

MEDIENWIRTSCHAFT

Internationaler Studiengang Medieninformatik | 2. Semester



Termine_Vorlesungsaufbau_Inhalte...

Vorlesung:

montags 9.45 – 13.00 Uhr (inkl. kurze Pause 11.15 – 11.30 Uhr)

20.05. & 24.06.2013

KEINE VORLESUNG!!!

17.06.2013

Prüfungsvorbereitung

15.07.2013

1. Prüfungstermin (9.45 – 11.15 Uhr; WH C 349)

30.09.2013

2. Prüfungstermin (9.45 – 11.15 Uhr; WH C 349)



Termine_Vorlesungsaufbau_Inhalte...



Medienakteure
Märkte
aktuelles Zeitgeschehen/ Trends
Definitionen
Referate
Fallbeispiele
Diskussionsansätze
Wertschöpfung in Medienunternehmen

Termine_Vorlesungsaufbau_Inhalte...

8.04.2013	Medienforschung, Wertschöpfung, Märkte, Begriffe, Einstieg und Grundlagen
15.04.2012	Aufgaben des Medien- und Internetmanagements.
22.04.2013	Zeitungs- und Zeitschriftenmanagement, Fallbeispiel <i>Craigslist</i>
29.04.2013	Buchmanagement; Fallbeispiel <i>Knopf Doubleday Publishing</i>
06.05.2013	Filmmanagement; Fallbeispiel <i>Fox Filmed Entertainment – Avatar</i>
13.05.2013	TV-Management; Fallbeispiel <i>ARD Mediathek</i>
27. 05 .2013	Radiomanagement; Fallbeispiel <i>last.fm</i>
03.06.2013	Musikmanagement; Fallbeispiel <i>iTunes</i>
10.06.2013	Video- und Computerspielmanagement; Fallbeispiel <i>Wii</i>
17.06.2013	Internetmanagement; Fallbeispiel <i>Google & Krautreporter.de</i>
??.??.????	Integrierte Medienverbundunternehmen und Crossmedia , Prüfungsvorbereitung

Termine_Vorlesungsaufbau_Inhalte...

Vergabe von Referatsthemen:

1. 22.04.2013 → Craigslist; Wer, was, warum (Fallbeispiel aus dem Zeitungsmanagement)
2. 29.04.2013 → Die Buchpreisbindung – Geschichte, Hintergrund, eBooks?. (Katrin Werner)
3. 06.05.2013 → Der Siegeszug der Blu-ray. (Til Magnus Balbach, Timmi Trinks)
4. 13.05.2013 → Der Rundfunkstaatsvertrag der BRD. (Moreno Gummich)
5. 27.05.2013 → Das Radio – analog, digital, software defined radio... (Sofia Kalaidopoulou)
6. 03.06.2013 → Die Entwicklung der mp3 und die Auswirkungen auf die Musikindustrie. (Tobias Scheck, Michél Neuman)
7. 10.06.2013 → Ouya, was? – Idee, Hintergrund, Crowdfunding (Felix Brix, Felix Bürger)
8. 10.06.2013 → Bedeutung der Kommunikation im 21. Jahrhundert. (Maximilian Behr, Stefan Nieke)
9. ... (weitere Vorschläge Ihrerseits sind willkommen um die Vorlesung zu bereichern ;o)

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

Angebot an Sie: Verbesserung der Klausurnote um einen Notenpunkt.



Nomen est omen...

*Plautus (250 – 184 v. Chr.)

Nennen Sie doch mal:

...ihr letztes gelesenes Buch (eBook oder gebundene Ausgabe?)

...den zuletzt gesehenen Film (Kino, TV, online)

...das zuletzt gekaufte Musikalbum (online?, im Laden?, als MP3? CD?...)

...Lesen Sie regelmäßig (eine) Zeitung? (online?, in Papierform?)

...Schauen Sie überhaupt noch fern?

...Spielen Sie Computergames?

...Wie nutzen Sie das Internet?

...Hören Sie Radio?

(max. 3 Nennungen)



MEDIENWIRTSCHAFT

Internationaler Studiengang Medieninformatik | 2. Semester

NEWSLETTER...

Begriffsklärung „Medien – Medium“

Medium (lat.) :

Mitte, Mittel, etwas Vermittelndes

u.a. medienökonomische Verwendung:

Ein Medium ist ein technisches Mittel/Instrument, welches der Verbreitung von Aussagen (mittels Bild, Schrift und Ton) dient.

Man unterscheidet **vier** Medienarten...

Begriffsklärung „Medien – Medium“

Man unterscheidet Medien anhand ihrer technisch induzierten Sende- und Empfangsqualitäten!

Primäre Medien: Menschmedien; Medien des menschlichen Elementar-
kontaktes, z. Bspl. Sprache (ohne jeglichen Technikeinsatz)

Sekundäre Medien: Schreib- und Druckmedien; Einsatz von Technik auf der
Produktionsseite, z.Bspl. Bücher, Zeitschriften usw.
(Stichwort: Asynchronität)

Begriffsklärung „Medien – Medium“

Man unterscheidet Medien anhand ihrer technisch induzierten Sende- und Empfangsqualitäten!

Tertiäre Medien: elektronische/analoge Medien; erfordern auf beiden Seiten elektronische Apparaturen z. Bspl. Fernseher, Radio.

Quartärmedien: digitale Medien (computerbasierte und computerverstärkte Medienbereiche); haben zunehmende Auflösung der Bedeutung räumlicher und zeitlicher Abstände zur Folge;
(→ Internet)

Gehrke, Jens; Großmann, Stefan (2.5.2008): Medien/Systematisierung von Medien nach Technikeinsatz. In: MedienKulturWiki. Verfügbar über:
<http://www.leuphana.de/medienkulturwiki/medienkulturwiki/index.php?oldid=424> [03.04.2013].

Begriffsklärung „Medien – Medium“

Definition Medien (nach Burkart) :

„Medien sind Kommunikationsmittel, die durch technische Vervielfältigung und Verbreitung mittels Schrift, Bild oder Ton Inhalte an eine unbestimmte (weder eindeutig festgelegte, noch quantitativ begrenzte) Zahl von Menschen vermitteln und somit öffentlich an ein anonymes räumlich verstreutes Publikum weitergeben.“

Medienmanagement_forschungstheoretischer Ansatz

Medienmanagement ist eine sehr junge Wissenschaft.

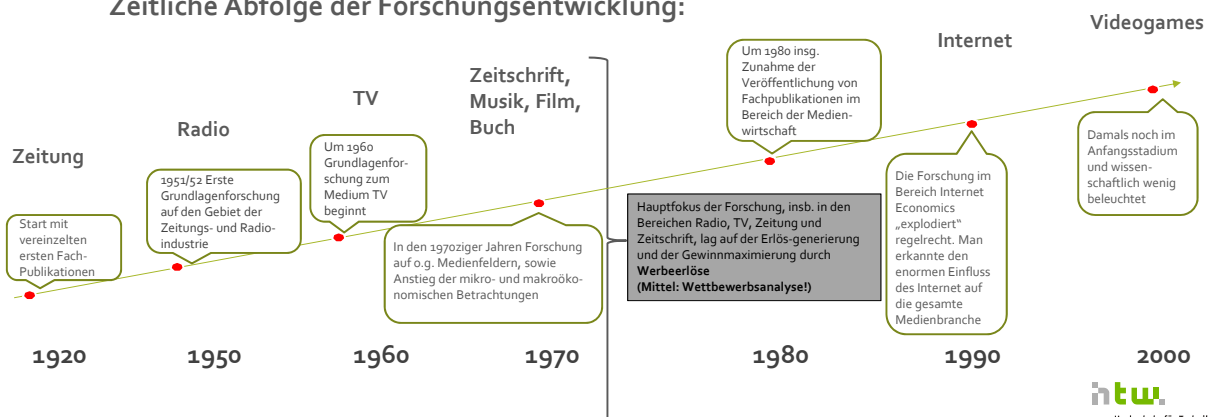
- erste Forschungsansätze und wissenschaftlichen Betrachtungen seit den **1920**ziger Jahren
- wirkliche Grundlagenforschung erst ab 1950 (durch Ray „Wettbewerb der Zeitungsindustrie“)

Ziel der Forschungen:

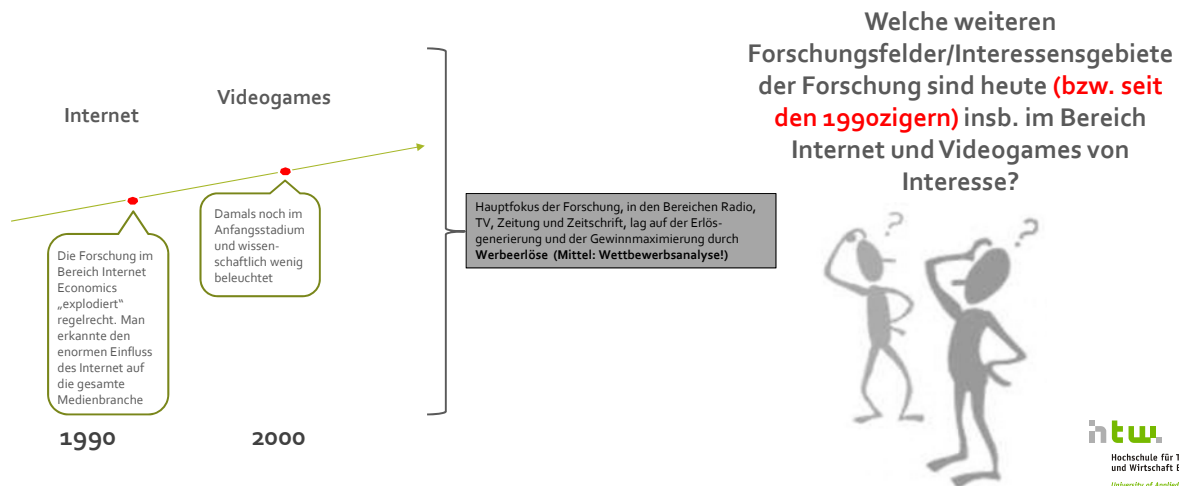
- Erlösgenerierung durch Werbeerlöse,
- Gewinnmaximierung

Medienmanagement_forschungstheoretischer Ansatz

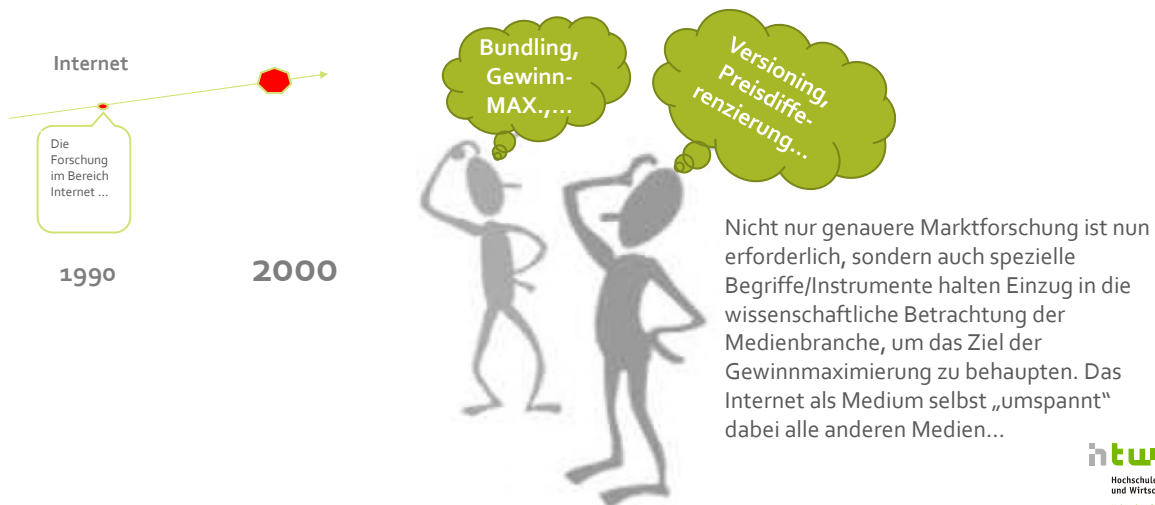
Zeitliche Abfolge der Forschungsentwicklung:



Medienmanagement_forschungstheoretischer Ansatz



Medienmanagement_forschungstheoretischer Ansatz



Medienmanagement_forschungstheoretischer Ansatz



- I.) **Preisdifferenzierung** :
systematische Spaltung an sich einheitlicher Preise zur Abschöpfung unterschiedlicher Kundengruppen (Bspl.: ???)
- I.1.) **Bundling**: = Preisbündelung
spezielle Ausprägungsform der Preisdifferenzierung, bei der mehrere Teilleistungen zu einem Angebotspaket zusammengefasst und zu einem Gesamtpreis angeboten werden. (Bspl. ???)
Folge: kein Preisvergleich unter Wettbewerbern oder einzelnen Produkten mehr möglich → **Marktinttransparenz**.

Instrumente der Preispolitik → Marketing!

Medienmanagement_forschungstheoretischer Ansatz



- II.1) **Versioning**:
→ Inhalte werden zur gleichen Zeit in unterschiedlichen Varianten auf unterschiedlichen Kanälen dargestellt.
- II.2) **Windowing**:
→ Inhalten werden unverändert, zeitlich aufeinander folgend in unterschiedlichen Kanälen dargestellt.

Instrument der Produktpolitik → Marketing!

Wie lauten die noch nicht genannten Marketinginstrumente?...

Die Akteure der Medienbranche

Bücher

Zeitungen

Radio

TV

Zeitschriften

Die vier ältesten Forschungsgebiete sowie
ältesten Akteure der Medienbranche!
→ Forschungsinteresse nimmt stetig ab *

Film

Musik

Internet

Videogames

Sie bilden den heutigen Schwerpunkt der Media-
Economics – Forschung *. Der Einfluss des Internets hat
sich auf die Film- sowie Musik-Industrie am meisten
bemerkbar gemacht. Es veränderte sämtliche
Wertschöpfungsstrukturen...

*gemessen an der Anzahl der veröffentlichten Fachpublikationen/Jahr zum jeweiligen Thema mit
Forschungshintergrund.

Wertschöpfung in Medienunternehmen

Was ist ein Medienunternehmen?

- es widmet sich der Erstellung und des Absatzes von Medien
- die Merkmale selbst liegen in den Wertschöpfungsaktivitäten, soll heißen...

man spezifiziert:

- a.) **Erstellung** eigener oder Bündelung fremderstellter redaktioneller Inhalte.
- b.) **Transformation** dessen auf speicherfähige Trägermedien,
- c.) sowie direkte oder indirekte **Distribution** dieser Inhalte.

(UND-Prinzip!)

Wertschöpfung in Medienunternehmen

Wertschöpfung nach Michael Porter (1986; Frankfurt a.M.)

Wertschöpfungsaktivitäten werden hier eingegrenzt auf:

- **physisch und technologisch unterscheidbare Aktivitäten** im Unternehmen,
- die als Bausteine eines für den Abnehmer/Kunden **nutzenstiftenden Produktes** betrachtet werden können...

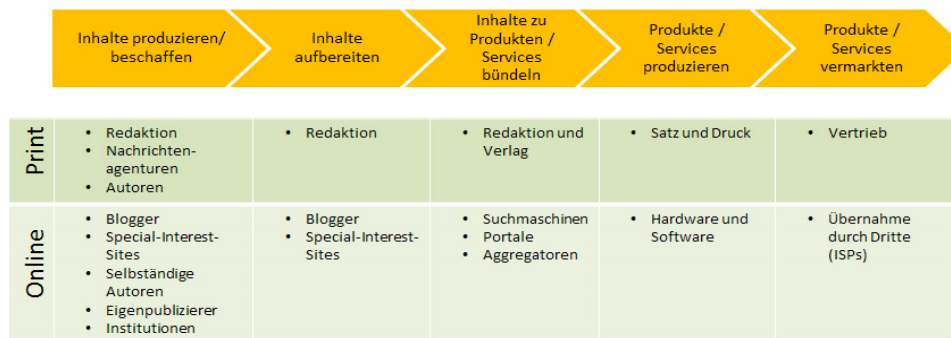
Wertschöpfung in Medienunternehmen

Die Wertschöpfungskette nach M. Porter



© 2008 Personalmanagement Riemann

Wertschöpfungskette Zeitungsverlage



<http://www.fructus-gmbh.de/wp-content/uploads/2010/06/Diagramm-CK.jpg>, 07.04.2013, 0:37 Uhr

Wertschöpfung in Medienunternehmen

Core Assets & Kernkompetenzen...

...sind wichtig für den langfristigen Erfolg eines Medienunternehmens

Core Assets (Kernstück; Kernbesitz):

- sind diejenigen **materiellen und immateriellen Vermögensgegenstände**, die eine zentrale Rolle bei der Leistungserstellung und –vermarktung spielen. (Bspl. Unternehmensmarke, Reichweite...)

→ **Kernkompetenzen** komplettieren die Core Assets;
sie bezeichnen die Kombinations-Fähigkeiten eines Unternehmens, seine Assets und Core Assets so zu kombinieren, dass ein Kundennutzen entsteht

Core Assets + Kernkompetenzen → Kundennutzen

Wertschöpfung in Medienunternehmen

Core Assets & Kernkompetenzen...

...sind wichtig für den langfristigen Erfolg eines Medienunternehmens.

Merkmale von Core Assets:

- Werthaltigkeit,
- Seltenheit,
- eingeschränkte Imitier- und Substituierbarkeit

Wertschöpfung in Medienunternehmen

Core Assets & Kernkompetenzen...

- 1.) Ein Unternehmen muss sich seiner Core Assets und Kernkompetenzen sehr bewusst sein!
- 2.) Sie schaffen den entscheidenden **Wettbewerbsvorteil**.
- 3.) Ein **strategisches Management dieser Ressourcen** ist erforderlich, um überdurchschnittliche Kapitalrenditen zu erzielen.

...mögliche Klausurfragen

- 1.) Ab wann fanden Medien erstmals wissenschaftliche Berücksichtigung? Auf welches Medium stieß als erstes das wissenschaftliche Interesse?
- 2.) Wie viele Medienarten werden unterschieden? Nennen und erläutern sie diese anhand je eines Beispiels.
- 3.) Warum ist das *Druckhaus Spandau* kein Medienunternehmen per Definition? Erläutern Sie Ihre Antwort anhand der Merkmale eines Medienunternehmens.
- 4.) Erklären Sie folgende Begriffe, deren Ziel und Folgen. Nennen Sie je ein Beispiel.
 - Preisdifferenzierung
 - Bundling
 - Versioning
 - Windowing
- 5.) Sie gründen ein kleines Medienunternehmen in Berlin. Skizzieren Sie dessen Wertschöpfungskette. Legen Sie dabei im Vorfeld Ihre Kernkompetenzen fest und gehen bei der Beschreibung auf die Begrifflichkeiten Core Assets und Kernkompetenz ein.