

Communication Server

Als einzigartige Middleware stellt der Communication Server Funktionalitäten zur Verfügung, die ganz neue Wege im Medienmarkt für Verlage und Agenturen überhaupt erst möglich machen. Content kann auf einfachste Weise völlig neuen Märkten zugänglich gemacht werden und die Kompatibilität ermöglicht eine weitgehende Unabhängigkeit von schwankenden Trends im Content- und Technologie-Bereich.

Dabei können verschiedenste Bild- und Textsysteme über System- und Sprachgrenzen hinweg miteinander verbunden oder zu Portalen zusammengefasst werden, und all dieses ohne Mediendaten oder Metainformationen aufwendig importieren und gegebenenfalls sogar übersetzen zu müssen.

Die offene, zeitgemäße XML-Struktur gewährleistet die nötige Flexibilität um auch für künftige Herausforderungen gewappnet zu sein.

Der Communication Server ist dadurch nicht nur selbst eine zukunftssichere Investition, sondern verleiht auch anderen in seinem Zusammenhang eingesetzten Softwareprodukten wie Archivsystemen und Recherche-Werkzeugen mehr Zukunftssicherheit.

Für Agenturen

Der Einsatz

des Communication Server ermöglicht es Anbietern von Content sofort fremdes Material von Partneragenturen mit zu vermarkten, ohne aufwendige Datenübernahmen, Übersetzungen und Neuverschlagwortungen und ohne Risiken für die Agentur oder die Partneragentur deren Material vermarktet werden soll. Daraus ergibt sich die Chance auf neue, sehr unkomplizierte Geschäftsbeziehungen, insbesondere zu ausländischen Mitbewerben.

Darüber hinaus hat jede Agentur die Möglichkeit, Ihren Content neuen Vermarktungswegen zugänglich zu machen, und auf diese Weise mehr Abnehmer zu erreichen.

Neben der strikten Einhaltung von

Standards hat man zudem die Möglichkeit das eigene Material zu aktualisieren, sei es beispielsweise durch "Einsetzen" neuer Bankverbindungen in die Metainformationen, oder durch "Auffrischen" der Logo-Zeile.

Für Redaktionen

Der Zugriff auf

die verschiedenster Anbietersysteme wird vereinheitlicht, was es ermöglicht mit den bislang verwendeten Recherche-Werkzeugen ganz neue Quellen zu erschliessen.

Redaktionen können sich eigene, contentbezogene "Portale" zusammenstellen, um gezielter und schneller nach spezifischem Content zu suchen.

Zusätzlich können eigene Archivsysteme bei der Suche nach geeigneten Content gleichwertig oder vorrangig einbezogen werden.

Durch

die komplett parallele Verarbeitung von Suchanfragen und die prompte Rückmeldung der zu erwartenden Ergebnisse, können wesentlich konkretere Abfragekriterien gewählt und somit die Qualität der Ergebnisse gesteigert werden, ohne eine unendliche Vielzahl von Ergebnissen vorab sichten zu müssen.

Für den Markt

Die

Vereinheitlichung diverser vorhandener Contents und die Standardisierung von Methoden zur Beschreibung und Auslieferung von Metainformationen resultiert in einer großen Interoperabilität zwischen verschiedensten Bildarchivierungs- und Vermarktungssystemen. Dies stärkt insbesondere die Position einzelner Agenturen gegenüber den großer Vermarktungssysteme.