

Internetowy kanał telewizyjny CBC24.com, oparty na podcastingu, wystartował pod koniec czerwca 2010 roku. CBC24.com zajmuje się tematyką biznesowo- gospodarczą, społeczną, lokalną oraz kulturalną.

W założeniach kanał miał pokazywać widzom najważniejsze spotkania biznesowe, konferencje oraz wydarzenia kulturalne. Można powiedzieć, że ten postulat z pełnym sukcesem spełniliśmy – kwituje Wiktor W. Kammer, producent i właściciel kanału CBC24.com.

Zespół CBC24.com w ciągu pierwszego półroczia przygotował ponad 41 materiałów, z ponad dziesięciu spotkań biznesowych, ośmiu wydarzeń kulturalnych, czternastu imprez o charakterze lokalnym.

Wśród materiałów umieszczanych na platformie CBC24.com znalazły się przede wszystkim relacje z różnych konferencji organizowanych na terenie całego kraju oraz reportaże o charakterze społecznym i problemowym.

- Próbowaliśmy uczulić naszą widownię na ważne problemy społeczne jakimi jest na przykład bezpłodność oraz informować o każdych zmianach w przepisach prawnych, by mogli być z nimi na bieżąco – tłumaczy Wiktor W. Kammer.

Z racji tego, że siedzibą stacji jest Kraków, ekipa skupiła się głównie na problemach i wydarzeniach o charakterze lokalnym i samorządowym. Chcąc przyciągnąć jak największą rzeszę Małopolan, pokazywała relacje z okolicznych targów nieruchomości, festiwali Teatrów Ulicznych w Krakowie, koncertów charytatywnych oraz imprez sportowych z udziałem gwiazd.

Poza tematyką stricte lokalną, kanał CBC24.com nie stronił również od informacji o charakterze poradnikowym.

- Chcieliśmy przekazać widzom podstawy z zakresu prowadzenia księgowości, zakładania własnej firmy. Pragnęliśmy uczulić widzów na pozytywne aspekty władania kilkoma językami obcymi. Nasze reportaże kierowane są nie tylko do przedsiębiorców, ale także do zwykłych ludzi, których uczulaliśmy na kwestie zabezpieczania domów i mieszkań przed włamywaczami oraz pokazywaliśmy skutki używania odżywek i suplementów. Mimo, że początkowo planowaliśmy być kanałem wyłącznie biznesowym, w trosce o naszych widzów, wyszliśmy poza te ramy – wyjaśnia producent.

Kanał staje się coraz bardziej rozpoznawalny. W ciągu ostatnich dwóch tygodni kanał obejrzało prawie trzy tysiące osób. Najpopularniejszym materiałem tego półroczia stała się relacja z I konferencji PR w Budownictwie, która odbyła się we wrześniu tego roku, obejrzano ją prawie sześć tysięcy razy. Na kolejnych miejscach uplasowały się relacje z Targów Nieruchomości oraz relacja z warszawskiej konferencji Fashion Business Conference.

W 2011 roku CBC24.com chce nadal realizować materiały z imprez biznesowych i kulturalnych. Zespół planuje również poszerzyć zakres realizacji o dział turystyki. W ramach którego widzowie dowiadywaliby się o najpopularniejszych szlakach turystycznych. Dziennikarze podpowiadaliby widzom, w jakich atrakcyjnych miejscach spędzać urlop.

Za CBC24.com stoi spółka producencka Red Star Media Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie która specjalizuje się w product placement i produkcji filmów promocyjnych. W grupie Red Star Media znajduje się także agencja Times Square Public Relations, w portfolio której jest wiele spółek z branży inwestycyjno-budowlanej.

www.cbc24.com