

Interview: Holger Antz, Vorstandsvorsitzender Management Data Systems AG



# In die Zukunft gerichtet.

Die Management Data Media Systems AG entwickelt Software und Konzepte für Archivierung, Vernetzung und Datenmanagement bei Broadcastern. Seit wenigen Monaten ist das Unternehmen als IT-Generalunternehmer für Kirch New Media tätig. Holger Antz, Vorstandsvorsitzender bei Management Data, erläutert im Gespräch mit [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) die Perspektiven des Deals.

TEXT: C. GEBHARD, G. VOIGT-MÜLLER • BILDER: MANAGEMENT DATA MEDIA SYSTEMS AG

**K**önnen Sie einen kurzen Überblick der Milestones geben, die den Weg Ihres Unternehmens in den vergangenen Jahren kennzeichnen?

**Holger Antz:** Der größte Milestone in der Geschichte der Firma war sicher der Gang an die Börse im Juni 1999 sowie die Akquisition unseres ehemaligen Mitbewerbers, der jetzigen Division David in München. Auch dieses Jahr hatte viel zu bieten. Zunächst war da die Gründung unserer Tochter webantz GmbH, die äußerst erfolgreich gestartet ist. So hat sie ihr veranschlagtes Jahresziel von 6 Mio. Mark weit übertroffen. Auch unsere Niederlassung in den USA hat mit der Beauftragung durch die US-Regierung zur Digitalisierung von Radio Free Europe/Radio Liberty ihren ersten

Großauftrag an Land gezogen. Nicht zu vergessen unser Merger mit OmniBus Systems sowie unsere Umstrukturierung zum Medien-Systemhaus.

*? Die englische Firma Omnibus ist vor allem im Bereich der Automatisierungssysteme sehr gut vertreten. Wie beurteilen Sie diesen Merger rückblickend, konnten die erhofften Ziele schon erreicht werden?*



Holger Antz, Management Data Media Systems AG.

**Holger Antz:** Mit Omnibus hat eine hervorragende Ergänzung stattgefunden, weil sich Omnibus ausschließlich auf TV Studio-Automatisierung konzentriert. Wir dagegen sind sehr stark im Bereich des Workflows, der redaktionellen Arbeitsprozesse. Wenn wir dadurch einen Partner haben, der im Fernseh-Bereich eingeführt und akzeptiert ist, dann ist das eine optimale Ergänzung.

Wir befinden uns derzeit mitten in der Integration von Omnibus. In den USA sind wir gerade dabei, unsere

beiden Büros zusammen zu legen. Und im vertriebliche Bereich sind wir in mehreren deutsch- und englischsprachigen Projekten aktiv.

*? Sind weitere Akquisitionen geplant oder hat das Unternehmen nun eine Größe erreicht, mit der es für eine Weile operieren wird?*

**Holger Antz:** Weitere Akquisitionen sind kurzfristig nicht geplant. Wir wollen zunächst die Integration von David und Omnibus abschließen und konsolidieren. Wir werden nicht einfach Unternehmen akquirieren, um Umsatz zu generieren. Das ist und war nicht unser strategischer Ansatz. Unsere Strategie ist es, ein Medien-Systemhaus aufzubauen, das der Medienindustrie IT-Lösungen aus einer Hand anbietet, wie sie eine ARD-Anstalt, ein Kirch oder eine private Sendeanstalt von uns als Anbieter erwarten. Wenn wir zukünftig Unternehmen finden, die uns sinnvoll ergänzen, dann werden wir das in unsere strategischen Planungen mit einbeziehen.

*? Wie will sich das Unternehmen künftig weiterentwickeln, welche Schwerpunkte werden gesetzt?*

**Holger Antz:** Standardisierung und Internationalisierung ist für uns momentan die oberste Devise. Unsere Wachstumsstrategie besteht zunächst daraus, dass wir unsere Produkte standardisieren. Denn in der Vergangenheit war unser Geschäft dadurch geprägt, dass wir relativ große Projekte mit einem relativ großen Anteil an Individualisierung realisiert haben. Das werden wir auch künftig für die Key Accounts tun. Aber wenn wir uns eine Zielgruppenpyramide vorstellen, so besteht der Markt zu zwei Dritteln aus kleineren bis ganz kleinen oder mittleren Hörfunk- und Fernsehsendern. Und für diese Sender muss man Standardprodukte auf den Markt bringen. Momentan existieren etwa 25.000 Radio und TV-Sender weltweit. Soweit die offiziellen Zahlen. Unsere Recherchen haben ergeben, dass der Markt erheblich größer ist. Durch die Internet-Aktivitäten, sprich Interactive-TV

sowie Audio- und Video-on-Demand kommen weitere Potenziale hinzu. In den nächsten Jahren wird der Markt durch die Konvergenz der Medien erheblich anwachsen, deshalb wollen wir unsere Produkte für die mittleren und kleinen Sender standardisieren. Und die primär in Europa, den USA und Asien.

*? Zu den Dauerthemen der vergangenen Messen zählen Asset-Management und Vernetzung. Dieser Markt wirkt vergleichsweise unübersichtlich und wenig transparent. Wie schätzen Sie den Bereich ein und wie wird er sich in den kommenden Jahren Ihrer Meinung nach weiterentwickeln?*

**Holger Antz:** Wir können davon ausgehen, dass die Broadcaster innerhalb der nächsten fünf Jahre ein anderes Leistungsspektrum anbieten werden als heute. Sie werden signifikanten Umsatz mit Internet-Services machen, unabhängig davon, ob das jetzt Business TV Projekte sind wie Video-on-Demand oder Interactive-TV. Wir sehen und spüren die große Nachfrage nach Projekten wie Interactive-TV oder IP-Portalen, wie wir nun eines für Kirch New Media realisieren. Da gibt es viele Projekte und Vorhaben in den nächsten Jahren, in denen wir involviert sein werden. Dieser Bereich wird einen ganz großen Anteil an unserer Zukunftsstrategie haben und unseren »klassischen« Markt sehr verändern. Meiner Meinung nach wird sich der Markt durch die Multimedialität und das Internet stark wandeln.

*? IT-Technologien spielen bei Broadcastern zunehmend eine wichtige Rolle. Welche Herausforderungen müssen hier Anwender und Anbieter bestehen?*

**Holger Antz:** Sender verfügen über extrem viel Content, der zudem höchst speicher- und bandbreitenintensiv ist. Unsere Aufgabe als Anbieter muss es sein, Instrumente und Tools anzubieten, um diesen Content im Sinne von Content-Management-Systemen sinnvoll zu verwalten und das Handling der Contents entsprechend der bereichsbezogenen Workflows umzusetzen. Das Ergebnis sind datenbankgestützte Archivsysteme, die modular aufge-

© Nonkonform GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) kopiert.

baut sind und multimediale Daten speichern und zuspielden können. Dies haben wir zum Beispiel für das ARD-Hauptstadtstudio oder für den BR getan, um nur zwei Projekte zu nennen.

In Zukunft wird es multimediale Content-Management-Systeme geben müssen, die keine starre Trennung zwischen Bild, Audio und Video machen. Es muss also eine gemeinsame Plattform der Datenverwaltung geschaffen werden, die dann auch den unterschiedlichen Nutzern zur Verfügung stehen, damit sie die für sie relevanten Informationen abrufen und verwerten können. Die Herausforderung besteht in der technischen Umsetzung, aber hier haben Management Data und die dazugehörigen Unternehmen in den vergangenen Jahren genügend Erfahrung gesammelt.

*? Kirch New Media beauftragte die Hamburger Management Data AG als IT-Generalunternehmer für die geplante Entertainment-Plattform im Internet, deren Launch Anfang nächsten Jahres erfolgen soll. Können Sie diesen Auftrag und die Anforderungen des Projekts etwas detaillierter beschreiben?*

**Holger Antz:** Als IT-Generalunternehmer verantworten wir die technische Umsetzung und Realisierung des Projektes, das in seiner Form einzigartig auf dem deutschen, eventuell sogar auf dem europäischen Markt ist. Wir koordinieren eine Reihe von Subunternehmen, um diese Projekt in nur sechs Monaten »aus dem Boden zu stampfen«. Neben eigenen Komponenten von Kirch New Media werden Bausteine unserer Tochter webantz GmbH sowie Komponenten von Unternehmen wie Sun Microsystems, Bulldog, Storage Tek, Apple webobjects, Server:Internetwork und Maximedia Technologies verwendet. Wir sind begeistert, dass wir dieses Projekt realisieren dürfen, denn dieser Auftrag wird zu einem Meilenstein unseres Unternehmens und ist eine echte Herausforderung. Über die Medieninhalte des Portals haben wir mit unserem Auftraggeber Stillschweigen vereinbart.

*? Das Investitionsvolumen dieses Auftrags ist mit einer Gesamtsumme von rund 20 Millionen Mark recht hoch, was zeigt, dass die Kirch-Gruppe diesem Bereich ein gewisses Potenzial einräumt. Wie schätzen Sie den Markt des Internet Broadcasting ein? Über welche Zeiträume sprechen wir?*

**Holger Antz:** Wie bereits gesagt glaube ich, dass das Internet Broadcasting, Music-on-Demand, Video-on-Demand sowie Interactive-TV den Markt ganz erheblich beeinflussen werden. Die Investments der Broadcast-Industrie sind weltweit gesehen erheblich. Entscheidungen werden in vergleichbar kurzen Zeiträumen getroffen. Wenn man heute Wirtschaftszeitungen aufschlägt, liest man überall von diesem neuen Markt, den ich als eine New Economy der Medienbranche beschreiben würde. In den nächsten Jahren wird der Stellenwert dieses Marktes sehr viel größer sein als sich der klassische Markt dies möglicher Weise heute noch ausmalen kann. Gerade deshalb haben wir Anfang diesen Jahres unsere Unternehmensstrategie geändert und unser Start-Up webantz ins Leben gerufen. Eine Entscheidung, die sich schon heute für uns als richtig herausgestellt hat.

### Biografie Holger Antz

Der 46jährige Holger Antz arbeitete nach seiner Ausbildung zum praktischen Informatiker als Entwickler, Datenbankspezialist und Projektmanager bei diversen System- und Software-Häusern. Von 1982 bis 1985 war Holger Antz bei einem Hamburger Software-Haus zunächst als Prokurist, später als geschäftsführender Marketing- und Vertriebsleiter tätig.

1986 gründete Holger Antz die Management Data GmbH, bei der er nach der Umwandlung in eine AG nun als Vorstandsvorsitzender tätig ist und im Vorstand den Bereichen Finanzen/Organisation und Vertrieb verantwortet.

