



Online televisiebedrijf TradeCast TV

Opnieuw scoren in Las Vegas

In een wereld waarin televisie kijken steeds digitaler wordt, blijft de manier waarop nieuwe tv-uitvindingen worden gepresenteerd nog lekker analoog: lang leve de typisch Amerikaanse trade show. Een beurs zoals de NAB Show - die jaarlijks in april gehouden wordt in hartje Las Vegas - is dan ook het Mekka voor techbedrijven die zich specialiseren in video content. Het Zwolse bedrijf TradeCast TV, dat op maat gemaakte, interactieve tv-zenders levert als SaaS-licentie, stond in april voor de tweede keer op de NAB Show en kijkt terug op een drukke week vol successen.

Voor wie TradeCast TV nog niet kent: het online platform is bedoeld voor bedrijven, ondernemers, sportclubs en merken van alle soorten en maten die videomateriaal op internet publiceren, maar daar nu óf te weinig aan verdienen óf te weinig contro-

le hebben over hun verdienmodellen. Want hoe gemakkelijk het ook is om video's op YouTube of Facebook te publiceren, door jouw content te plaatsen op platformen die niet van jou zijn, geef je inzicht in belangrijke kijkdata uit handen. Wie namelijk zelf een overzicht van kijkinformatie opbouwt, bezit waardevolle data om nieuwe verdienmodellen te creëren. Sinds het oprichten van TradeCast TV in 2015 startten verschillende grote nationale en internationale uitgevers, sportclubs, reisorganisaties en brands een eigen online tv-zender op de in Zwolle gebouwde techniek.

HOOGTEPUNT

Een jaar geleden stond TradeCast TV ook al op de NAB Show. Toen voor het eerst, nadat het bedrijf eerder dat jaar werd gespot op de CES in Las Vegas, de grootste technologiebeurs ter wereld. "We waren op de CES aanwezig als één van de geselecteerde Nederlandse startups die deelnamen aan de handelsmissie van het Ministerie van Economische Zaken en StartupDelta, onder leiding van Prins Constantijn van Oranje", vertelt TradeCast TV's CEO en oprichter Yilmaz Schoen (38). "Eén van de hoogtepunten van onze deelname aan de CES was de benadering door het Amerikaanse bedrijf Sprockit, dat startups over de hele wereld verbindt met grote corporates als Fox, Google en Hearst Television om tot concrete samenwerkingen te komen."

LAATSTE ZETJE

Vorig jaar won TradeCast TV op de NAB twee grote prijzen: een Best of TV Technology-prijs van de NAB

Show zelf én een Sprockit Award als één van de beste nieuwe startups uit het deelnemersaanbod van dat jaar. Het TradeCast TV-product werd toen vooral geroemd als totaaloplossing om content op een eigen special interest-kanaal in de cloud uit te zenden. Want wie net als Albert Heijn, Linda de Mol of Red Bull een eigen online tv-zender wil starten, kan dat bij TradeCast TV doen voor een vast, betaalbaar bedrag per maand, waardoor zelfs het MKB al snel rendement kan zien. Het starten van je eigen online videoplatform kan bovendien al in een paar dagen gebeuren, waar dit traject normaal gesproken maanden duurt. “Dat heeft ons niet alleen veel media-aandacht opgeleverd, maar was toen ook het laatste zetje om ons in de Verenigde Staten te vestigen”, aldus Schoen.

TOTAALOPLOSSING

Hoe kom je na zo'n topjaar dan in 2018 terug op de NAB Show met een product waardoor hoofden opnieuw gaan draaien? “In het jaar tussen de twee NAB Shows heeft ons team volop gewerkt aan de techniek achter het platform”, vertelt Schoen. “We kwamen afgelopen maand dan ook met een volledig vernieuwde versie van ons platform naar de NAB Show. Zo introduceerden we bijvoorbeeld onze nieuw vormgegeven applicaties voor iOS en Android, die we white-labelled en volledig in stijl met de marketing van klanten aanbieden. Daarnaast presenteerden we de online tv-zender Sprockit TV, in samenwerking met Sprockit en hun corporate partners.” Deze online tv-zender, gebouwd op de techniek van TradeCast TV, presenteert alle deelnemende startups van hun NAB-

programma en kan bijvoorbeeld ook gebruikt worden om Sprockit's evenementen op te live streamen. “De zender werd ontzettend goed ontvangen door de aanwezige corporates en startups. Zo'n totaaloplossing als deze kennen ze daar simpelweg niet.”

GOUD IN HANDEN

Na twee jaar exposeren op de beursvloer, bedrijfsborrels in de avond en korte nachten als gevolg weet TradeCast TV als geen ander dat een weekje Las Vegas behoorlijk hard werken kan zijn. Maar ook dat je als technologiebedrijf in de online televisiewereld niet de enige bent die ervan overtuigd is dé oplossing te bieden om content overal uit te kunnen zenden en tegelijkertijd gebruikersdata te kunnen verzamelen. Wat is dit jaar de belangrijkste conclusie? Schoen: “Dat we nog altijd de enige zijn die een totaalpakket aan uitzendtools aanbiedt. Er zijn genoeg bedrijven op de beurs te vinden die claimen dat ze een oplossing voor video-on-demand of over-the-top-television aanbieden, maar uiteindelijk ontdekken we elke keer weer dat ze slechts onderdelen van ons totale aanbod bieden. Als je in Amerika een oplossing kunt aanbieden waardoor nieuwszenders, kerken, overheidsinstanties en contentmakers vanuit één bron op apparaten als Roku en Amazon Fire TV beschikbaar zijn, dan heb je al goud in handen. Dit betekent overigens ook dat we niet stil kunnen blijven zitten, want de ontwikkelingen op online televisiegebied gaan erg hard. We zijn er echter van overtuigd dat we - als we onze huidige koers blijven varen - koploper kunnen blijven.”



Jeroen Broomhaar, Yilmaz Schoen,
Rosemarie Dammers en Kenneth Stamp.