

Pressemitteilung

Berlin | 6. April 2010

iPad-Start in USA: Schon heute konkurrieren 67 E-Reader und 32 Tablets um die Gunst mobiler Kunden

Die „3. Marktübersicht Elektronische Lesegeräte“ von Kirchner + Robrecht management consultants beschreibt die Anforderungen an Geschäftsmodelle für Inhalte auf elektronischen Lesegeräten

- › *Zahl der E-Reader und Tablet-PCs auf dem deutschen Markt wächst rasant, das iPad beschleunigt die Entwicklung*
- › *Doch Verlage sollten sich nicht nur auf das iPad konzentrieren, sondern weitere Plattformen im Blick haben*
- › *Bisherige Konzepte der Verlage sind noch nicht ausreichend – neue Erlebnis- und Lösungswelten für die Kunden und neue Geschäftsmodelle müssen entwickelt werden*

Alle sprechen vom iPad. Doch bereits heute konkurrieren 67 E-Reader und 32 Tablets um die Gunst mobiler Kunden. Und Experten rechnen damit, dass Ende 2010 mehr als 50 Tablets angeboten werden. Zur Erinnerung: Die erste Marktübersicht von Kirchner + Robrecht management consultants führte vor genau einem Jahr gerade einmal zwanzig E-Reader auf.

Damit ist klar: Das Internet wird mobil, die Digitalisierung der Medienangebote und der Unternehmenskommunikation gewinnt eine neue Qualität – Verlage und Werbetreibende stehen vor der nächsten großen Herausforderung.

Der Markt wird durch den Launch des iPad noch einmal deutlich an Dynamik gewinnen. Doch es wäre ein Fehler, würden Verlage sich bei ihren mobilen Aktivitäten zu sehr auf das iPad konzentrieren. Unsere Marktübersicht führt 31 iPad-Konkurrenten auf – vom Slate über UMPCs („Ultra Mobile PC“) bis hin zum Segment der Convertibles. Das Angebotsspektrum ist also bereits überraschend umfangreich. Dazu kommt: Apple ist eine Marke, die polarisiert; nicht jeder Endkunde – und nicht jeder Content-Anbieter – möchte sich an die abgeschlossene Apple-Systemwelt binden.

Verlage und auch Werbetreibende sollten daher auch weiteren Plattformen wie den Kindle von Amazon, die Aktivitäten von Sony mit Qriocity oder die entstehenden freien Vertriebsplattformen im Blick haben; außerdem auch neue Anbieter wie Skiff.com und die Berliner Unternehmen Neofonie („WePad“) und Wizpac („txtr“).

Ebenso wichtig wie die Frage nach technischer- und Vertriebsplattform ist für Verlage die Frage, welche Inhaltsangebote auf diesen Plattformen präsentiert werden sollen. Hier haben mittlerweile verschiedene Verlage Konzepte für Tablet-Produkte vorgestellt. In den Konzeptstudien sind in die Angebote Bildstrecken und Videos integriert, Nutzer können Inhalte bearbeiten und weiterleiten. Außerdem zeigen die Studien erste Ansätze, wie Werbung eingebaut werden kann – durch 360-Grad-Ansichten von Produkten oder durch die Einbindung von Videos.

Doch noch bleiben diese Konzepte deutlich hinter den Möglichkeiten und Anforderungen mobiler Kommunikation zurück. Peter Kirchner, geschäftsführender Gesellschafter von Kirchner + Robrecht management consultants: „Strategischer Ansatz muss es sein, mediale Erlebnis- und Lösungswelten für die Kunden zu entwickeln und so auch neue Erlösquellen zu erschließen – zum Beispiel über Location Based-Services oder über Premiumangebote in Form von ergänzenden Apps und Services.“

Kirchner + Robrecht wirft in dieser 3. Marktübersicht daher einen Blick auf die Anforderungen an Geschäftsmodelle für Inhalte auf elektronischen Lesegeräten. Diese müssen von Anfang an im Fokus stehen, denn der Wettbewerbsdruck auf elektronischen Lesegeräten und in elektronischen Vertriebsplattformen wird noch deutlich größer sein als am klassischen Kiosk.

Dr. Marco Olavarria, geschäftsführender Gesellschafter von Kirchner + Robrecht management consultants, erläutert diesen Sachverhalt: „Special Interest-Zielgruppen können auf elektronischen Plattformen ganz einfach auch Publikationen aus anderen Ländern beziehen; im Bereich Hobby, Ratgeber und Fachinhalte werden Zeitschriftenverlage direkt mit den Buchverlagen konkurrieren; in allen Bereichen werden die Verlage auf Konkurrenzangebote von reinen Online-Anbietern sowie auf Publikationen der Werbetreibenden selbst stoßen. Das wird ein gnadenloser Markt sein.“

Die Marktübersicht steht unter www.kirchner-robrecht.de zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Über Kirchner + Robrecht management consultants

Kirchner + Robrecht management consultants ist seit 1993 die Unternehmensberatung für Verlage und Medienunternehmen.

Kontakt

Kirchner + Robrecht management consultants

Dr. Marco Olavarria

Martin-Buber-Str. 18

D-14163 Berlin

Telefon +49 30 8803394-22

marco.olavarria@kirchner-robrecht.de

www.kirchner-robrecht.de