

30 SEPTEMBER
2019

BUSINESS CHALLENGE

Kiswe Mobile, Sceenic en TNO winnen innovatie-challenge Eurovisie Songfestival



Laatste update: 8 nov '19 - 15:15

Kiswe Mobile, Sceenic en TNO hebben de innovatie-challenge van het Eurovisie Songfestival 2020 gewonnen. Op 30 september pitchten de tien finalisten in Vondel CS in Amsterdam hun concept aan een jury met daarin vertegenwoordigers van NOS, AVROTROS en het Eurovisie Songfestival 2020-projectteam. Elke winnaar krijgt een bedrag tot €35.000 om hun toepassing te realiseren. De organisatie van de Challenge was in handen van [MediaMatters](#), een project van Media Perspectives.

In totaal hadden 209 bedrijven uit 39 landen een oplossing ingediend voor de Challenge. Daarvan kwamen er 43 op de 'longlist'. 10 bedrijven uit 6 landen werden uitgenodigd voor de finale.

De drie winnaars:

Kiswe Mobile (BE): Traditioneel heeft ieder land één tv-sigitaal dat voor dat land wordt gemaakt. Met Kiswe Mobile kunnen een groot aantal op verschillende doelgroepen gerichte en aangepaste streams worden gemaakt, waarbij gekozen kan worden voor verschillende commentatoren, zoals social media influencers, die interactie met het publiek zoeken en de resultaten in de stream kunnen tonen. Kiswe deed in 2018 mee aan het MediaMatters-programma.

Sceenic (UK): Kijk samen. Watch Together laat vrienden en familie elkaar zien en horen d.m.v. live realtime video chat, perfect gesynchroniseerd met de live stream van de show zodat ze samen die onmisbare momenten kunnen delen. Sceenic is ook alumnus van MediaMatters en deed in 2017 mee aan het programma.

TNO (NL): TNO verzorgt UltraWide Viewing. UWV neemt met speciale camera's de show op en geeft een hele hoge resolutie weergave van het hele toneel waar de optredens plaatsvinden dat op ware grootte geprojecteerd kan worden op grote schermen, bijvoorbeeld in bioscopen en op andere evenementlocaties waardoor het publiek daar het optreden kan ervaren alsof het erbij is.

Martijn van Dam, bestuurder van de NPO en onder meer verantwoordelijk voor innovatie: "Deze drie geselecteerde oplossingen zijn een goed voorbeeld van innovatieve mediabedrijven waar we graag mee samenwerken om innovatie in media te stimuleren. We gaan samen met hen onderzoeken hoe het Eurovisie Songfestival nog interactiever en innovatiever kan worden."

Bert Kok en Rick van Dijk van MediaMatters zijn ook blij met het resultaat. "We zien dat techbedrijven heel eager zijn om te laten zien wat ze kunnen en dat ze met creatieve en innovatieve oplossingen komen. De Challenge kan voor bedrijven en organisaties als de publieke omroep een waardevol instrument zijn om innovatie een extra boost te geven."

De komende periode gaan de winnaars hun toepassing proberen te realiseren. De organisatie besluit uiteindelijk of de ontwikkelde toepassing in productie gaat en verbonden wordt aan de show.

De organisatie van het Eurovisie Songfestival 2020 in Nederland is een samenwerking tussen NPO, NOS en AVROTROS, in coproductie met de EBU. Het Eurovisie Songfestival 2020 wordt op 12, 14 en 16 mei gehouden in Rotterdam Ahoy.

Foto: [Natalie Bouwens](#).

Gerelateerd



11 FEB '20

Jeroen Verkroost's recept voor digitale transformatie



4 FEB '20

Digitale BN'er Jeroen Verkroost te gas



+ 3 1 3 5 6 7 7 5
0 7

I N F O @ M E D I A P E R S P E C T I V E S . N L

