreedte vele malen groter, zodat een kwalitatieve ervaring mogelijk is. Nieuwe streaming-klanten komen daarom uit allerlei hoeken: overheden groot en klein (die zelfs de gemeenteraad via streaming uitzenden), events, broadcasters maar ook de bredere bedrijfsmarkt. De Zweeds-Belgische drukpompenfabrikant Atlas-Copco gebruikt streaming bijvoorbeeld om wereldwijd met zijn werknemers en klanten te communiceren. “De mogelijkheden zijn bijna eindeloos: corporate communications, financiële communicatie, communicatie naar eigen werknemers, partners, klanten... tot en met e-learning”, besluit Christophe Lenaerts van Telemak.

Flash of Silverlight?

De integratie van de videospeler in andere internetcontent is de andere grote revolutie van het moment. Waar jarenlang Microsoft (Windows Media Player), Apple (QuickTime) en de Real Player de dienst uitmaakten, neemt Adobe's Flash Player plots het initiatief. De nieuwste versie 9 – momenteel in Beta – belooft ondersteuning voor 1080-pixel HD-videokwaliteit (via de videocodec H.264). "De wereld van internetvideo was met tientallen videocodecs heel onoverzichtelijk geworden", vertelt Serge Jespers, business

'Media Player' die later dit jaar beschikbaar wordt. Deze zou Media Center-functies bieden, zoals het offline afspelen, organiseren en uitwisselen van multimedia content. De Media Player zou specifiek zijn geschreven om de eigenaars van de content extra mogelijkheden te bieden – zoals het toevoegen van branding, advertising, kopieerbescherming of statistieken.

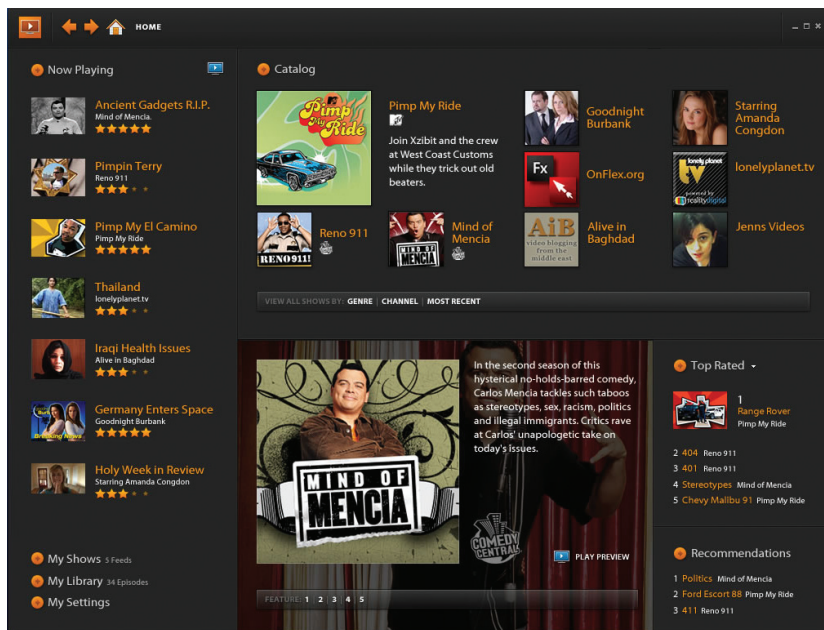
Ondanks het enorme marktaandeel van Windows Media Player zal Microsoft hierop een antwoord moeten bieden. Dat kreeg onder meer vorm met voorstelling van Silverlight – de 'runtime' omgeving waarmee je heel wat nieuwe functies in een web-

streaming server-platforms moet volgens Serge Jespers van Adobe nog geleverd worden: "We willen steeds meer mensen naar echte streaming krijgen, maar in de praktijk gebruiken de meeste sites nog steeds 'progressive download'."

CDN voorlopig niet in België

Op grote schaal video-content aanbieden vraagt een niet te onderschatten inspanning qua netwerkcapaciteit en –architectuur. Zoniet dreigen er vertragingen (latency), waardoor de beleving wordt verstoord en de bezoekers andere oorden of sites gaan opzoeken. In de praktijk zijn meer dan tweederde van de Belgische residentiële surfers aangesloten op de twee grootste operatorketens – Belgacom en Telenet. Een streamingdienst die zichzelf respecteert, moet dus vrij nauw bij deze operators aansluiten – of bij voorkeur op hun netwerk zitten.

Is iedereen die in België streamingdiensten wil leveren dan veroordeeld tot de – relatief dure – bandbreedte van de grote twee? "Bestudeer vooral ook de grote buitenlandse aanbieders die in België peering-contracten hebben met Belgacom en Telenet", adviseert Luc Verbist, IT-directeur van De Persgroep op basis van zijn eigen ervaring. Brussel is een belangrijk internationaal knooppunt en operatoren zoals Verizon, COLT en KPN hebben vaak een serieus overschot op hun huidige peering-capaciteit naar Belgacom en Telenet. Anderzijds ben je dan afhankelijk van de evolutie van die peering-capaciteit, zodat je volgens Verbist toch best kiest voor een over-



Preview van Adobe's Media Player

development manager bij Adobe (ex-VTM). "Wij hebben maar twee codecs. Als je Flash Player hebt, begint het gewoon af te spelen. Play... means Play", aldus Serge Jespers.

Adobe houdt trouwens nog een troefkaart achter de hand: de eigen

browser kunt stoppen en die allicht in volgende versies van de Media Player zal opduiken. Microsoft heeft ook een belangrijk de facto marktaandeel in streaming server software, maar ziet ook daar Adobe als concurrent opduiken met de Flash Media Server. De echte strijd om de

Telemak

biedt expertadvies en totaalaanpak

Hoogwaardige video is steeds vaker het magische ingrediënt van de hedendaagse communicatiemix. De impact kan nog sterker dankzij gepast gebruik van Live content. Hoe bied je wereldwijd een optimale ervaring aan zoveel mogelijk online bezoekers? Met een betaalbaar en voorspelbaar kostenplaatje? Telemak levert onpartijdig advies en zorgt voor end-to-end projectbeheer, inclusief productie en een eigen opnamestudio.

Voor interne en externe communicatie is internetvideo een krachtig kanaal met een enorme impact. Steeds meer breedbandgebruikers hebben toegang tot steeds meer bandbreedte, om videocontent van steeds betere kwaliteit te bekijken. Om een sterke ervaring te garanderen moet technisch alles op elkaar zijn afgestemd: de audio/video content, het netwerk, de servers, de pc van de eindgebruiker, het aantal simultane bezoekers...

“Verwaarloos één van deze zaken en je project dreigt te falen”, waarschuwt Christophe Lenaerts, oprichter en CEO van Telemak. Dit Belgische bedrijf met meer dan tien jaar ervaring terzake is een absolute referentie op gebied van streamingdiensten – ook in het buitenland, voor klanten zoals de Europese Commissie, Apple, Chevrolet (WTCC), de Tour de France en Jean-Paul Gaultier. Van een zuivere infrastructuurprovider evolueerde Telemak naar een service-gedreven totaalaanbieder – mét eigen streaming-servers, een content delivery netwerk (CDN), een eigen opnamestudio, satelliet-downlinks en productiefaciliteiten.

4 Pijlers

Streaming video blijft specialistenwerk, waarbij de totaalervaring sterk afhankelijk is van elk detail in een lange productieketting. Telemak biedt zijn klanten daarom een rijke catalogus van diensten, die eventueel op de eigen activiteiten worden afgestemd.

- **Consulting:** Projectbegeleiding en technische haalbaarheidstudie. Telemak adviseert en rapporteert achteraf voor een permanente verbetering.
- **24h Services:** Hosting of housing op maat van uw project, inclusief encoding servers, toegang tot wereldwijde Content Delivery Netwerken (CDN), waaronder Akamai. Inclusief 24-uurs ondersteuning en monitoring.

- **Solutions:** In-house ontwikkelde software van Telemak wordt gebruikt en aangepast aan de behoeften van de klant, voor klassieke webprojecten, mobile TV, podcasting...
- **Productie:** Telemak stelt een eigen opnamestudio ter beschikking, of satelliet-downlinks voor live-opnames op locatie. Telemak zorgt voor technici en opnamemateriaal voor standaard definitie of HD, die hun afgewerkte montage afleveren voor TV of internet.

Rijke communicatiemix

Internetvideo is niet langer een gimmick, waarmee ISP's hun breedband-aanbod vullen. Het is evenmin uitsluitend weggelegd voor grote mediahuizen of entertainmentgroepen. Streaming video is een tool voor elke hedendaagse communicatie – live of on demand.

- **Corporate communicatie:** Atlas Copco gebruikt streaming video om wereldwijd te communiceren rond zijn nieuwe producten, events...
- **Financiële communicatie:** Persconferenties, gesprekken met analisten of aandeelhoudersvergaderingen bereiken via een webcast wereldwijd veel meer potentiële investeerders voor bedrijven zoals Dexia, ING, Mobistar...
- **Interne communicatie:** Informeer eigen werknemers over de nieuwste marketingcampagnes, HR-nieuwtjes of strategische boodschappen van het management.
- **E-learning:** Apple gebruikt streaming video om zijn Europese werknemers permanent bij te scholen over de nieuwste producten.
- **Communicatie met klanten & partners:** Informeer hen over producten, events, promotionele acties op een aangename, stijlvolle manier met een sterke visuele impact.

“Wij zorgen ervoor dat het eindresultaat overeenkomt met de doelstelling en het budget”, besluit Manu De Groef, account manager bij Telemak. Realistische verwachtingen en budgetten kunnen vermijden dat de geleverde kwaliteit ontgoochelt. Evenzeer voorkomt deze aanpak overdreven investeringen in een beeldkwaliteit die hoger blijkt dan wat kijkers kunnen ontvangen. Telemak staat garant voor een end-to-end trajectbegeleiding.

Nuttige links:

- www.telemak.com
- www.useu.tv
- www.landelijkvlaanderen.tv
- www.chevrolet-insight.com



Dossier Videostreaming

eenkomst in het belang van beide partijen.

Echt gespecialiseerde Content Delivery Networks à la Akamai of VitalStream zien we in België voorlopig niet verschijnen. Lokale specialisten zoals Telemak profileren zich vooral als online productiehuis, eerder dan als pure netwerkprovider. De publieke verhuur van de infra-

structuur van Paratel (eigendom van VMMA en De Persgroep) kunnen we wel als een eerste bescheiden stap in deze richting zien.

Adobe van zijn kant gelooft vast in Content Delivery Networks en tekende onlangs een contract met de Nederlandse CDN-specialist DutchView. Net zoals Telemak leeft DutchView anderzijds van full-ser-

vice diensten, inclusief opname en productie. Blijft het wachten op echte CDN-spelers? "België is een kleine markt", waarschuwt Luc Verbist van De Persgroep. "Ons businessplan is daarom vooral gebaseerd op eigen content", besluit hij.

Jan-Frans Lemmens



» De Persgroep:

"Experimenteren zonder meerkost"

Luc Verbist

Mediagroep De Persgroep besloot dit jaar tot een unieke samenwerking voor de bouw van een eigen videostreaming-platform. De uitgever van HLN.be – het verlengstuk van Het Laatste Nieuws en ook online de meest bezochte Belgische nieuwssite met zo'n 3,6 miljoen unieke bezoekers per maand – deed de investering op een gedeeld budget samen met VMMA (QMusic.be), Paratel en Roularta. Het eerste doel was om de budgetten voor streaming beter in de hand te houden.

"Tot voor kort werd de streaming-dienst uitbesteed aan derden. De kosten daarvan zijn echter sterk afhankelijk van de publieke interesse, zodat het succes uiteindelijk een molensteen om je nek wordt", vertelt Luc Verbist, IT-directeur van De Persgroep. Hetzelfde probleem leefde volgens hem bij de VMMA, die volop experimenteert met video via de VTM-site (nieuwsflashes) en die van QMusic. Uit een studie bleek dat een eigen infrastructuur bijna break-even kon draaien, zodat uiteindelijk ook VTM-aandeelhouder Roularta en VTM-dochter Paratel in het project betrokken werden.

Paratel gaat een deel van de infrastructuur zelf commercialiseren – zoals dat al gebeurt met de eigen SMS-gateway. "Met vier partijen was de investeringskost wel haalbaar. Zo hebben we niet langer die meerkost in geval van sterke groei", aldus Luc Verbist. De installatie omvat onder meer een reeks servers met streaming-software, drie zware multifunctionele Cisco Catalyst 6500 switches en een colo-contract bij Belgacom met een voorbehouden lijncapaciteit van liefst 4 Gigabit/s, rechtstreeks naar het internet. "Telenet heeft afgehaakt omwille van capaciteitsproblemen, hoewel zij dit vandaag ook kunnen leveren. Jammer, want we hadden uiteindelijk liefst met beide partijen een contract gesloten", verklaart Luc Verbist. Volgens hem wordt de trafiek, die bijna alleen uit upload-verkeer bestaat, voor ongeveer één derde afgeleverd op het Belgacom-netwerk, één derde op Telenet en één derde op alle andere providers.

Bij de keuze voor Cisco gaf vooral de bestaande Cisco-kennis bij het onderhoudsteam van De Persgroep de doorslag. "Onze media zijn een 24-uurs business geworden. Dit project zou onmogelijk zijn geweest zonder onze bestaande 24-uurs organisatie die het nieuwe platform kan ondersteunen",

waarschuwt de IT-directeur. Het streaming-platform is op zich al een erg forse investering, maar de ondersteuning is minstens even belangrijk. "Zo'n platform draait niet vanzelf", aldus Luc Verbist.

Dankzij het project krijgen de eigen media een veel grotere bewegingsvrijheid. Experimenteren kan, bijvoorbeeld via korte interviews met bedrijfsleiders op de sites van De Tijd en L'Echo (van uitgeverij Mediafin, voor 50% in handen van De Persgroep). "Internet is momenteel nog een zaak van veel experimenteren, om zo de 'stickiness' van onze sites te verhogen", aldus Luc Verbist. Door het gezamenlijke platform liggen de incrementele technische kosten van zo'n nieuwe projecten een stuk lager.

"Alle media zijn een vaste-kosten business. IT is een belangrijke component van die vaste kost. Als we dit kunnen optimaliseren in samenwerking met conculega's, waarom niet", vindt Luc Verbist. Hij benadrukt anderzijds dat het louter gaat om een technisch-operationele samenwerking. Het zakelijke initiatief van de verschillende media blijft ten allen tijde onafhankelijk. "Vergelijk het met de gezamenlijke stock van drukperswisselstukken die we jarenlang onderhouden hebben samen met Corelio (ex-VUM)", besluit Luc Verbist.