



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

Fakultät für Betriebswirtschaft  
Munich School of Management

## **Medienindustrie neu interpretiert – zur Einführung in das Thema der Konferenz**

Fachtagung vom Münchner Kreis und  
Internet Business Cluster



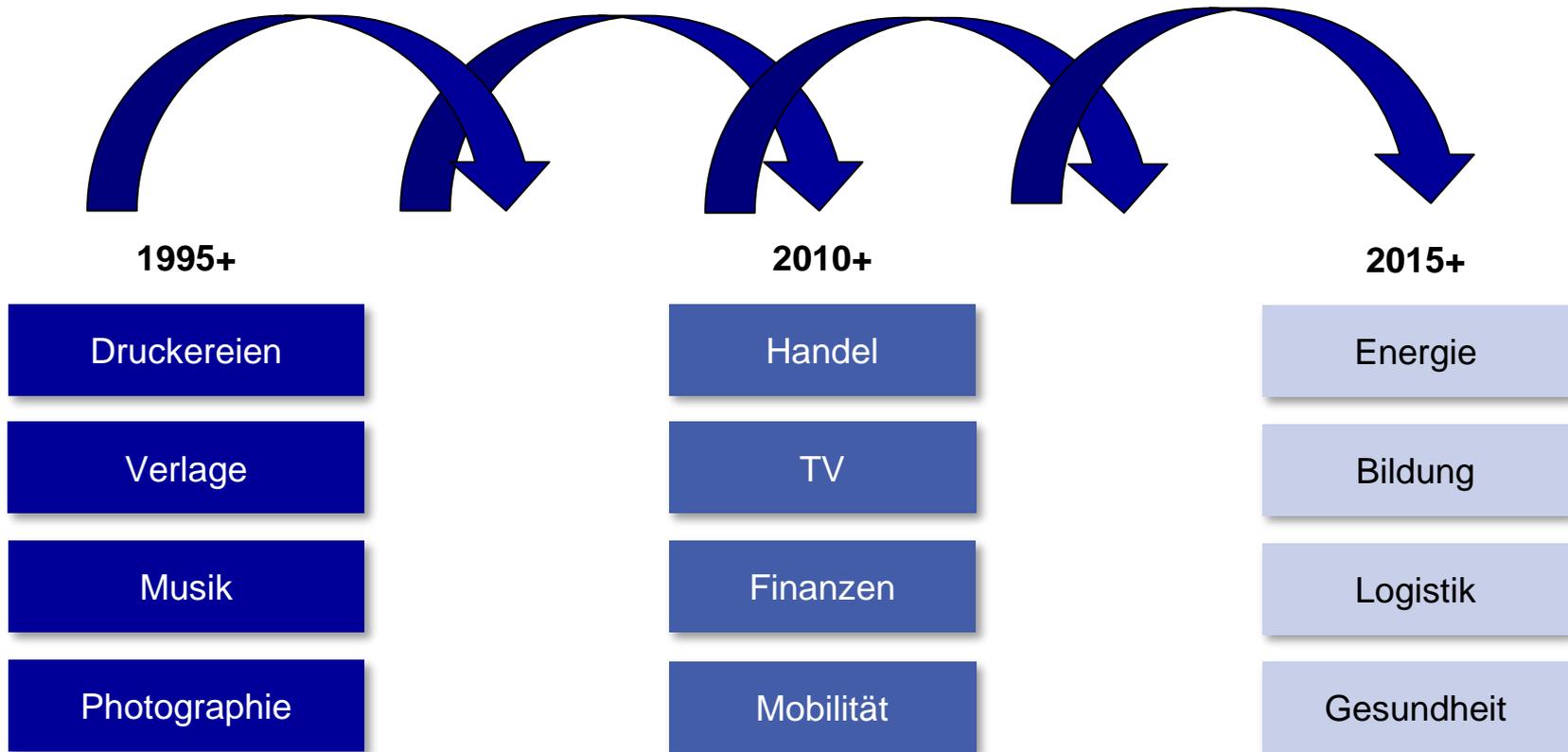
Prof. Dr. Thomas Hess

Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien  
[www.wim.bwl.lmu.de](http://www.wim.bwl.lmu.de)

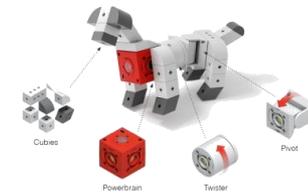
München, 12. Mai 2015



## Die Digitalisierung hat als erstes die Medienbranche greifbar tangiert...



## ... Digitalisierung ist damit wahrlich kein neues Thema!



### Betriebswirtschaftliche Konzepte

- ✓ Cross Media Publishing
- ✓ User Generated Content
- ✓ Personalisierung
- ✓ Mobiler Content
- ✓ ...

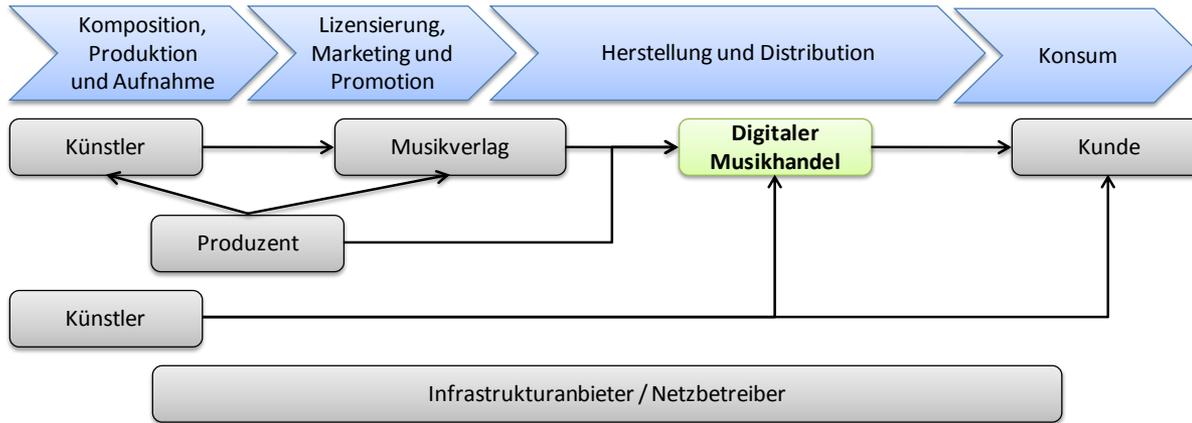


### Technische Lösungen

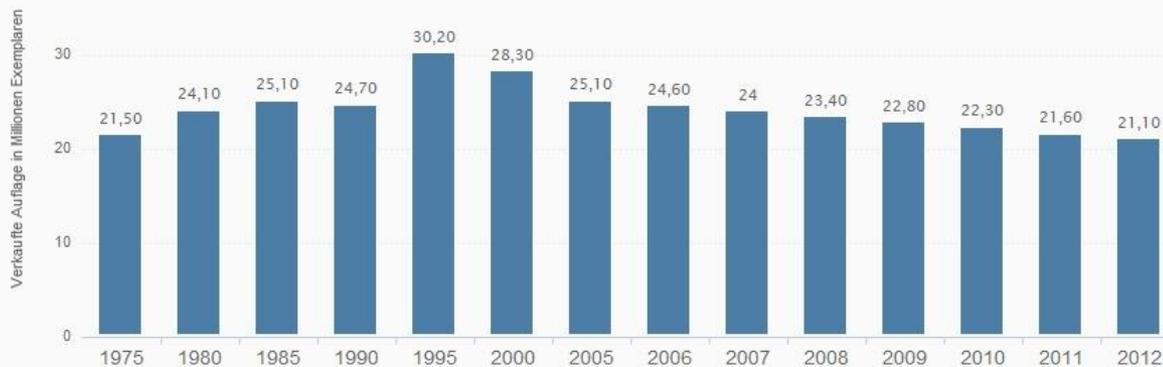
- ✓ Content Management Systeme
- ✓ Mobile Endgeräte
- ✓ P2P
- ✓ Data Rights Management
- ✓ Streaming
- ✓ ...

## ... sie hat schon zu vielen Veränderungen geführt:

### Wertschöpfungsstrukturen in der Musikbranche



### Umsätze der Printbranche



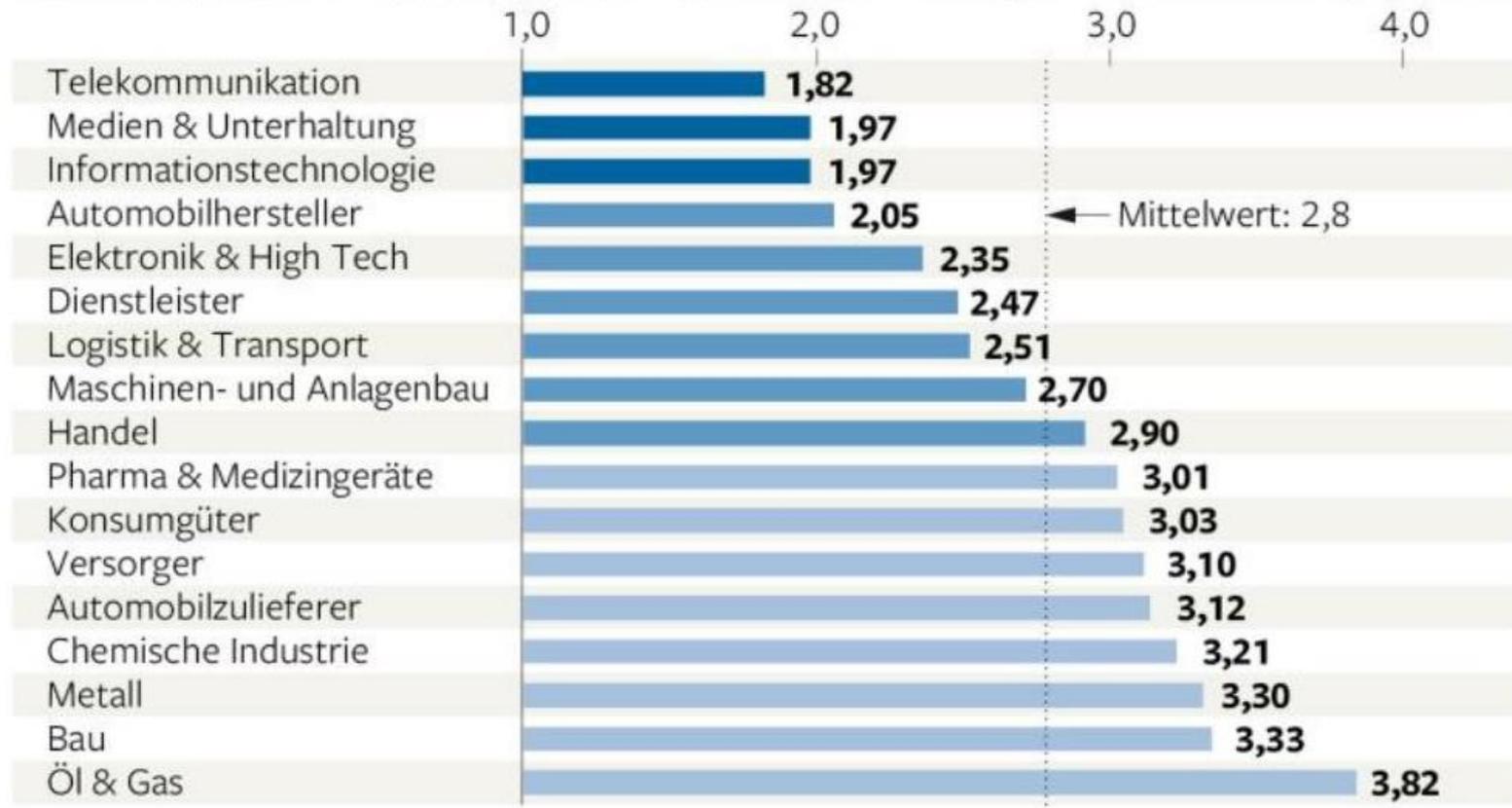
... und eine Reihe von Neugründungen.



## Ist das Thema schon durch? Manche meinen ja...

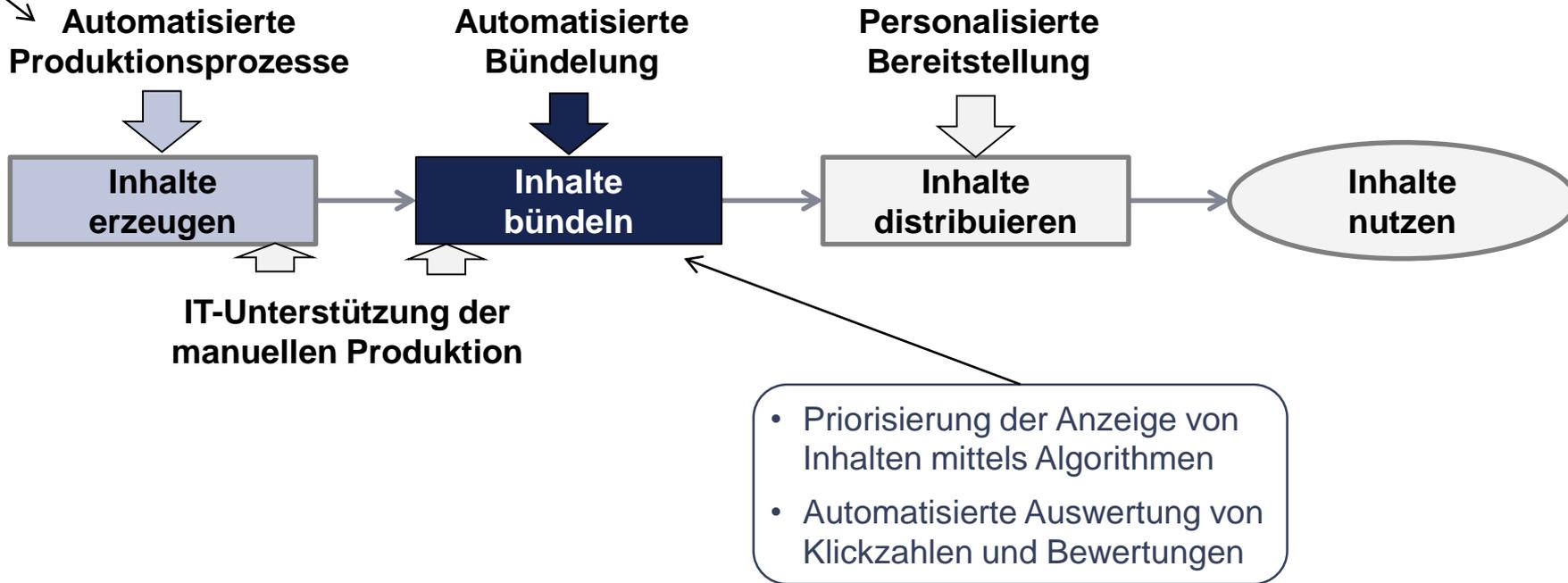
### Digitalisierungsgrad nach Branchen

Bewertungsskala: 1 = größtenteils, 2 = teilweise, 3 = wenig, 4 = ansatzweise digitalisiert



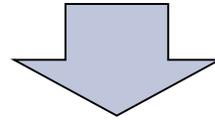
## Herausforderung 1: Der Computer erschließt sich „intelligendere“ Aufgaben

- „Roboterjournalismus“ zur Automatisierung von Produktionsprozessen
- z.B. automatische Aufbereitung von Finanz-, Wetter- und Sportdaten



## Herausforderung 2: Eine zweite Generation von Medienunternehmen entsteht

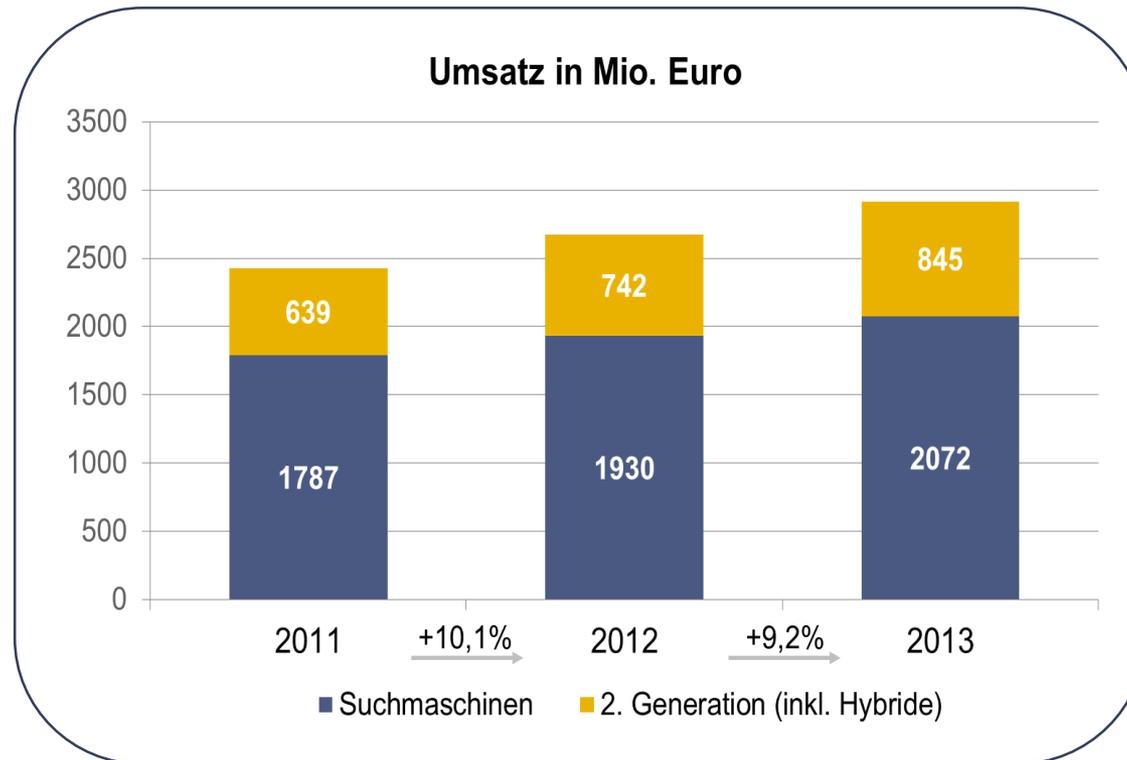
Medienunternehmen der 1. Generation:  
Publishing-Broadcasting-Ansatz



Medienunternehmen der 2. Generation:  
Plattform-Ansatz

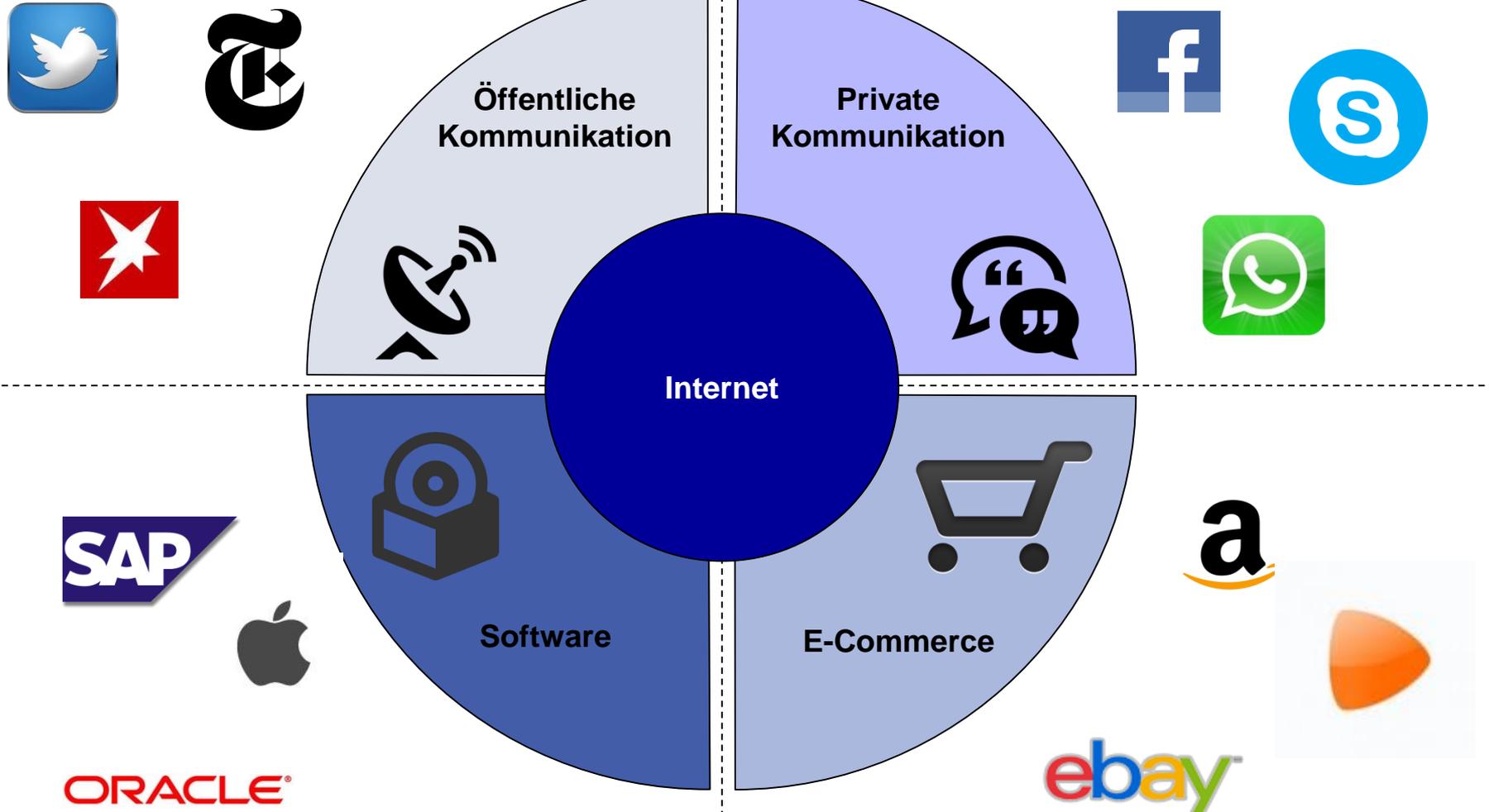


## Ad 2: Zur Bedeutung von Medienunternehmen der 2. Generation



**Umsatz von Inhalte-Plattformen inkl. Suchmaschinen in D**

## Herausforderung 3: Medien werden nicht nur für Content genutzt



## Ad 3: Zwei Zugänge zum Thema „Content meets Commerce“

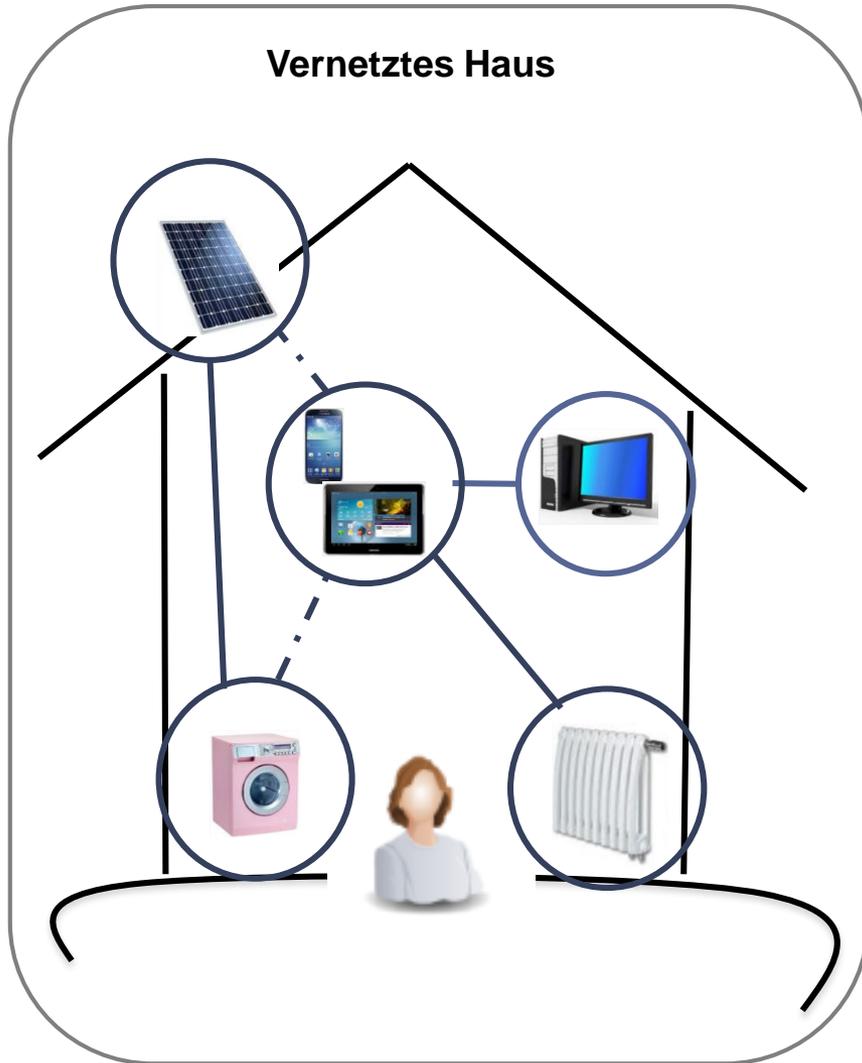
**Globetrotter.de**  
Ausrüstung

mein schöner  
**Garten**

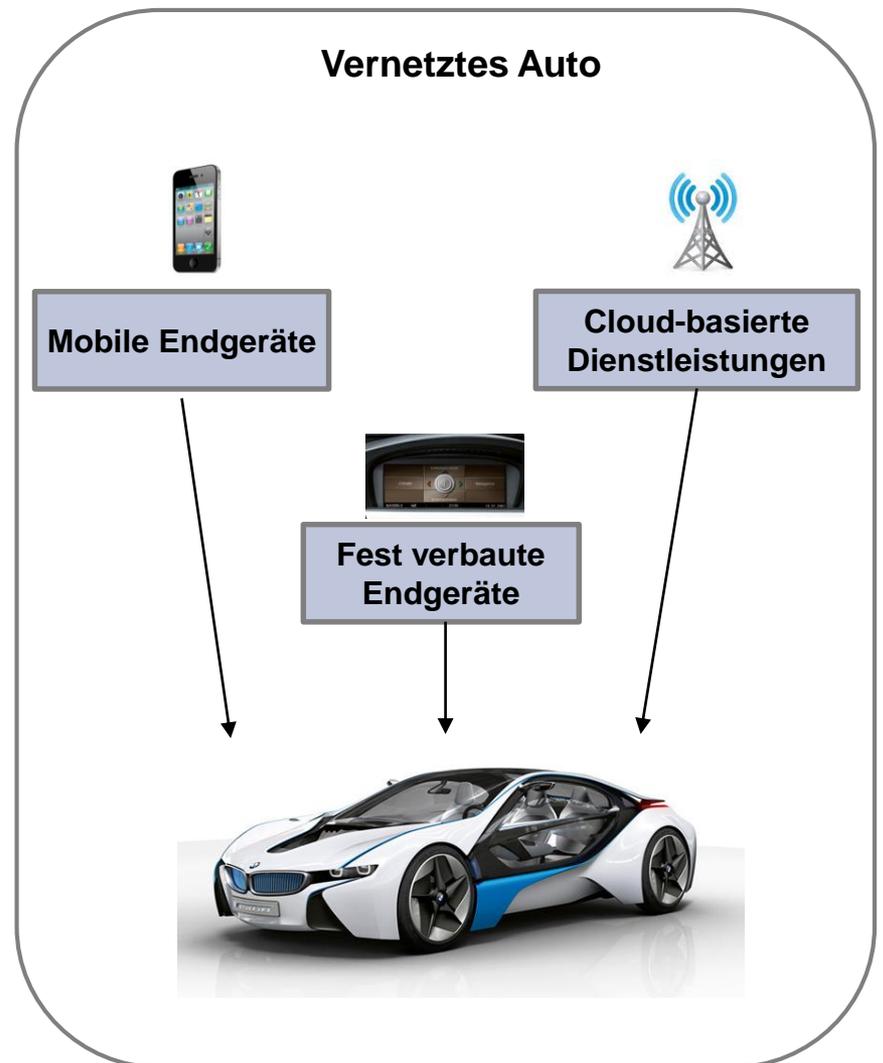
<b>Value Proposition</b>	Beide versuchen Mehrwert zu schaffen, indem sie das Angebot von Inhalten und Produkten aus einem gemeinsamen Kontext verbinden.	
<b>Customers</b>	Beide sprechen eine spezielle Community of Interest an, dürfen sich Gelegenheitskunden aber nicht verschließen.	
<b>Organizational Infrastructure</b>	Erstellt eigene produktbezogene Inhalte und akquiriert kontextbezogene Inhalte; Themen sind absatzgesteuert.	Erstellt eigene kontextbezogene Inhalte und akquiriert produktbezogene Inhalte; Themen sind redaktionell gesteuert.
<b>Revenues and Costs</b>	Produktverkäufe sind Haupteinnahmequelle; Inhalte als kostenintensives Marketinginstrument	Produktverkäufe als zusätzliche Einnahmequelle; kaum Budget für klassisches Marketing

## Herausforderung 4: Neue Anwendungskontexte jenseits „einfacher Mobilität“

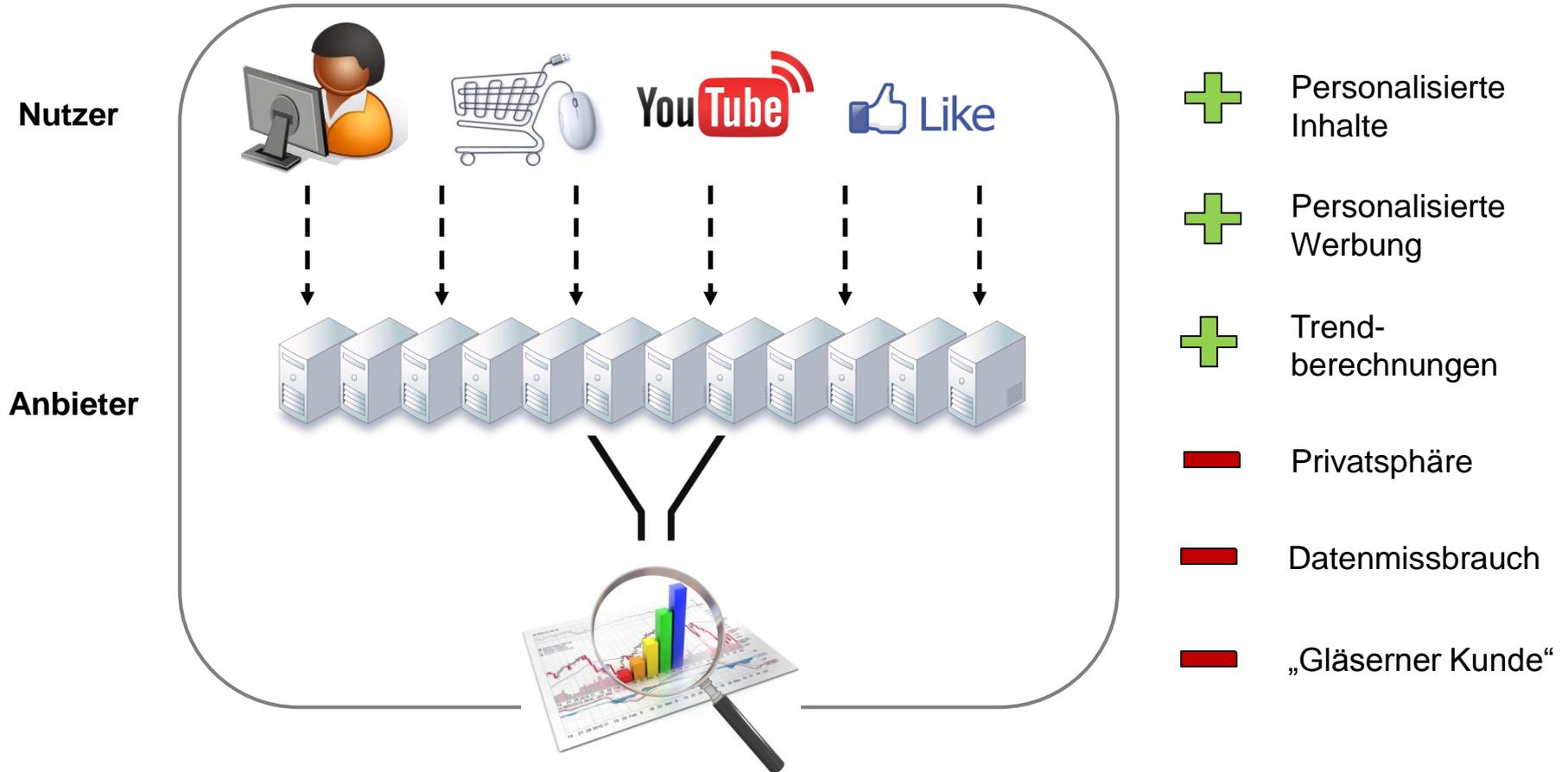
Vernetztes Haus



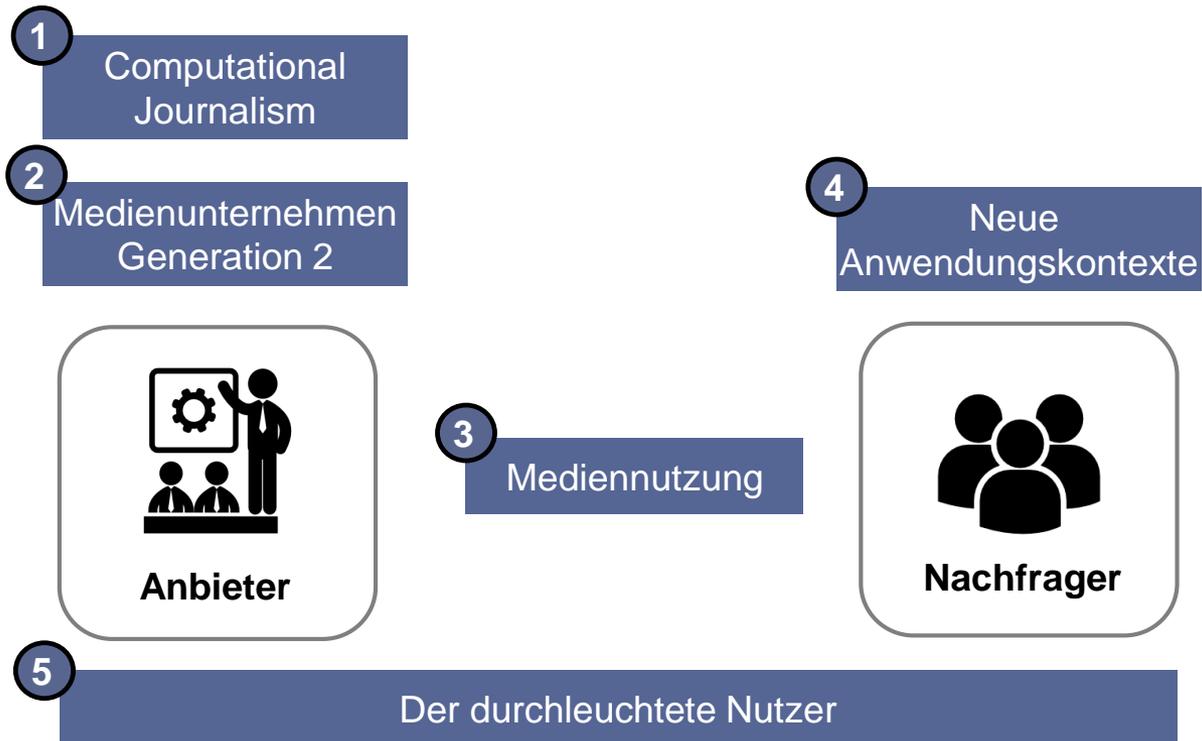
Vernetztes Auto



## Herausforderung 5: Alles wird abgebildet ...



## Und damit die Frage: Wie lässt sich die Medienindustrie zukünftig interpretieren?



## Zentrale Fragen „beyond Cross Media Publishing“

- Was sind die Fähigkeiten und Ressourcen, die ein Medienunternehmen zukünftig benötigt?
- Wer sind zukünftig die wichtigsten Konkurrenten und (!) Kooperationspartner für Medienunternehmen?
- Wie lassen sich bestehende Unternehmen transformieren und neue Unternehmen aufbauen?
- ...

## Ablauf der Konferenz

10:00 – 12:15

**Keynote I: Computation and innovation in journalism: a view from The New York Times**  
Sarah Cohen (New York Times / Columbia University)

**Block I: Digitale Wertschöpfungssysteme und die Medienwirtschaft**  
→ Alexander Benlian (TU Darmstadt)  
→ Cherno Jobatey (Huffington Post Deutschland)  
→ Christoph Schneider (Amazon Instant Video Germany GmbH)

**Moderation:**  
Mathias Wahrenberger  
(Burda Digital GmbH)

13:00 – 15:00

**Keynote II: Digitalisierung “at a Glance”**  
Christian Wegner (ProSiebenSat.1 Media AG)

**Block II: Datenbasierte Geschäftsmodelle und die Medienwirtschaft**  
→ Markus Eberl (TNS Deutschland GmbH)  
→ Gerhard Thomas (Burda Direct Services GmbH)  
→ Thomas Mendrina (Google Deutschland GmbH)  
→ Alexander Duisberg (Bird&Bird LLP)

**Moderation:**  
Martin Spann  
(LMU München)

15:30 – 17:00

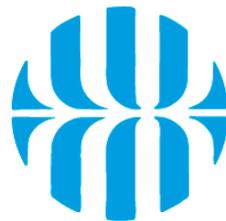
**Keynote III: Studio71 als ein Beispiel für ein Startup im Content-Bereich**  
Sebastian Weil (Studio71)

**Block III: Digitales Leben und die Medienwirtschaft**  
→ Tony Douglas (BMW AG)  
→ Holger Knöpke (Telekom AG)  
→ Thomas Hinrichs (Bayerischer Rundfunk)

**Moderation:**  
Alexandra Borchartd  
(Süddeutsche Zeitung)

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit  
und einen interessanten Tag**

MÜNCHNER  
KREIS



IBC



internet business cluster