

Mädel Woche:

Medienmarketing, 14.11.05
Prof. Dr. Bergmann, 5. Vorlesung

①

Gestaltung- Innovationsprozess

siehe: Mauser in „Harmasim Modell“

Neue:

Durchführung von Innovationen / Transaktionskosten - Kosten

→ Siehe Aufsatz - Flow Marketing → lesen!

These: es gibt etwas wie Transaktionskosten, die das Verhalten beeinflussen, es gibt aber auch Transaktionskosten die aber nicht so beachtet werden.

→ Zeitungsartikel: „Vernunft liegt auch im Netz“

→ „wer sich am schnellsten auf was Neues einstellt, wird am meisten Erfolg haben“

1. Punkt: Wikipedia → freies Wissen

2. Punkt: Internetkloster → macht der Telekom das Leben schwer, weil sie zu langsam reagiert haben.

Open Source → Menschen sind motivierbar durch eine sinnvolle Aufgabe

→ Zeitungen sterben dann, wenn die Redaktion nicht mehr da ist, weil dann die Kompetenz fehlt. Das bloße Zusammenstellen von Texten ist das Ende einer jeden Zeitung.

→ wenn man seine Zeitung selber zusammenstellen könnte, würde man sich nicht weiterentwickeln.

→ man muß also fremde Einflüsse zulassen um sich selber weiterzuentwickeln

→ „mit heißer Luft Geld verdienen“ → geht nicht.

→ „Luftblasenfirma“

→ Google könnte eine Luftblasenfirma sein.

→ Interpreneure $\hat{=}$ Unternehmer.

→ Eroberung des Wohnzimmers

- wie werden Firmen in Zukunft gekauft / abgekauft?
- wie wird das Design / Technik / Hardware etc. aussehen?

Transaktionsruhen: • man hat Lust, sich anzubringen.

1. BSP: Jogger, der 20 km im Wald joggt und glücklich ist.
(ökonomisch kein Nutzen, ist aber glücklich)

2. BSP: Shopper, der in die Citygalerie läuft (unter erschwerten Bedingungen) und nichts kauft.

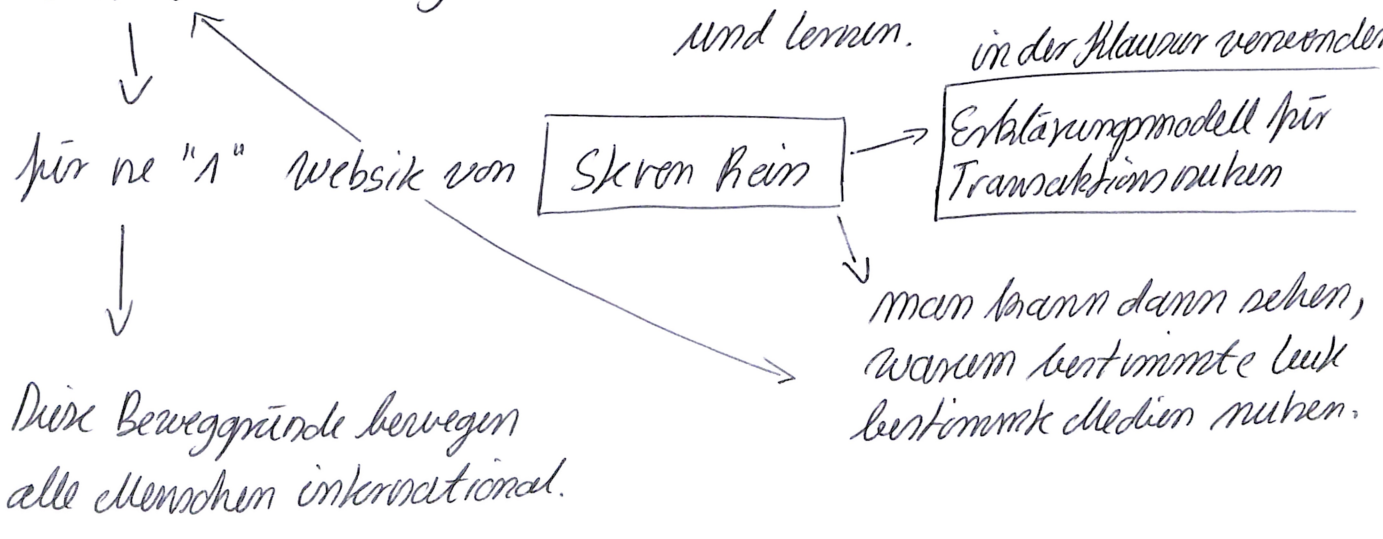
3. BSP: Festival vs. CD hören.

Fazit: „Wir sind keine Transaktionskostenminimierenden Apparate“,

→ 95% ist unbewusste Wahrnehmung und Kommunikation

• man tut etwas, ohne zu wissen, was man da tut.

→ Leitmotive auswendig lernen → den leitmotivcheck downloaden und lernen. in der Klausur verwenden



→ Leute in der Mediennutzung beobachten kostet nicht so viel

→ neuer TFF → Motiv ist: Prodigesobjekt

→ man kann best Qualität anbieten und trotzdem kauft es keiner,
weil gerade zzt. irgendwas anderes angeboten wird.

Klausur:

- Wie könnte die Schnittstelle TV, Internet etc. aussehen.
- Alles zusammen vs. Nostalgie



- Transaktionskosten müssen zusammen mit Transaktionsmühen betrieben werden.
- Wenn man dem TN eher betrachtet, kann man Dinge eher kundenorientiert anbieten.
- es ist illusionisch zu sagen, dass es "genau in die und die Richtung" gehen soll oder wird.