

Hvordan tjene penger på web tv

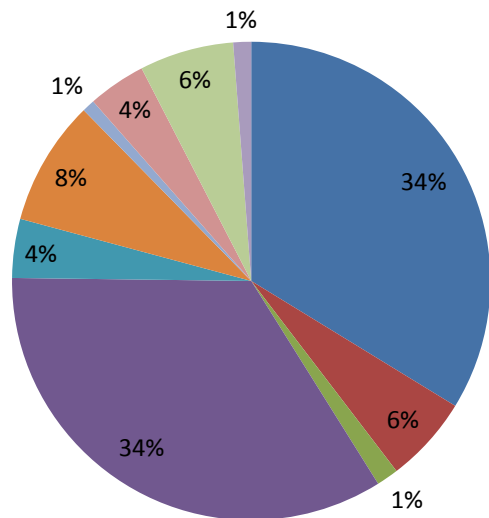
Jarle Thalberg, Media & Trading Director

The First Truly Global Communications Network for the Digital Age

Avisomsetning gjennom mediebyråer har mer enn halvert seg! TV og digitalt derimot!

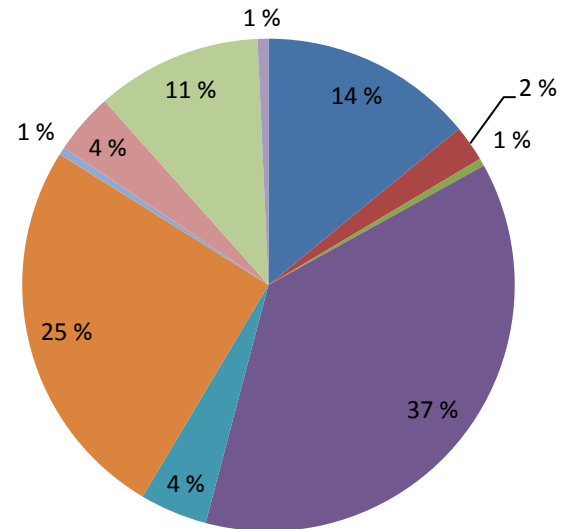
2006

- Dagspresse
- Ukepresse/magasiner
- Fagpresse
- TV
- Radio
- Internett
- Kino
- Utendørs/trafikkreklame
- Direktereklame
- Andre medier



2014

- Dagspresse
- Ukepresse/magasiner
- Fagpresse
- TV
- Radio
- Internett
- Kino
- Utendørs/trafikkreklame
- Direktereklame
- Andre medier



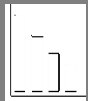
Nye digitale flater vokser enormt og det ikke bare lenger i proserter!

Mediegruppe	Denne måned i år	Samme måned i fjor	Økning/nedgang	Hittil i år	Hittil ifjor	Økning/nedgang	Mediegruppens andel i år	Mediegruppens andel ifjor
Dagspresse	92 541	94 448	-2,0 %	797 712	940 369	-15,2 %	13,9 %	16,3 %
Riksaviser	34 600	42 824	-19,2 %	244 375	334 255	-26,9 %	4,2 %	5,8 %
Regions- og lokalaviser	57 941	51 624	+12,2 %	553 337	606 114	-8,7 %	9,6 %	10,5 %
Ukepresse/magasiner	10 182	13 783	-26,1 %	130 805	159 385	-17,9 %	2,3 %	2,8 %
Fagpresse	2 481	3 841	-35,4 %	26 458	33 935	-22,0 %	0,5 %	0,6 %
TV	265 293	276 924	-4,2 %	2 127 607	2 160 976	-1,5 %	37,0 %	37,5 %
Radio	29 993	24 779	+21,0 %	257 244	254 641	+1,0 %	4,5 %	4,4 %
Internett	162 793	139 047	+17,1 %	1 463 836	1 136 407	+28,8 %	25,4 %	19,7 %
Display	98 786	95 728	+3,2 %	910 520	812 501	+12,1 %	15,8 %	14,1 %
Mobil	27 826	16 700	+66,6 %	222 908	119 246	+86,9 %	3,9 %	2,1 %
Web-TV	11 041	3 411	+223,7 %	101 727	35 495	+186,6 %	1,8 %	0,6 %
Søk	25 140	23 208	+8,3 %	228 681	169 165	+35,2 %	4,0 %	2,9 %
Kino	2 011	5 569	-63,9 %	29 825	42 813	-30,3 %	0,5 %	0,7 %
Utendørs/trafikkreklame	35 274	27 108	+30,1 %	236 822	264 875	-10,6 %	4,1 %	4,6 %
Direkt reklame	88 043	120 501	-26,9 %	646 667	729 522	-11,4 %	11,2 %	12,7 %
Andre medier	5 895	5 910	-0,3 %	40 575	36 600	+10,9 %	0,7 %	0,6 %
TOTAL MEDIEOMSETNING	694 506	711 910	-2,4 %	5 757 551	5 759 523	0,0 %	100,0 %	100,0 %

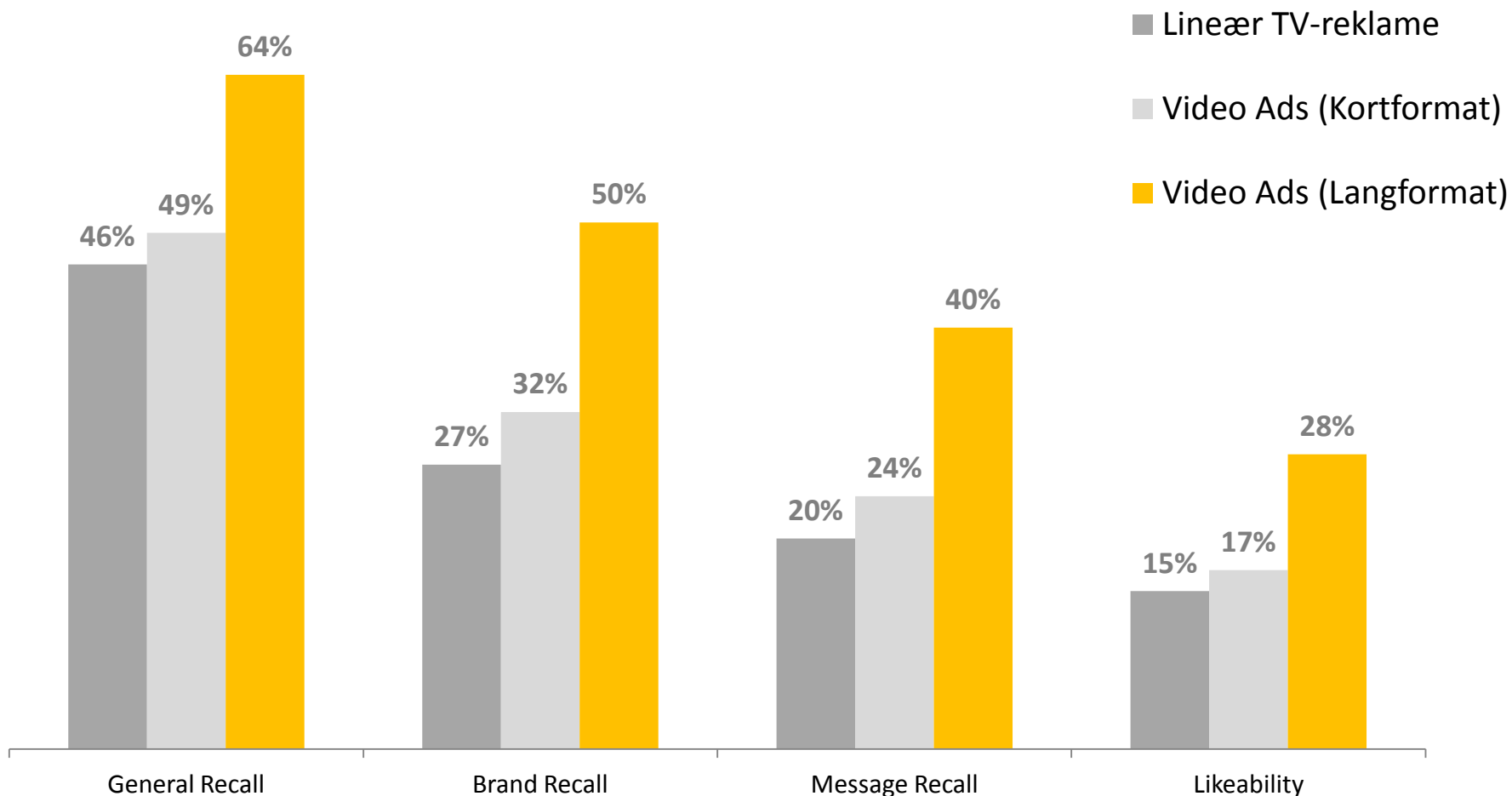
Kilde: Mediebyråforeningen



play 



Cross-plattform campaign performance

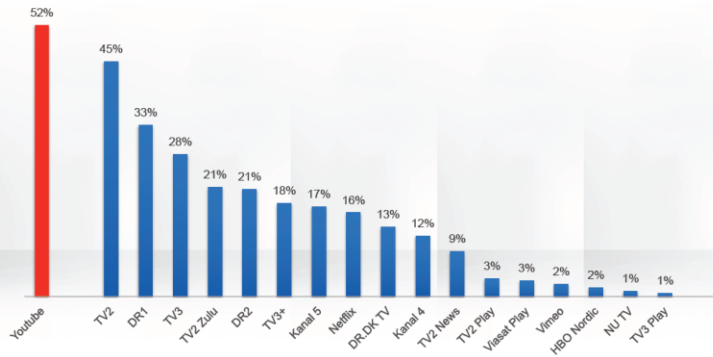


Video Ads på langformat web-TV gir tydelige økninger på alle parametere sett i forhold til både lineær TV-reklame og Video Ads på kortformat web-TV

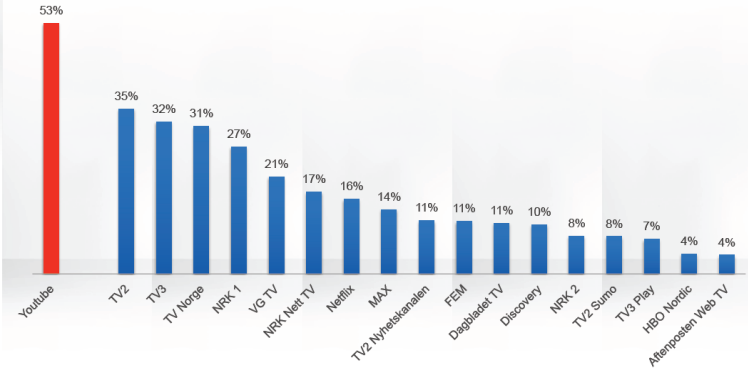
YOUTUBE ER DRONNING AV NORDEN



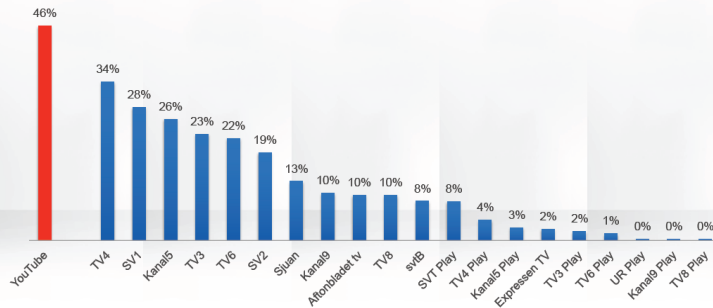
YouTube, Web-TV & TV-stations - Daily reach - 18-34 years



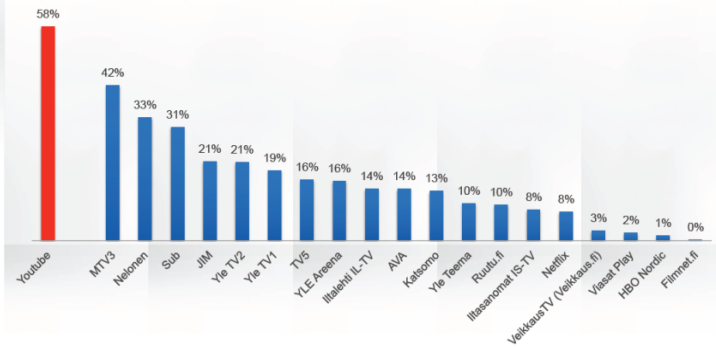
YouTube, Web-TV & TV-stations - Daily reach - 18-34 years



YouTube, Web-TV & TV-stations - Daily reach - 16-39 years

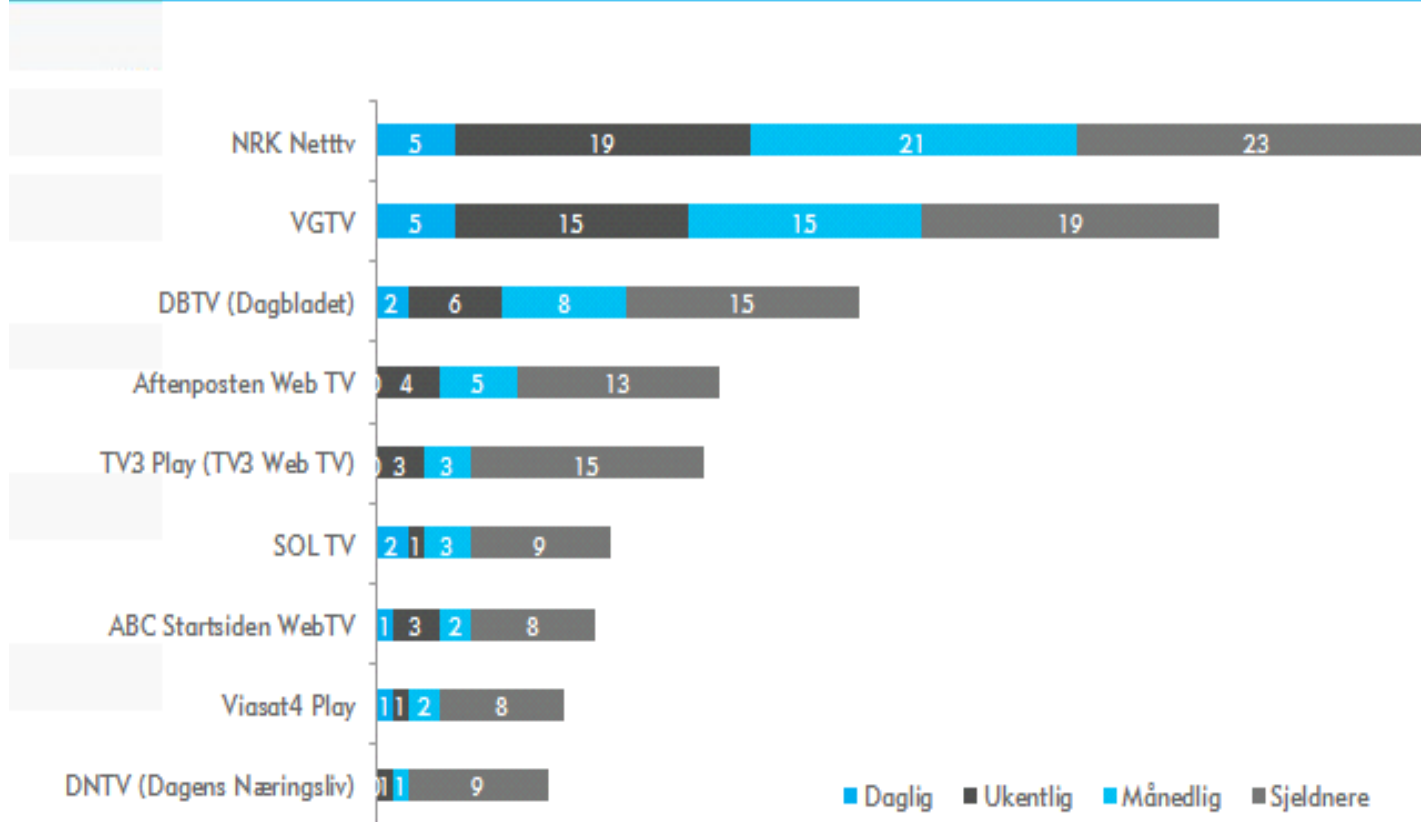


YouTube, Web-TV & TV-stations - Daily reach - 18-34 years

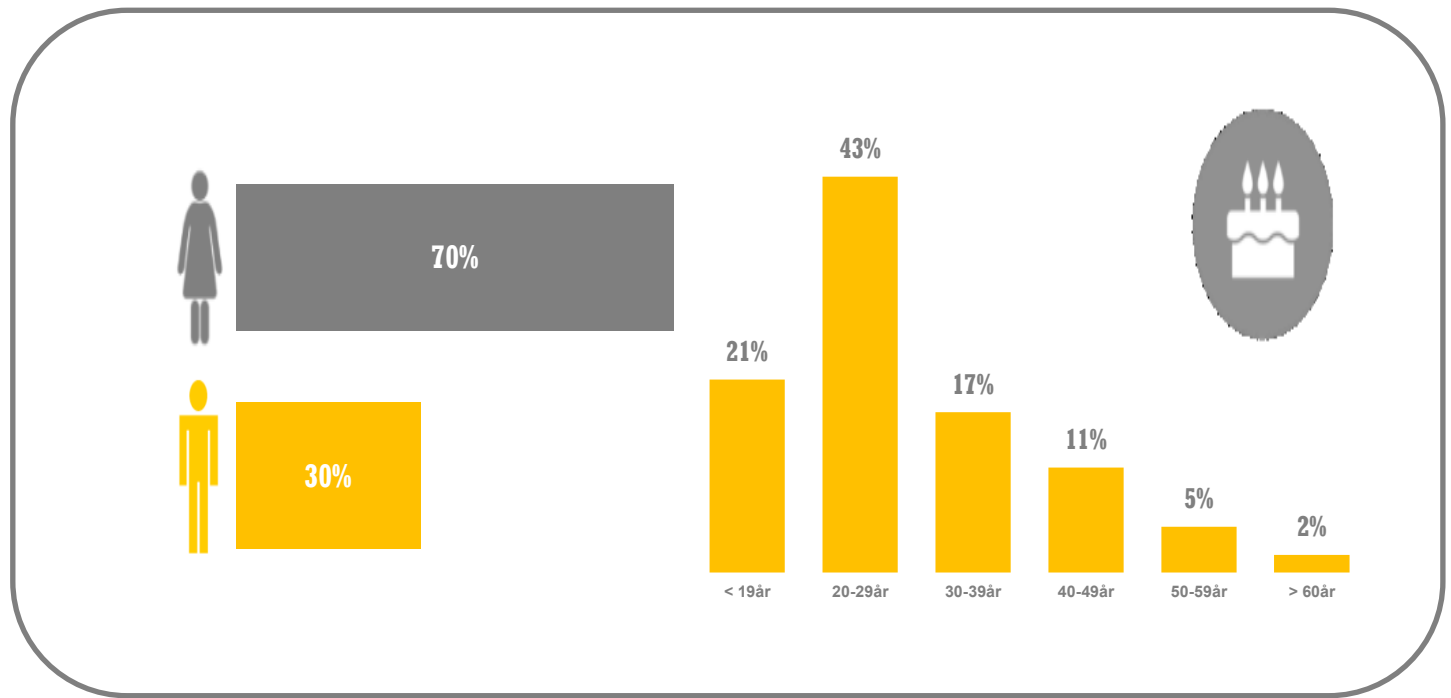


PRESS OM BRUK AV WEB-TV



VGTV STØRST BLANT DE NORSKE



Tydelige målgrupper. Yngre enn tradisjonell TV



Web TV har høye priser og mange muligheter

play |   

Alle programmer

MERTILFLER

Flere på samme faktura?

Vi gir deg 30 kr i rabatt pr. nummer, hver måned.






Chess
chess.no

FriBRUK TALE/SMS/MMS + 1000 MB

24: Live Another Day
Episode 10 Sesong 9
41 min, publisert for 15 timer siden

FriBRUK TALE/SMS/MMS + 1000 MB

MER INFORMASJON    





Råd om Web TV

- Åpne for videoformatet på flere sider. Annonsørene etterspør muligheter for flere steder å bruke sine reklamefilmer/videoinnhold.
- Tilbudet til brukerne er enormt så som alltid – «Content is King»
- Aktivere brukerne
- Snakk med annonsørene og mediebyråene. Interessen er enorm.
- Web TV toget går nå så kom om bord!