

Zukunftshoffnung der Medienwelt

Während die IT-Gemeinde noch über Sinn und Unsinn des iPad streitet, hoffen krisengebeutelte Verlagshäuser auf neue Einnahmequellen. APA-Multimedia entwickelt für die österreichischen Medien Apps, mit denen diese ihre Publikationen auf iPad und iPhone bringen werden.

Christian Stemberger

Schon lange bastelt die IT-Branche am Tablet-PC, allein den Konsumenten konnte sie mit ihren Konzepten nicht begeistern. Das ist nun Steve Jobs mit dem iPad gelungen.

Das iPad wird für die nachdrängenden Tablets der anderen Hersteller das, was das iPhone für die Smartphones war – ein Zugpferd und Wegbereiter. Denn schon vor dem iPhone konnten die Privatnutzer mit ihren Smartphones auf das Internet zugreifen. Nur tat es keiner. Als dann Apple sein Telefon auf den Markt warf, stiegen die mobilen Zugriffe auf das Internet stark an.

Wie das Smartphone die Internetnutzung zwischendurch – etwa in der U-Bahn – revolutionierte, hat auch das aktuelle Gadget aus dem Hause Apple seine Qualitäten, urteilt Marcus Hebein, Leiter der APA-Multimedia: „Das Leichtgewicht eignet sich ideal für die Konsumation von Inhalten vom Text

übers Bild bis zum Video und wird so auf der Couch rasch zum Dauergast.“ Damit ist es für Zeitungen und Magazine eine interessante Möglichkeit, ihre Inhalte an den Leser zu bringen.

Konträre Konzepte

APA Multimedia arbeitet derzeit an Apps, die es den Medienhäusern erlauben werden, ihre Inhalte auf dem iPad zu präsentieren. Dem internationalen Trend folgend sind zwei völlig konträre Konzepte in Vorbereitung: Die eine Schiene bietet ein Leseerlebnis möglichst nahe am Printprodukt, laut Hebein lässt sich das am ehesten mit einem eBook vergleichen. Die andere Schiene nützt die technischen Möglichkeiten des iPads intensiv aus und präsentiert sich wie eine Website. Beide Varianten wird es wie beim iPhone als White Label-Lösung geben – also dem Corporate Design des Verlagshauses angepasst. Bereits im Frühjahr hat



Den Laptop können sie nicht ersetzen. Aber die Tablet-PCs werden unsere Mediennutzung nachhaltig verändern. Foto: Photos.com

die APA ihren Eigentümern – 16 österreichische tagesaktuelle Medien – technische Möglichkeiten und Strategien für mobile Applikationen vorgestellt.

Das iPad kam nun genau in einer Phase, in der die Verlage zur Umsetzung ihrer iPhone-Strategie übergegangen sind. Für Hebein kein Malheur: „Die letzten zwei Jahre waren sehr unübersichtlich – wie sieht die Technologie aus, wie können wir

Inhalte präsentieren?“ Jetzt wissen die Medien, woran sie sind, und können konkrete Schritte setzen.

Im Gegensatz zur klassischen Onlinezeitung wird das Motto der mobilen Medien jedenfalls nicht „Alles gratis!“ lauten. Und erste Erfahrungen aus Deutschland zeigen, dass die Zahlungsbereitschaft der User sogar über den Erwartungen liegt.

<http://multimedia.apa.at>

Bewegung im Internet

Videoclips werden immer mehr zu einer bevorzugten Darstellungsform für Inhalte im WWW.

Lange Zeit wurde das World Wide Web von statischen Inhalten – wie Bildern, Grafiken und Text – dominiert. Nun verfügen immer mehr Haushalte über einen Zugang zum Breitbandinternet. Damit kann das Internet endlich seine eigentliche Stärke ausspielen: bewegte Bilder.

Der Trend zum Video erfasst langsam auch die Nachrichtenportale, deren bisheriges Erfolgsrezept im Wesentlichen darin bestand, die Inhalte eines Printprodukts in die Struktur einer Website einzubauen. Die APA hat den Trend zum

Video frühzeitig aufgegriffen und bietet ihren Kunden neben Nachrichten in Textform und Bildmaterial auch aktuelle Clips zum Tagesgeschehen. APA Multimedia, die APA-Tochter für multimedialen Content und redaktionelles Outsourcing, produziert von Montag bis Freitag Videoclips von den Top-Themen bis zu Soft-News.

Alle Plattformen

Die Videos sind speziell auf Neue Medien wie Websites, Screens oder mobile Anwendungen für iPhone

und Co. zugeschnitten und werden fix und fertig im XML-Format geliefert. „Journalistisch hochwertige Inhalte allein sind zu wenig. Es kommt darauf an, dem Kunden diese Inhalte so zur Verfügung zu stellen, dass er sie ohne weiteren Aufwand in seine Plattform integrieren kann“, sagt Marcus Hebein, Leiter der APA-Multimedia.

Die Clips gibt es entweder mit deutschem Kommentar oder für Screens als tonlose Videos mit Bauchbinde. Bezogen werden können die Nachrichtenclips entweder

im Abo oder einzeln über die APA-Videoplattform.

Zusätzlich bietet die APA-Tochter OTS auch die Videoproduktion für Events wie zum Beispiel Firmenjubiläen an. Hier ist die Nachfrage deutlich angestiegen. Einerseits ist durch das digitale Equipment die Produktion nicht mehr so teuer wie noch vor zehn Jahren. Andererseits wurde mit den Webseiten von Firmen und Organisationen nun die Plattform geschaffen, um solche Videoclips dauernd zu präsentieren. *cst*