



# Eins plus Eins ist Drei

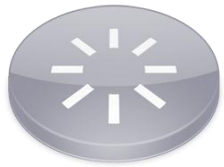
Medienunternehmen auf dem Weg in die Web-Gesellschaft



## W.Kienreich

Area Management, Knowledge Relationship Discovery

<http://www.know-center.at>



- Kompetenzzentrum für Wissensmanagement
  - Knowledge Services
  - Knowledge Relationship Discovery
- Anwendungsnahe Forschung für Industriepartner
  - Brückenfunktion zwischen Wissenschaft und Wirtschaft
  - Umsetzung vorwettbewerblicher Innovationsprojekte
- Zahlreiche Medienpartner



content company :**STYRIA**



verlag  
digital  
service  
international



BIBLIOGRAPHISCHES  
INSTITUT AG



MEDIAWATCH



## 🌐 Nachrichtenmedien

Monopol auf informationssammelnde Infrastruktur

Monopol auf informationsverbreitende Infrastruktur

Klare Richtung des Informationsflusses

## 🌐 Enzyklopädische Medien

Monopol auf gesichertes Wissen

Monopol auf qualitativ hochwertige Darstellung



**„Zwei Tageszeitungen und eine Enzyklopädie  
machen den Bildungsbürger“**



## Menschen und Medien

# Was wird

### Gegenwart

Online-Medien

Konsumentengenerierte Inhalte

Soziale Netzwerke

### Zukunft

Soziale Medien (Online-Reputation?)

Konsumentengenerierte Medien (Vertrauen?)

Wissensbasen als Mehrheitskonsens (Qualität?)

Personalisierte Medien (Blinde Flecken?)



**„Medien werden von Menschen gemacht. Von allen. Überall. Absichtlich oder ungewollt.“**



## 🌐 Web 2.0 ...

Konsumenten generieren (viele? alle?) Inhalte

Software als verteiltes (und vernetztes) Service

Jeder Nische ihre Infrastruktur (und ihr Geschäftsmodell)

## 🌐 ... und mehr

Soziale Medien

Personalisierte Medien

Metamedien – Mediendienstleistungen für alle



## 🌐 Alleinstellungsmerkmale

Umfang und Qualität der Inhalte

Qualität und Marktkonformität der Präsentation

Vertriebsstrukturen, Marken

## 🌐 Geschäftsmodelle

Verkauf von Inhalten als Werke

## 🌐 Erfolgsfaktoren

Aktualität

Qualität



**„Geschäftsmodelle und Erfolgsfaktoren  
kollidieren mit zentralen Ideen von Web 2.0“**



## 🌐 Alleinstellungsmerkmale schwinden

Umfang?

Wikipedia 1.150.000 Artikel, Brockhaus 270.000

1 Million Blogeinträge pro Woche zu Obama während Wahl

Aktualität?

Mumbai Bombenanschläge erst auf Twitter

Erste Live-Bilder von Ereignissen mehrheitlich über Online-Dienste

## 🌐 Konsumentenwahrnehmung im Wandel

## 🌐 Steigende Konkurrenz durch „freie“ Angebote



**„Erleben wir eine Zukunft ohne organisierte, kommerzielle Medien? “**



## ● Hochwertige Softwareprodukte

Darstellung von Inhalten

Anreicherung durch Medien

Präsentation und Interaktion

## ● (Noch) keine Online-Konkurrenz

## ● Aufwändig in der Umsetzung

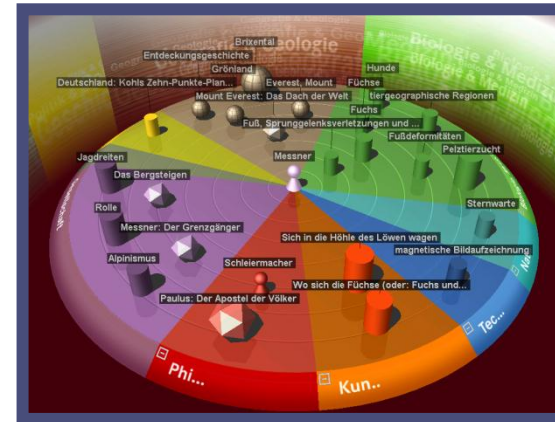
Meist produktgebunden

Lange Produktzyklen, Innovationszwang

## ● Gefahr durch global player

Massentaugliche Produktideen werden rasch besetzt

Beispiel geospatiale Darstellung - Google Maps



„Brockhaus 3D-Wissensraum“  
(Brockhaus Enzyklopädie Digital)





# Herangehensweisen **Nischen nutzen**

- Web 2.0 „long tail“ erschließen
  - Angebot an heterogene Kundenschicht
  - Geschäftsmodell Detailverkauf
  - Ausgehend von vorhandener Infrastruktur

- Beispiel: Individualmedien

- Beispiel: Nischenportale

- Gefahr durch „long tail“ von Anbietern

- Kaum Möglichkeit der Alleinstellung, Webanwendungen sind billig
  - Alleinstellungsmerkmal Infrastruktur



„Lichtschwertkampf“  
(www.1buch.com)



# Herangehensweisen Vernetzen verwenden



## Web 2.0 „mashup“ nutzen

Zusammenarbeit von Unternehmen  
Vernetzen von Geschäftsmodellen  
Schaffen von Mehrwert

## Beispiel: Inhaltsverknüpfung

## Beispiel: Service-Orchestrierung

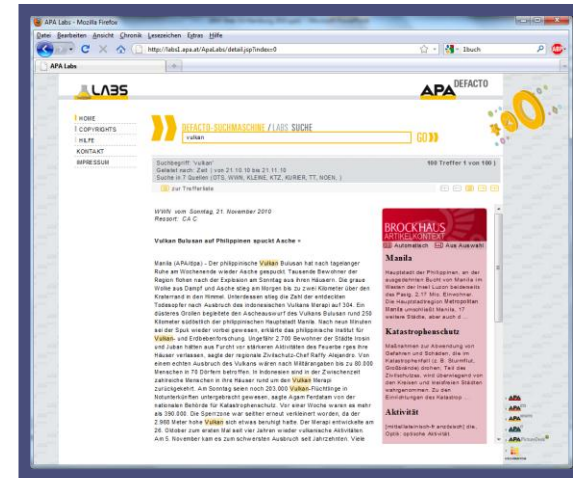
## Geschäftsmodell oft fraglich

## Gefahr durch Öffnung

Mashups leben von offenen Schnittstellen

Damit auch Öffnung gegenüber potentieller Konkurrenz

Oft nicht mit Unternehmensphilosophie vereinbar



„APA-Brockhaus-Mashup“  
(labs1.apa.at)





## Herangehensweisen

# Zusammenfassung

### 🌐 Hochglanz

Attraktiv solange keine Online-Konkurrenz  
Gefahr durch klassischen Produktcharakter

### 🌐 Nischen

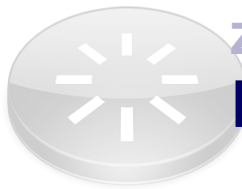
Attraktiv wenn alleingestellt  
Gefahr durch ständige Zieländerung

### 🌐 Vernetzen

Attraktiv durch geringen Aufwand  
Gefahr durch Öffnung (Ansichtssache)

### 🌐 Brücken

Attraktiv durch potentiell riesige Märkte  
Gefahr da zu früh



Alleinstellungsmerkmale **im geänderten Umfeld** identifizieren

Etwa: Vorhandene Redaktionsteams

**Immanente** Nachteile alternativer Angebote identifizieren

Etwa: Widersprüchlichkeit konsumentengenerierter Medien

Geschäftsmodelle flexibel **gestalten**

Etwa: Wissensdienstleistungen statt Inhalte verkaufen

Gezielt **Automation nutzen** – in Produktion und Präsentation

Etwa: Semiautomatisch befüllte Portale



**„Die Welle reiten statt Dämme bauen.  
Keine Panik :)“**

Vielen Dank!  
**Fragen?**



**Wolfgang Kienreich**

Area Manager  
Know-Center Graz  
Inffeldgasse 21a  
8020 Graz

+43 316 873 9272  
**wkien@know-center.at**  
www.know-center.at