

APA-IT: Medien und Technologie

In Zeiten, in denen Marken zu Medien werden, braucht es sowohl technische Lösungen als auch redaktionelle Inhalte.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Neben aktuellen Nachrichten liefert die Austria Presse Agentur Medienunternehmen auch technische Lösungen für den digitalen Wandel. medianet hat mit Alexander Falchetto, dem Geschäftsführer der APA-IT, gesprochen.

News-Tech Agency

„Die APA ist eine Mischung aus einem Technologie- und einem Redaktionskonzern“, stellt Falchetto klar. Das Unternehmen werde mehr und mehr zur „News-Tech Agency“, die das technische Know-how aus dem Medienbetrieb auch APA-Genossenschaftern und anderen Unternehmen zur Verfügung stelle.

Im Gegensatz zur Redaktion kümmere sich die APA-IT weniger um Inhalte als um das *Nutzererlebnis*. „Wir denken immer an die Leser, Seher oder Hörer, damit diese ein optimales Erlebnis auf allen Geräten haben“, so Falchetto. Beispielsweise wurde mit der „Mobile Publishing Suite“ ein Tool entwickelt, mit dem Medien ihre Inhalte für Smartphones und Tablets optimieren können.

Auch Bewegtbild gewinne an Bedeutung: Mit der Austria Video Plattform (AVP) wurde eine neutrale Austauschplattform für Videocontent von österreichischen Medienunternehmen geschaffen, die technisch auf den APA-IT-VideoServices, einem Tool für die Integration und Bereitstellung von Video-Content auf Online-Plattformen, basiert.

Der strategische Fokus liege zwar klar auf Medienkunden, trotzdem kommen laut Falchetto 10 bis 15 Prozent des Geschäftsumfangs von anderen Unternehmen. Gerade in Zeiten, in denen Marken immer mehr zu Medien werden, brauchen diese sowohl technische Lösungen als auch redaktionelle Inhalte wie Bilder oder Videos.

Auch Medienbeobachtung, auf die sich die APA-Tochter DeFacto spezialisiert hat, spiele eine Rolle: „Unternehmen wollen wissen, was über ihre Firma geschrieben wird, auch in den Sozialen Netzwerken.“

Ziel für die nächsten Jahre sei es, „das Portfolio immer weiter auszubauen, damit ein Verlag oder ein digitaler Broadcaster möglichst alles, was er für den digitalen Wandel braucht, von uns bekommen kann, wenn er das will.“

Innovation zählt

Um die Innovation kümmere sich hauptsächlich das Medialab, die neue digitale Innovationsunit der APA. In Sprints, einer

Alexander Falchetto

„Die APA ist eine Mischung aus einem Technologie- und einem Redaktionskonzern.“



Google-Methode, entwickeln sieben bis zehn Personen innerhalb einer Woche aus einer Idee einen Prototyp, den Falchetto mit einem Modellflugzeug vergleicht: „Man kann die Tür aufmachen, ein bisschen hineinschauen, aber fliegen kann es natürlich nicht.“

Die APA-IT habe dann die Aufgabe, aus dem Prototypen ein stabiles Produkt zu machen.

Was bringt die Zukunft?

Das Thema technologische Trends beobachte man bei der APA-IT ebenfalls sehr stark, so Falchetto.

Langfristig geht der APA-IT-Geschäftsführer etwa davon aus, dass die Sprache das zentrale Interface sein werde, über das wir mit unseren Smartphones kommunizieren werden. Sogar autonomes Fahren könnte die Medienbranche verändern: „Wenn ich mich nicht mehr so stark aufs Fahren konzentrieren, die Straße aber dennoch im Blick behalten muss – warum kann ich da nicht mittels Augmented Reality Nachrichten eingeblendet bekommen?“