

ONLINETV

Dokumentation der Prototyp Umsetzung

TV Gesundheit

www.tv-gesundheit.at

*Beschreibung der Prototyp-Umsetzung der indirekt kommerziell orientierten
online TV / Video Plattform bzw. des Video-Blog-Magazins „**TV Gesundheit**“
in Kooperation mit Dr. med. Michael Ehrenberger, Synthese Gesellschaft für holistische Medizin m.b.H.,
für und aus Sicht kleiner, unabhängiger Marktteilnehmer*

Dieser Bericht steht unter der **Creative Commons Lizenz BY-SA 2.0 Österreich**
und darf – auch im kommerziellen Umfeld – unter den Bedingungen der
Namensnennung des Autors und *Weitergabe unter gleichen Bedingungen*
frei vervielfältigt, veröffentlicht und bearbeitet werden.
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/at/>



lab.netculture.at
Eine Innovationsinitiative
der Telekom Austria

Diese Arbeit wurde freundlicherweise unterstützt durch die Netculture Labs (lab.netculture.at).

Einführung zu **TV Gesundheit**

Betreiber

Das online Gesundheits-Video-Magazin **TV Gesundheit** ist Teil des *Netzwerk Gesundheit* und geht von einer Initiative der New Health Foundation (Panama) – Dr. med. Michael Ehrenberger (Allgemein- & Ganzheitsmedizin) – aus und versucht den geeigneten Rahmen vor allem online zu bieten, damit wirklich ganzheitliche Gesundheitsinformationen autonom verbreitet und ausgetauscht werden können, was in den etablierten, klassischen Medien wie terrestrisches Radio und TV derzeit nicht oder nur sehr begrenzt möglich ist. Diese ganzheitlichen Gesundheitsinformationen sollen u.a. mittels Erfahrungsberichten von NutznießerInnen und ExpertInnen-Kommentaren fundiert werden.

Inhaltlich geleitet wird die Umsetzung von der Synthese Gesellschaft für holistische Medizin GmbH in Mogersdorf, ebenfalls von Dr. med. Ehrenberger, in Zusammenarbeit mit communicationdesign.net – Clemens Peter – beide im Süd-Burgenland (A) - als Ansprechpartner und Umsetzer in allen technischen, grafischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und redaktionellen Bereichen.

Projekte

Unter der Dachmarke *Netzwerk Gesundheit* wurden mehrere Projekte zur Umsetzung der Ziele gestartet: www.tv-gesundheit.at – z.B. eigene Gesundheits-Video-Beiträge erstellen und einstellen, Video-Kommentare mittels der eigenen Webcam direkt auf der Plattform abgeben, ansehen und verbreiten der Beiträge & Inhalte www.radio-gesundheit.at – z.B. seine eigene Sendung einspielen, einfach Reinhören www.netzwerk-gesundheit.at – z.B. sein eigenes Wissen und seine Erfahrungen anführen und mit anderen austauschen, sich über ganzheitlich Produkte informieren - wie z.B. in der Schriftenreihe *natur & therapie* unter: http://netzwerk-gesundheit.at/wiki/Schriftenreihe_natur_&_therapie www.marktplatz-gesundheit.at/intern – [interne] Bestellmöglichkeit von ausgewählten Naturprodukten www.blog-gesundheit.at – derzeit umgeleitet auf **TV Gesundheit**

Vor dem Start von **TV Gesundheit** wurden bereits Erfahrungen mit den weiteren Gesundheitsprojekten gesammelt, wobei das *Radio Gesundheit* seinen offiziellen Start am 20. November 2006 verzeichnete und das *Netzwerk Gesundheit* am 17. Juli 2007 gestartet wurde. Mehr Infos dazu unter: http://netzwerk-gesundheit.at/wiki/Newsletter_01 – Start Radio Gesundheit StreamOnTheFly Portal http://netzwerk-gesundheit.at/wiki/Newsletter_02 – Start Netzwerk Gesundheit Wiki

Inhaltliche Ausrichtung

*„Gesundheit gehört zu den Grundbedürfnissen im menschlichen Leben. Wir alle streben im Innersten unseres Herzens nach Glück, Geborgenheit und eben auch nach Gesundheit. Wie aber finden wir in einer von Krisen geschüttelten Welt den Zugang zu unserer körperlichen, emotionalen und spirituellen Gesundheit? Sicherlich nicht allein durch die fragwürdigen Forschungen und Produkte aus der chemischen Industrie. Im Gegenteil: Die Gesunderhaltung, aber auch die Heilung vieler chronischer Leiden unterliegt allein den Gesetzen der Natur. Sehen Sie auf **TV Gesundheit** die Meinung von Experten zu Themen wie 'Natur und Gesundheit', Umweltschutz, ganzheitliches Wirtschaften und neue Naturforschung. Die Beiträge sind sowohl für Laien als auch für Fachleute erstellt worden. Beteiligen Sie sich gleichzeitig durch die Wissens- und Erfahrungsdatenbank des *Netzwerk Gesundheit* am Erfahrungsaustausch einer Internet-community, die Schwung in das erstarrte Gesundheitssystem bringen möchte. Ihr Wissen und Ihre Erfahrungen können anderen Menschen helfen gesund zu bleiben. Gesundheit beginnt mit der richtigen Information!“*

Dr. med. Michael Ehrenberger

TV Gesundheit bietet alternative Informationen in Form von redaktionellen Video-Beiträgen, Experten-Interviews, Mitschnitten von Vorträgen, Seminaren und Kongressen, Präsentationen alternativer Heilmethoden und -mittel zum Thema ganzheitlicher Gesundheit. D.h. es wird nicht nur die physische Gesundheit betrachtet, sondern auch das energetische, emotionale, mentale und seelisch-spirituelle Wohlbefinden. Ganzheitliche Gesundheit bedarf aber auch gesunder – den natürlichen Prozessen in der Natur ähnlicher – Strukturen und Systeme in Gesellschaft, Wirtschaft, Landwirtschaft, Bildung und Forschung. Besonders hilfreich sind dabei vielfältige und inspirierende Ansätze aus Kunst & Kultur, die ebenfalls online angeboten und ausgetauscht werden wollen.

D.h. konkret folgende Bereiche:

- **Körper** und Energetik – der physische und der energetische bzw. Akkupunktur-Körper
- **Geist**
 - Verstand – wissenschaftliche Erkenntnisse, neues Weltbild, Ethik und Verantwortung
 - innere Stimme, Intuition
- **Seele** und Spiritualität
 - Gefühl – Mitgefühl, Achtsamkeit, u.a.
 - Berührt sein im Herzen, bedingungslose Liebe

Beschreibung des Ansatzes der Prototyp Umsetzung

Medien – ganz gleich ob online oder offline – befinden sich immer im Wettbewerb um Aufmerksamkeit. Sie gibt Anschluss über das Interesse der ZuseherInnen und entscheidet durch die gemessene Zuseher-Zahl bzw. -Quote über die Einnahmen (aus Mitgliedsbeiträgen, Werbung, etc.) und den wirtschaftlichen Erfolg bzw. – im Non-Profit Bereich – die langfristige, wirtschaftliche Tragfähigkeit der Umsetzung. Während bei klassischen (offline) Medien eine hohe Präsenz und damit Aufmerksamkeit fast ausschließlich mit hohem finanziellem Aufwand zu erreichen ist, bieten online Medien – vor allem auch durch den offenen Ansatz Freier Software, offener Inhalte und deren exponentiell zunehmende Erweiterung und dezentrale Vernetzung (wie z.B. durch P2P Networking) – die Möglichkeit die Koppelung von finanziellem Aufwand und erzielter Marktpräsenz zu lösen und z.B. mit relativ geringen Mitteln ebenfalls eine mittlere Präsenz am Markt zu erreichen.

Nachdem für kleine Marktteilnehmer wie die Firma Synthese GmbH die Kosten für ein eigenes Videoportal mit entsprechend großem Hosting-Speicherplatz und Bandbreite ab einem bestimmten, angestrebten, inhaltlichen Umfang und entsprechender User-Frequenz bei weitem zu hoch sind, wurden vor Beginn der Umsetzung passende Video-Hosting Partner gesucht, die das Projekt in Bezug auf Kosten und Aufwand zur Handhabung zur Erreichung der Ziele realistisch umsetzbar werden lassen.

Der amerikanische Anbieter blip.tv hat sich dabei – in Kombination mit weiteren Distributionskanälen – als für dieses Projekt idealer Partner für die Umsetzung herausgestellt – u.a. auch deshalb, weil dieser sich zur freien Meinungskultur (im Sinne von Open Content) bekennt und von der Participatory Culture Foundation hervorgehoben wird.

Technische Aspekte

Wie schon in der parallel hierzu durchgeführten Recherche zum technischen Stand der Dinge im Bereich onlineTV ersichtlich, bietet blip.tv¹ zahlreiche, sinnvolle, technische Möglichkeiten neben dem ansprechend schnellen Video-Hosting. Dies sind v.a. die direkte Einbindung in das eigene Video-Blog- Magazin via Cross-Posting der auf blip.tv eingestellten Videos, die Verbreitung und Bewerbung der Inhalte durch weiterführende Cross-Postings auf verschiedenen Link-Verzeichnissen, RSS-Diensten, etablierten Video-Plattformen, P2P-Netzwerken, und das optionale Schalten von Werbung, wobei 50% der Einnahmen weitergegeben werden.

Die *TV Gesundheit* Videos werden daher grundsätzlich auf blip.tv eingestellt und gehostet² und von dort via automatischem Cross-Posting direkt ins Gesundheits-Video-Blog-Magazin *TV Gesundheit*³ bzw. kurz *TVgesund* eingebunden. Alternativ dazu wäre auch der Anbieter Revver⁴ als ähnlich ausgerichteter Hosting Partner mit standardmäßig integrierten Creative Commons Lizenzen denkbar gewesen (weshalb zur Vorsorge ebenfalls ein Account angelegt wurde⁵).

Um die ganzheitlichen Gesundheitsinformationen auch interessierten Menschen mit zu wenig Bandbreite für Video-Inhalte zur Verfügung zu stellen, wird parallel dazu jeweils die Ton-Spur der Video-Beiträge auf die weitere Plattform *Radio Gesundheit*⁶ eingestellt.

1 Siehe auch <http://www.blip.tv>

2 Siehe auch <http://tv-gesundheit.blip.tv>

3 Siehe auch <http://www.tv-gesundheit.at>

4 Siehe auch <http://www.revver.com>

5 Siehe auch <http://revver.com/u/TVgesund>

6 Siehe auch <http://www.radio-gesundheit.at>

Technischer Aufbau & Features der Plattform

Das Gesundheits-Video-Blog-Magazin **TV Gesundheit** verwendet neben dem kostenlosen Video-Hosting Partner blip.tv das (ebenfalls kostenlose) bekannte und weit entwickelte Open Source (Video-)Blog-System Wordpress⁷ (Version 2.3.1) mit zahlreichen Erweiterungen (PlugIns, Widgets) von freien Softwareentwicklern.

Verwendet wurde dabei das WordPress Standard DE-Edition Theme 2.3.1 auf die eigenen Bedürfnisse angepasst wurde – und hier unter der Creative Commons Lizenz BY-SA 2.0 zur Verfügung gestellt wird unter: http://www.tv-gesundheit.at/WP_theme_tvgesund.zip.

Neben den Grundfunktionen von Wordpress, von denen die meisten für jeden Besucher der Seite ersichtlich sind (z.B. das DropDown Sendungs-Menü oder die angepasste Tag Cloud), wird hier der Aufbau der Plattform im Hintergrund – aus Sicht des Administrators – beschrieben, wobei besonders auf die 30 vielfältigen, bereichernden Erweiterungen eingegangen wird.

23 ausgewählte, sinnvolle, verwendete Wordpress PlugIns und deren Funktion:

- Akismet – www.akismet.com
_ Spam-Schutz für Blog-Einträge
- All in One SEO Pack – <http://wp.uberdose.com/2007/03/24/all-in-one-seo-pack/>
_ Suchmaschinen-Optimierungs-Tool
- Dagon Design Sitemap Generator – www.dagondesign.com/articles/sitemap-generator-plugin-for-wordpress/
_ zur Sitemap Erzeugung und Darstellung
- eMail Unicode Konverter – www.spam-info.de/wordpress-plugin-email-unicode-konverter/
_ Konvertiert alle eMail-Adressen und mailto: Befehle in Unicode um
- **Embedded Video** – www.jovelstefan.de/embedded-video/
_ Erlaubt das Einbetten von Videos der bekannten Video-Plattformen wie YouTube, Sevenload, u.v.a. alleine durch Angabe der Video-ID der jeweiligen Plattform (Video ID jew. in der URL ersichtlich)
- FeedBurner FeedSmith – www.feedburner.com/fb/a/help/wordpress_quickstart
_ Umleitung der Wordpress RSS Feeds zum Feedburner RSS Verzeichnis-Dienst, wo RSS kompatible Feeds in allen gängigen Formaten erstellt werden können, diese im Verzeichnis zur Suche gelistet werden und umfangreiche Statistiken über den Feed erstellt werden
- Google XML Sitemaps – www.arnebrachhold.de/redirect/sitemap-home/
_ erzeugt XML Sitemaps für ein besseres Auffinden der Inhalte in Suchmaschinen wie Google
- Most Popular posts – <http://jfoucher.info/2004/10/04/teaser-style-wordpress-plugin/>
_ zeigt eine Liste der am meisten betrachteten Seiten an
- Only Wire Autosubmitter – www.lionstarr.de/onlywire-autosubmitter-wordpress-plugin
_ automatisiertes Posten eines Auszugs jedes neuen Blog-Eintrags an Onlywire, dem Meta - Social Bookmarking Tool, das wiederum Cross-Postings zu anderen Social Bookmarking Seiten durchführt
- Open Web Analytics – www.openwebanalytics.com
_ umfangreiches Statistik-Tool mit detaillierter, grafischer Auswertungen der Webseiten-Besucher
- OWA Most Popular – www.kvaes.be/scripts/owa-most-popular/
_ Ergänzung zu Open Web Analytics, um aus der Statistik heraus die populärsten Seiten anzuzeigen
- **Riffly Video/Audio Comments** – www.riffly.com
_ ermöglicht das Erstellen von Audio- und Video-Kommentaren über Upload oder Webcam-Capturing im Kommentar-Bereich

7 Siehe auch WordPress Deutschland - <http://wordpress-deutschland.org>

- Sayfa Sayac - PostReadCounter – www.bueltge.de/wp-sayfa-sayac-de-counter-fuer-beitraege-gelesen-plugin/83/
_ eine einfache, effiziente Anzeige der Anzahl gelesener Beiträge auf der Seite
- Search Everything – www.dancameron.org/wordpress/
_ Volltext-Suche über alle statischen und dynamischen Seiten hinweg
- SimpleTags – www.broobles.com/scripts/simpletags/
_ ermöglicht das Generieren / Einfügen von Tags aus Inhalten/Text in Beiträgen selbst (über Einfügen eines definierten Codes im fortlaufenden Text)
- Social Bookmark Creator – www.twistermc.com/shake/wordpress-social.php
_ fügt Social Bookmark Links aller bekannten Bookmarking Systeme jedem Eintrag hinzu
- StatTraq – www.randypeterman.com/StatTraq/
_ alternatives Statistik-Tool (2 Augen sehen mehr als eines)
- WordPress Database Backup – www.ilfilosofo.com/blog/wp-db-backup
_ automatisierte WordPress Datenbank-Backups am Server und optionale Zusendung via Email
- WP-Ban – www.lesterchan.net/portfolio/programming.php
_ ermöglicht es, störende Nutzer nach IP, IP Range, Host Name und Referer URL am Besuch der Seite zu hindern
- WP Cache – <http://mnm.uib.es/gallir/wp-cache-2/>
_ führt ein Zwischenspeichern (Caching) der Blog-Seiten beim Abrufen durch und reduziert so die Anzahl der Datenbank-Zugriffe und die Dauer zum Laden der Seiten (was beides bei hohen Besucherzahlen wichtig ist)
- WP EMail – www.lesterchan.net/portfolio/programming.php
_ ermöglicht die Weiterempfehlung von Beiträgen über ein Email-Formular
- WP PostRatings & WP PostRatings Widget – www.lesterchan.net/portfolio/programming.php
_ ermöglicht das Bewertung (Rating) von Beiträgen
- WP-SlimStat-Ex – <http://082net.com/tag/wp-slimstat-ex/>
_ alternatives Statistik-Tool (3 Augen sehen mehr als 2)
_ detaillierte, grafische und geografische Auswertungen der Webseiten-Besucher

7 weitere, sinnvolle, installierte, aber derzeit nicht verwendete PlugIns:

- AdSense Manager – www.wordpress.org/extend/plugins/adsense-manager/
_ ermöglicht es beim Google AdSense Werbe-Anzeigen Programm mitzumachen und Einnahmen aus dargestellten Google Werbe-Text-Anzeigen zu erzielen
- Audio player – www.1pixelout.net/code/audio-player-wordpress-plugin/
_ fügt der Seite eine konfigurierbaren Audio-Player hinzu
- Breadcrumb Navigation XT – <http://sw-guide.de/wordpress/plugins/breadcrumb-nav-xt/>
_ fügt der Seite eine Breadcrumb Navigation mit dem Menü-Pfad jedes Beitrags hinzu
- **CoolExcerpt** – www.duanestorey.com
_ erstellt kurze Auszüge von Beiträgen mit Berücksichtigung von Audio und Video Einbindungen
- WP Pools & WP Pools Widget – www.lesterchan.net/portfolio/programming.php
_ ermöglicht es Nutzer-Umfragen auf der Seite oder über ein Widget auf Seitenspalten durchzuführen
- WP-UserOnline & WP-UserOnline Widget – www.lesterchan.net/portfolio/programming.php
_ zeigt an wie viele Nutzer gerade online sind, von wo her (geografisch) sie kommen
- WP Snap Preview Anywhere™ Plugin – <http://patrick.bloggles.info/>
_ zeigt für jeden Link auf eine externe Webseite ein kleines Vorschaufenster der Seite an

Technische Formate

Für die sinnvolle Verbreitung der Inhalte und gleichzeitige Ausrichtung auf das zukünftige 16:9 TV-Format wurden an Video Formaten 3 verschiedene Größen verwendet:

- klein: 320 x 240 px, 4:3 – das Video-Format der gängigen, großen Video-Plattformen wie YouTube & Co
- mittel: 480 x 272 px, 16:9 – das qualitativ etwas bessere, eigene Format für das eigene Magazin
- gross: 720 x 416 px, 16:9 – annähernde, derzeitige TV-Qualität, die noch realistisch bei einzelnen Video-Hosting-Anbietern übers Web verbreitet werden kann, wobei bei dieser Qualität am ehesten noch Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen (neben den Werbeeinnahmen) zu erzielen sind

Die obigen Formate wurden analog in 3 Video-Qualitäten umgesetzt und um ein offline Format für DVD-Produktionen ergänzt. MPEG 4 (MP4) erweist sich dabei als qualitativ bester Video-Komprimierungs-Codec.

Niedrige Qualität

Video: 320 x 240 px, 25 fps als MP4 H.264/AVC Codec bei 210 kbps (VBR)

Audio: MP3 oder AAC, Mono, entweder mit 22 kHz und 32 kbps für Sprachaufnahmen oder 44 kHz und max. 64 kbps für Musik (bei um 32 kbps geringerer Video-Qualität)

Gesamt: 242 kbit/s

Mittlere Qualität

Video: 480 x 272 px, 15 bis 25 fps (je nach Bild-Variation) als MP4 H.264/AVC Codec bei 390 kbps (VBR)

Audio: MP3 oder AAC, Mono, entweder mit 22 kHz und 32 kbps für Sprachaufnahmen oder 44 kHz und max. 64 kbps für Musik (bei um 32 kbps geringerer Video-Qualität)

Gesamt: 422 kbit/s

Hohe Qualität

Video: 720 x 416 px, 25 kbps als MP4 H.264/AVC Codec bei 930 kbps (VBR)

Audio: MP3 oder AAC, Stereo, 44 kHz und 128 kbps

Höchste Qualität [OFFLINE – auf DVD]

Video: DV Pal 768 x 576 px in 4:3 / 16:9 anamorph ODER HDTV 1280 x 960 px, 16:9 als MPEG 2, 5200 kbps

Audio: MP3 oder AC3, Stereo, 44 kHz und 256 kbps

Inhaltliche Formate

Die inhaltlichen Formate und deren Umsetzung bzw. Aufnahme bedienen sich der neuen Form von (online) Video-Journalismus - hier im Gesundheitsbereich in den Formaten:

- 20 min. Interview, Produkt-/Therapie-Vorstellung, redaktionelle Beiträge, Nachrichten
- 1 bis 1,5 h Vortrags-Mitschnitt

Dabei fällt (aus eigener Erfahrung) ein Gesamt-Aufwand von 6 bis 7 h pro Beitrag an, wobei neben der Video-Aufnahme und dem sehr kurz, bewusst einfach und damit authentisch gehaltenen Audio-/Video-Schnitt vor allem Zeit für das Video-Encodieren in unterschiedliche Formate, Auflösungen und Längen - für die 4 verschiedenen online Plattformen (3 x Video, 1 x Audio) benötigt wird.

Von allen Beiträgen werden jeweils die ersten 10 min. für eine Kurzversion der Videos zum Einstellen beim Marktführer YouTube verwendet, was mehr Marktpräsenz und Werbung bringt.

Wirtschaftliche Aspekte

Die Geschäftsmodelle für online Video-Plattformen gestalten sich in den meisten Fällen relativ einfach:

Werbung

In der Regel werden Banner-Werbung, Google Ads und ähnliches passend zum Video bzw. zu deren Tags und Beschreibungen angeboten und weiters Video-Werbung direkt vor, auf oder nach den Videos angezeigt.

Mitgliedsbeiträge und Direktzahlungen

Teilweise werden anstelle von Werbung (selten zusätzlich zu Werbung) Mitgliedsbeiträge in Form einer Jahrespauschale für den Zugang zur Videoplattform als alternative Einnahmequelle herangezogen, wie z.B. bei secret.tv.⁸ In manchen Sparten kann auch der direkte Verkauf von online Videos erfolgreich sein, was allerdings bislang nicht oft im Web zu finden ist.

Weiterverkauf der Beiträge

Einige Video-Plattformen wie z.B. YouTube verkaufen ihre nicht-exklusiven Nutzungsrechte der Videos ihrer Nutzer auch an klassische (offline) Medienbetreiber, was natürlich nur möglich ist, wenn dies in den Nutzungsbedingungen der Plattform auch so mit den Nutzern vereinbart wurde.

Für kleine, unabhängige Marktteilnehmer wie z.B. die Synthese GmbH, die gleichzeitig Video-Plattform-Betreiber und Produzent sind, ergibt sich neben den obigen Geschäftsmodellen mit direkten Einnahmequellen auch die Möglichkeit des *indirekten Geschäftsmodells* nicht über die Plattform selbst, sondern *durch Aufträge zur Video-Produktion* für Inhalte, die anschließend gratis auf der nicht (bzw. indirekt) kommerziell orientierten Plattform eingestellt werden.

TV Gesundheit nutzt bis auf weiteres ausschließlich diese indirekte Form der Einnahmequelle. Alle Werbeschaltungen dienen nicht der Einnahmen-Generierung, sondern lediglich der Verbreitung und Bewerbung der TV, Radio und Netzwerk Inhalte durch gegenseitige (Logo-)Verlinkung und ähnliche Formen.

Verbreitung & Bewerbung

Im Wettbewerb um Aufmerksamkeit ist die Verbreitung und Bewerbung der eigenen Webseiten sehr bedeutend, auch wenn stets ein Teil der Bewerbung guter Inhalte über „digitale“ Mundpropaganda von selbst abläuft. Neben der Qualität des Angebots, das von alleine anzieht, ist die Quantität der Bewerbung durch vielfältige Verteilungs-Kanäle – soweit als möglich Zielgruppen-orientiert – entscheidend.

1) Direktes Einstellen von Videos (und Audio-Anteilen) auf den eigenen bzw. Hosting-Partner Seiten:

blip.tv – in 16:9 – <http://tv-gesundheit.blip.tv>

TV Gesundheit – in 16:9 – <http://www.tv-gesundheit.at>

Radio Gesundheit – nur Audio – <http://www.radio-gesundheit.at>

2) Direktes Verbreiten der Videos auf ausgewählten, etablierten Video-Plattformen zur weiteren Bewerbung:

YouTube – in 4:3, max. 10 min. Ausschnitt – <http://de.youtube.com/tvgesund>

Sevenload – in 4:3, volle Länge – <http://de.sevenload.com/mitglieder/TVgesund/videos>

secret.tv – in 16:9, volle Länge, kleiner & grosser Auflösung – <http://www.secret.tv> [Anfrage läuft]

⁸ Siehe auch <http://www.secret.tv>

3) Indirektes Weiter-Verbreiten der Inhalte über Dienste Dritter bzw. hier über interne Tools von blip.tv auf:
Feedburner – RSS-Feed Provider – <http://feeds.feedburner.com/TVgesund> !!

del.icio.us – Link-Verzeichnis – <http://del.icio.us/> !!

Blinkx – Video-Suchmaschine – <http://www.blinkx.com> !!

Internet Archive – <http://www.archive.org> !!

iTunes TV Directory - <http://www.apple.com/itunes/> !!

MySpace - <http://www.myspace.com/tvgesund> !! [Cross-Posting funktioniert noch nicht richtig]

Yahoo! Video !!

AOL Video !!

MeeVee

meebo

Splashcast

Pando - p2p network "Peer-Assisted Video Delivery"

4) via RSS über externe Player abrufbar:

Miro - Democracy Player - eigener Kanal: <https://www.miroguide.com/channels/5330>

iTunes Player, u.a.

5) Verlinkung mit und ohne Video-Playlist Einbindung:

Neben der üblichen Verlinkung von Webseiten mit Partner-Seiten zur gegenseitigen Bewerbung der jew. eigenen Plattform und damit der Inhalte gibt es u.a. auch die Möglichkeit eine Video-Sidebar oder ähnliche Formate der aktuellsten Videos auf jeder beliebigen Partner-Webseite nach Absprache einbinden zu lassen, was den Werbeeffect und die Aufmerksamkeit / Präsenz um ein Vielfaches erhöht.

6) Eintragung in Suchmaschinen

Sofern nicht schon an anderer Stelle durch automatisierte Tools erledigt, ist es äußerst sinnvoll für die übliche Eintragung in Suchmaschinen entsprechende Vorkehrungen wie XML-Sitemaps, Robots.txt-Anweisungen und Ähnliches einzurichten und dynamisch bzw. automatisiert erneuern zu lassen.

Statistik

Zum Nachvollziehen der Verbreitung der Inhalte und der Nutzung auf den eigenen Seiten (und auch im Sinne der Werbe-Wirksamkeits-Messung) ist es sinnvoll, nicht nur eine übliche Statistik zu führen, sondern mehrere, unterschiedliche gleichzeitig:

1. Eine detaillierte Nutzungsstatistik über Hits / Views / Visits / Referers der eigenen Webseiten und die Views der Videos selbst auf den eigenen Seiten, was bei Hosting-Partnern meist auch direkt dort eingesehen werden kann
2. Eine Statistik über Views / Clicks für eventuelle Werbung auf der eigenen Seite
3. Eine Statistik über die Anzahl der Abonnenten des eigenen Video RSS Feeds / Kanals

Über den Autor

Clemens PETER, Mag. (FH) für mediale Kommunikationsgestaltung an der FH Vorarlberg

Kontakt:

communicationdesign.net - Clemens Peter
mediale Kommunikations- & Realitätsgestaltung
Lebensbegleitung, Sinn- & Gesundheitsfindung
A 8380 Jennersdorf, Bergen 2, Süd-Burgenland

Tel. : +43. 3329. 4 33 60

Mobil: +43. 680. 30 36 571

Skype, Wengo phone, Jajah: clemens100

Email: office@communicationdesign.net

Web: <http://www.communicationdesign.net>

XING-Profil:

https://www.xing.com/profile/Clemens_Peter

Lebenslauf:

http://www.communicationdesign.net/portfolio/works/CV_Clemens_Peter_dt.pdf