

Norskutviklede Headline.TV en integrert del av gigantsatsing på Color Magic

Et norskutviklet system for skjerminformasjon vil få mye oppmerksomhet når det nye cruiseskipet M/S Color Magic settes i trafikk mellom Oslo og Kiel tirsdag 18. september. Headline.TV har levert en heldigital løsning som blir en integrert del av cruise-opplevelsen. Fire hovedgrupper av kanaler vises i henholdsvis skipets fellesarealer, shoppingarealer, kassaområder og lugarer.

– Alt er knyttet sammen slik at Color Line har full kontroll via satellitt og kan styre og endre all løpende skjerminformasjon online, samtidig som nyheter, værmelding og posisjonsavhengig informasjon oppdateres automatisk, forteller Daniel Bloch, daglig leder i Headline.TV AS.

Han og hans medarbeidere har arbeidet tett sammen med Color Line siden 2005 for å integrere skjerminformasjonen i selskapets infrastruktur. Det har resultert i en løsning som er blant de mest avanserte i verden. Til enhver tid vil det være ca. 40 unike kanaler som ruller og går om bord på Color Magic.

Om bakgrunnen for at Color Line satser så mye på ultramoderne TV-informasjon overalt på sine skip og passasjerterminaler, forklarer IT driftssjef Einar Haugland:

– Vi får mye merverdi ut av å knytte sammen alle typer informasjon i ett system, enten det er praktisk informasjon, nyheter eller rent kommersielle budskap. Det blir rett og slett en mer attraktiv kanal for våre gjester, og dermed også mer attraktiv for våre annonsører.

Color Line har hatt skjerminformasjon på sine skip og terminaler i en årrekke, og har derfor solid bakgrunn for å velge løsning. Da man skulle skifte eksisterende system for et par år siden, ble flere leverandører vurdert.

– Valget falt på Headline.TV fordi løsningene ligger helt i front teknologisk samtidig som det er et dynamisk selskap som lett tilpasser seg våre behov, sier Haugland.

Color Line har definert hvilke temaer og områder som det er viktigst å informere gjestene om. Resultatet er blitt følgende hovedkategorier:

- sikkerhetsrelatert informasjon
- forsinkelser, endringer i avgangstider
- praktisk informasjon om hva som finnes om bord av restauranter, butikker, underholdning, velværesenter osv – hva finner man på hvilke dekk, åpningstider og lignende
- geografisk kart-informasjon om hvor skipet befinner seg til enhver tid
- kuriositeter og informasjon om steder man passerer og anløper, som f eks Oscarsborg og Færder på vei ut fra Oslo

- ❑ reklame og kommersielle budskap, kan gå ut generelt til hele skipet eller være spesifikk for en enkelt butikkhylle
- ❑ informasjon om hva som finnes innenfor et begrenset område, f eks et velvære- og treningscenter eller en butikk
- ❑ nyheter (leveres av VG) og værmelding (fra Storm Weather Center)
- ❑ informasjon knyttet til kassasystemet i butikkene

Heldigital TV forenkler

– Vi er opptatt av totalopplevelsen gjesten får, og den skal starte allerede på land i avgangshallen, forteller Einar Haugland. – Hvorfor ikke bruke ventetiden til å gjøre gjestene kjent med hva som møter dem om bord og hvordan de skal finne fram. Gjennom at vi kombinerer praktisk informasjon, sikkerhet, reklame, nyheter og værmelding øker vi interessen for kanalen ytterligere.

Kanalene fra Headline.TV tas også inn på lugar-TV'en, der man kan velge informasjons- og reklamekanaler på like linje med betal-TV og riksdekkende TV-kanaler.

– For oss har det vært viktig med et heldigitalt system, slik at alt kan gå gjennom én kabel. TV-løsningen for lugar-TV leveres av det danske selskapet 2M, mens Headline.TV leverer software og streaming-teknologien som gjør det mulig for Colorline å distribuere eget innhold, forklarer Haugland.

– Den helhetlige, integrerte løsningen er viktig for oss, og det er av stor betydning at vi kan oppdatere innholdet manuelt fra hvor som helst i verden, samtidig som mye av oppdateringen skjer automatisk. Videre er det viktig at vi har full kontroll over innholdet som leveres av tredjeparts annonsører. Systemet muliggjør automatiisk mating av innhold, men med mulighet for å kontrollere og godkjenne alt før publisering.

Eget vareslag, egen kanal

Til sammen har Color Line over 400 skjermer i drift til enhver tid, på skipene og i terminalene på land. Av disse blir 167 brukt til informasjons-TV i fellesarealer, mens 242 blir brukt til reklame i butikkene.

– Når det gjelder reklame i butikkene, har vi gått ned på varenivå i den enkelte forretningen, slik at vi har en egen skjerm som bare viser sjokoladeprodukter i områder der sjokoladen står, en egen skjerm for øl der ølet står, en for akevitt i hyllen for akevitt og så videre, forklarer Haugland.

For Color Line er det viktig at presentasjonsmediet oppfattes som rolig og stilrent, ikke skrikende eller glorete. Derfor må alle som leverer innhold til kanalene bruke nøye definerte maler. Og man har lagt vekt på avgrense informasjonen tematisk til de områdene der det er størst behov og til de stedene på skipet der den er mest relevant.

IT driftssjef Einar Haugland i Color Line oppsummerer:

– Vi ønsker å oppnå mer enn å nå ut med informasjon og reklame på en dynamisk, ren og profesjonell måte. Vi ønsker kort og godt at de skjermbaserte

Headline.TV-systemene på alle skip og terminaler skal bidra til å heve cruiseopplevelsen!

Fakta om Headline.TV

- ❑ Grunnlagt i 2002
- ❑ Utvikler og leverer softwareløsninger for avanserte TV-informasjonsystemer
- ❑ Kontorer i Norge, Danmark og Sverige
- ❑ Løsninger fra Headline.TV er daglig i bruk i Norge, Danmark, Sverige, Tyskland, Østerrike og Sveits
- ❑ HEADLINE.TVs løsning brukes av store europeiske selskaper innen telekommunikasjon, TV, media, reklame, reiseliv, bank/finans og varehandel, som f.eks. Swisscom, O₂, Get, Credit Suisse, Forsvaret i Danmark, Color Line og Q8
- ❑ Systemer basert på Headline.TV har totalt mer enn 3 millioner sidevisninger hver dag
- ❑ 12 ansatte, de fleste med lang erfaring fra utvikling av TV-baserte kommunikasjonsløsninger
- ❑ Utviklingsarbeidet foregår i Forskningsparken i Oslo
- ❑ Utstrakt samarbeid med andre leverandører, som gjør at Headline.TV sammen med sine partnere kan levere totalløsninger med alt fra software, hardware og innholdsstyring til systemintegrasjon og serviceavtaler.

Fakta om Color Magic

- ❑ 15 dekk
- ❑ 1 016 lugarer, hvorav 54 suiter
- ❑ 2 975 sengeplasser
- ❑ 79 LCD TV-skjermer viser informasjon og reklame i fellesarealene, av disse er 22 i publicområder og 57 i butikker
- ❑ Dødvekt: 4 750 tonn
- ❑ Lengde: 223,7 meter
- ❑ Bredde: 35,4 meter (41,4 meter ved brovinger)
- ❑ Dybde (design): 6,8 meter
- ❑ Høyde: 59,2 meter
- ❑ Maksimal fart: 22,3 knop
- ❑ Fremdrift: Dieselmekanisk
- ❑ Hovedmaskiner: 4 x 7 800 kW
- ❑ Norsk flagg
- ❑ Byggekontrakten ble signert 27. mai 2005

- ❑ Overtakelse fra Aker Yards til Color Line i september 2007
- ❑ Døpes 15. september 2007 i Kiel av den tyske skuespilleren Veronica Ferres, A-ha holder konsert og Innovasjon Norge starter en stor kampanje for å markedsføre Norge i Tyskland

Fakta om Color Line

Color Line er en av Europas største cruisefergeselskaper. Color Line, som har hovedkontor i Oslo, driver seks internasjonale cruisefergeruter mellom ti havner i Norge, Tyskland, Danmark og Sverige. I 2005 hadde Color Lines ti skip 4,4 millioner passasjerer, mer enn 810 000 privatbiler og 177 000 vogntog.

Fra desember 2004 til april 2008 lanserer Color Line fire nye, innovative skip, til en samlet verdi av NOK 7,5 milliarder. Color Magic er det andre skipet i dette ambisiøse nybyggingsprogrammet.

FOR MER INFORMASJON

Daniel Bloch, daglig leder, Headline.TV AS
daniel.bloch@headline.tv
Tlf 95247009
www.headline.tv

Einar Haugland, IT driftssjef, Color Line AS
einar.haugland@colorline.no
Tlf 91611747
www.colorline.no