

➤ zweipunktnull

»Noch keine Relevanz jenseits von iOS«

Peter Ungvari, Geschäftsführer der Agentur zweipunktnull, über den **Tabletmarkt** und eine junge Art, Content zu verbreiten: **Multi-Channel Publishing**.

Report: Herr Ungvari, was verstehen Sie unter Multi-Channel Publishing? Wer sind Ihre Kunden?

Peter Ungvari: zweipunktnull fokussiert auf die Optimierung von medialen Geschäftsprozessen. Beim Einsatz von IT-Werkzeugen konzentrieren wir uns auf »Digital Publishing Workflows« mit speziellem Fokus auf die Herausforderung, unterschiedliche Kommunikationskanäle aus einem zentralen Werkzeug heraus zu befüllen. Daher sind unsere Kunden Verlage, aber auch Unternehmen, die größere Anforderungen an ihre Kommunikations- und Publishing-Prozesse haben. Dies sind Corporate-Publishing-Abteilungen, aber auch Dienstleister, wie spezialisierte Agenturen.

Report: Einer Ihrer Kunden, die *Kronen Zeitung*, hat im Sommer eine App für das iPad vorgestellt. Wie sind die Markttrends bei Tablets in Österreich? Wie lange, meinen Sie, wird Apple diesen Markt noch dominieren können?

Ungvari: Keine Frage, andere Plattformen werden ebenfalls Marktanteile dazugewinnen. Welche Plattformen dies aber sind, ist nicht so sicher, wie man spätestens seit dem Aus des HP-Tablets weiß. Sinnvollerweise werden daher die ersten Erfahrungen am iPad gesammelt. Auch hat die iOS-Plattform eine weitere Aufwertung mit dem jüngst vorgestellten, kleineren Tablet erfahren. Wir können in den Downloadzahlen unserer Kunden noch keine Relevanz für Verlagsinhalte jenseits von iOS erkennen. Es ist also mehr eine Frage des Image, mit seinem Angebot auf allen Plattformen vertreten zu sein. Bei bezahltem Content wird es dann sowieso eng, denn nachgewiese-



Peter Ungvari, zweipunktnull, setzt auf wachsenden Tabletmarkt auch in Österreich.

nermaßen akzeptieren iTunes-Kunden in ungleich höherem Maße, für Content zu bezahlen.

Report: Was ist denn der Weisheit bislang letzter Schluss, wie Zeitungsinhalte auf einem Tablet aufbereitet sein sollten?

Ungvari: Mit der »Krone HD«-App haben wir ein Beispiel an der Hand, wie sich neuartige Verlagsinhalte auf Tablets in Zukunft präsentieren könnten: große Bildstrecken, dort, wo es Sinn macht, multimediale Inhalte, sowie mehr und mehr Interaktivität und Zweivegekommunikation mithilfe von HTML5-Inhalten. Eine native Programmierung nur in speziellen Apps garantiert den Austausch über Marken hinweg – durch standardisierte Ausgabeformate wie Adobes .folio-Format. Dies ist ein wichtiger Punkt bei der Vermarktung für die Zulieferer speziell produzierter Werbeformen.

Report: Welches Konsumverhalten beim Rezipieren von Medieninhalten lässt sich bei Tablets beobachten?

Ungvari: Untersuchungen haben gezeigt, dass vor allem Werbeformen mehr Zeit gewidmet wird. Unterschiede zeigen sich auch im zeitlichen Tagesablauf der Nutzung. Das Tablet-Angebot ist für Verlage daher vor allem von dem Gesichtspunkt zu sehen, als Brand am Tablet präsent zu sein. Zudem können so die Leser mit einem intelligenten Inthemix über den gesamten Tages- und Wochenverlauf begleitet werden.

Report: Welche Fehler sollten Unternehmen beim Migrieren von Content auf mobile Formate vermeiden? Was gilt es, zu beachten?

Ungvari: Noch gibt es Platz für innovative Formate, da wir am Anfang dieser technologischen Plattform stehen. PDF-Inhalte auf Tablets sind daher sicher nur ein erster Schritt. Die Krone HD App zeigt, wohin die Reise gehen kann – vorausgesetzt man ist bereit, frühzeitig den Markt zu besetzen. Wir werden sicher verstärkt sogenannte Mashups sehen, also die intelligente Vermischung statischer, aber ansprechend gestalteter Seiten mit dynamischen HTML5-Inhalten, die auch verstärkt die Zweivegekommunikation unterstützen.

Nicht zu unterschätzen sind die Tablets als Publikationsplattform vor allem für Unternehmen, die ihre Marke und ihre Inhalte wie Prospekte, Preislisten und andere interne Informationen gezielt nach Benutzergruppen verteilen wollen. Im Gegensatz zu Verlagen rechnen sich für diese Gruppe die Investitionen faktisch sofort: Die bisher anfallenden Kosten sind bei globaler Distribution immens, und der Wettbewerbsvorteil ist durch eine raschere Kommunikation zu Kunden, Vertriebspartnern und Mitarbeitern weltweit gegeben. Eine neue Herausforderung bei der weiteren App-Entwicklung wird die Vielzahl der Tablets und Smartphones am Markt. An unserem neuen Firmenstandort im Media Quarter Marx können daher in der neuen »Tablet Lounge« Unternehmen und Verlage ihre Apps vor der Einreichung auf verschiedenen Hardwareplattformen und Betriebssystemversionen kostenlos testen. □