

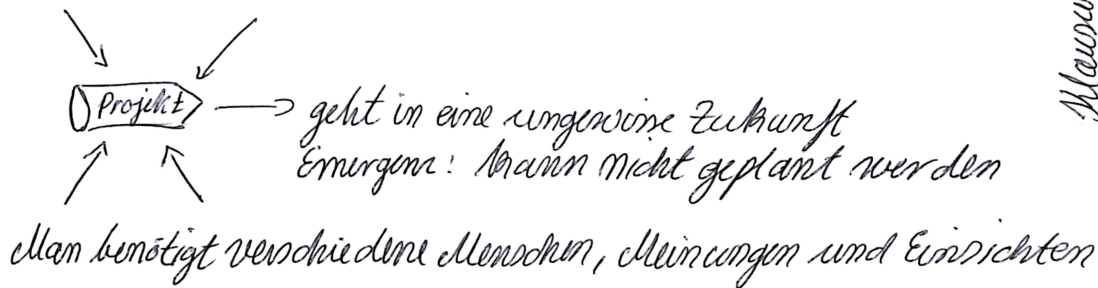
Prozess-Management in Medienunternehmen

- Literatur: Maunier in Harmsen / Winter
Bergmann: Solution Circle

Medienmarketing ①
Prof. Dr. Bergmann
21.11.2005
6. Vorlesung

Maunier:
z.B.: was muss man
beachten, wenn man
ein Buch schreiben will?
→ Wirtschaft vs. Kultur

Projekt: kommt von Projektil → nach vorne gerichtet



Ansatzpunkte klären:

- Soziale Systeme können einem „Stressort“ unterzogen werden und offenbaren ihre Kultur und Identität, ihr selbst.
- Ein Soziales System kann man dann unter Stress bringen, wenn:
 - man Angst verbreitet
 - Einschaltquoten nach unten (pushen), obwohl diese gar nicht schlecht sind.
 - Gerüchte verbreiten
- man stellt nicht das ganze System sofort in Frage, sondern manipuliert nur langsam.
- man kann Unternehmen helfen, indem man das Fehlende ergänzt, aber man muss das Fehlende erst finden.
- womit kann man ein Markt dauerhaft bestehen?

Cockpit: Marketing Controlling

SWOT = SSCR

innovativ	Delphi Szenarien	Neue Erfolgspotentiale
Strategisch	Trend/Chancenkontakt Swot	
operativ	Erträge und Aufwand, DB, KER, Kennzahlen	Zufriedenheit, Rentabilität, Liquidität

→ nicht ständig auf Verkaufszahlen schauen, dies ist nur ein Anreiz. Man kann keine Schlüsse aus Verkaufszahlen ziehen.

Besonderheiten des Medien-Managements

- Komplexität und Dynamik
- Kultur und Wirksamkeit
- dualer Produktmarkt: Werbemarkt / Content-Markt
- Quasi-öffentliche Güter
- Fixkostendeckung
- Web: es gelingt die ~~Steuerung~~ „Herausforderungen des Medienmanagements“
 - Absatz ist im Januar verfügbar
 - S.d. Hermann / Winter
- Hohe Komplexität: Steuerungsproblem

Aufsatz: Medienwissenschaft und Management

- Kunden analysieren „auf Maul und auf die Finger schauen“
- bestimmte Sichtweisen, bestimmte Formate
- ATL: Medienprodukte in Anzeigen testen

selbst, wenn dies defizitär wäre oder ist, ist das allemal besser als irgendwelche GfK-Analysen.

→ wer sich beobachtet fühlt, verhält sich anders.

Systemisch rational: Es kommt darauf an, wie die Personen sich untereinander verhalten.

- Keine von Foster: „der Erfinder der Wahrheit ist ein Lügner“

→ man muss so miteinander reden, dass man meint, dass man klüger wird.

Dialog



Sokrates

„ich weiß, dass ich nichts weiß“

→ die meisten strategischen Fragen sind unentscheidbar.

→ Nur in der Unterhaltung mit anderen kann man eine „gesamtheitliche“ finden und Entscheidungen treffen.

→ SINUS-Milieus (Stern.de) → Die Grundlagen des „Sinus-Milieus“ muss man kennen.
Google

Riosk - „Klarheit und Schönheit“



→ ZDF ist ähnlich, die haben auch „alles“ auf der Website

RTL-Website → „zu unübersichtlich“



liest alles an



- „Wir haben das und das und das“
- Popup etc.

keine einheitliche Präferenz.

Was RTL fehlt: Struktur

Kernkompetenzen

Innovation fehlt, da es keine „Versuchsküche“ gibt

Angst: dass jemand abschaut / kopiert wenn etwas neues erschaffen wird.

↳ aber: Kulturentwicklung dauert lange. Man kann nur das Endprodukt klauen, nicht aber die Kompetenz.

BSP: Toyota ist auf einmal Weltmarktführer, da sie im Gegensatz zu Daumler an der Konkurrenz gearbeitet haben.

SAT 1: ganz klare Konkurrenzorientierung

Art: 1 besonderes Thema, aber auch viele kleine Bildchen



→ wenn alle vielfältig und bunt sind, muss man, um aufzufallen, schlicht sein.

→ Einfach
Eigenständig
Emotional

→ verstehbar

→ Sinnvoll

→ handhabbar → TV-Programm muss auch handhabbar sein.

Salutogenese: Was führt zur Gesundheit

bei uns: macht man die Formel krank, anstatt gesund

→ Zieh Dir nen Schal an, sonst erkältest Du Dich

→ ist nicht salutogenese

Zero-base-budgeting: → aufräumen: "wann habe ich das das letzte Mal angefasst?"

→ man muss sein Budget (auch in der Fa.) begründen.

→ kleinste Elemente müssen das Ganze darstellen

BSP: 1 Buchstabe und man erkennt, dass es Mercedes ist.