

# Video Digital – Quo Vadis Fernsehen? Thesen zur Entwicklung der Video- und Fernsehmärkte



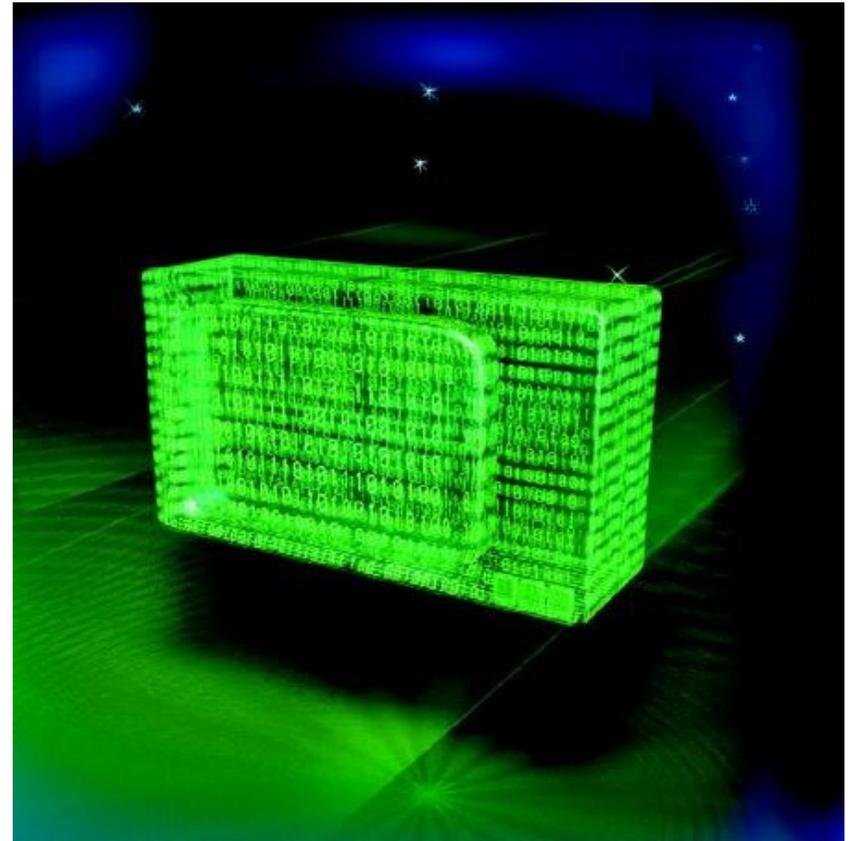
Münchner Kreis

München, 21. November 2002

Henrik Hörning

Managing Consultant & Head of Publishing Segment

Detecon International GmbH



**DETECON**

Detecon&Diebold  
Consultants

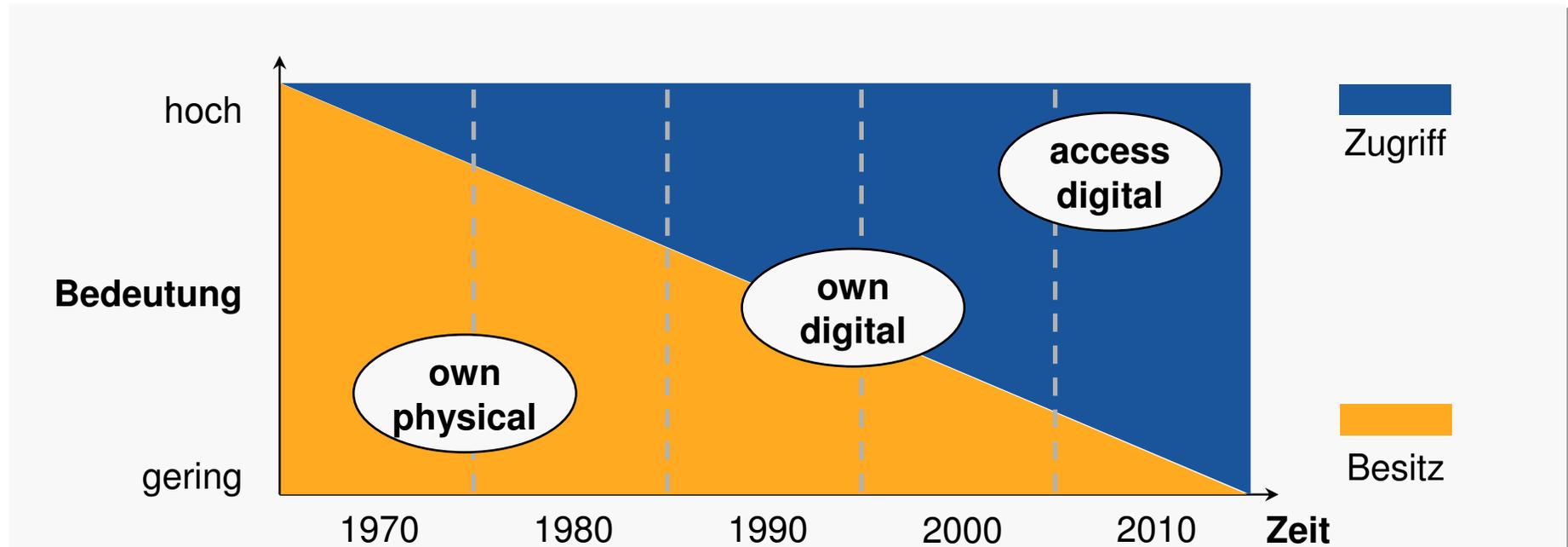
Member of

T · · Systems · · ·

# 1 These 1 zur Entwicklung der Video- und Fernsehmärkte

## 1.1 Evolution des „Age of Access“

**Der Zugriff auf Medieninhalte wird beständig wichtiger ihr Besitz. Zwei wesentliche Herausforderungen ergeben sich hieraus für die Medienindustrie.**



### Herausforderung 1

Kann es zukünftig gelingen, den **Besitz** mit **fortschreitender Zeit** noch als **vorrangig** zu positionieren?

### Herausforderung 2

Ist es möglich, einen **Zugriff** über **sämtliche Mediengattungen** trotz rechtlicher und technologischer **Restriktionen** zu gewährleisten?



# 1 These 1 zur Entwicklung der Video- und Fernsehmärkte

## 1.2 Wandel der Nachfragestrukturen

**Nutzer werden zunehmend weniger physische Medienprodukte als vielmehr den Zugang zu Medieninhalten und begleitenden Dienstleistungen kaufen.**

### „The Age of Access“ von Jeremy Rifkin



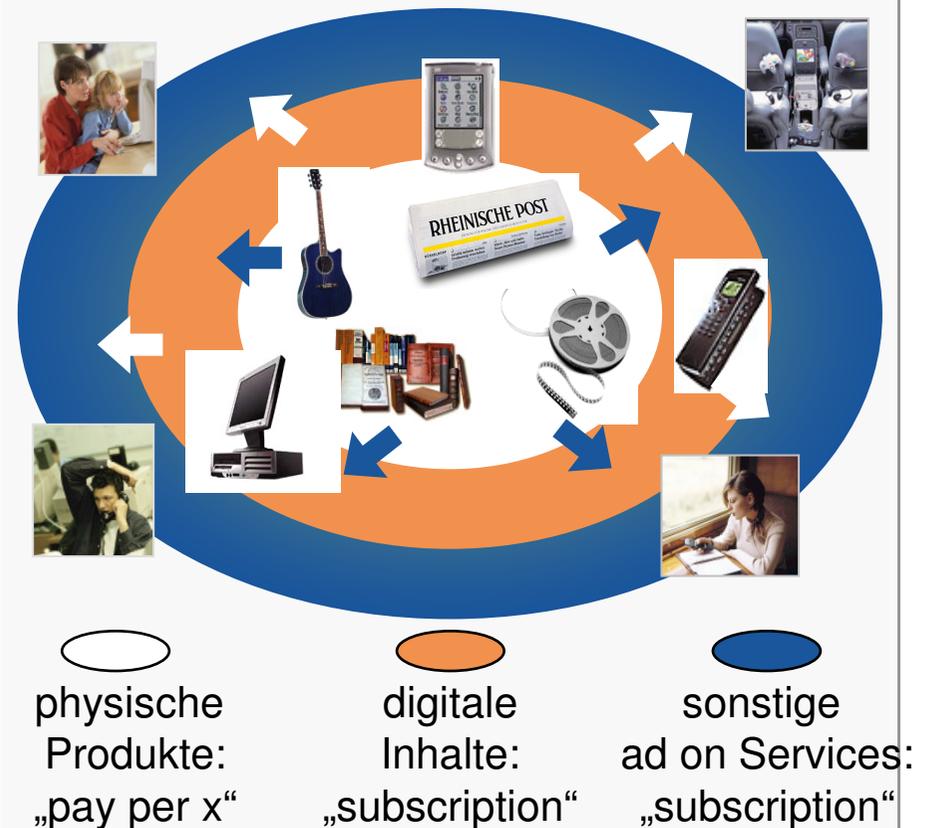
**Jeremy Rifkin**

„What we're witnessing is the beginning of an epic struggle between two great economic systems. On one side lies the old market-based economy, made up of sellers and buyers.

On the other side lies the new network-based economy, made up of servers and clients. In markets, the parties exchange property. In networks, the parties share access to services and experiences. (...)Today, Napster is an oddity. In the future, it will be the norm.“

Quelle: Los Angeles Times, 21.08.2000

### Angebote und Geschäftsmodelle von Medienunternehmen müssen migrieren



## 2 These 2 zur Entwicklung der Video- und Fernsehmärkte

### 2.1 Eruption der Geschäfts- und Finanzierungsmodelle

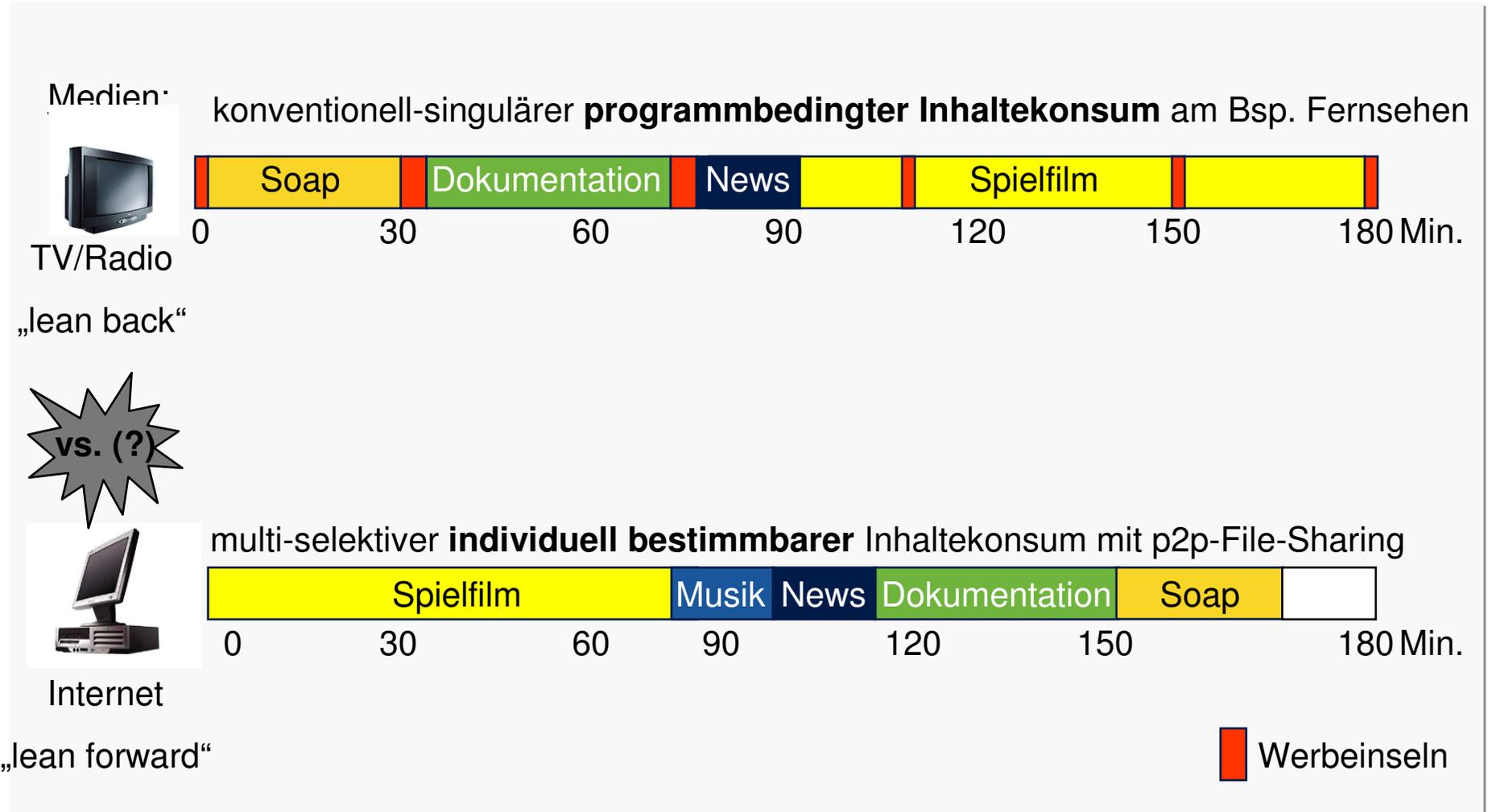
Das Internet ermöglicht die Vernetzung dezentraler Individualarchive. Der Zugriff darauf durch p2p (peer-to-peer) konterkariert die Geschäftsmodelle.



## 2 These 2 zur Entwicklung der Video- und Fernsehmärkte

### 2.2 Accelerator Internet

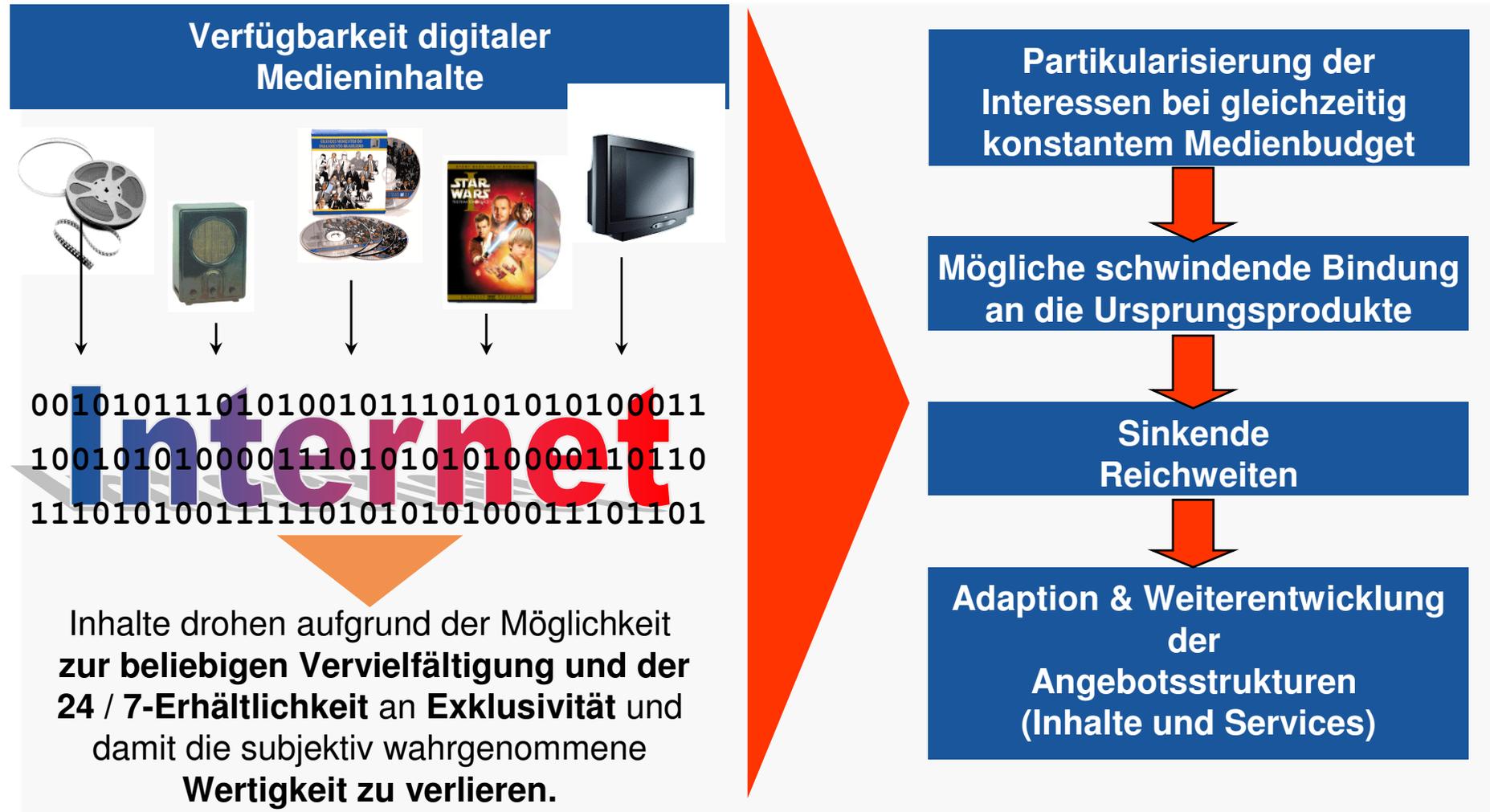
Die Digitalisierung und die Medienkonvergenz begünstigen den individuellen, situativen „content on demand-Medienkonsum“ - Zuschauer emanzipieren sich.



## 2 These 2 zur Entwicklung der Video- und Fernsehmärkte

### 2.3 Evolution der Angebotsstrukturen

Video- und insbesondere die Fernsehmärkte werden sich nachhaltig in ihren Angebotsstrukturen wandeln. Der Massenmediencharakter verwässert.



**Vielen Dank.**

**Henrik Hörning**

Managing Consultant & Head of Publishing Segment

Detecon International GmbH  
Garmischer Straße 19-21

D - 81377 München  
Deutschland

Telefon: +49 (0)89 – 54 63 65 - 20

Mobil: +49 (0) 160 – 972 33 287

Fax: +49 (0)89 54 63 65 – 95

e-Mail: [henrik.hoerning@detecon.com](mailto:henrik.hoerning@detecon.com)

Internet: [www.detecon.com](http://www.detecon.com)

