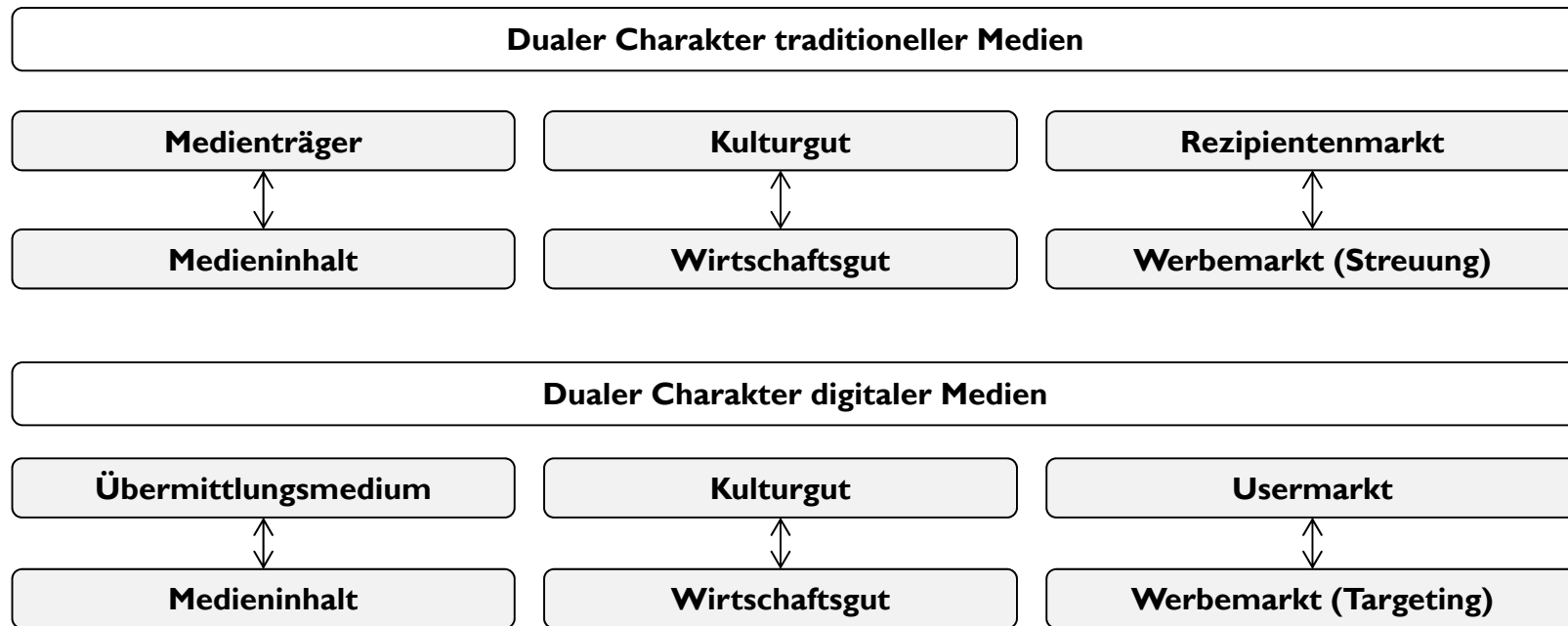


Content als Value Proposition

Dualer Charakter traditioneller und digitaler Medien



Analoge vs. elektronische Medien

▶ **ANALOGE Medien**

- ▶ In der Regel jeweils
 - ▶ **unterschiedliche Mittel** zur Darstellung **unterschiedlicher Informationen**,
 - ▶ entsprechend einer kontinuierlichen **Ähnlichkeitsbeziehung**.
 - **Schallwellen** werden beispielsweise in Form magnetischer Schwingungen auf einem Band oder einer Platte repräsentiert,
 - **Text** in Form von Zeichen auf Papier oder einem anderen Trägermaterial.
 - ▶ **Wahl des Mediums** ist zugleich Selektion, welche **Art der Inhaltsaufbereitung** möglich ist

▶ **ELEKTRONISCHE Medien**

Analoge vs. elektronische Medien

- ▶ ANALOGE Medien
- ▶ **ELEKTRONISCHE Medien**
 - ▶ **Träger**, die oft auch als Speicher- bzw. Trägermedien bezeichnet werden, können **unterschiedlich** sein (Magnetplatte, optische Platte, Chip etc.)
 - ▶ **Mittel der Darstellung** von Informationen sind **immer diskrete Werte** (in Zahlen, meist in der Form von binärem Code).
 - ▶ **Vorteil**: mögliche Verbindung aller Datentypen innerhalb eines Informationsmediums

Analoge vs. elektronische Medien

▶ **ANALOGE Medien**

- ▶ Wahl des Mediums ist zugleich Selektion, welche Art der Inhaltsaufbereitung möglich ist

▶ **ELEKTRONISCHE Medien**

- ▶ mögliche Verbindung aller Datentypen innerhalb eines Informationsmediums

Content als Gemeinsamkeit aller Medien

The Medium

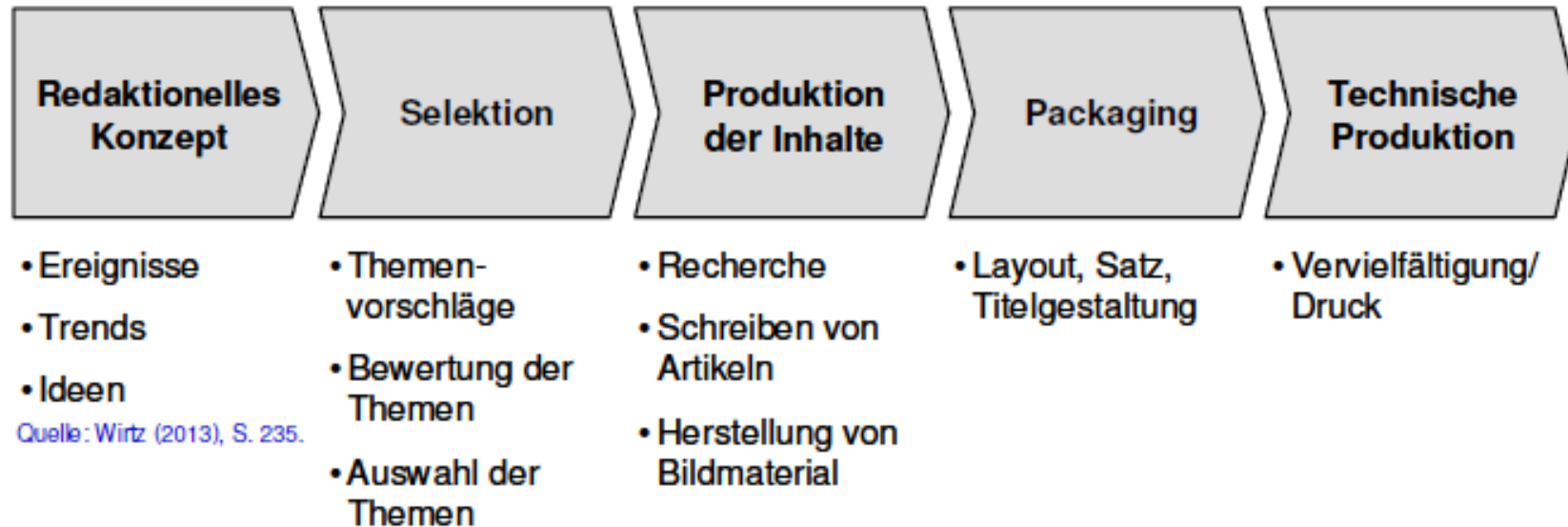
Is

The Message

(Marshall McLuhan 1967)



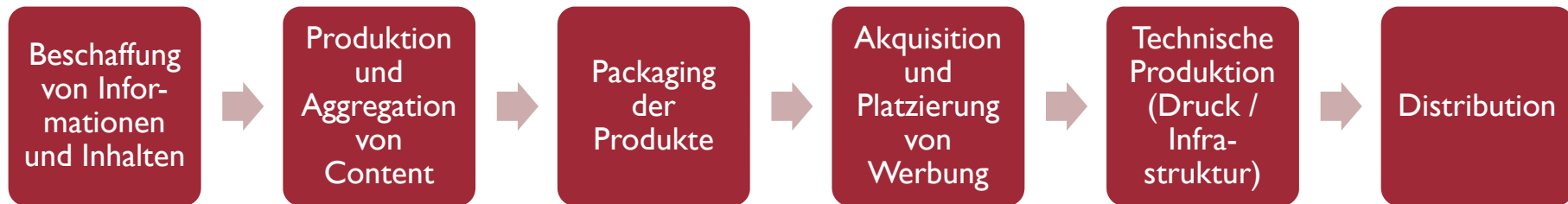
Traditioneller Produktionsprozess von redaktionellen Beiträgen



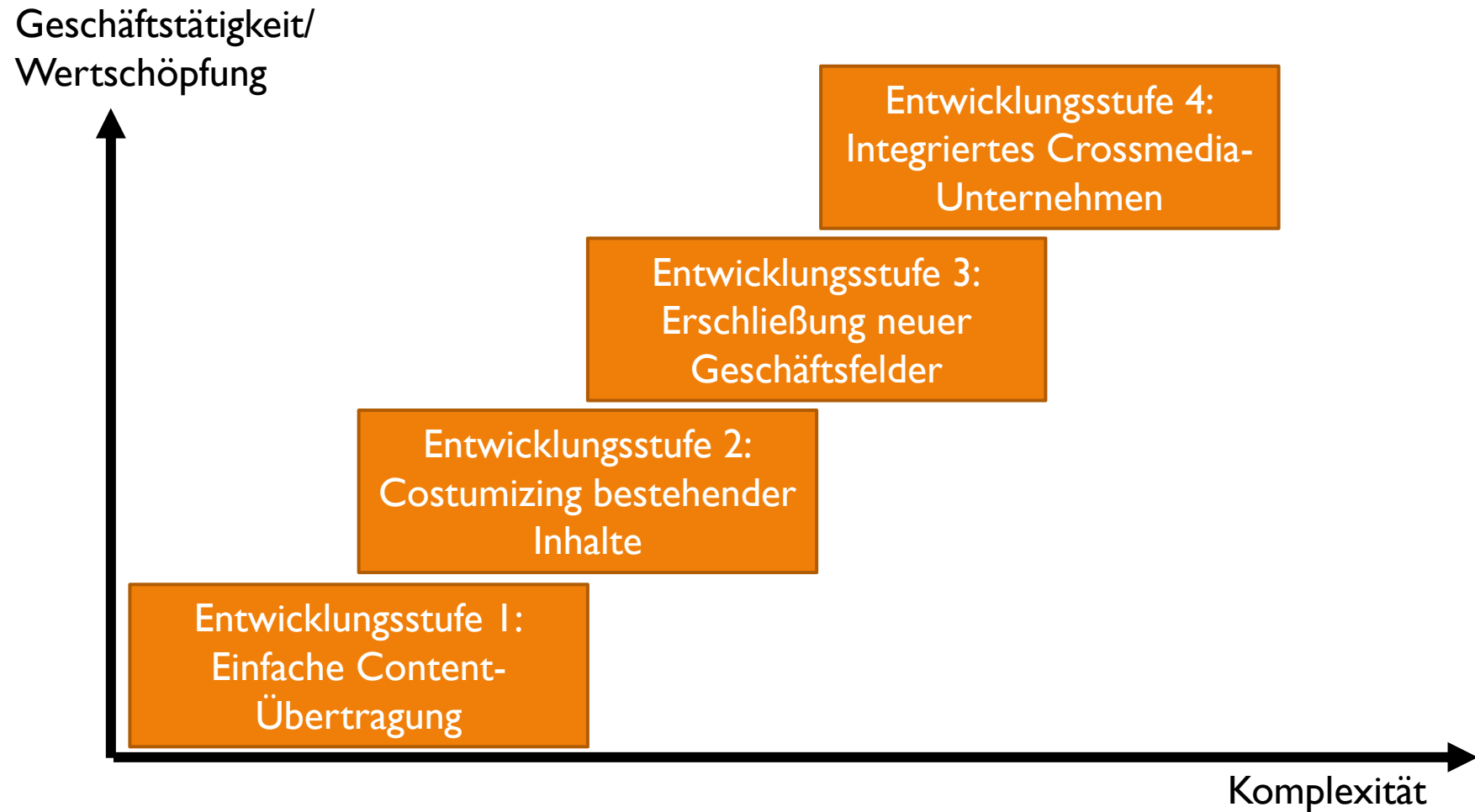
Quelle: Wirtz (2013), S. 235.



Geschäftstypen der Content-Wertschöpfung



Entwicklungsstufen der Integration von Online-Geschäftsfeldern in Presseunternehmen





Geschäftsmodelle / Business Model Canvas

Business Model Canvas

- ▶ Anwendungsgebiete von Business Modeling
 - ▶ Kreation eines Business
 - ▶ bestehende Geschäft systematisch
 - ▶ erfassen,
 - ▶ überdenken und
 - ▶ diskutieren
- (im Management-Team oder sogar mit Kunden und Dienstleistern)



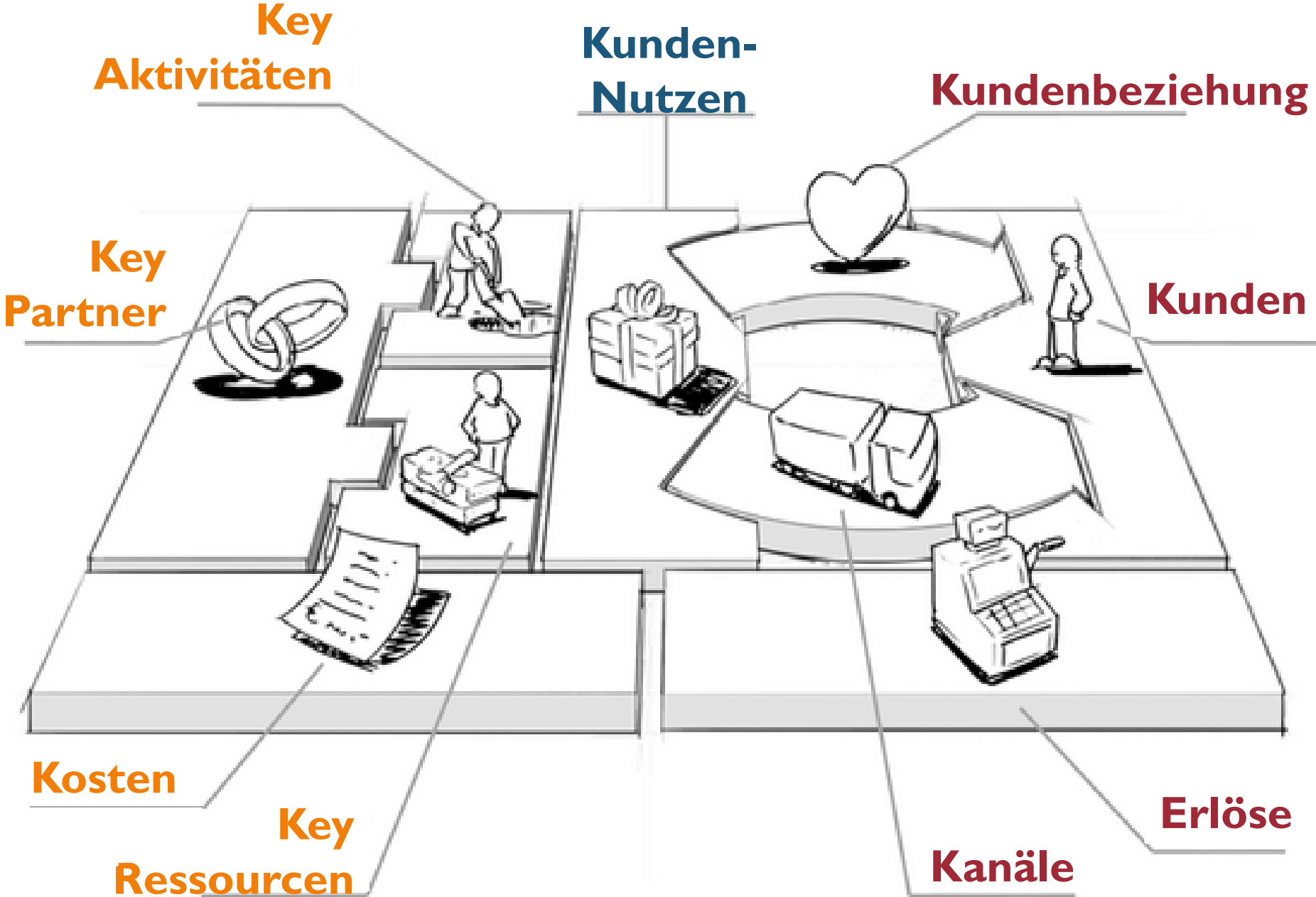
Business Model Canvas

- ▶ **klassische Logik**
 - ▶ geht vom **Produkt** aus.
 - ▶ **ABER**: Erklärung des **Unternehmenserfolgs** ist zunehmend nur mittelbar durch das Produkt darstellbar.

- ▶ **„Business Modell Canvas“**
 - ▶ **Visualisierung** von Geschäftsmodellen
 - ▶ geht vom zu ‚liefernden‘ **Kundennutzen** (value proposition) aus
 - ▶ strebt nicht Vollständigkeit an, sondern will vom Kundennutzen ausgehend die **Kernelemente** der Wertschöpfungskette darstellen
 - ▶ Abbildung des **immateriellen Zusatznutzen**, der häufig auf den ersten Blick kaum mit dem originären Produktnutzen verbunden ist



Business Model Canvas



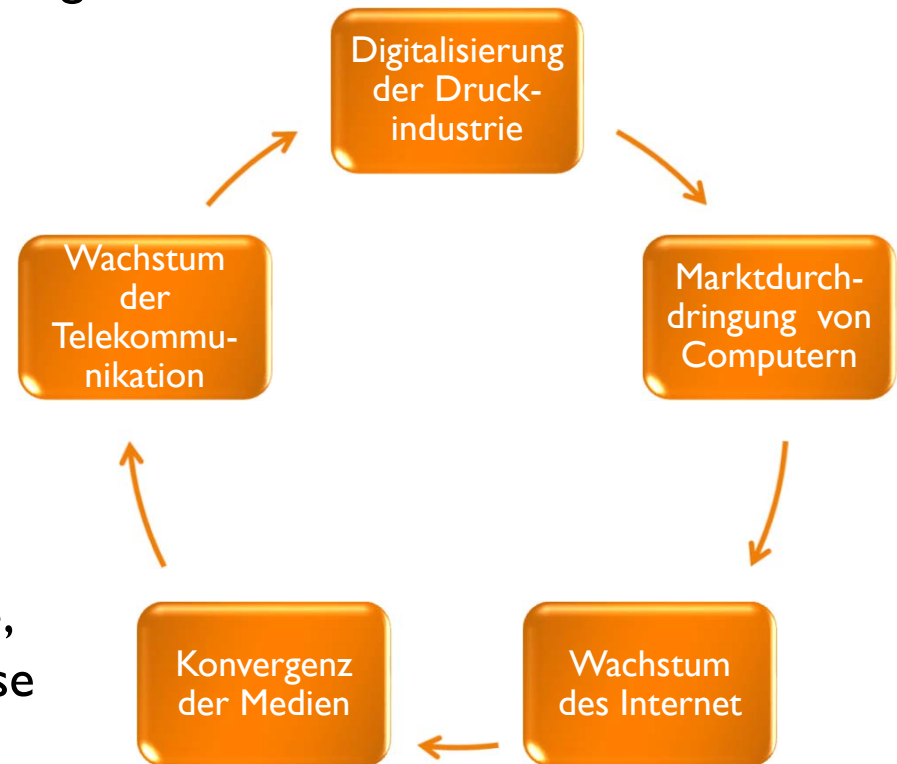


Digitales Publizieren



Veränderungsprozesse durch technologischen Wandel

- ▶ **Printsektor:** seit 80er Jahren durch Digitalisierung mehr verändert als in den 500 Jahren davor. (Druckvorstufe, Elektronische Bildverarbeitung DTP, Electronic Publishing)
- ▶ Marktdurchdringung von **Computern:** seit den späten 80ern
- ▶ Wachstum des **Internet:** Anzahl Nutzer, Websites und Dienste
- ▶ Konvergenz der **Medien:** z.B. Smartphones
- ▶ Wachstum des **Telekommunikationsmarktes:** Privatisierung, Mobilfunktelefone, Bandbreite, Netzabdeckung, sinkende Preise



Publizieren: digital & analog

- ▶ Begriff impliziert immer „öffentlich machen“
- ▶ meint prinzipiell den allgemeinen und ungehinderten Zugang zu Informationen
- ▶ Aus Rezipientenperspektive:
 - ▶ zeitpunktunabhängig nutzbare, dauerhafte verfügbare Informationen
 - ▶ unabhängig von einer "Ereigniszeit" oder einer „Sendezeit“
- ▶ Vermittlungsleistung als Verlagsfunktion:
 - ▶ Umfasst sämtliche Herstellungs- und Übermittlungsformen, zwischen Kommunikator bzw. Hersteller und Rezipient
 - ▶ Funktionen können von anderen Intermediären übernommen werden



Publikationsinhalte nach Datentypen

- ▶ diskrete Datentypen: Werte sind zeitunabhängig
 - ▶ Formatierte Daten (Bit, Zahl, Zeichenfolge)
 - ▶ Text
 - ▶ Zeichnung
 - ▶ Bild (Festbild)
- ▶ kontinuierliche Datentypen: Wert ändert sich mit dem Verlauf der Zeit
 - ▶ Ton
 - ▶ Film (Bewegtbild)
 - ▶ Animation
- ▶ Vorteil des elektronischen Publizierens:
 - ▶ mögliche Verbindung aller Datentypen innerhalb eines Informationsmediums



Analoge vs. elektronische Medien

▶ analoge Medien

- ▶ in der Regel jeweils unterschiedliche Mittel zur Darstellung unterschiedlicher Informationen, entsprechend einer kontinuierlichen Ähnlichkeitsbeziehung.
 - ▶ Schallwellen werden beispielsweise in Form magnetischer Schwingungen auf einem Band oder einer Platte repräsentiert,
 - ▶ Text in Form von Zeichen auf Papier oder einem anderen Trägermaterial.

▶ elektronische Medien

- ▶ Träger, die oft auch als Speicher- bzw. Trägermedien bezeichnet werden, können unterschiedlich sein (Magnetplatte, optische Platte, Chip etc.)
- ▶ Mittel der Darstellung von Informationen sind immer diskrete Werte (in Zahlen, meist in der Form von binärem Code).



Electronic Publishing –

(1) herstellungsorientierte Definition

- ▶ umfasst einzelne oder mehrere Aspekte der computergestützten
 - ▶ Erstellung,
 - ▶ Aufbereitung,
 - ▶ Präsentation,
 - ▶ Speicherung und
 - ▶ Distributionvon Publikationen (Sandkuhl 1994, 7)

- ▶ unabhängig davon, ob die Inhalte auf elektronischen oder konventionellen Informationsträgern vertrieben werden



Electronic Publishing –

(2) rezeptionsorientierte Definition

- ▶ Definition verschiebt der Fokus vom Herstellungsprozess auf Medium, das zwischen Kommunikator und Rezipient ausgetauscht wird
- ▶ damit stärker auf die Distribution
- ▶ Unterscheidung zwischen
 - ▶ Online Publishing:
Anfang der 1990er Jahre erstmals die Möglichkeit einer geschlossenen elektronischen Publikationskette ohne Medienbrüche
 - ▶ Offline Electronic Publishing:
Distribution erfolgt nicht direkt über Netzwerke, sondern auf einem Datenträger



Verlag und Kommunikator

- ▶ Verlag und Kommunikator (Autor) sind hinsichtlich des Publikationsprozesses voneinander zu unterscheiden
 - ▶ **Autor**
 - ▶ übernimmt **inhaltlichen** Qualitätssicherung folgender Kriterien (Endres 2000, 303):
 - ▶ Wahrhaftigkeit, Klarheit, Kompaktheit (Präzision und Kürze), Konsistenz (Einheitlichkeit von Aussagen und Terminologie) und Quellenangabe (Schutz des geistigen Eigentums Anderer)
 - ▶ **Verlag**
 - ▶ übernimmt **präsentationsbezogene** Qualitätssicherung.
 - ▶ äußere Gestaltung durch Elemente wie Schrift und Layout, die zu einer optimalen Informationsaufnahme beim Rezipienten beitragen soll.

