

MEDIENWIRTSCHAFT

Internationaler Studiengang Medieninformatik | 2. Semester



Termine_Vorlesungsaufbau_Inhalte...

Vergabe von Referatsthemen:

1. 06.05.2013 → Die Buchpreisbindung – Geschichte, Hintergrund, eBooks? (Katrin Werner)
2. 13.05.2013 → Der Siegeszug der Blu-ray. (Til Magnus Balbach, Timmi Trinks)
3. 27.05.2013 → Der Rundfunkstaatsvertrag der BRD. (Moreno Gummich)
4. 03.06.2013 → Das Radio – analog, digital, software defined radio... (Sofia Kalaidopoulou)
5. 08.06.2013 → Die Entwicklung der mp3 und die Auswirkungen auf die Musikindustrie. (Tobias Scheck, Michél Neuman)
6. 10.06.2013 → Ouya, was? – Idee, Hintergrund, Crowdfunding (Felix Brix, Felix Bürger)
7. 10.06.2013 → Bedeutung der Kommunikation im 21. Jahrhundert. (Maximilian Behr, Stefan Nieke)
8. 17.06.2013 → Fairsearch und google – eine kontroverse Gemeinschaft...(Tu Le-Thanh, Maximilian Ehlers)

Dauer der Referate: 30- 45 Minuten (Handout für die Kommilitonen muss angefertigt werden).

Angebot an Sie: Verbesserung der Klausurnote um einen Notenpunkt.

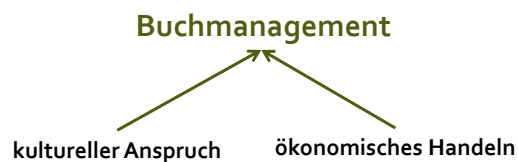


NEWSLETTER...

Buchmanagement

Bücher sind die ältesten Medien!

Bücher werden angesehen als das Medienprodukt mit dem höchsten kulturellen Anspruch!

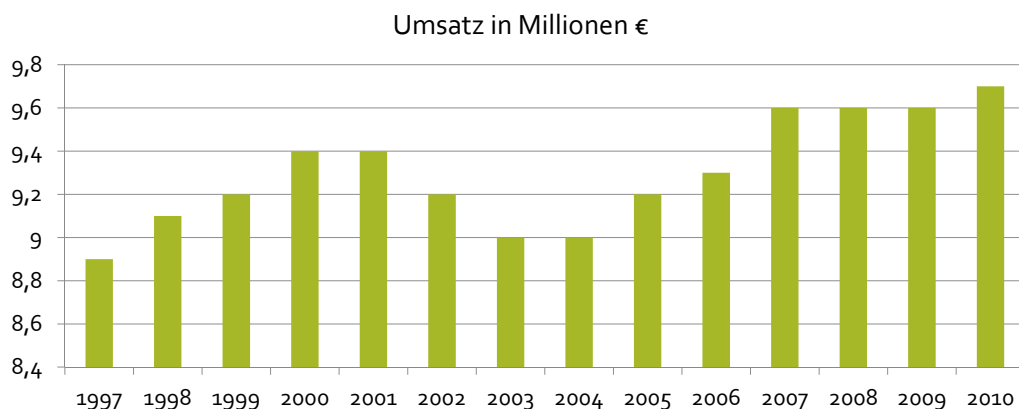


Buchmanagement

Marktstruktur _ Marktentwicklung

- Abgrenzung vom Zeitungsmarkt über *Periodizität* (aber nicht trennscharf möglich → Jahrbücher)
- Buchmarkt wächst kaum (Gesamtauflage deutscher Buchmarkt 2010 ca. 1 Milliarde Bücher), durchschnittliche Auflage einzelner Titel sinkt
- unter Berücksichtigung der Inflation = Stagnation (0,4% Steigerung zum Vorjahr)
- Umsatzvolumen 2010 → 9,7 Milliarden Euro

Umsatzentwicklung deutscher Buchverlage



Buchmanagement

Konzentration des deutschen Buchmarktes

- heterogener Markt – viele Wettbewerber (22.300 buchhändlerische Unternehmen, 2/3 davon Verlage) → KMUs
- geringe *publizistische* aber hohe *ökonomische* Konzentration (die 100 größten Verlage generieren 85% des Gesamtumsatzes)

Die zehn größten deutschen Buchverlage

Rang	Verlag	Umsatz 2010 (in Millionen €)
1	Springer Science + Business Media, Berlin	482
2	Klett-Gruppe, Stuttgart	465
3	Cornelsen Verlagsgruppe, Berlin	440
4	Random House, München	319
5	Westermann Verlagsgruppe, Braunschweig	258
6	Mair DuMont, Ostfildern	200
7	Haufe Gruppe, Freiburg	193
8	Wolters Kluwer Deutschland, Köln	192
9	Weka Holding, Kissing	163
10	C.H. Beck, München	138

Die fünf größten deutschsprachigen Buchhandlungen

Rang	Buchhandlung	Umsatz 2010 (in Millionen €)
1	Thalia Holding, Hagen	1002
2	DBH, München (Hugendubel, Weltbild, Wohlthat'sche)	731
3	Mayersche Buchhandlung, Aachen	175
4	Schweitzer Fachinformation, München	165
5	Orell Füssli, Zürich	90

* Branche des Buchhandels insg. mittelständisch geprägt

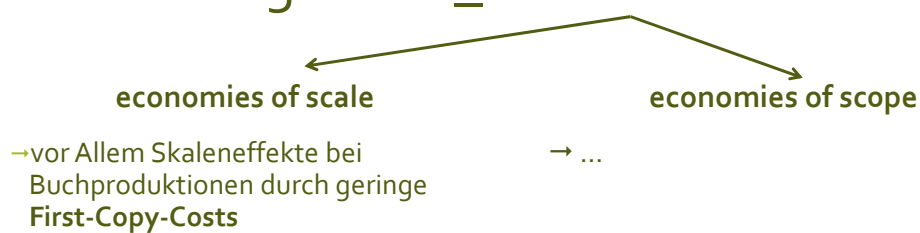
* zwei Tendenzen erkennbar:

→ Entstehung großer Buchhandelsketten

→ Entwicklung des Online-Buchhandels*

(2010: 1,35 Milliarden € Umsatz = 13,8% des Gesamtumsatzes)

Buchmanagement_Markteintrittsbarrieren



Buchmanagement_Markteintrittsbarrieren

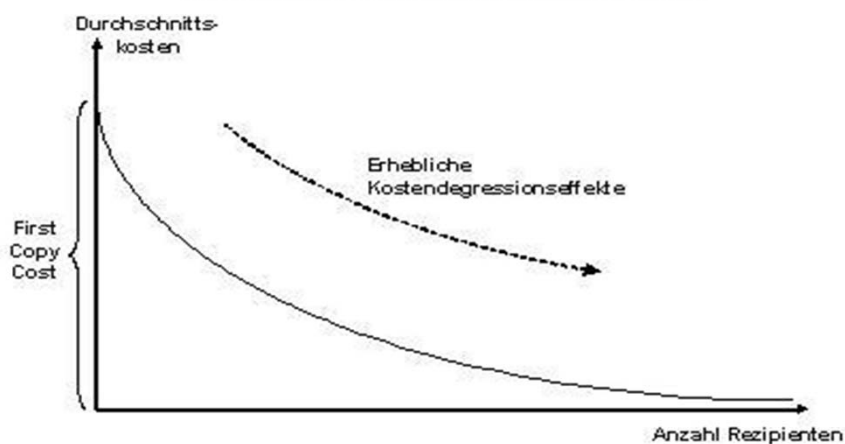
Exkurs → First Copy Costs

- Produktionskostenstruktur von Medienprodukten durch einen hohen Fixkostenanteil gekennzeichnet (Personal, Infrastruktur, Beschaffung der Inhalte)
- Stichwort: Stückkostendegression!
- notwendig zur Bereitstellung einer **Urkopie** des Medienproduktes
- unabhängig von der Anzahl der Mediennutzer
- FCC führen zu hohem finanziellen Risiko da sie i.d.R. *Sunk Cost* darstellen (Kosten, die bei Misserfolg nicht wieder rückgängig gemacht werden können)

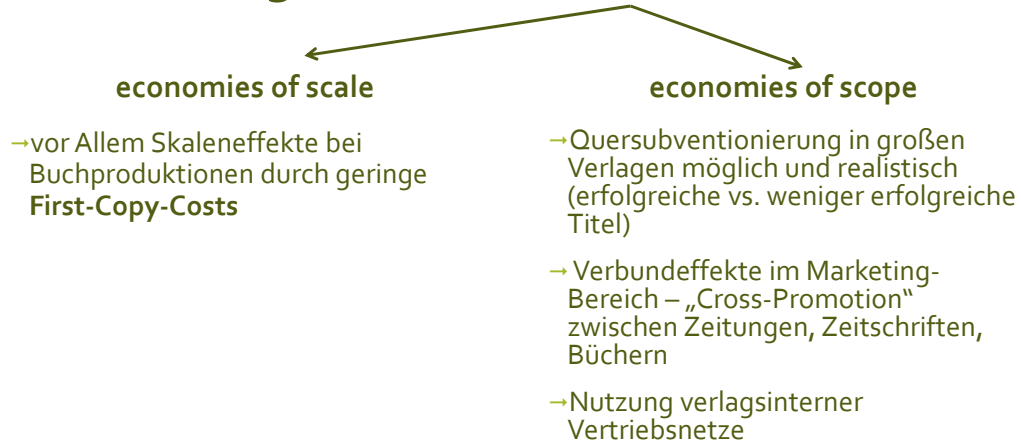
Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: First-Copy-Cost-Effekt, online im Internet:
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/569869/first-copy-cost-effekt-v3.html>

Buchmanagement_Markteintrittsbarrieren

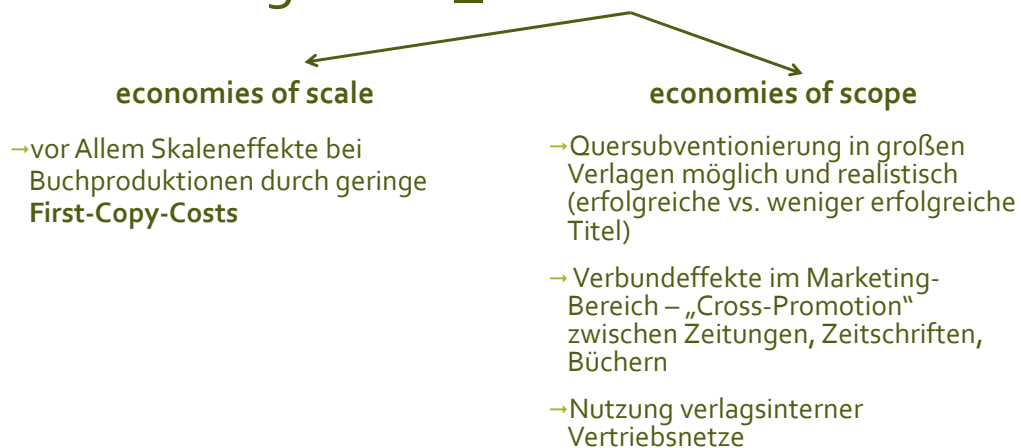
First Copy Costs und Economies of Scale



Buchmanagement_Markteintrittsbarrieren



Buchmanagement_Markteintrittsbarrieren



Insgesamt Markteintrittsbarrieren im Vergleich gering ausgeprägt! ➡

Buchmanagement_Markteintrittsbarrieren

➔ Schaffung strategischer Markteintrittsbarrieren:

- Sicherung der Vertriebswege
- Belegung von Handelsflächen / Gewinnung des Handels (Einsatz von bis zu 60% des Umsatzes)
- Stichwort VLB (Verzeichnis lieferbarer Bücher)
- + + + Bindung erfolgreicher Autoren (Netzwerke) → erkennbare Internationalisierung

technologisches und regulatives Umfeld

Herausforderungen

- 1.) - Buchpreisbindung (siehe Handout – Referat)
- reduzierter MwSt.-Satz; 7%
- 2.) zunehmende Digitalisierung (ähnlich wie Zeitungsmanagement)
 - **Print On Demand** (Einzelbestellungen)
 - kleine Auflagen sind möglich
 - keine Lagerkosten
 - keine Vernichtungskosten für nicht verkaufte Exemplare
 - **Verzicht auf Druckplatten** (auch Elektronik Publishing = Verlagerung des Druckes auf den Leser)
 - **Manuskripte können digital zw. Autor und Verlag übertragen werden**

Senkung der
Fixkosten!

Mediennutzungsverhalten der Leser

- größte Nutzergruppe → Leser im Alter von 14-19 Jahren (23,9% sagen hier, dass sie täglich ein Buch lesen!)
- Bücher werden zunehmend nicht mehr vollständig sondern auszugsweise gelesen (Nutzergruppe: „30-jährige Weiterbildungsleser“, Sach- und Fachbücher)
- Trends:
„**Lese-Zapping**“ Konsequenz → partielle, oberflächliche Rezeption der Inhalte (sinkenden Nutzungszeit und steigende Anzahl der gelesenen Bücher)

Die Buchpreisbindung_PRO

→ wichtiges Instrument zur Sicherung von Qualität und Vielfalt

Begründung:

Sollte der Markt alleine die Gesetze regulieren, würden Verlage nur Bestseller verlegen - hochwertige Nischenliteratur hingegen allenfalls zu hohen Preisen anbieten.

Es besteht ein starker Widerspruch zwischen ökonomischem und publizistischem Wettbewerb, da gerade die Bücher mit hohen Auflagen nicht auf kulturelle Vielfalt sondern auf einen gewinnsteigernden Massengeschmack abzielen.

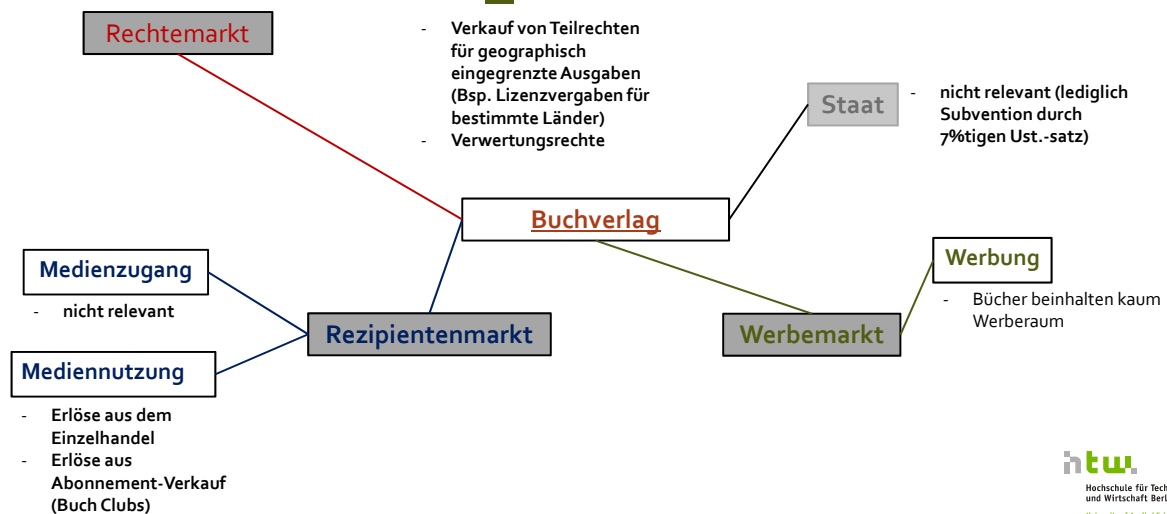
Die Buchpreisbindung_CONTRA

→ Ein Buch ist lediglich ein Wirtschaftsgut. Die Buchpreisbindung stellt somit eine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung dar.

Begründung:

Die Buchpreisbindung ermöglicht die Quersubventionierung wenig nachgefragter Titel durch nachfragestarke Bücher, bei denen aufgrund der geringen Preiselastizität höhere Preise durchsetzbar sind.

Geschäftsmodell_Erlösmodell



Erlösmodell_Ergänzungen/Stichworte

Rezipientenmarkt (Buchclubgeschäft)

- Geschäft/Abonnement tritt erst dann ein, wenn nach einer bestimmten vertraglich vereinbarten Zeit keine Transaktion vom Kunden initiiert wird → es folgt „Zwangstransaktion“ durch Verlage
- Kosten = produktabhängig (Wahl liegt beim Verlag)

Rechtemarkt (geographisch eingegrenzte Buchausgaben/Film)

- 2010; Vergabe von 8.191 Lizenzen an ausländische Verlage (Taschenbücher)
- Filmrecht/Manuskripte für Film, TV, Video/DVD, Zeitschriften, Merchandising
(Bsp.: „Das Parfum“ – die Constantin Film AG zahlte im April 2003 zehn Millionen Euro)
(Bsp.: „Harry Potter“ – Warner Brothers kaufte 1998 sämtliche Merchandising-Rechte von der Autorin J.K. Rowling. Erlösgenerierung durch Weitergabe von Sublizenzen; im Nov. 2001 waren bereits 300 Sublizenzen verkauft → 100 Millionen US\$ Einnahmen)

Fallbeispiel Knopf Doubleday Publishing

- jetziger Name und Firmierung entstand 2009 durch Fusion der Verlagshäuser **Knopf Publishing Group** und **Doubleday Publishing Group**

Knopf Publishing Group

= Traditionshaus, gegr. 1925 v. Alfred A. Knopf, 1960 von Random House erworben (weltweit größter Buchverlag) → seit 1998 gehört Random House zu dem deutschen Medienkonzern Bertelsmann.

Doubleday Publishing Group

= gegr. 1897 von Frank Nelson Doubleday → 1986 an die Bertelsmann AG verkauft, transformierte 1998 zu einer eigenen Sparte von Random House

Knopf Doubleday Publishing:

stellt heute einer der fünf amerikanischen Divisionen von Random House dar

Knopf Doubleday Publishing

= 1/5 Division von Random House, der größten weltweit agierenden Buchverlagsgruppe (1,7 Milliarden € Umsatz)

_setzt sich zusammen aus **19** verschiedenen internationale operierenden **Verlagsgesellschaften**

_Standorte: Argentinien, Australien, Deutschland, Südafrika, Indien



globale Vernetzung ermöglicht Buchverkäufe
in nahezu allen Ländern der Welt!

Knopf Doubleday Publishing

Wettbewerbsvorteile

_8 **verschiedene Verlage** gehören zusammen

_alle vereinen diverse **Exklusivverträge** mit anerkannten Autoren
(Markteintrittsbarriere!)

_breites **Portfolio** unter den 8 Verlagen (Sach-, Roman-, fiktionale
Literatur, auch preiswerte Bücher für Studenten vs. Weltklasse-
Literatur, Kinderbücher, Gedichte, Neuauflagen von alten
Standardwerken sowie **Spezialisierung auf Übersetzungen!**)

_Strategie: zeitlich gestaffelte Veröffentlichung von Hard- und
Softcover-Bänden sowie E-Books (→**Versioning! Konsumentenrente**)

Knopf Doubleday Publishing

Kernkompetenzen

- _feste langfristige Autorenbindung (vereint die meisten Literatur-Nobelpreisträger und Pulitzer-Preisträger in sich)
- _ Autoren als Dachmarke
- _ Handels- und Rezipientenkommunikation (Einbindung sozialer Netzwerke; Bspl. Millenium Trilogie/Stieg Larson → Foto-Contest mit Nachbildung der Hauptfiguren auf der Plattform Flickr. Ziel: Kundenbindung, Aufmerksamkeit im Netz)



Erfolg des Unternehmens: optimale Verknüpfung von modernen Informations- und Kommunikationsmedien mit klassischem Buchmarketing

potentielle Klausurfragen

1. Charakterisieren Sie den deutschen Buchmarkt mit eigenen Worten. Welchen Neuentwicklungen und Tendenzen sieht sich dieser gegenüber?
2. Sie möchten mit drei Ihrer Kommilitonen einen Buchverlag aufbauen. Mit welchen Markteintrittsbarrieren müssen Sie sich auseinander setzen? Welche staatlichen Regularien unterstützen Sie gesamtwirtschaftlich in Ihrem Vorhaben?
3. Beschreiben Sie zwei klassische Erlösmodelle des Buchverlagswesens? Welche Märkte werden damit in Anspruch genommen?

