

Agenturbilder lernen laufen

Apa-Multimedia erweitert die Leistungspalette um Video-Content für Portale und mobile Nutzer.

Ernst Brandstetter

Man hat sich schon gefragt, woher die vielen Video-Angebote kommen sollen, die in Zukunft Internet-Portale und mobile Gadgets bereichern sollen. Noch im Herbst dieses Jahres bringt jedenfalls die Multimedia-Unit der Austria Presse Agentur (Apa) ihre ersten Video-Content-Pakete auf den Markt und reagiert damit auf die starke Nachfrage nach professionellen Laufbild-Angeboten.

„Wir wollen mit diesen neuen Produkten nicht nur dringende Kundenwünsche befriedigen, sondern auch dem Trend unserer internationalen Partneragenturen folgen“, erklärt dazu Apa-Multimedia-Chef Marcus Hebein. Dennoch geht die Apa auch bei dieser Neuentwicklung einen eigenen Weg, gilt es doch, die spezifisch österreichische Kundenlandschaft mit vergleichsweise wenig TV-Stationen, dafür einem hoch entwickelten Portalmarkt und ausgereiften Mobil-Lösungen zu bedienen.

Entlang der Produktlinie von Apa-Multimedia sind laut Hebein auch die Video-Angebote als komplette Fertiglösungen (Ready-made Clips) konzipiert, die ohne weitere Bearbeitung oder Wartung direkt in den Kunden-Sites implementiert werden können. Den besonderen Vorteil eines Laufbild-Angebots einer Nachrichtenagentur sieht Apa-Chefredakteur Michael Lang einerseits in der Einbettung aktueller Video-Datenströme in ein komplettes Nachrichtenangebot in Wort und Bild, „wodurch der



Bewegte Bilder haben Zukunft. Aus Clips mit Unterhaltungswert könnten gestaltete und moderierte Nachrichtenmagazine – etwa aus dem Apa-Newsroom – werden. Foto: APA

Clip auf Portal oder Handy erst in den richtigen Zusammenhang gestellt wird“. Zum anderen seien eine erfahrene Redaktion und internationale Partner mit einem äußerst breiten Laufbildangebot die richtigen Voraussetzungen für glaubwürdige Nachrichten-Video-Lösungen.

Society und Kurioses

An ein Nachrichten-Vollangebot ist seitens der Apa allerdings im Laufbildbereich nicht gedacht. „Derzeit sind neben den illustrativen Elementen zu Pflichtstücken der Breaking News, die auch etwas abseits der traditionellen Nachrichtengebung gestaltet sein können, vor allem Society, Entertainment und Kurioses gefragt“,

betont Lang. Ein Element des traditionellen Agenturgeschäfts wird allerdings auch im Video-Bereich beibehalten: Die Geschäftsmodelle haben vorerst fast ausschließlich Abonnementcharakter. „Die Kunden erwarten von uns Gesamtlösungen und keinen Detailverkauf. Unsere Stärke liegt im fertigen Datenstrom, der zeitgerecht, regelmäßig und in gewohnter Apa-Qualität geliefert und implementiert wird“, so Hebein.

In der ersten Stufe will sich die österreichische Nachrichtenagentur auf eine Grundversorgung mit Videopaketen zu jeweils fünf bis sechs Clips pro Tag konzentrieren. Das internationale Material, das in der Apa-

Zentrale am Wiener Naschmarkt bearbeitet, geschnitten, vertont und für den Heimmarkt aufgearbeitet wird, stammt von Agenturpartnern, die zu den größten Videoanbietern weltweit zählen. Österreichische Feeds werden vorerst gemeinsam mit bestehenden Laufbild-Anbietern gestaltet, eine redaktionelle Eigenaufbringung ist in Prüfung. „Wir betreten hier neue Gefilde, die sich in Bezug auf Userverhalten, inhaltliche Schwerpunkte, technische Formate, aber auch Finanzierungsmodelle nur in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden erschließen lassen. Insofern scheint es uns angebracht, Schritt für Schritt gemeinsam mit dem Markt vorzugehen“, beschreibt

Chefredakteur Lang den geplanten Weg.

Weiter reichende Ideen liegen natürlich bereits auf dem Reißbrett. So scheinen gestaltete und moderierte Nachrichtenmagazine – etwa aus dem Apa-Newsroom, aber auch mit dem Branding des jeweiligen Kunden beziehungsweise Medienhauses – mit mehreren Beiträgen in einem Format mit mehreren Updates pro Tag ebenso der Nachfrage zu entsprechen wie Sonderpakete zu Schwerpunktthemen. „Eine multimediale Anreicherung solcher Themen etwa mit interaktiven Grafiken, Audio-Slideshows, Votings oder Gewinnspielen scheint hier die logische Konsequenz zu sein“, blickt Hebein in die nahe Zukunft seines Produktionsbereiches.

Eine weitere Kernkompetenz der Apa als technischer Dienstleister für Datenbanklösungen und Media-Distribution kommt auch im Zusammenhang mit dem neuen Video-Schwerpunkt nicht unangelegen. Lang: „Die Entwicklung einer Video-Plattform analog zur Bild-Plattform unserer Fotoagentur Apa-Images ist bereits abgeschlossen. Die Funktionalität dieser Syndication-Lösung reicht von Speicherung und Verteilung von Laufbildinhalten in allen gängigen Formaten über Abrechnungstools bis zum Rechte-Management. Dadurch werden Austausch, Vermarktung und Verrechnung von Video-Inhalten verschiedenster Anbieter in Österreich, aber auch international deutlich erleichtert.“

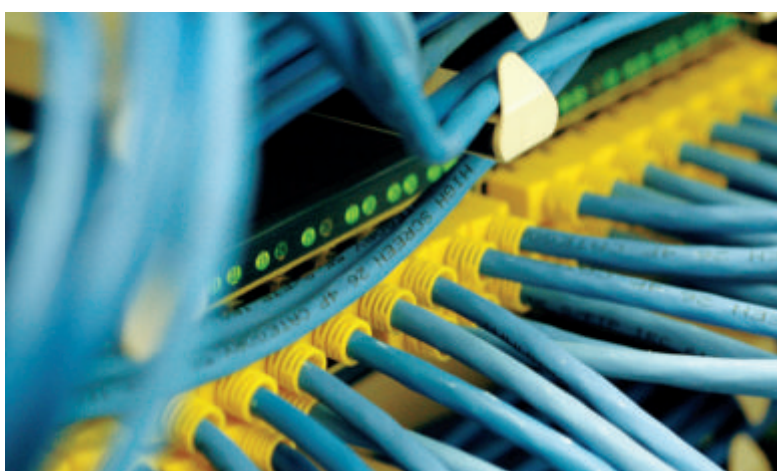
www.apa.co.at

Kein Ausschluss unter dieser Nummer

Neue Avaya-Telefonielösungen unterstützen offene Standards für IP-Telefonie.

Fremdgehen war immer schon kritisch. So ist es in vielen Netzwerkumgebungen noch heute die Regel, dass man mit dem Erwerb eines Systems auch eine kommunikative Monogamie auf Zeit eingehen muss. Die neue Version der IP-Telefonielösungen von Avaya, VPN Remote for IP Phones 2.0, dagegen unterstützt dezidiert offene Netzwerkstandards. Damit wird es für Unternehmen leichter, in Zukunft ihren Mitarbeitern an dezentralen Standorten hochwertige Kommunikationslösungen anzubieten.

Mitarbeiter, die von zu Hause oder unterwegs aus arbeiten, können so die gleichen IP-basierten Kommunikationslösungen wie im Büro nutzen, indem sie ihr IP-Telefon mit minimalem Aufwand bei sich



Keine Angst vor fremden Netzwerken. Avaya setzt auf offene Standards bei Telefonielösungen. Foto: Photocase.com

installieren – vergleichbar mit der Inbetriebnahme eines Laptops für eine VPN-Verbindung ins Internet. Das gilt jetzt auch für VPN-Umgebungen von Cis-

co und Juniper Networks. „Immer mehr Menschen arbeiten von zu Hause aus. Nach einer IDC-Studie werden 2009 allein in den USA zehn Millionen und

in Westeuropa neun Millionen Menschen von zu Hause oder einem dezentralen Standort aus arbeiten, was einem Wachstum von zehn Prozent von 2004 bis 2009 entspricht. Dies stellt sowohl große als auch mittelständische Unternehmen vor neue Herausforderungen“, erklärt Walter Becvar, Managing Director von Avaya in Österreich. „Die größte Herausforderung dabei ist die Bereitstellung qualitativ hochwertiger Kommunikationslösungen, um einerseits die Produktivität zu steigern, gleichzeitig aber auch die Kosten im Blick zu behalten.“

So kann ein externer IT-Administrator die Verbindungs- und Sprachqualität jedes Nutzers selbstständig überwachen, und auch der Anwender kann

alle für die Qualitätssicherung benötigten Daten direkt von seinem Telefon einsehen und an den Administrator weiterleiten. Mithilfe dieser Funktionalität können IT-Administratoren dezentral arbeitenden Mitarbeitern den gleichen Service Level für ihre VoIP-Lösung garantieren, als würden sie im Büro sitzen. *bra*

www.avaya.at

Das Special Innovation entsteht mit finanzieller Unterstützung von ECAustria. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei *economy*.

Redaktion:
Ernst Brandstetter