



Disruptive Entwicklungen durch Digitalisierung

Auswirkungen auf Printmedien und Kommunikation

Ulrich Schmitz, CTO Electronic Media Division, Axel Springer AG Berlin

Münchener Kreis, 16. Juni 2010

Lean back



Lean forward

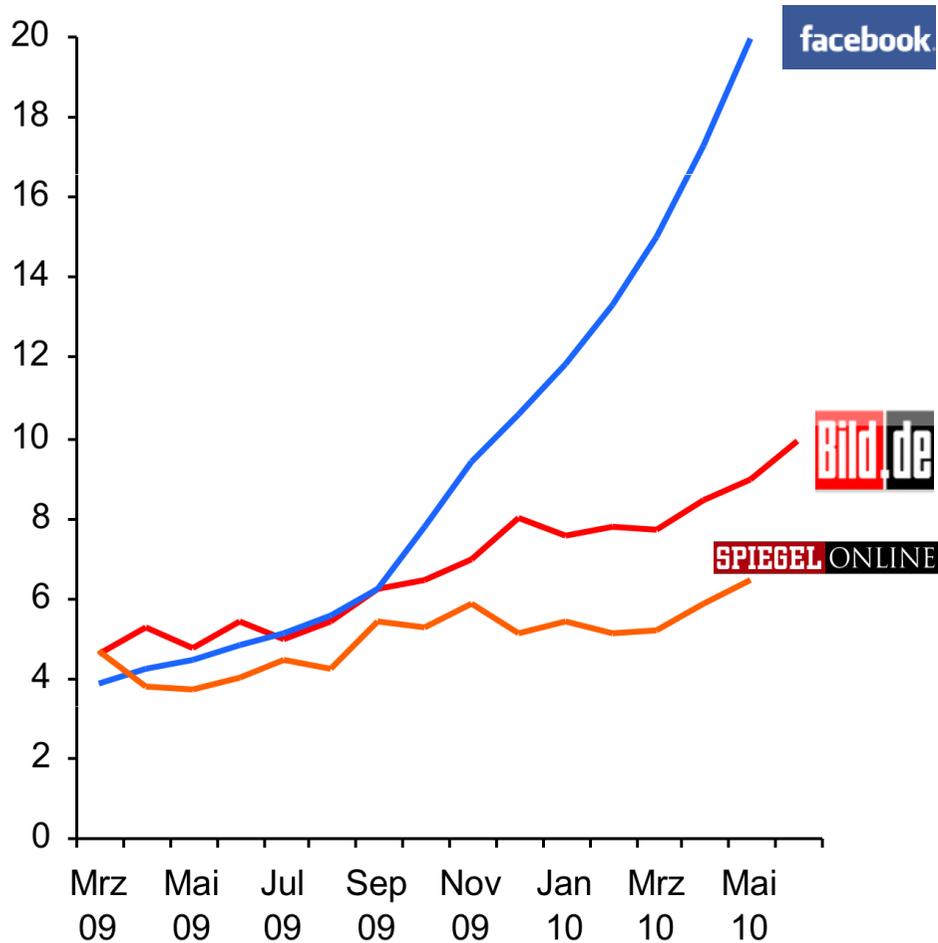


Digitalisierung 1. Stufe – Von Print zu Online

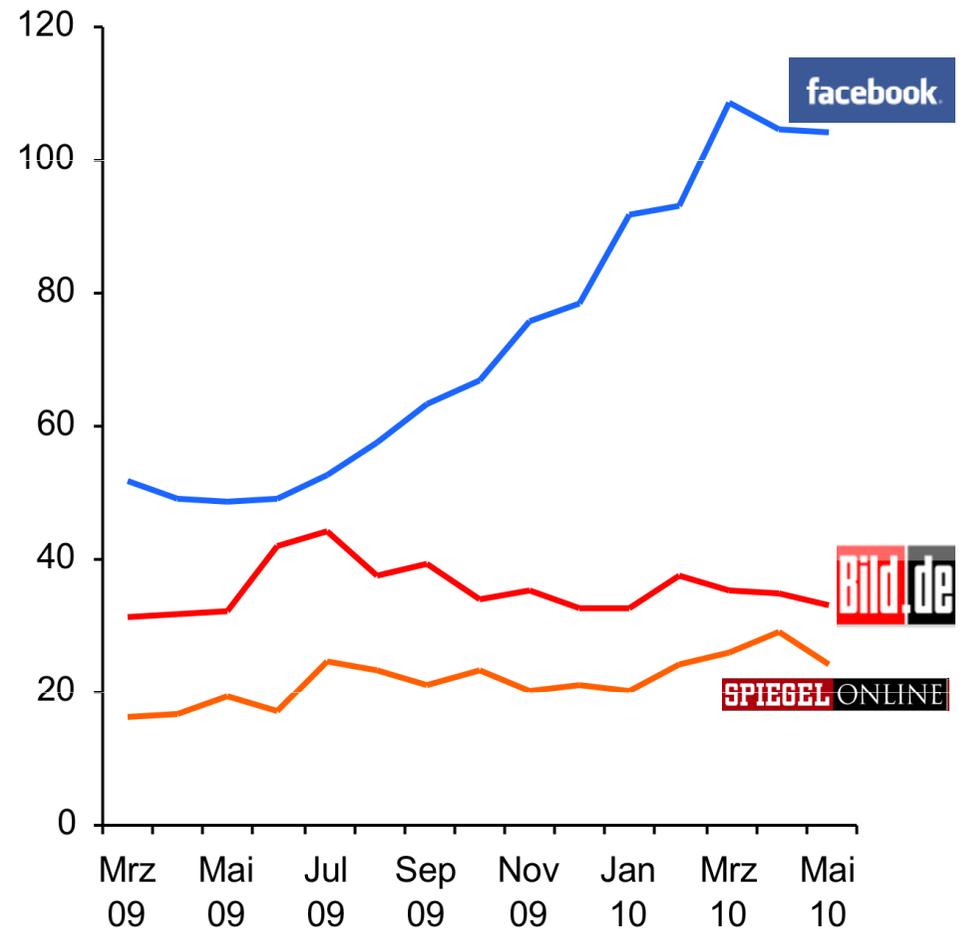
- Wegfall der Vertriebs Erlöse
- Wegfall der Alleinstellung für Inhalte z.B. durch User Generated Content
- Neuer Wettbewerb um Reichweite z.B. durch Marktplätze, Suchmaschinen und Social Networks
- Monetarisierung der Reichweite zunehmend erfolgsbasiert auf insgesamt niedrigerem Niveau

Klassische Medien und Social Networks

Unique Visitors (Deutschland, in Mio.)



Monatliche Nutzungszeit (Deutschland, in Min.)



Quelle: comscore

Digitalisierung 1. Stufe – Von Print zu Online

- Wegfall der Vertriebs Erlöse
- Wegfall der Alleinstellung für Inhalte z.B. durch User Generated Content
- Neuer Wettbewerb um Reichweite z.B. durch Marktplätze, Suchmaschinen und Social Networks
- Monetarisierung der Reichweite zunehmend erfolgsbasiert auf insgesamt niedrigerem Niveau

Zwischenfazit

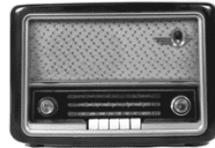
Hochprofitable transaktionsbasierte Geschäftsmodelle

Hohe Reichweiten in den Bereichen Inhalte und Communities

Kurze Nutzungszeiten für Konsum, lange für Kommunikation

Unzureichende Monetarisierung von redaktionellen Inhalten durch Werbeerlöse

Lean back



19th

20th
century

21th

Lean forward



Digitalisierung 2. Stufe – Dedizierte (mobile) Geräte

Handys / Smartphones

Schrittmacher



iPhone

Alternativen



Nexus One (Google)



Palm Pre

uvm.

Tablets

Schrittmacher



iPad

Alternativen



WeTab



hp Slate

eReader

Schrittmacher



Kindle (Amazon)

Alternativen



Sony (Thalia)



iRex

uvm.

Digitalisierung 2. Stufe – Dedizierte (mobile) Geräte



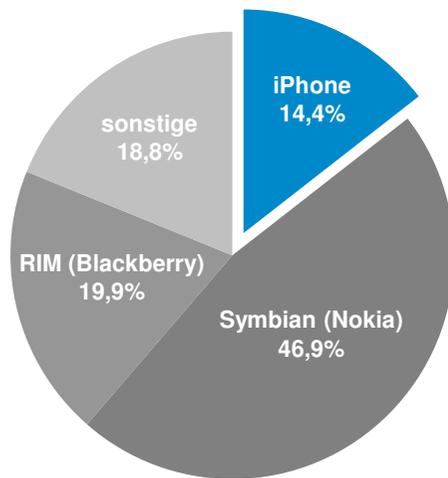
Was ist neu?

1. **Bedienung/User Interface**
2. **App-Ökonomie**
3. **Persönliche Geräte**
4. **Always online**
5. **Flexible Nutzungssituationen**

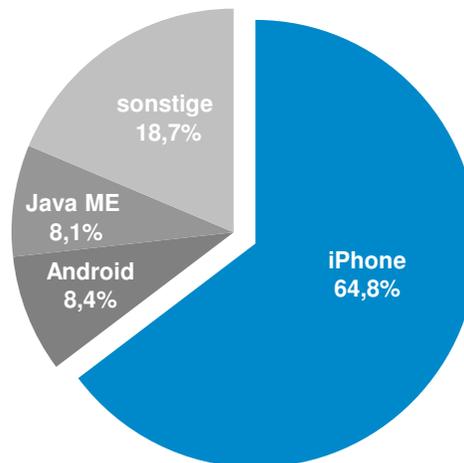
Chance für bezahlte redaktionelle Angebote

iPhone war/ist erste relevante Medien-Plattform

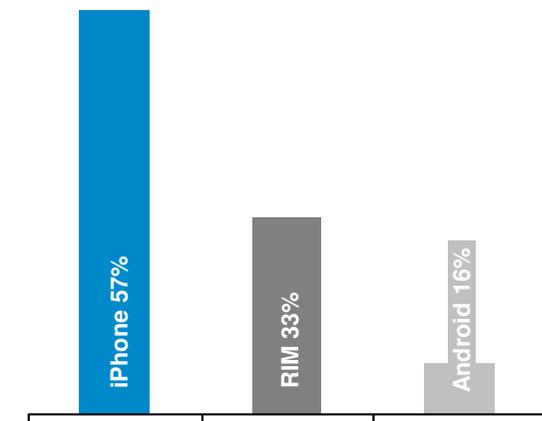
Marktanteil Smartphones¹⁾



Marktanteile Mobile Web Browsing²⁾



Zahlungsbereitschaft³⁾



¹⁾ nach Abverkaufszahlen 2009, Quelle: Gartner ²⁾ 03/10; Quelle: Market Share ³⁾ Quelle: mplayit 03/10

Auftakt: iPhone-Apps / mobile Applikationen

- Seit Ende 2009 sind Apps von WELT und BILD für das iPhone verfügbar
- multimediale Aufbereitung, Personalisierbarkeit, Sport-Ticker, Push-Services etc.
- pdf-Versionen am Vorabend
- Bereits mehr als 170.000 Käufe



Preisangaben jeweils inkl. pdf; BILD ohne pdf: 1,59 €; WELT ohne pdf: 2,99 €; BILD Einführungspreis: 0,79 €; WELT Einführungspreis: 1,59 €

Weiterentwicklung: Neue Medienvarianten (zunächst) für das iPad

Print als PDF

Dynamische Apps

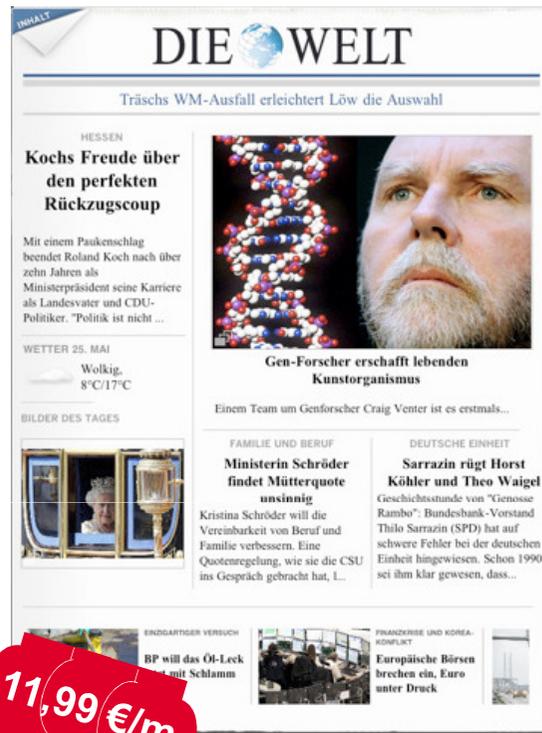
Multimediale Magazine

iKiosk



Ab 0,79 €

Die Welt HD



11,99 €/m

The Iconist



4,99 €

Preisangaben: BILD Einzelausgabe iKiosk, WELT HD Monatsabo; The Iconist Einzelausgabe



Digitalisierung 2. Stufe – Dedizierte (mobile) Geräte

- Rückkehr der Medien zum Nutzer
- Mehrwert durch mediale Aufbereitung bringt Vertriebs Erlöse zurück
- Neue Werbemodelle möglich
- Verschärfter Wettbewerb um die Reichweite durch Web+App
- Neue Abhängigkeiten von Plattformen

Zwischenfazit

Positive erste Markterfahrungen

Verlagskompetenzen können voll eingebracht werden

Hohe Kosten durch fehlende Standards

Zunehmender Bandbreitenbedarf

Lean back



19th

20th century

21th

Lean forward



Stichworte zum Ausblick

- IP-Medien werden ubiquitär
- Dedizierte Geräte und Angebote öffnen den Markt
- Standards notwendig: Formate, Usability, Payment/Billing, ...
- Pricing als immerwährende Herausforderung: Inhalte und Übertragung (Roaming!)
- Soziale Netzwerke: Neue Kommunikationsformen
- Social Media: Verknüpfung von Kommunikation und (redaktionellen) Inhalten
- ...

- „Soziologische Zeitkonstante“ ist bestimmender Faktor



Disruptive Entwicklungen durch Digitalisierung

Auswirkungen auf Printmedien und Kommunikation

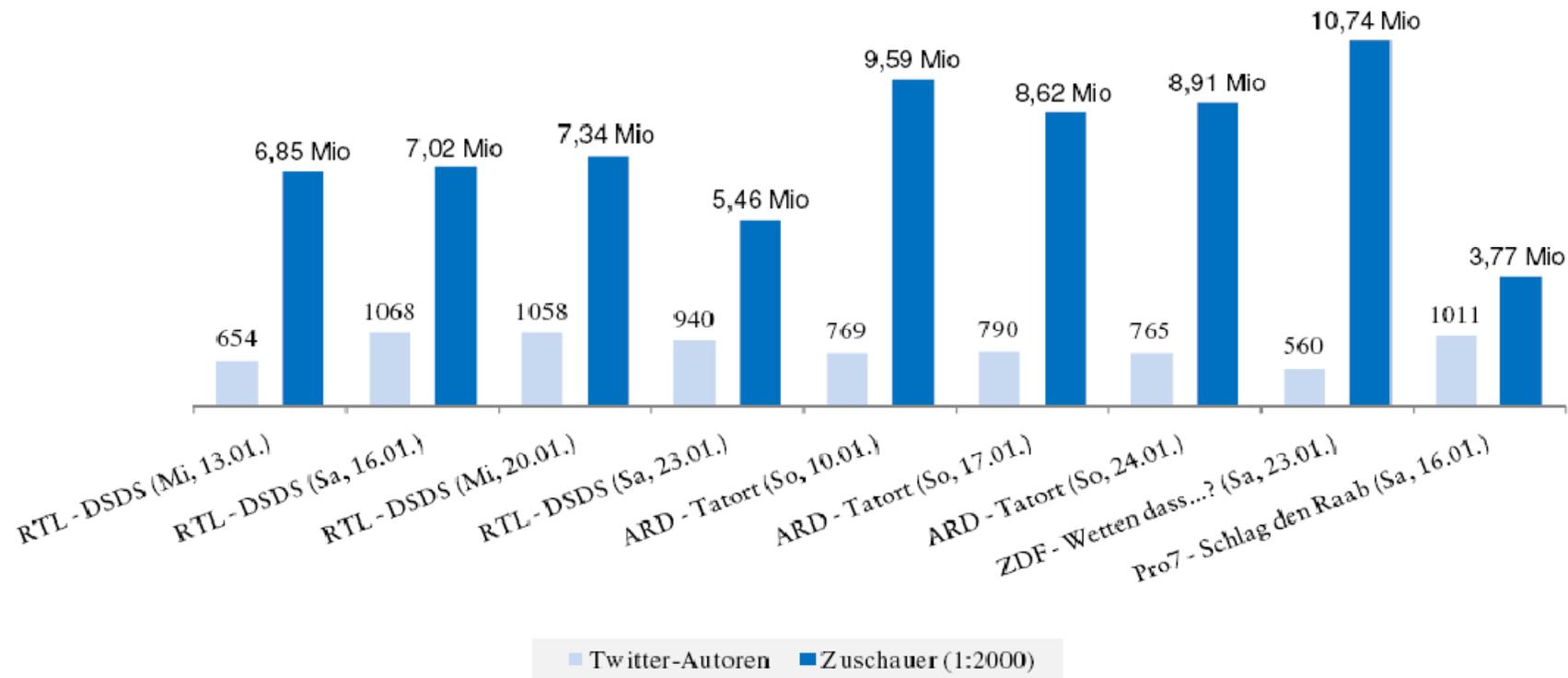
Ulrich Schmitz, CTO Electronic Media Division, Axel Springer AG Berlin

Münchener Kreis, 16. Juni 2010

Twitter-TV

TV-Highlights am Tag der Sendung

Twitter-Autoren / Zuschauerzahlen*

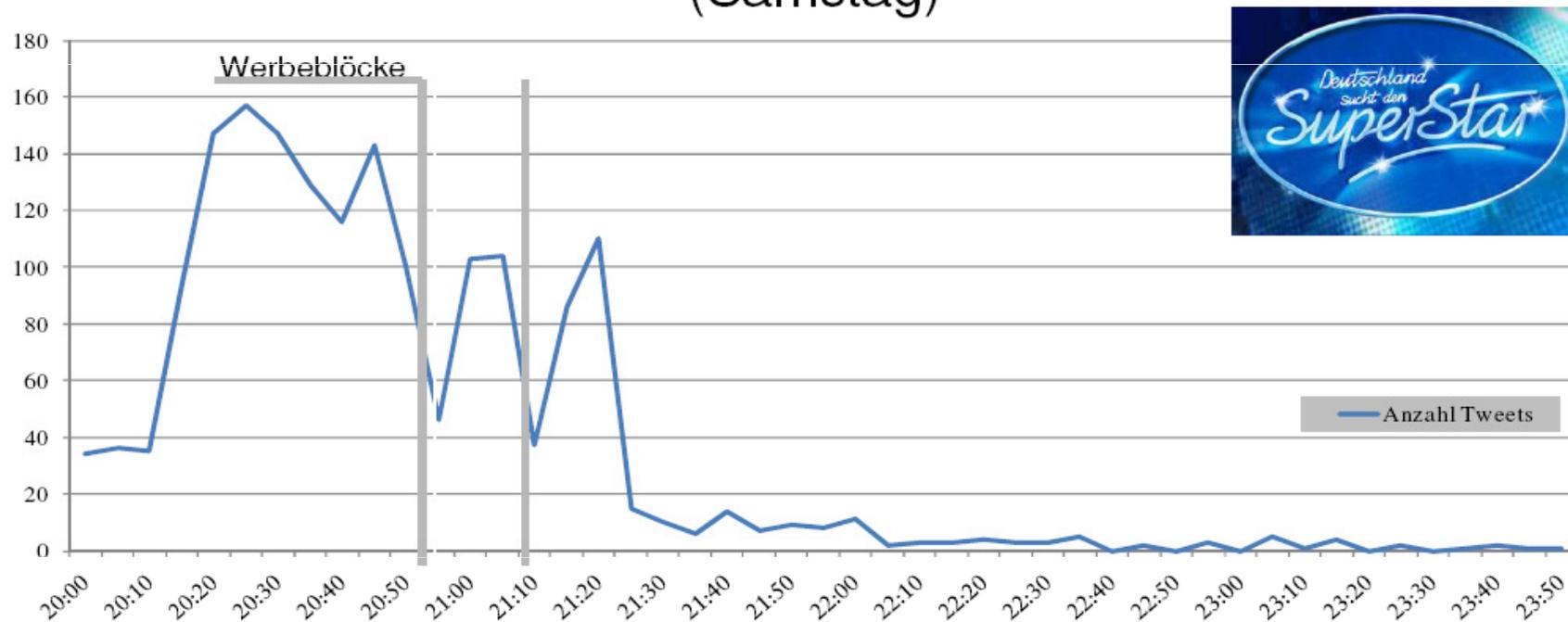


* Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)

X-RAY PERSONAL MEDIA DIGEST GMBH – Februar 2010

Twitter-TV: Bsp. DSDS

Timeline der Tweets zur DSDS-Folge am 16. Januar
(Samstag)



Anzahl der Tweets in Fünf-Minuten-Intervallen.
Die Sendung wurde am Samstag von 20.15 Uhr bis 21.15 Uhr übertragen.

Web

- 1 Werthaltige Angebote
- 2 Akzeptable Preise & Bezahlssysteme
- 3 Geeignetes Marktumfeld

26.04.2010, ca. 10:00 Uhr



Mopo.de, exklusiv via Twitter

26.04.2010, ca. 13:00 Uhr



Bild



NDR



Zeit



Abendblatt



RP



Focus



Welt



Berliner Kurier



Spiegel



Süddeutsche

etc.



Nachrichtmeldungen sind keine exklusiven Inhalte mehr

ePaper

- 1 Werthaltige Angebote
- 2 Akzeptable Preise & Bezahlssysteme
- 3 Geeignetes Marktumfeld

The screenshot shows the 'Sport Bild.de' website interface. At the top, there are navigation links for 'ABO | E-PAPER | FORUM | HEFT AKTUELL | NEWSLETTER | RSS' and a search bar. The main header features the 'Sport Bild.de' logo and 'WELT ONLINE' branding. A prominent red price tag of '1,50 €' is overlaid on the top right. Below the header, there are various news sections and a 'Hamburger Abendblatt' advertisement. A second red price tag of '1,20 €' is overlaid on the 'Tagesausgabe' offer, and a third of '1,10 €' is overlaid on the '30-Tage-Zugang' offer. The advertisement text includes: 'E-Paper: Das Hamburger Abendblatt zum Runterladen', 'Bereits ab 4 Uhr morgens können Sie sich das aktuelle Hamburger Abendblatt im praktischen PDF-Format herunterladen...', and 'Für Abendblatt-Abonnenten ist dieser Service kostenlos, als Nicht-Abonnent zahlen Sie € 1,10, am Sonntag € 1,60. Den 30-Tage-Zugang erhalten Sie schon für € 7,95.' Below the ad, there are logos for 'Berliner Kurier', 'Spiegel', 'Süddeutsche', and 'etc.'.

→ Exklusive Storys brauchen ein anderes Umfeld

Preisangaben jeweils für Einzelausgabe, Tageszeitungen: Wochentags

Startschuss – Regionale Inhalte in Web und Wap

The image displays three screenshots of newspaper websites, each with a red price tag and red circles highlighting regional content.

- Berliner Morgenpost (4,95 €):** The screenshot shows the homepage for Tuesday, April 27, 2010. A red circle highlights the "BERLIN" link in the navigation bar. Another red circle highlights the headline "Berlin und Brandenburg einig über ILA-Plan".
- Hamburger Abendblatt (7,95 €):** The screenshot shows the homepage for Tuesday, April 27, 2010. A red circle highlights the "Hamburg" link in the navigation bar. Another red circle highlights the headline "25. Marathon: Alle Läuferinnen und Läufer hier bei uns im Bild".
- BILD (1,99 €):** The screenshot shows the "tische «Bad Bank»" section. A red circle highlights the headline "Klimawandel bedroht Reetdächer in Norddeutschland".

Preisangaben jeweils für 30 Tage-Abo, Abendblatt.de ab Mai 2010 mit gestaffeltem Preismodell

Weiterentwicklung – Mobile Applikationen

Ausgangssituation

- Axel Springers starke **Marktposition** im mobilen Internet
- iPhone bietet beste **Infrastruktur**
- iPhone ist bisher **die relevante Plattform**

Aktivitäten

- **Entwicklung von Apps**
- Etablierung **Abo-Modelle**

Nächste Schritte

- Ausweitung auf **weitere Endgerätegruppen**
- Ausweitung auf **weitere relevante Plattformen**
- Weitere **Produkte**
- Weitere **Varianten**

iKiosk – Alle Zeitungen von Axel Springer als PDF

BILD:

EUR 0,79/Ausgabe -- EUR 12,99/Monat --
EUR 34,99/3 Monate -- EUR 129,99/Jahr

BILD am SONNTAG:

EUR 1,59/Ausgabe -- EUR 5,99/Monat --
EUR 15,99/3 Monate -- EUR 59,99/Jahr

DIE WELT:

EUR 1,59/Ausgabe - EUR 29,99/Monat --
EUR 74,99/3 Monate -- EUR 239,99/Jahr

WELT am SONNTAG:

EUR 2,39/Ausgabe -- EUR 7,99/Monat --
EUR 22,99/3 Monate -- EUR 94,99/Jahr

WELT KOMPAKT:

EUR 0,79/Ausgabe -- EUR 12,99/Monat --
EUR 32,99/3 Monate -- EUR 119,99/Jahr.

HAMBURGER ABENDBLATT:

EUR 1,59/Ausgabe -- EUR 19,99/Monat --
EUR 49,99/3 Monate -- EUR 179,99/Jahr

BERLINER MORGENPOST:

EUR 0,79/Ausgabe -- EUR 14,99/Monat --
EUR 35,99/3 Monate -- EUR 119,99/Jahr



ab 0,79 €



iPad App: Die Welt multimedial

- Multimediale Aufbereitung
- 7 Tage die Woche
- 4 x täglich aktualisiert
- EUR 11,99/Monat

11,99 €



enshots

DIE WELT

Träschs WM-Ausfall erleichtert Löw die Auswahl

...le über den perfekten Rückzugscoup

Mit einem Paukenschlag beendet Roland Koch nach über zehn Jahren als Ministerpräsident seine Karriere als Landesvater und CDU-Politiker. "Politik ist nicht ...

WETTER 25. MAI
Wolkig.
8°C/17°C

BILDER DES TAGES



FAMILIE UND BERUF
Ministerin Schröder findet Mütterquote unsinnig
Kristina Schröder will die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessern. Eine Quotenregelung, wie sie die CSU ins Gespräch gebracht hat, L...

DEUTSCHE EINHEIT
Sarrazin rügt Horst Köhler und Theo Waigel
Geschichtsstunde von "Genosse Rambo": Bundesbank-Vorstand Thilo Sarrazin (SPD) hat auf schwere Fehler bei der deutschen Einheit hingewiesen. Schon 1990 sei ihm klar gewesen, dass...

ENDGÜLTIGER VERSUCH
BP will das Öl-Leck jetzt mit Schlamm stopfen

FINANZKRISE UND KOREA-KONFLIKT
Europäische Börsen brechen ein, Euro unter Druck

Abo | Impressum

SCHÖNES LEBEN
GESCHICHTE
DEBATTE
WISSEN
KULTUR
SPORT
PANORAMA
WELT REPORTER
WIRTSCHAFT
POLITIK
TITELSEITE

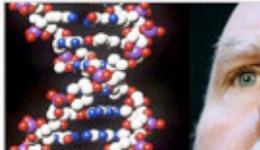
INHALT

DIE WELT

Träschs WM-Ausfall erleichtert Löw die Aus

HESSEN
Kochs Freude über den perfekten Rückzugscoup

Mit einem Paukenschlag



iPad App: The Iconist

THE ICONIST

- **Lifestylemagazin** für das iPad
- Redaktion: **WELT** Lifestyle Ressort
- **Blätterbare Ausgaben**, mit einem Anfang und einem Ende
- best of both worlds – **Lesevergnügen** von Print und die **Interaktivität** und der **Medienreichtum** von Online

AB JETZT IM APP STORE

APPLE ERFINDET DAS IPAD. UND WIR DAS SCHÖNSTE MAGAZIN DAFÜR.

Das Stil-Magazin für das iPad:
mit bewegenden Artikeln und bewegten Bildern, mit großen
Geschichten über große Macher und ihre großartigen Marken.
Erwecken Sie Ihr iPad zum Leben!

4,99 €

ICONIST
A LIVING MAGAZINE

OPEN
STORY

(Das geht besser als auf dem iPad. Sorry)

axel springer

Startschuss – Mobile Payment Mobilportal

Ablauf



* Hier dargestellt T-Mobile Preise; Preise bei anderen MNOs: Tag: 0,19 €; Woche: 0,99 €; Monat: 1,99 €