

3. Medienprodukte: Theorie und Praxis

3.2 Medienprodukte in der Praxis

Medienprodukte in der Empirie: 7 Thesen

1. Es gibt nicht *die* Medien – Vielfalt an Produktarten (und Geschäftsmodellen) nimmt zu.

Beispiele für die Vielfalt von TV-Werbung und Verlagsprodukten sind auf Herrn Kühnles Folien.

2. Versioning: Mehrfachverwertbarkeit ermöglicht vielfältige Formen der Produktdifferenzierung.

Versioning = das Angebot eines Medienproduktes in unterschiedlichen Versionen.

Bsp.: Windows 7 gibt es als Home Premium, Professional oder Ultimate. Sie unterscheiden sich im Umfang ihrer Funktionen und damit auch im Preis.

Der Konsument kann auf diese Weise sein spezifisches Produkt auswählen, welches für ihn individuell den größten Mehrwert verspricht.

3. Lebenszyklus von Medienprodukten ist mit Verwertungsfenstern verlängerbar (Windowing).

Bsp.: Film

- Produktion
- Kinoverwertung
- Pay-TV-Verwertung
- DVD-Verwertung
- Free-TV Verwertung

→ zeitlich gestaffelt

Bsp.: TV-Format DSDS

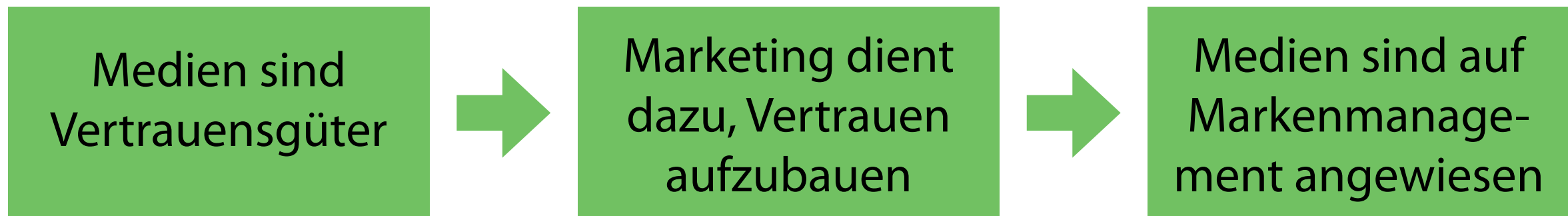
- TV-Show
- Onlineauftritt
- Printmagazin
- Musik CD
- Merchandising
- usw.

→ zeitlich und medial gestaffelt

4. Crossmedia-Effekte: Medienkanäle beeinflussen sich gegenseitig.

Bsp.: Mit dem Erscheinen eines Films, der auf der Geschichte eines Buches basiert, können die Verkaufszahlen des Buches stark ansteigen.

5. In einer größeren Medienwelt nimmt die Bedeutung von Medienmarken zur Orientierung zu.



➔ Markenaufbau in der Online-Welt als Herausforderung

Warum?

Die Auswahl ist riesengroß. Konsument ist eigenständiger und informierter, dadurch aber auch kritischer und selektiver.

6. Vernetzte, digitalisierte Medienwelt lässt neue „Ökosysteme“ und Medienprodukte entstehen.

Beispiel e-Books:

- Peripherie/Hardware (von amazon)
- Software / Applications (von texttunes)
- Ausleihe (von deepdyve)
- Self-Publishing / Open Access (von epubli)
- Empfehlung (von lovelybooks)

7. Die wahren Helden der neuen Medienwelt sind Wissenschaftsmedien!

Wissenschaftsverlage erzielen den größten Anteil der Erlöse bei den digitalen Medien.