



VERLAGSGRUPPE
GEORG VON HOLTZBRINCK
GMBH

VERÄNDERTE DAS INTERNET DAS VERLAGSGESCHÄFT?

Michael Grabner

**Stellv. Vorsitzender
der Geschäftsführung**

München, 21. September 2001

WIE GEHT ES DEN MEDIENUNTERNEHMEN IN DER NEW ECONOMY?

New York Times Digital baut 60 mehr als Stellen ab

News Corp. Digital Media baut zumindest 200 Arbeitsplätze ab

Disney schließt Go.com – Wegfall von 400 Arbeitsplätzen

Kirch verschiebt - Portale - Viele dot.coms gibt es nicht mehr...

10.9.2001

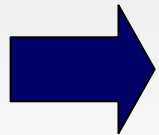
- **DAX: 4.731 Pkte. (Lifehigh 03/2000: 8.136 Pkte.)**
- **Nasdaq: 1.688 Pkte. (Lifehigh 03/2000: 5.132 Pkte.)**
- **Nemax: 975 Pkte. (Lifehigh 03/2000: 8.546 Pkte.)**

Danke der Nachfrage!

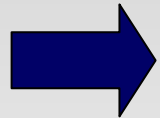
**WAS HAT SICH TROTZ DES „ZUSAMMENBRUCHS“
DER NEW ECONOMY NICHT VERÄNDERT:**



Warum ist das Internet so „schnell“ hinsichtlich Marktanteil, Akzeptanz, Penetration, Nutzungsgrad etc. erfolgreich?



**Erstmals in der Mediengeschichte vereint ein Medium (Internet) alle Vorteile der alten Medien:
Text + Ton + Bild + Bewegungsbild + Recherche + Archiv
Zusätzlich: Interaktion und Transaktion**

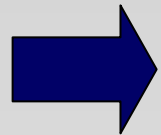


Die (drei) „medienhistorischen Fehler“ werden immer wieder begangen.

Wir müssen sie mit ganzer Kraft vermeiden.

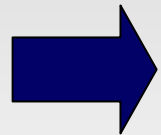
Medienwandel

Hypothese II: Die „medienhistorischen“ Fehler werden immer wieder begangen



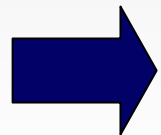
„Inhaltsfehler“

Neue Medien werden mit Konzepten und Inhalten der jeweils alten Medien realisiert - z.B. Tageszeitung ins TV/Radio/Internet stellen.



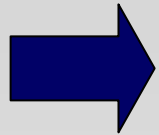
„Medienökonomischer Fehler“

Neue Medien werden mit medienwirtschaftlichen Modellen der alten Medien entwickelt, bewertet und realisiert.



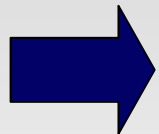
„Umsetzungsfehler“

Jede neue Medienkategorie hat schnellere Umsetzungs- und Penetrationsgeschwindigkeit. Die jeweils „ältere“ Medienkategorie ist zu langsam!



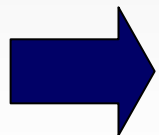
Veränderte Inhalte

Internet-gerecht, qualitativ hochwertig, aufbereitet in neuer Form, die Mehrfachnutzung zuläßt, Community-Integration.



Neue medienwirtschaftliche Modelle

Mittelfristige Rentabilität, Cash Flow und Finanzbedarf sind wieder wichtige Eckpfeiler

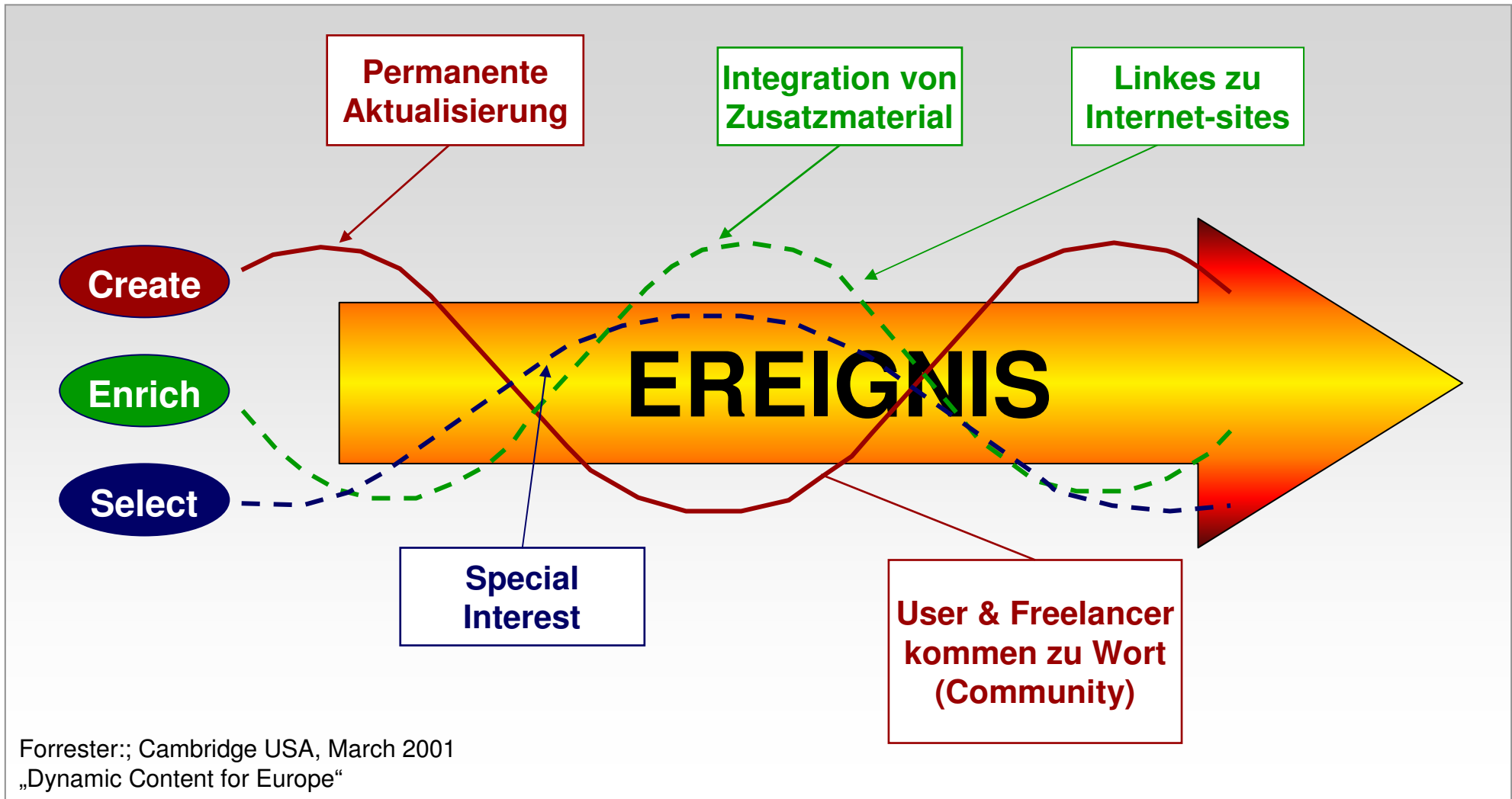


Neues Umfeld & Geschwindigkeit

Die neue „Denke“ ist nur in neuer Umgebung zu realisieren!

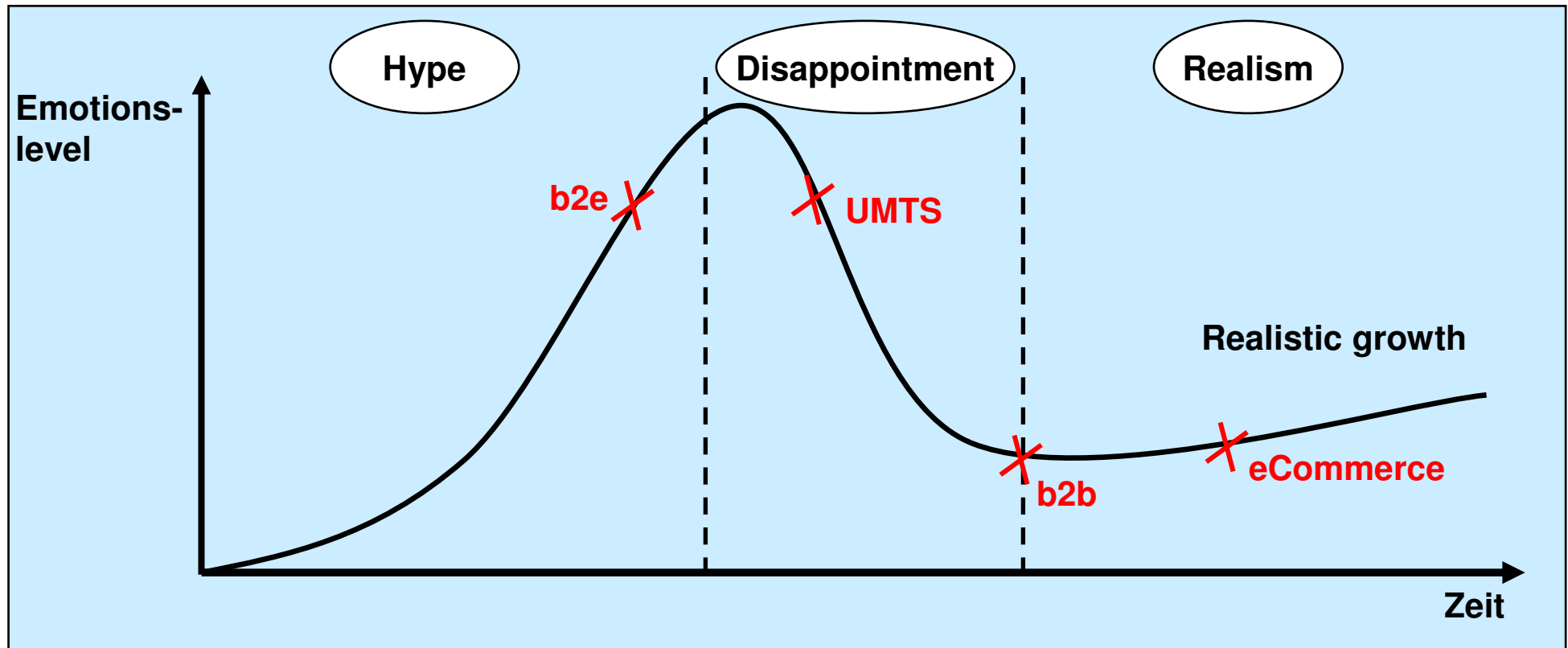
Strategie

Online verlangt neue redaktionelle Abläufe



BESTANDSAUFNAHME: DIE INTERNETMODEN (II)

Die einzelnen Phasen der Wellen



Überreaktionen betreffen auch die kaufmännischen Bewertungsstandards:
Traffic → Marktanteil → Umsatz → Betriebsergebnis → Breakeven nach 9 Monaten

WIE KONNTE HOLTZBRINCK IN DIESEM UMFELD INTERNETGESCHÄFTE AUFBAUEN?

Die Grundvoraussetzung: Permanente Überprüfung von Entwicklungsthesen

1999-2000

- New Economy braucht neue Geschäftsmodelle z.B.: holtzbrinck networXs
- Organisatorische Trennung vom Stammgeschäft für schnelles Wachstum
- Börse als Kapitalgeber (Jobline International, caatoosee, ...)

2. Hälfte
2000

- Typische Strukturen der Internetgesellschaft ("Partnermodelle")
Steuerung in reiferem Stadium schwierig
→ Kooperationen und Eigengründungen
- Finanzierung: Hereinnahme von Finanzinvestoren (networXs: LBBW)

Anfang
2001

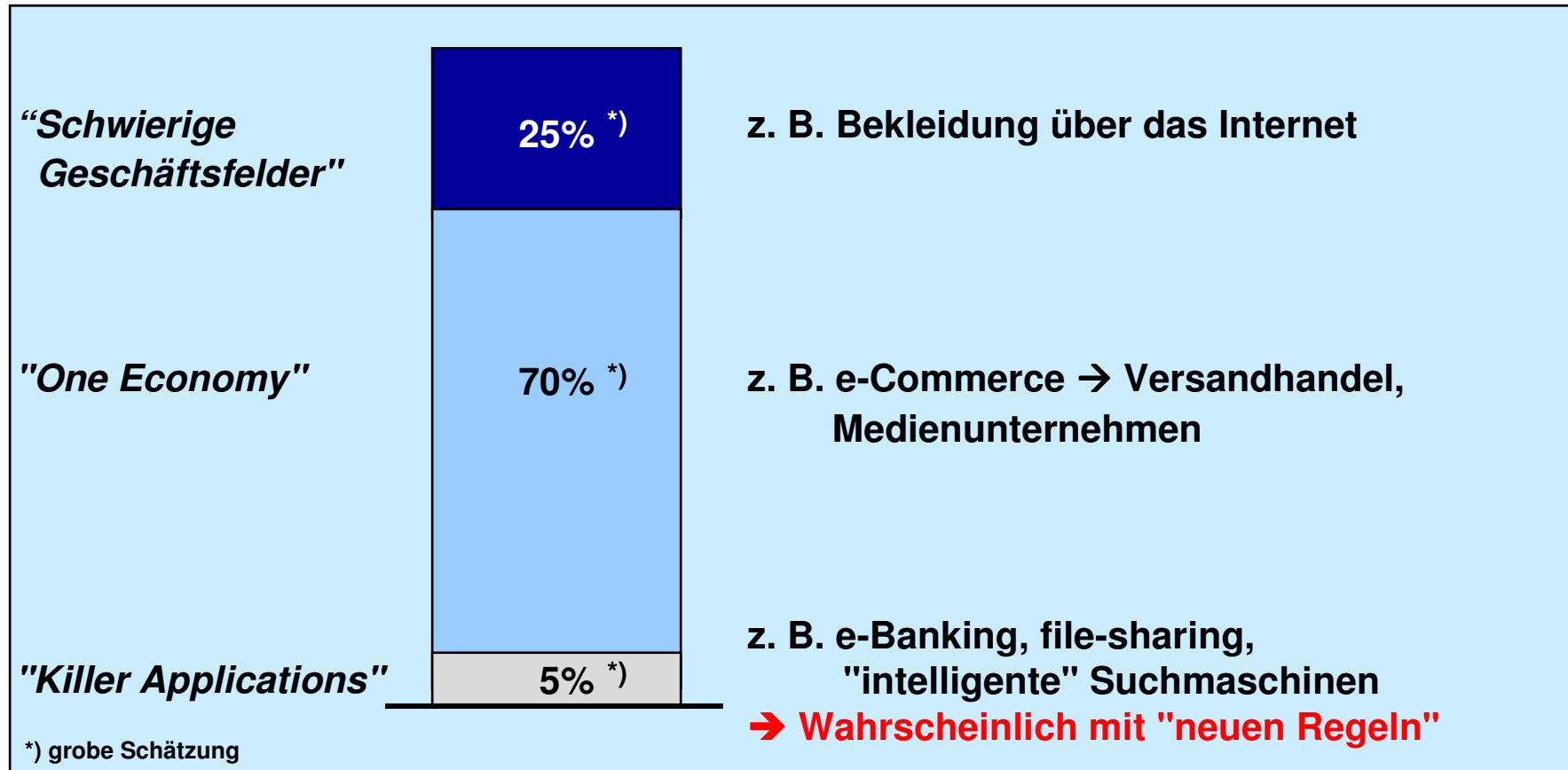
- Auch Content-Spezialisten müssen Technologie beherrschen
- Content is King: nur, wenn multi-medial aufbereitet
- Geschäftsmodell: One Economy

DER ONE-ECONOMY-ANSATZ

- Internet Start-ups / Internet-Unternehmen können keine neue Ökonomie schaffen
- Internet Start-ups / Internet-Unternehmen können Old Economy nicht ablösen
- Transformation bzw. Integration von Old und New Economy
- Bewertung auf Basis von Cashflow, nicht von Marktanteilen, traffic, etc.

→ Unterschied zwischen dotcoms und brick & mortar schmilzt

STATUS QUO: ONE ECONOMY – MODE ODER ALLHEILMITTEL ?

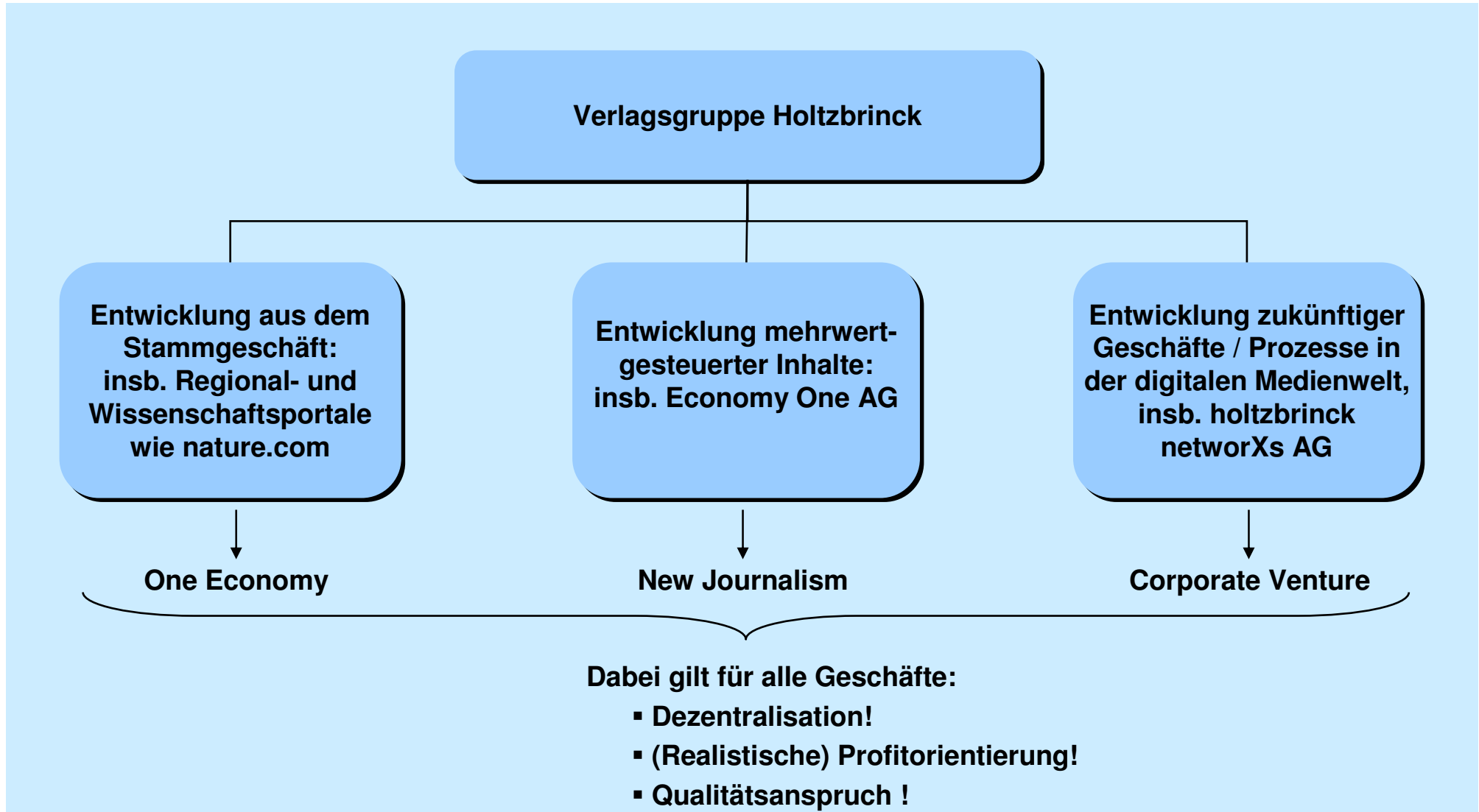


→ Hypothese: One-Economy-Ansatz gilt nicht für alle Internet-Geschäfte (wirkt wie ein "Filter")

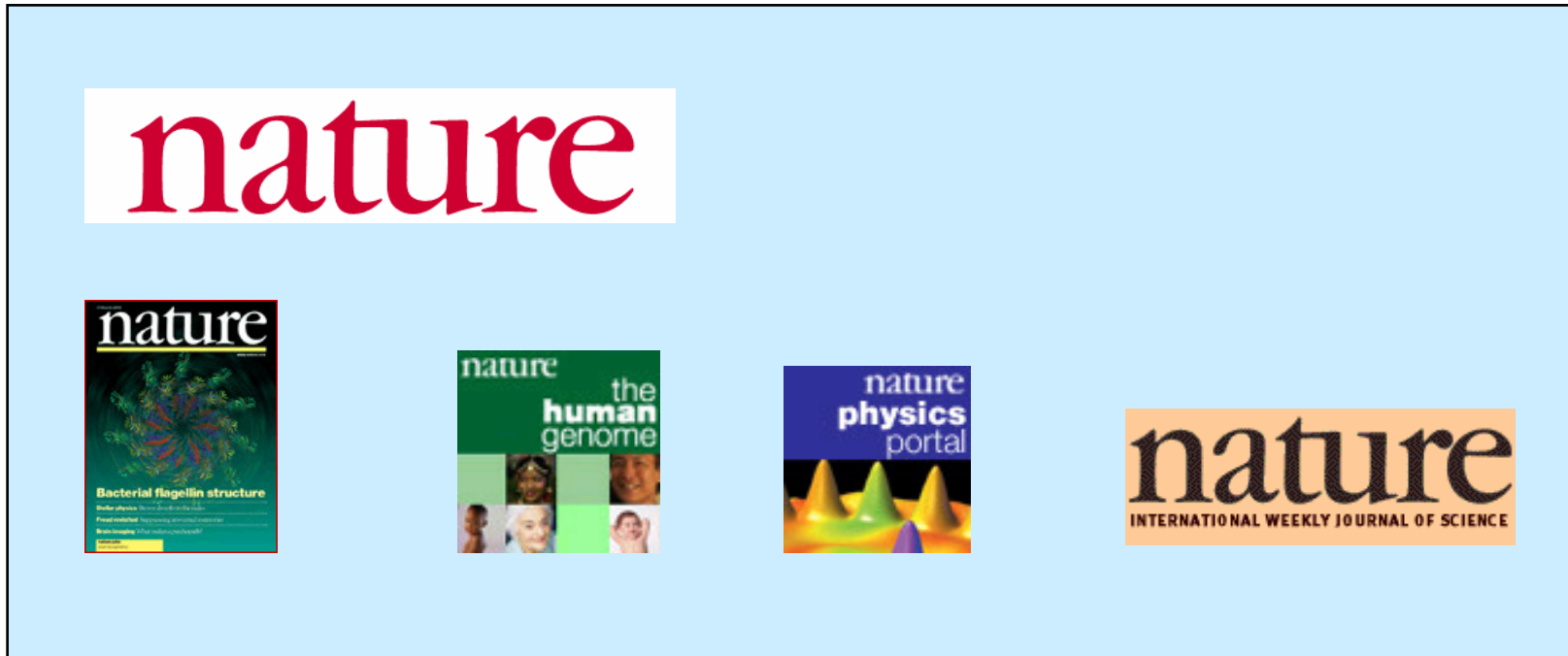
WARUM MEDIENUNTERNEHMEN AUF DEM WEG SIND ODER SICH MACHEN SOLLTEN

<p>①</p> <p>One Economy</p>	<p>Adaption und Transformation der bestehenden Geschäftsmodelle</p>
<p>②</p> <p>New Journalism</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Anspruchshaltung der Leser / User steigt▪ Erneuerung journalistischer Konzepte sowie Erschließung neuer / junger Zielgruppen über das Internet<ul style="list-style-type: none">• 24 h - 60 Sekunden-Aktualität und Recherchemöglichkeit in Archiven• Neue Form der Berichterstattung: z. B. Wirtschaftspresse: Shift von tages- und transaktionsbezogenen Inhalten zu mehrwert-gesteuerten Inhalten
<p>③</p> <p>Digitalisation</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Entwicklung von mediennahen Zukunftsgeschäften▪ Die einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette werden durch Digitalisierung verändert und aufgewertet

DER WEG DER VERLAGSGRUPPE VON HOLTZBRINCK IN DIE NEW ECONOMY

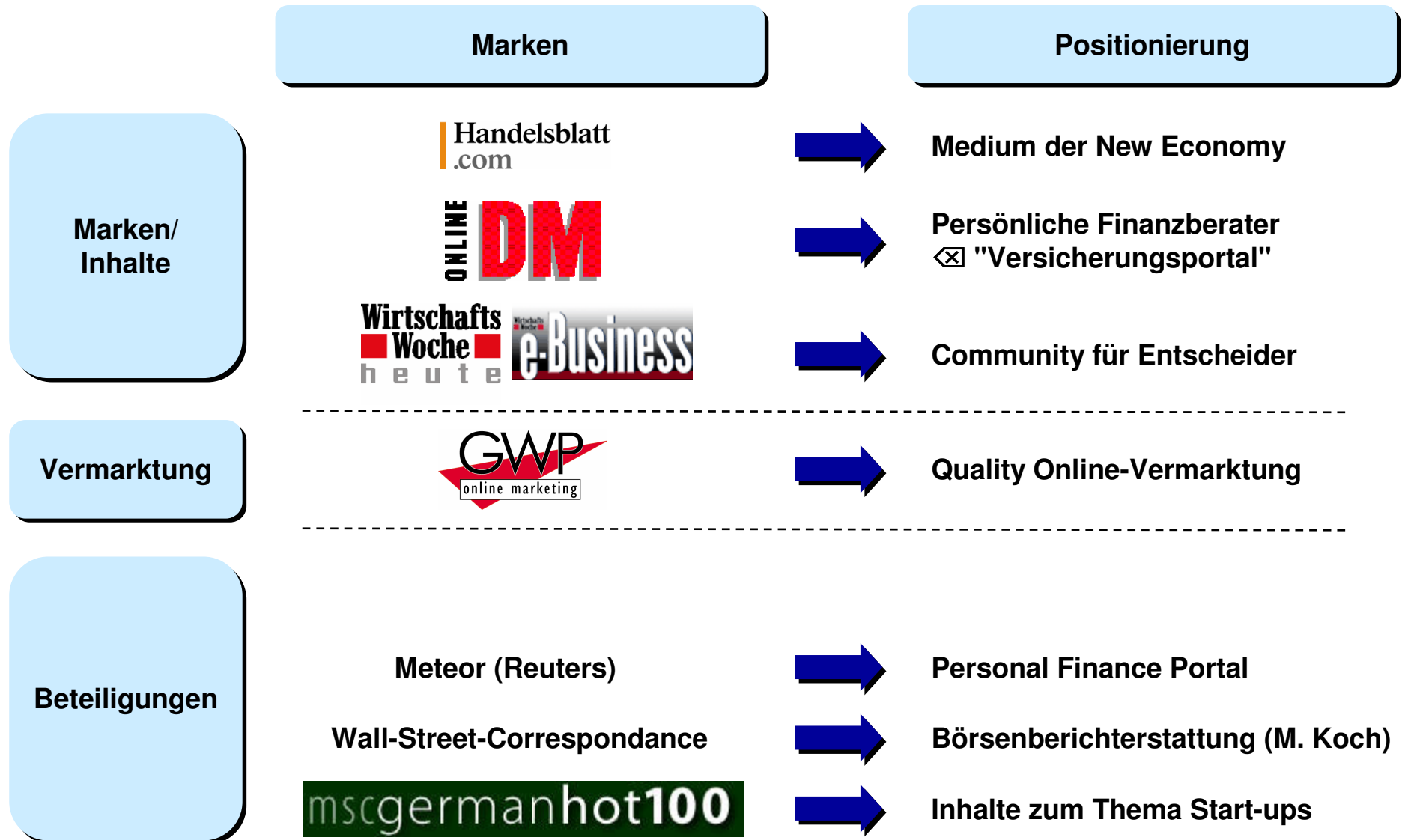


NATURE.COM ALS BEISPIEL FÜR DEN ONE ECONOMY-ANSATZ

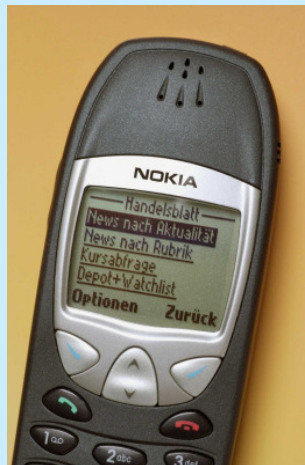
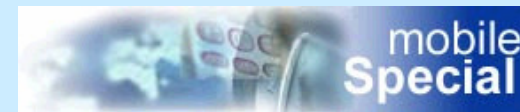


- 500.000 registrierte Benutzer
- 250.000 wöchentliche e-mail alerts mit Inhaltsverzeichnis des Magazins
- neu: kostenpflichtige Dokumente, bereits 1000 Stück/Monat für ca. 15 US \$

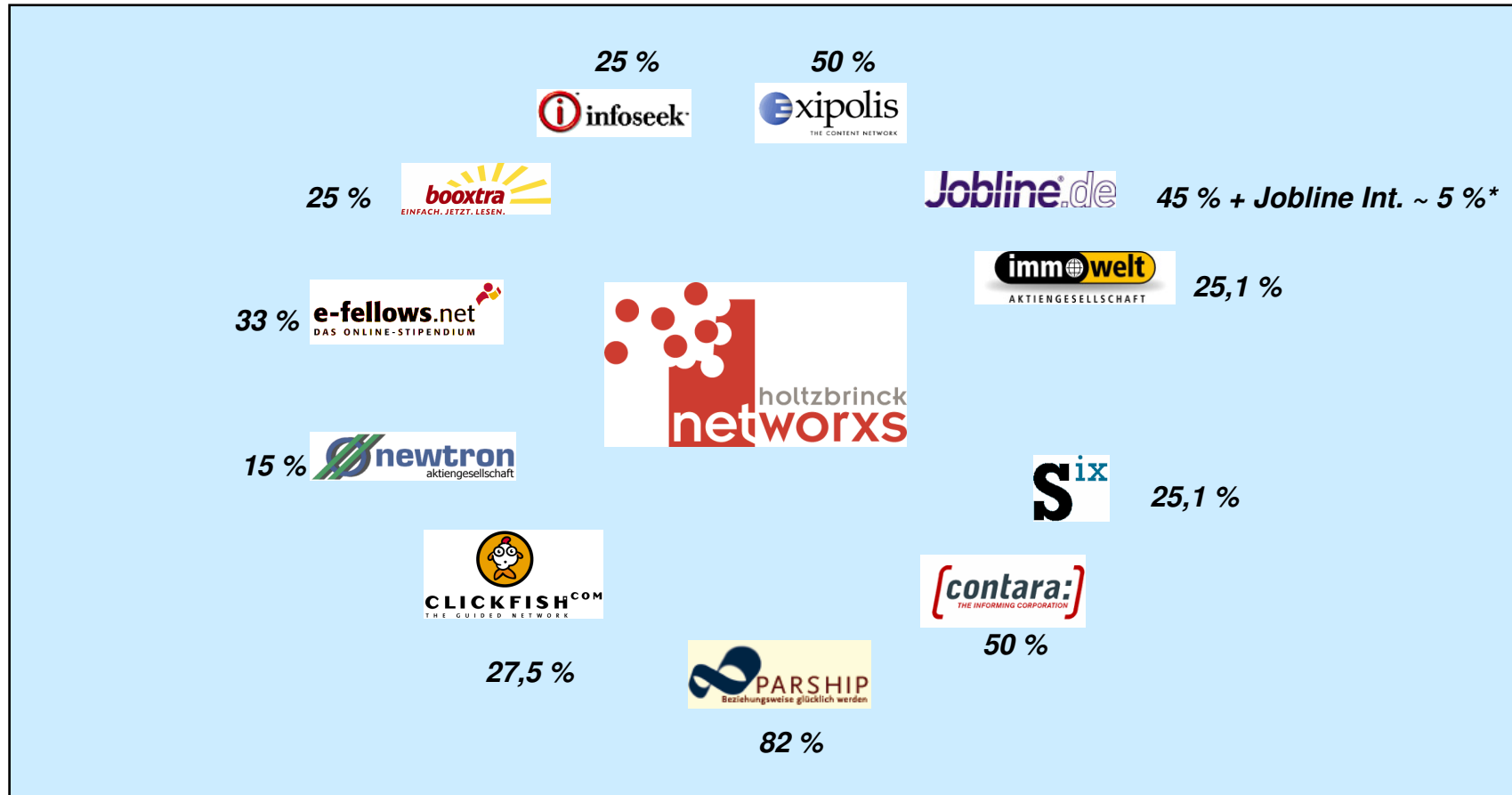
ECONOMY ONE AG: BEISPIEL FÜR NEW JOURNALISM



HANDELSBLATT.COM: MEDIUM DER NEW ECONOMY



HOLTZBRINCK NETWORKS ALS CORPORATE VENTURE

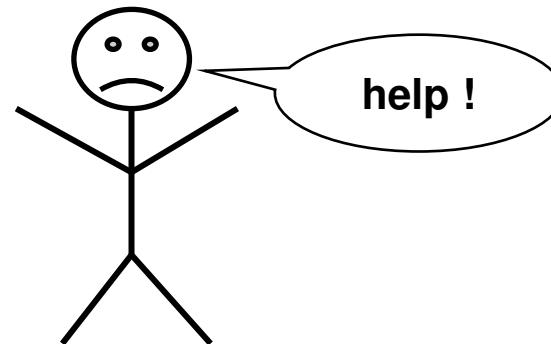
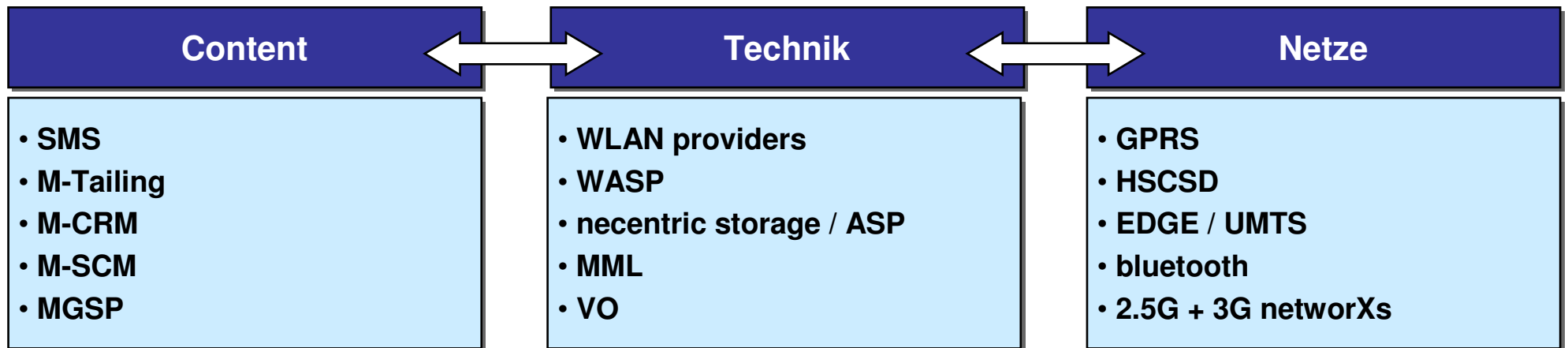


Schwerpunkt liegt auf dem Aufbau von mediennahem e-business,

- e-content
- e-learning
- e-publishing-services

*= verkauft

"NEW ECONOMY" IM MOBILE / WIRELESS-BEREICH



**Wichtigster Regulator der Old Economy:
Die Wünsche und Bedürfnisse der Konsumenten !**

MEDIENUNTERNEHMEN AUF DEM WEG...

Zusammenfassung

- ★ Achten Sie auf die "Wellen" und auf ihre Phasen
- ★ Lassen Sie Ihre Marken im Lichte der "New Economy" strahlen
- ✿ Verstehen Sie die "New Economy" als Verlängerung der "Old Economy":
"Alte Geschäfte" + neue Technologien = neue Geschäftsmodelle
- ✿ Entwickeln Sie realistische Businessmodelle mit realistischen Zeithorizonten
- ⊕ Mittelfristig werden die echten Info-Sites besser funktionieren
Entertainment-Sites sind primär für Promotionzwecke geeignet
- ⊕ Stellen Sie (wieder!) den Konsumenten und seine Bedürfnisse in den
Mittelpunkt Ihrer Überlegungen



VERLAGSGRUPPE
GEORG VON HOLTZBRINCK
GMBH



DANKE !