

Auf Spidermans Spuren



Fox Kids Europe ist einer der größten Lieferanten von Kinderprogrammen in Europa. Die Programme aus dem Online-Archiv werden an über 119 terrestrische, Kabel – und Satelliten-Kanäle in über 50 europäische Absatzmärkte übertragen. Bisher erfolgte der Datenaustausch von über 6000 Episoden verschiedener Programme in der Regel über U-Matic- oder VHS-Bänder, die per Kurier zugestellt werden.

Ausgesuchtes Bildmaterial zu erhalten war ein langwieriger Prozess. Wünschte z.B. die spanische Niederlassung ein bestimmtes Bild einer Power Ranger Figur, musste sie zuerst einmal die entsprechende Kontaktstelle ausfinden

Patrick Healy, technischer Leiter bei Fox Kids Europe, vor 18 Monaten zum Einsatz des Programms MediaPartner von Emotion entschieden. »Der Versand von Werbematerial ist eine kostspielige und zeitaufwändige



erweiterbare Lösung. Zudem sollte das System in die vorhandene Infrastruktur integrierbar sein und keine zusätzlichen Aufwände verursachen. MediaPartner von Emotion überzeugte Fox Kids Europe insbesondere durch die Suchfunktion, die eine Eingabe in natürlicher Sprache ermöglicht.

Einfach Suchbegriffe eingeben – los geht es

Patrick Healy führt weiter aus: »Die Nutzer beschreiben einfach im Englischen ihre Suchbegriffe, anstatt komplexe Verzeichnisstrukturen und Abfragesprachen ergründen zu müssen. Das von uns erworbene Media Asset Management bietet zudem Workflow- und Projektsteuerungs-Unterstützung, wodurch Mitglieder von verteilten Projektgruppen gleichermaßen in den Projektablauf eingebunden werden können. Ausschlaggebend für unsere Entscheidung für die seit 18 Monaten installierte Mediendatenbank war der Bedarf einer zentralen Datenbank. Die verschiedenen Abteilungen der Fox Kids Europe Niederlassungen, TV On-Air und Channel, Online und Interactive sowie Marketing, sollten digitale Assets in ganz Europa speichern, verwalten und verteilen können.«

Die Bereiche TV On-Air und Channel setzen das Programm primär für die Übertragung von Werbematerial zwischen den Fernsehkanälen ein. Produziert z.B. die französische Niederlassung einen Werbebeitrag, kann dieser über MediaPartner von allen Filialen abgerufen und gesichtet werden. Ist der Beitrag für eine andere Niederlassung interessant, kann diese ein Band oder die Original-Dateien anfordern und erspart sich somit eine erneute Produktion. Das gleiche gilt für Recherchezwecke zu Übersichten, Untertiteln und Manuskripten.

Auf Spidermans Spuren

Kernprodukt der Firma Emotion ist die Mediendatenbank MediaPartner. Sie zeichnet sich speziell durch die in USA patentierte Suchtechnologie aus, die eine Eingabe in natürlicher Sprache ermöglicht. MediaPartner umfasst als unternehmensweit konzipierte Lösung die intelligente und personalisierte Verwaltung der Mediendaten und ist dementsprechend skalierbar. Weitere Informationen unter : www.emotion.com



dig machen. Da es keine Einrichtung zur Sichtung des Materials gab, war es eine Frage von Zufallstreffern, das gewünschte Bildmaterial zu finden und zu bestellen. Dieses musste dann, teilweise mehrmals von Bändern aus dem Bildarchiv, auf CD gebrannt und verschickt werden. Um in Zukunft mit breitbandigen Übertragungsmöglichkeiten in diesem Umfeld eine Vorreiterrolle spielen und strategische Partnerschaften mit den Telekommunikations-Unternehmen eingehen zu können, hat sich

Prozedur der »Turnschuh-Ära« gewesen – Läufer, die in Archive sprinten, Bänder aus den Regalen herausuchen und sie verschicken, wir mussten unseren Content digital verfügbar machen.«

Die Produkte diverser Media Asset Management-Anbieter wurden recherchiert, von kleinen Systemen bis zu umfassenden Lösungen mit integrierten Abrechnungssystemen. Aufgrund begrenzter Budgets suchte man vorrangig eine kleine, zukunfts-sichere und unternehmensweit

Die Niederlassungen Online und Interaktiv nutzen die Site zum Speichern, Übertragen und Empfangen von Standbildern und Flash-Animationen. Die Cartoon-Serie »Living with Lionel« wird z.B. im Fernsehen und im Internet übertragen. Das Tool von Emotion wird sowohl als Speichermedium als auch als Tracking-Tool zur Kennzeichnung von Modifizierungen und Aktualisierungen genutzt. Die gesamten Produktionsdaten für die zehn europäischen Länder, in denen Fox Kids Europe Niederlassungen mit einer Internet-Präsenz betreibt, werden hier gespeichert. Auch die von dieser Abteilung entwickelten Mobiltelefon-Logos und Klingeltöne können überregional ausgetauscht werden.

Sogar im Marketing ermöglicht der Einsatz des Media Asset Managements die schnelle Installation eines Sicherheitskonzeptes. Somit wird das Risiko minimiert, dass Filialen oder externe Agenturen auf falsches Bild- oder Pressematerial zugreifen. Ein Grafikstudio erhält für einen Auftrag beispielsweise nur Zugang zu den für dieses Projekt relevanten Bilddaten.

Die Abteilung Merchandising/ Konsumartikel bei Fox Kids Europe deckt unter anderem die Produktion der Figuren in den Cornflakes-Schachteln ab. MediaPartner wird hier als internes und externes Waren-Bestellsystem eingesetzt. Auf der Website ist die gesamte Fox Kids Produkt-Palette abgebildet. Die Partner geben einfach die entsprechende Bestellnummer ein und schicken die Anfrage ab. Kein Power Ranger-Ton erklingt mehr, wenn man einen Inspektor Gadget-Ton bestellt hat!

Investition in neue Technologie

In jeder Abteilung gibt es einen sogenannten »Super-User«, einen Editor, der die Metadaten einzelner Assets kontrolliert und für die Vergabe von Rechten und Benutzerfunktionen verantwortlich ist.



Anfangs bedeutete die Installation der Lösung für Patrick Healy Überzeugungsarbeit auf der Abteilungsleiter-Ebene: Investitionen in eine Technologie, deren Nutzen nicht allein in effizienteren Produktionsabläufen und Zeitersparnissen liegt, sondern auch langfristig Return-of-Investment-Gewinne und das Potential zur Erschließung neuer Märkte birgt. Die Tatsache, dass Emotion eine schlüsselfertige Lösung bietet, hat den Installations- und Integrationsprozess beschleunigt. Das System lässt sich sehr einfach den kundenspezifischen Bedürfnissen anpassen. Pauline Jolly, Leiterin Systemtechnik/Broadcast bei Fox Kids Europe beschreibt ihre »Wunschliste« an eine Media Asset Mana-

gement Lösung folgendermaßen: »Wir suchten eine benutzerfreundliche Technologie, die unseren Workflow unterstützt. Wichtig war uns auch die Sicherheit der Installation zum Schutz unserer Marke und die Möglichkeit der nutzerspezifischen Rechtevergabe. Um das Rad nicht neu erfinden zu müssen, sollte es eine skalierbare Lösung sein, die über zukünftige Erweiterungsmöglichkeiten verfügt.«

Die großen Vorteile der Mediendatenbank und des Zugangs über ein Web-Interface sind die Schnelligkeit und Genauigkeit bei der Suche. Ein Programm wie

Power Rangers besteht beispielsweise aus Tausenden von Bildkomponenten. Durch die Eingabe in natürlicher Sprache kann die Marketing-Abteilung einer Filiale nach einem bestimmten Spot suchen und erhält ein Miniaturbild zur Ansicht – innerhalb von Sekunden.

Kosteneinsparungen

Schon während der Evaluierungs-Phase von MediaPartner ergab eine interne ROI-Studie, dass diese Mediendatenbanklösung enorme Kosteneinsparungen an Kopier- und Versandkosten von Werbematerial erbrachte.

Pauline Jolly ist glücklich über den Einsatz des neuen Mediums: »Dank dieser Lösung können wir die europäischen Filialen, externe Agenturen, Spiderman, Power Rangers, Inspector Gadget und viele andere zusammenbringen, per Knopfdruck.«

Annabel Goey

