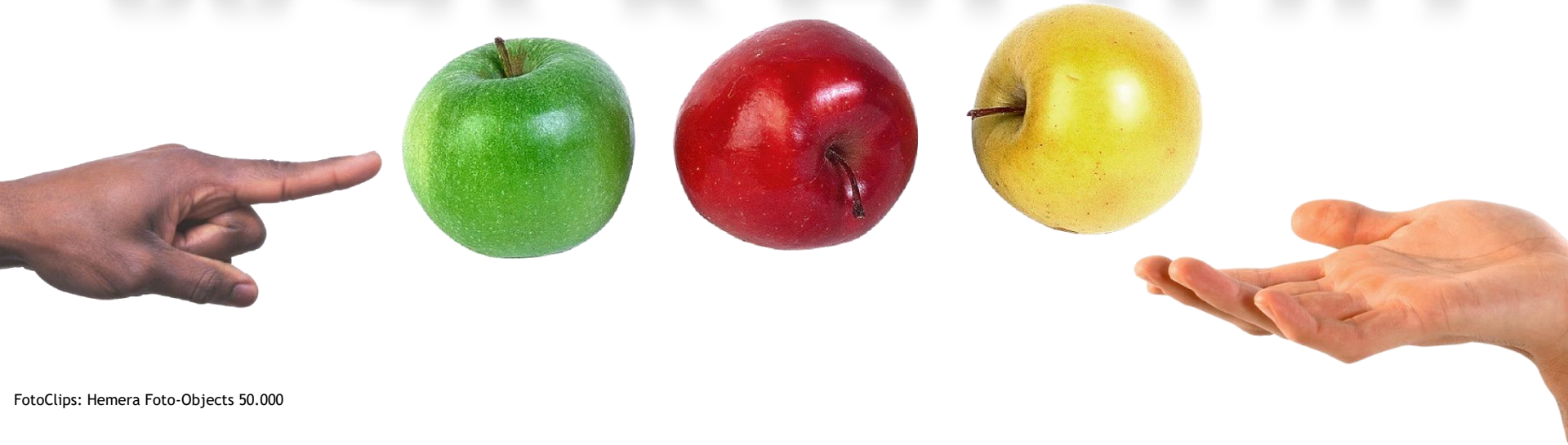
„Klassisches“

Marketing



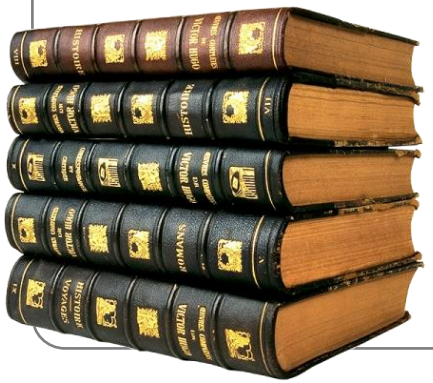
FotoClips: Hemera Foto-Objects 50.000

3 Geschäftsmodelle „dominieren“ in der Gutenberg-Welt

(erweitert nach: Verlagswirtschaft, Wulf D. v. Lucius, 978-3-8352-2652-7, UTB, 2007, S. 295)

1 - Verkaufsfinanzierte Bücher, Zeitschriften oder Zeitungen

- Der Anbieter (Verlag) produziert sein Produkt auf Vorrat und verkauft es in einer Periode X, die Jahre, Monate, Wochen oder auch nur einen Tag umfasst, an Interessenten.
- Dieses Modell gilt auch für digitale Medien, die auf CD-ROM oder zum Download (z. B. iTunes) angeboten wird.



2 - Anzeigenfinanzierte Zeitschriften oder Zeitungen

- Der Anbieter finanziert sein Produkt durch Werbeeinnahmen und gibt das Produkt dann kostenlos ab.
- Der Verlag sorgt hier also für die „kontrollierte“ Streuung des Produktes an die für den Anzeigenkunden relevanten Empfänger und erreicht diese im Optimalfall auch voll.
- Dieses Modell gilt z. B. für Internetpräsenzen, die voll über Werbung bzw. Anzeigen finanziert werden – hier haben wir es mit dem weiten Feld des „Online-Marketing“ zu tun.

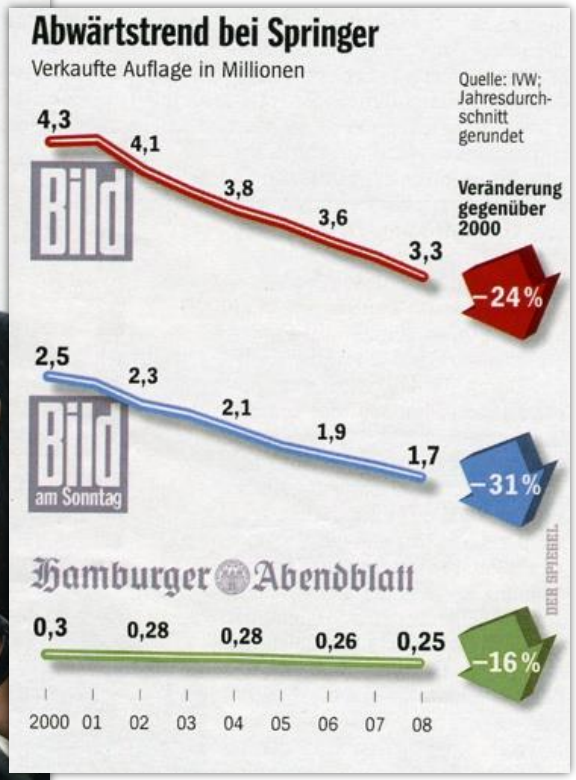
Mischform aus 1 und 2

- Eine Mischform aus 1 und 2 ist das typische Zeitschriften- und Zeitungsmodell, bei dem ein Teil der Erlöse aus Verkaufserlösen, ein anderer Teil aus Anzeigenerlösen besteht.
- Dabei können die Zeitschriften einzeln oder im Abonnement verkauft werden.
- Ein ähnliches Mischmodell kann man auch bei Internetauftritten finden, die sich teils über Anzeigen und teils über Abonnement-Gebühren finanzieren, indem sie dem Kunden Zugang zu weiteren Informationen oder Services bieten. Oft ist im Print-Abo der Online-Zugang zu Premium-Inhalten inbegriffen.

Wo geht's hin – in der schönen neuen Online-Welt?

(nach: Spiegel, Ausgabe 10/2009, Seite 86ff, Interview: „Mich stört die Weinerlichkeit“)

Axel-Springer-Chef Dr. Mathias Döpfner



Aus dem Interview…

...die Auflage sinkt und sinkt...

...ich halte das angesichts der vielen zusätzlichen Angebote von Privatfernsehen über Internet bis zu Handy-Kommunikation für eine nicht schöne, aber leider relativ normale Entwicklung...

...mir wäre wichtig [...], rechtzeitig den Sprung ins Online-Geschäft zu schaffen...

...die Menschen zahlen heute für eine SMS „Bin gleich da“ 10 Cent...

...die Leute haben gar nicht gelernt, für Inhalte im Netz zu zahlen. Ein strategischer Fehler...

[...] postulieren, dass Springer schon in zehn Jahren die Hälfte von Umsatz und Gewinn im Netz verdient...

...bild.de [knackt bald] eine Milliarde Klicks pro Monat

...0,8 Millionen € Gewinn [...] stammen aus dem Online-Geschäft...

...tauschen wir lieber kaum wachsendes Zeitungs- gegen schnell wachsendes Web-Geschäft...

Apples Wunderding – das iPad

Produktfoto von Apples Homepage irgendwann im Frühjahr 2010

Aus dem WiWo-Artikel (Ausgabe 5):

- Von 2014 an werden mehr Mobilgeräte als Computer auf der Internet zugreifen
- Unternehmenberater schätzen den Wert des „mobilen Kuchens“ in wenigen Jahren auf 150 Milliarden Euro.
- Apple konnte im ersten Quartal seinen Vorjahres-gewinn um 50% steigern
- Vom iPhone hat Apple 42 Millionen Geräte verkauft, in Deutschland mehr als 4 Millionen. 2010 sollen nochmal 2 Millionen dazu kommen.
- Apple verkauft in seinem iStore 140.000 iPhone-Apps
- Dieses Jahr soll der Umfang des App-Geschäftes bei 6,2 Milliarden Dollar liegen. Bis 2013 soll es auf 30 Milliarden Dollar anschwellen – fünfmal so viel.
- Das Geschäftsmodell von Apple ist so erfolgreich, weil es sich über weite Strecken selbst nährt: iPhone und iStore heizen sich gegenseitig an.
- Der iPad ist vieles gleichzeitig: ein Lesegerät für Zeitungen, Zeitschriften und Bücher, ein Tablet zum Surfen und E-Mail verschicken, ein Fotoalbum und ein Handkino und man kann Musik mit ihm hören.
- Analysten schätzen, dass Apple 2010 drei bis vier Millionen iPads verkaufen wird.

Was die Verlagswelt bewegt – Schlaglichter

Quelle: www. Boersenblatt.de

Verlust bei Bibliografischem Institut

http://www.boersenblatt.net/326024/ :: 19.06.2009

- … der **Einbruch im Lexikon-Geschäft**, die Umstrukturierungen und der massive Personalabbau in der Verlagsgruppe haben die Verluste in der Bilanz des Bibliographischen Instituts für 2008 auf 32,8 Millionen Euro ansteigen lassen…

- …die Höhe des Verlustbetrags begründet das inzwischen zu Cornelsen gehörende Unternehmen vor allem mit Rückstellungen in Höhe von 17 Millionen Euro, mit denen der Personalabbau finanziert werden soll …
- Wie auf boersenblatt.net früher berichtet, steht in Mannheim jeder dritte der insgesamt 250 Arbeits-plätze auf der Streichliste.

Cornelsen: Gerüstet für den Tag X

www.boersenblatt.net/411331/ :: 26.01.2011

- …Aktivitäten in einem Konzern zu bündeln, entspringt nicht einer kreativen Laune – auch wenn die Neustrukturierung durchaus Gestaltungsräume eröffnet…
- …am Ende von "Evolution 2012" – so der interne Name – soll aus dem heterogenen, buntscheckigen Verlags-konglomerat eine Flotille aus fünf Unternehmenseinheiten werden, die sich gemeinsamen Zielen verpflichtet fühlt…
- …der **Verdrängungswettbewerb wird härter**, während die Anforderungen an Bildungsmedien ständig steigen…
- …zum Wettbewerbsaspekt kommt die Zeitperspektive hinzu. Niemand vermag vorherzusagen, wann beim Schulbuch der **„digital turn“** kommt…
- …beim Schulbuch könnte es **sehr plötzlich** geschehen – auch wenn es bisher den Anschein hat, dass sich nichts bewegt…
- Wenn aber multimediale Anwendungen für **Tablets** oder **Online-Plattformen** auf den Markt kommen, die gedruckten Schulbüchern ernsthaft Konkurrenz machen, dann werden in kürzester Zeit Investitionsmittel in ungekannter Höhe benötigt …

Quelle des Fotos: Hemera Foto-Objects 50.000

Diskutieren Sie:

2013 – beginnt das Zeitungssterben jetzt?

Quelle Cartoon: http://sven2204.wordpress.com/2012/11/24/geklaut-ich-bin-verwirrt/ :: Titanic

Sehen Sie zwei Videos zum Thema

2013 – beginnt das Zeitungssterben jetzt?

YouTube:

Financial Times – Die letzte Ausgabe

https://www.ndr.de/lost-found/hamj23731.html (2:29 min)

Welt online:

Readers Digest ist pleite

http://www.welt.de/wirtschaft/article113709488/Readers-Digest-ist-pleite.html (3:02 min; Adobe Flash Video)

Quelle: Serif Image Collection

Gehen Sie auf die Jagd im Netz:

Springer in Zahlen

Ihr Auftrag - Finden Sie's raus…

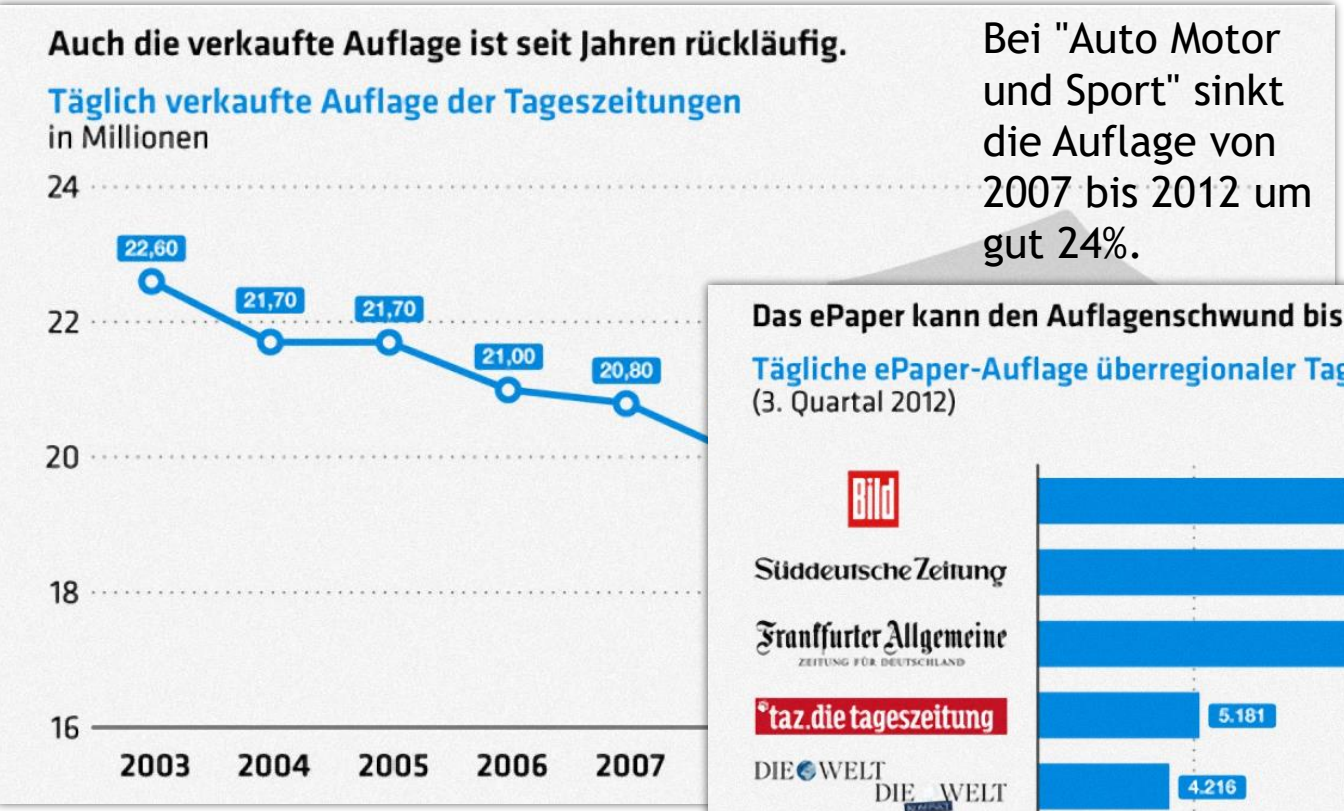
Gehen Sie ins Weltennetz und recherchieren Sie aktuellere Zahlen für die Print- und Online-Ausgabe für die Bildzeitung bzw. bild.de:

:: Auflagenentwicklung seit 2008 (Gesamtauflage pro Jahr oder Umsatz pro Jahr)

:: Online-Umsätze pro Jahr oder eine andere Kennzahl oder eine Kennzahl für die gesamte Springer-Gruppe

Sie haben 20 Minuten Zeit.

Zeitungssterben – einige Zahlen aus der Branche

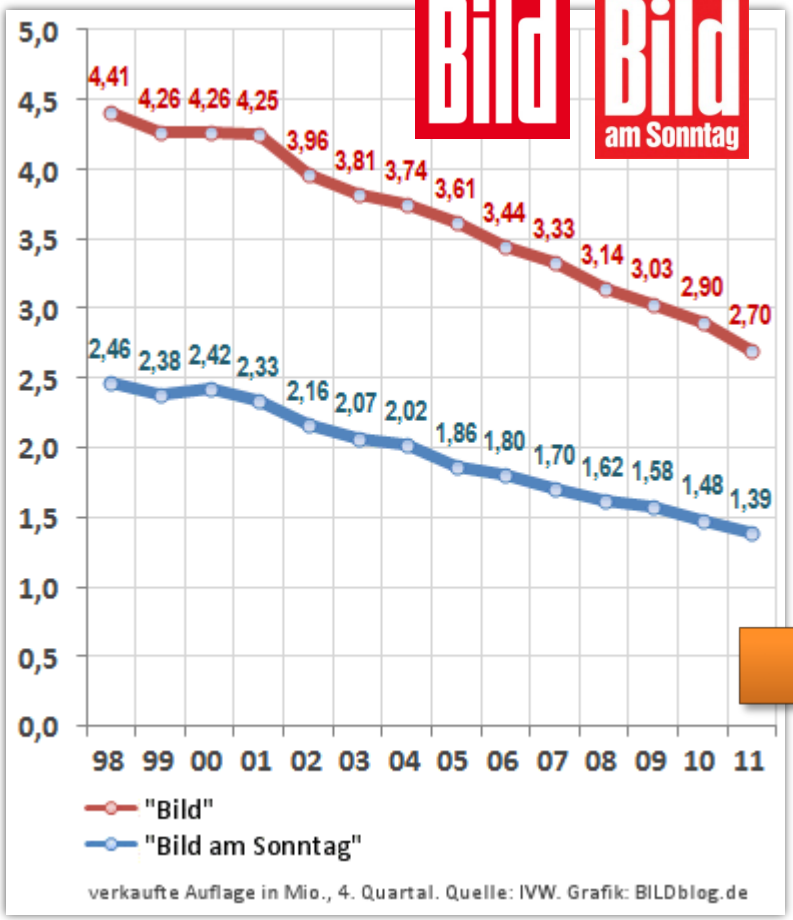


Bei "Auto Motor und Sport" sinkt die Auflage von 2007 bis 2012 um gut 24%.

Abbildungen: https://www.proteus-solutions.de/_system-Pics/NewsPics/Statista-Zeitungen-G2-Auflage-Tageszeitungen.png

Springer-Zahlen im Verlauf der letzten Dekade

Auflage in Millionen:



Umsätze in Milliarden Euro nach Geschäftsfeldern:

	2007	2008	2009	2010	2011
Zeitungen	1,29	1,28	1,21	1,19	1,16
Zeitschriften	0,58	0,56	0,52	0,49	0,47
Online	0,21	0,38	0,47	0,71	0,96

Interpretieren Sie die hier dargestellten Zahlen.
Ist es Springer trotz sinkender Auflage gelungen, den "digital turn" für sich zu nutzen?

Preise für Online-Werbung bei *bild.de*

Stand: 11/2012
(rechte Tabelle TKP in €)

Homepage: 8,0 Mio. Als garantiert

Werbeform	Mo. – Fr. (ab 10:00 Uhr) Tagespreis	Sa., So. (ab 10:00 Uhr) Tagespreis
Garantierte AI / Tag	8.000.000	6.000.000
XXL Contentbar	45.000 €	40.000 €
Medium Rectangle	50.000 €	45.000 €
Exp. Medium Rectangle	65.000 €	55.000 €
Wallpaper mit Einfärbung	75.000 €	65.000 €
Exp. Wallpaper mit Einfärbung	85.000 €	75.000 €
Takeover mit WP + MR oder Layer	90.000 €	80.000 €
Fireplace	90.000 €	80.000 €
Billboard °°	90.000 €	80.000 €
Flip Ad	85.000 €	75.000 €
Site Breaker	85.000 €	75.000 €
Sticky Layer	85.000 €	75.000 €
Wallpaper mit XXL Skyscraper	90.000 €	80.000 €
Push Down Ad	100.000 €	90.000 €
Billboard + Wallpaper oder Layer °°	100.000 €	90.000 €
Side Kick Ad °°	100.000 €	90.000 €
Slider Ad °°	100.000 €	90.000 €
TO mit Contet-übernehmendem Layer °°	100.000 €	90.000 €
Film Strip Ad °°°	90.000 €	80.000 €
Exp. Fireplace	95.000 €	85.000 €
Takeover mit Fireplace + Layer	95.000 €	85.000 €
Takeover mit Wallpaper + redaktioneller Teaser 1 °°	95.000 €	85.000 €
Expanding Video Ad °°	90.000 €	85.000 €
Wallpaper mit Siteboard °°	120.000 €	100.000 €
Autosize Ad °°	120.000 €	100.000 €

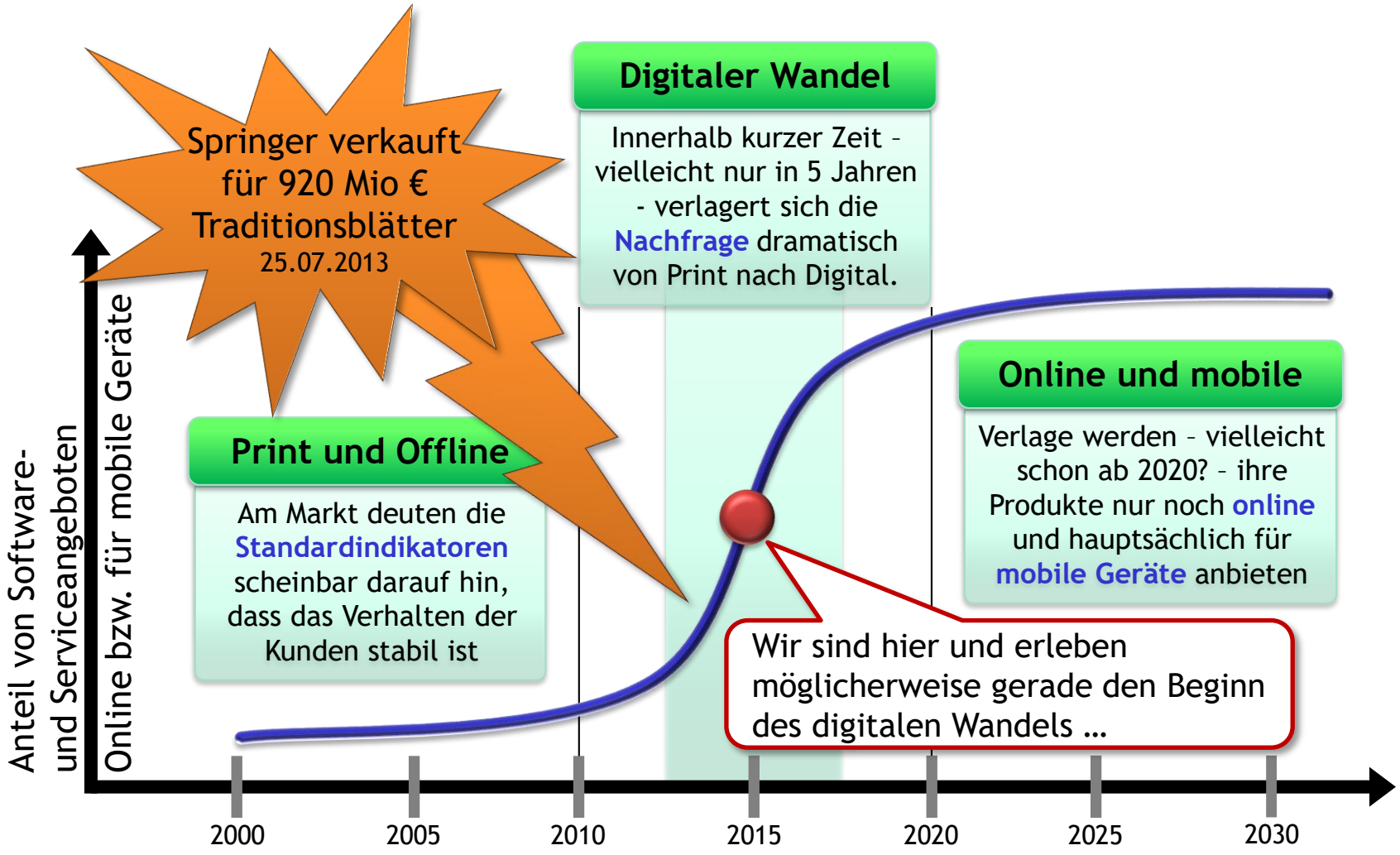
Preise und Formate 2012

Werbeformen	Rubrik	Rotation
Standardwerbeformen		
Full Banner	8 €	5 €
Super Banner	30 €	15 €
Skyscraper	40 €	25 €
Medium Rectangle	50 €	35 €
Ad Bundle	40 €	25 €
Wallpaper	55 €	40 €
Layer	60 €	45 €
Banderole Ad	75 €	55 €
Push Down Ad	80 €	60 €
Half Page Ad	70 €	55 €
Pop Up	45 €	35 €
Pop Under	45 €	35 €
Expandable Ads	+ 15 €	+ 10 €
Tandem Ads	Einzelpreis abzgl. 20% Tandem Rabatt	
Triple Ads	Einzelpreis abzgl. 30% Triple Rabatt	
Sonderwerbeformen		
XXL Content Bar	25 €	15 €
Fireplace	75 €	55 €
Interstitial	80 €	70 €
Billboard	100 €	80 €
Portrait Ad	75 €	60 €
Zusatzpreise		
Quantitatives Targeting	Uhrzeit, Region, Frequency Capping, etc. - kein Aufpreis	

Aktuelle Daten unter
http://www.axelspringer-mediapilot.de

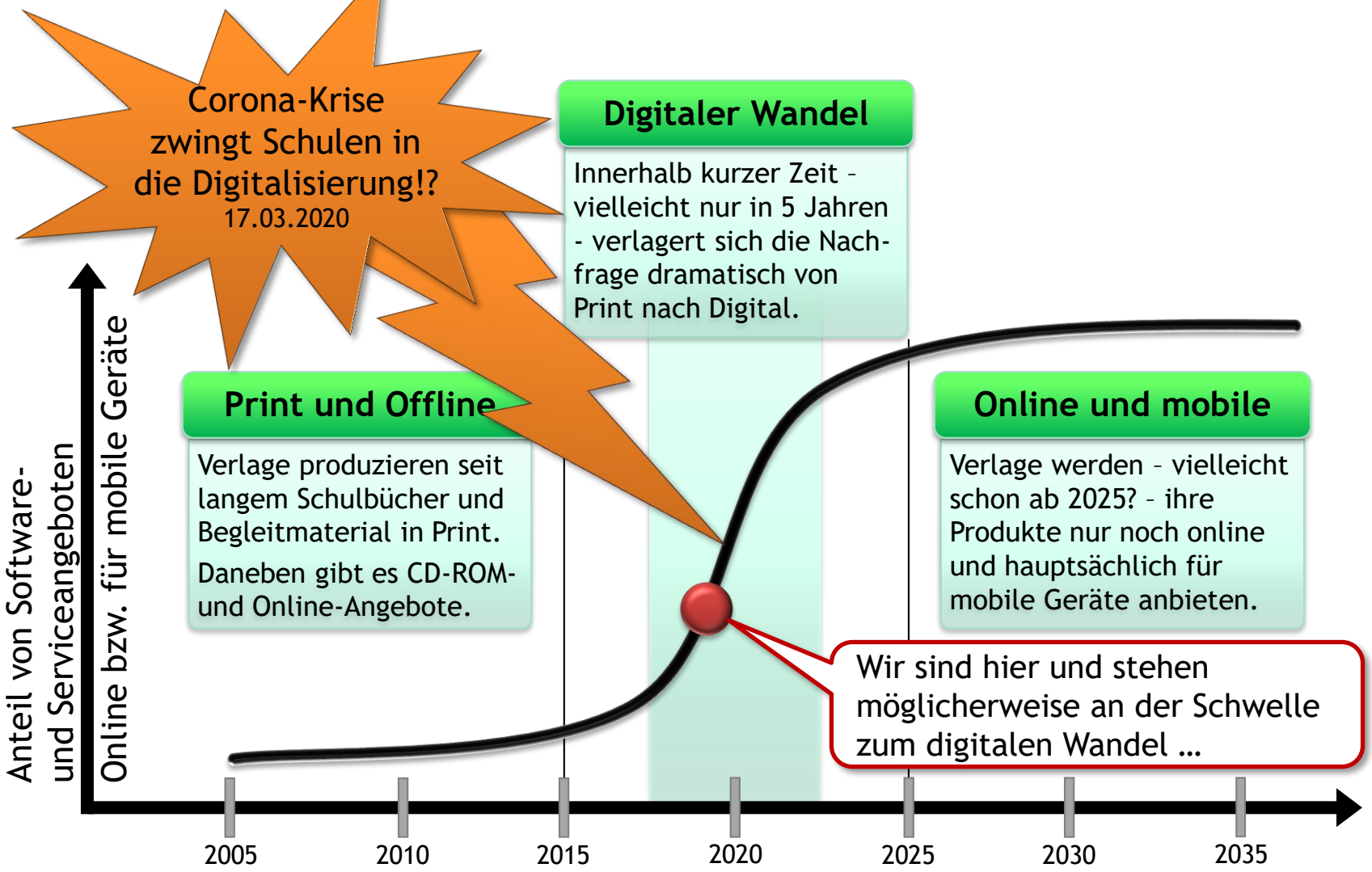
Folie aus dem Jahr
2015

Der "digital turn" - ist er vielleicht schon längst da?



Folie aus dem Jahr
2019

Schulbuchverlage befinden sich im „digitalen Wandel“…



Diskutieren Sie:

Wie wirkt sich der „digital turn“ auf das Marketing aus?

Copyright

Verantwortlich im Sinne des Presserechtes für diese PowerPoint-Präsentation ist **Toni Cramer**.
Die Präsentation begleitet den Kurs „**Online Marketing**" an der Johann-Friedrich-von-Cotta-Schule. Es handelt es sich um eine nicht kommerzielle, für Schulungs- und Bildungszwecke, eingerichtete Präsentation.

Meine Adressdaten sind:

Toni Cramer
Irisweg 36
71672 Marbach
Fon: 07144-861177
Fax: 07144-858350
Mail: Softonic@aol.com
Web: www.projectonic.de
www.sciencetonic.de

Medienquellen
Alle Quellenhinweise zu grafischen Darstellungen und Texten werden auf den jeweiligen Folien selbst wiedergegeben.

Andere grafische Darstellungen, die nicht gesondert gekennzeichnet sind entstammen den Sammlungen von Hemera Photoobjects 50.000 oder der Serif Image Collection.

Schutzrechtsverletzungen
Falls Sie vermuten, dass von dieser Website bzw. PowerPoint-Folie aus eines Ihrer Schutzrechte verletzt wird, teilen Sie mir das bitte umgehend per Post, Mail oder Telefon mit.
Es wird sofort Abhilfe geschaffen.

Copyright: MicroToniC, 2020 :: Alle Rechte vorbehalten
Die PowerPoint-Datei und ihre Teile (Folien und grafische Darstellungen) sind urheberrechtlich geschützt. Das gleiche gilt für alle Texte der Folien. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des jeweiligen Rechtegebers bzw. Autors.

Hinweis zu §52 a UrhG: Weder die PowerPoint-Dateien noch ihre Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung überspielt, gespeichert und in ein Netzwerk eingestellt werden.
Dies gilt auch für Intranets von Firmen, Schulen, Bildungseinrichtungen und anderen Institutionen.