

Branchenstandard AdsML

Was zählt ist die Marktakzeptanz

Die IfraExpo in Leipzig erlebte die Freigabe der Version 1.0 von AdsML, einem umfassenden internationalen Standard für den elektronischen Austausch von Anzeigeninformationen. Der auf der allgemein akzeptierten Metasprache XML gestützte Standard steht nun zur öffentlichen Kommentierung und Beurteilung bereit – ein wichtiger Schritt im Hinblick auf das Feedback, die Akzeptanz und Implementierung dieses Standards in der Branche.

Wie in früheren Artikeln von zeitungstechnik beschrieben, handelt es sich bei AdsML 1.0 um das erste Produkt des AdsML-Konsortiums, einer neuen von der

Ifra und dem amerikanischen Zeitungsverlegerverband (NAA) unterstützten Initiative. Der AdsML-Standard wurde für die Automatisierung von Geschäftsprozessen konzipiert, die von den Verlagen, Anzeigenkunden und anderen an der Anzeigen-Supply-Chain Beteiligten vielfach manuell ausgeführt werden. Seine Anwendung führt zu Zeit- und Kosteneinsparungen, der Reduzierung von Fehlern sowie zur Erschließung neuer Geschäftsfelder. AdsML 1.0 ist ein XML-basierter Nachrichtenstandard, der einen einfach zu implementierenden Mechanismus für den elektronischen Austausch von Anzeigendaten bietet.

Die erste Version des AdsML-Standards ist speziell auf die Anforderungen von Zeitungen, Zeitschriften, Einsteckprodukten sowie Rubrikanzeigen, SMS und MMS ausgerichtet. Die nächste Version, mit der Anfang des Jahres 2004 gerechnet

wird, etabliert Standards für Werbung in Rundfunk-, Fernsehen- und anderen Medien. Hierzu zählen Banner- und Pop-up-Werbung, Rubrikanzeigen im Web, Werbung auf Anzeigetafeln sowie Außen- und Kinowerbung.

AdsML kann man sich als einen großen Umschlag vorstellen, der andere Umschläge aufnimmt. Diese sind Träger von Buchungsinformationen, kreativen Inhalten, Zahlungs- und Rechnungsinformationen. Ein „AdsML-Prozessor“ übernimmt die Informationen aus den jeweiligen Programmen und entscheidet, wohin und wie sie versandt werden. Die Datenpakete werden richtig adressiert und zur Übertragung an entsprechende Kommunikationssysteme weitergeleitet. Auf der Empfängerseite wird die Nachricht nach der Authentifizierung des Absenders „ausgepackt“ und zur Verarbeitung an das entsprechende Programm übermittelt.

Wie bei jedem elektronischen Informationsstandard handelt es sich bei AdsML 1.0 einfach um einen Satz von Dokumenten. Er wird erst konkreten Nutzen bringen, wenn die Systemanbieter und -integratoren Systeme bereit stellen, welche die AdsML-Architektur unterstützen. Die meisten Systemanbieter werden daher ihre Programme anpassen müssen, damit diese mit einem AdsML-Prozessor kommunizieren können, oder in einigen Fällen ihre Systeme um die vollständige Funktionalität eines AdsML-Prozessors erweitern müssen. Einige Anbieter haben angedeutet, dass sie auch einen Stand-alone-AdsML-Prozessor entwickeln könnten, sobald sich zeigt, dass der Markt dies verlangt.

Nach der Freigabe wird AdsML 1.0 nun eine sechsmonatige Phase durchlaufen, die der öffentlichen Kommentierung und Beurteilung dient. Während dieser Zeit ist sowohl auf dem europäischen als auch auf dem amerikanischen Kontinent mit Prototyp-Implementierungen bei Verlagen und Werbetreibenden zu rechnen. Diese frühen Installationen werden den konkreten Beweis für das Funktionieren der AdsML-Architektur liefern.

Weitere Informationen finden Sie auf der Website der AdsML-Initiative unter www.adsmml.org. <

AdVenture beteiligt sich an AdsML

Das AdsML-Konsortium und das AdVenture-Projekt, eine regionale Initiative von Media-Agenturen und Verlagen in den Niederlanden, haben im vergangenen Monat den Abschluss einer Vereinbarung über den Austausch von Informationen über Geschäftsprozess-Analysen angekündigt, welche die Anstrengungen beider Partner bei der Koordinierung der komplexen Anforderungen von Werbung in lokalen und globalen Märkten forcieren soll. Die beiden mit der Entwicklung von Standards befassten Partner werden sich hierbei darauf konzentrieren, ihre komplementären Standards einander anzupassen.

AdsML und AdVenture planen die Bündelung technischer und anderer Ressourcen mit dem Ziel der Rationalisierung von Geschäftsprozessen und der Vermeidung doppelter Anstrengungen.

AdsML verfolgt einen globalen, allumfassenden Ansatz und hat mit der Freigabe von AdsML 1.0 einen Mechanismus für den grenzüberschreitenden Austausch von Nachrichten über offene Kommunikationsschnittstellen entwickelt. AdsML 1.0 ist darauf abgestimmt, Probleme im Zusammenhang mit der Kommunikation zwischen einer potenziell unbegrenzten Zahl weltweit agierender Handelspartner zu lösen, die das Internet als Netzwerk nutzen. AdVenture beschränkt sich derzeit noch auf den Auftragserfüllungsprozess von Printmedien in den Niederlanden. Bei der ersten Implementierung wird AdVenture ein Online-Kommunikationsnetzwerk eines Drittanbieters einsetzen, das geschützt und nur den Teilnehmern zugänglich ist. (Die Teilnahme steht jedem in der Branche offen). In diesem Umfeld konzipierte AdVenture ein dynamisches Modell zur Auftragserfüllung und Vertragsverwaltung. AdVenture implementierte die erste Stufe seines Standards im Oktober und wurde dadurch zur weltweit ersten Organisation, die die Vorteile einer Standard-basierten Integration von Media-Agenturen und Verlagssystemen erfolgreich unter Beweis stellte.