

TV3 SPORT // London away

Udarbejdet af Jonas Helmy

Otte journalistpraktikanter ledsaget af to praktikantvejledere blev sluppet fri i Londons gader for en forlænget weekend i jagten på bedre brug af sociale medier. Dét havde hovedfokus på vores tur samt et særligt fokus på det digitale arbejde med at skabe content til forbrugere og nå ud til så bred en skare som muligt – og så for at se, hvordan medierne arbejder med Premier League sammenlignet med, hvordan vi arbejder tæt med den danske Superliga.



Besøg hos Facebook

På tv3sport.dk får vi langt det meste trafik via Facebook, og som de fleste nok har bidt mærke i, så har Mark Zuckerberg og co. for nyligt indført en del ændringer, der har indflydelse for deres brugere. Vi fik en snak om, hvordan vi bedst udnytter vores content og kommer ud til så mange af vores trofaste følgere som muligt. Det handler i store træk om at engagere sine brugere, få dem til at kommentere, dele, like – jo mere engagement per opslag, jo flere vægge rammer det. Desuden gælder det stadig, at video-content automatisk får mere reach end billeder og tekst, så længe brugerne engagerer sig.

Vi er flittige brugere af Facebook Live, og der havde de en spændende nyhed, som vi glæder os til at teste af. De udgiver snart et tool, som gør det muligt, at sende Facebook Live på flere enheder på samme tid – så man kan skifte mellem kameraer og dermed skabe mere dynamik i den samme udsendelse. Dét har vi fået lov at teste for Facebook i bytte for evalueringer og erfaringer med den nye mulighed.

Besøg hos Twitter

I Danmark er Twitter aldrig slået rigtigt igennem for andre end meningsdannere, journalister og andre personer med holdninger. Hr og Fru Danmark bruger ikke mediet. Men i England er det på højde med Facebook og tweets med stort brugerengagement fra kendte personligheder får enormt reach. På TV3 SPORT bruger vi ikke Twitter i nævneværdig grad, da vi ikke har luret, hvordan vi i Danmark kan udnytte dets potentiale.

Det var primært med den indgangsvinkel vi mødtes med dem, og vi fik en masse brugbare værktøjer, som vi vil teste af på vores følgere. Igen er video-content det stærkeste våben for at nå bredt ud, og det handler naturligvis også om at få personer med mange følgere til at retweete og kommentere. Altså at skabe content som brugere finder godt nok, sjovt nok, interessant nok til at dele med sine følgere. Vi har mange eksperter og journalister, som har mange følgere på Twitter, så for os starter det muligvis internt med at skabe et stærkt community for vores digitale platform; tv3sport.dk.

Twitter gav os også en gennemgang af et nyt tiltag, der – lidt ligesom hashtags – samler alt den bedste content på Twitter. Det vil sige de opslag, som trender allermost i en form for hitliste, som man kan swipe sig igennem og måske falde over noget. Netop det faktum, at Twitter er enestående i forhold til at fange interesse hos brugere, der måske ikke i første omgang søgte et pudsigt klip fra fodboldens verden eller en vild tackling i NFL, er noget, som vi på TV3 SPORT kan bruge. I det henseende behøver brugeren nemlig ikke følge mediet for alligevel at blive gjort opmærksom på, at der var noget spændende at klikke sig ind på der.

Besøg hos PL Productions

PL Productions er hyret af Premier League (den bedste engelske fodboldrække) til at skabe content til alle verdens rettighedshavere. Deriblandt os på TV3 SPORT. Det er et kæmpe mediehus med de bedste faciliteter, man kunne forestille sig – de laver nyhedsmagasiner, studieprogrammer, shoulder-programmer med spillere, Fantasy Premier League for bare at nævne noget af deres udgivne content. Sky Sports, BBC og BT Sports får store dele af deres content derfra, ligesom vi hiver video-content ud og bruger på vores sendeflade også.

Hvordan er deres samarbejde med klubberne? Hvordan ideudvikler de? Hvordan skaber de digitalt værdi for deres kunder? Det var nogle af de spørgsmål, vi søgte svar på.

Hele deres setup minder om vores eget, men det er bare 100 gange større. Derfor var det spændende at få et indblik i, hvordan de arbejder med de samme problemstillinger, som vi kender hjemmefra. Vi ramte dem på en dag, hvor store dele af redaktionen arbejdede på den kommende transfer af Arsenals superstjerne Alexis Sanchez til rivalerne fra Manchester United. Det var fedt at se så stort et mediehus smide alt, hvad de har i hænderne for i samlet flok at arbejde intenst på det samme fra forskellige vinkler – det kender vi også fra egen matrikel, dog i langt mindre skala.



Besøg hos MTG

MTG, som også er vores overordnede ejer, har en teknisk afdeling i London, hvorfra vores tv-kanaler bliver skudt ud blandt andre. I vores liveudsendelser er vi i kontakt med London-afdelingen, men vi praktikanter kendte ellers ikke noget til vores engelske kollegaer. Dét fik vi mulighed for ved vores besøg, der indebar en rundvisning og en gennemgang af, hvordan den daglige drift fungerer hos dem.

Besøg hos Engage Sports

Engage Sports arbejder med at skabe video-content for deres kunder, som kan være alt fra Mastercard til DHL til den indiske cricketliga. De går benhårdt efter at styrke deres kunders digitale udtryk med et værktøj, de selv har indsamlet data til via Podio. De mener, at de har dataen, der kan få et hvilket som helst medie til at vækste betydeligt på de sociale medier – hovedsageligt gennem engagerende videomateriale, som de selv producerer, redigerer og udgiver.

MTG har opkøbt en stor del af Engage Sports i 2016, og derfor var besøget ekstra relevant for os. Hvordan samarbejder de med de forskellige sportsorganisationer, hvordan arbejder de med vinkling og hvilke tanker ligger bag arbejdet med content. Sådan lød en del af vores spørgsmål, og selvom vi formentlig ikke kommer til at samarbejde med dem i større grad lige nu, så er det bestemt værd at holde øje med deres resultater fremover.

Matchday: Arsenal – Crystal Palace og Brighton – Chelsea

Igennem PL Productions fik vi lov til at følge deres arbejde med produktionen og det journalistiske arbejde ved et Premier League-opgør. Vi otte praktikanter splittede os op i to grupper, så fire mand tog til Brighton for at følge London-klubben Chelsea på besøg der, imens de resterende fire tog på Emirates Stadium til London-derbyet mellem Arsenal og Crystal Palace.

Vi blev sat ind i det tekniske arbejde ved en tv-udsendelse af en fodboldkamp i den størrelse. Vi har store OB-vogne, der transmitterer fodboldkampe i Danmark, men de er bare små trailere ved siden af de gigantiske lastbiler, der kunne udvides til tre gange deres størrelse, som de anvender til Premier League-produktioner.

Før kampen fik vi en stadionrundtur over, hvor journalisterne primært udfører deres arbejde, og fik fortalt, hvordan samarbejdet med klubberne fungerer. Dét fik vi så at se i praksis efter kampen, hvor Arsenal's manager Arsene Wenger blev eskorteret fra interview til interview i pressegangen med en aftalt præcision helt ned til sekundet. Ingen får lov at stille ét spørgsmål for meget eller gå over den aftalte tid.

Arsenal-gruppen fik lov at deltage under Arsene Wengers pressekonference efterfølgende, der ikke overraskende kom til at handle meget om den kommende



transfer af Alexis Sanchez. Det var spændende at ride på den bølge, der allerede startede på redaktionen på PL Productions nogle dage forinden og følge den saga helt til dørs.

Chelsea-gruppen kom endnu tættere på. I pressegangene efter kampen i Brighton kunne de stille nogle spørgsmål til Chelseas italienske manager, Antonio Conte, sammen med et virvar af engelske aviser.

Kampen på Emirates blev set fra medie-pladserne, imens den anden gruppe fik lov at komme helt tæt på Chelsea-bænken. På billedet herunder med Chelsea-manager Antonio Conte ses to TV3 SPORT-praktikanter i midten til venstre bag bænken.



Tusinde tak til Kreds1 for støtten 😊