

Pressemitteilung

6. Dezember 2011 | 09:00

Konkurrenzkampf im E-Publishing-Markt: Immer mehr Plattformen buhlen um die Gunst der Verlage und Nutzer

Berlin – Apple bietet längst nicht mehr die einzige attraktive Vertriebsmöglichkeit für E-Publishing-Produkte. Zahlreiche Plattformen positionieren sich als Alternative zu Newsstand & Co. Doch welche eignet sich für welchen Verlag und welches Geschäftsmodell? Die „Marktübersicht E-Publishing: Plattformen und Geschäftsmodelle für Verlage“ von Kirchner + Robrecht management consultants unterstützt Verlage bei der Wahl einer passenden Plattform- und Produktstrategie.

Für die Verbreitung ihrer E-Publishing-Produkte setzten die Verlage bisher vorrangig auf die Plattform von Apple mit App Store, Newsstand und iBooks. Doch die Restriktionen insbesondere hinsichtlich der Kundendaten und die schiere Masse der Angebote behindern das Geschäft der Verlage. Die Suche nach alternativen Produkten und Vertriebswegen nimmt zu.

Die „Marktübersicht E-Publishing: Plattformen und Geschäftsmodelle für Verlage“ bietet einen Überblick über die Herausforderungen im E-Publishing-Markt und zeigt Möglichkeiten und Ansätze für die Umsetzung und den Vertrieb von E-Publishing-Produkten. Sie analysiert die 24 bekanntesten Plattformen im E-Publishing-Markt und bewertet die Chancen und Risiken aus Verlagssicht. Von Amazon als eCommerce-Vollsortimenter, über integrierte Plattformen wie Apple, BlackBerry oder Samsung und offene, auf ein Betriebssystem ausgerichtete Stores wie dem Google Android Market, bis hin zu Kiosken, Aggregatoren und verlagseigenen, direkten Vertriebswegen.

Kernergebnis: Nicht jede Plattform eignet sich aus strategischen und betriebswirtschaftlichen Gründen gleichermaßen für jedes Geschäftsmodell. Während Amazons Kindle-Store für E-Books hoch interessant ist, gilt dies aufgrund der eingeschränkten Funktionalität der Kindle-Lesegeräte für multimediale Zeitungen und Zeitschriften nicht. Mit Einführung des Tablets Kindle Fire in Deutschland kann die Plattform jedoch auch für die Gattung des E-Magazines relevant werden.

Vorteile des Vertriebs über einen eigenen digitalen Kiosk, wie Axel Springer und die WAZ sie betreiben, liegen neben der Verfügbarkeit der Kundendaten in der vollen Steuerbarkeit des Marktauftritts, der Marketingmaßnahmen und des Pricings. Insbesondere der Vertrieb von pdf-Versionen ist mit einem eigenen Kiosk mit geringen variablen Kosten möglich. Wer jedoch die Investitionen in die Entwicklung eines eigenen Kiosk scheut, findet bei Drittanbietern wie pubbles und PagePlace eine weitere Alternative, die den Zugriff auf die Kundendaten erlaubt.

Als Alternative zu nativen Apps positionieren sich Web-Apps, die aufgrund ihrer plattformübergreifenden Nutzbarkeit in der Diskussion an Bedeutung gewinnen – in der Funktion jedoch noch nicht an native Apps heranreichen. Kirchner + Robrecht zeigt in seiner Marktübersicht, wie Web-Apps umgesetzt und vertrieben werden können. Darüber hinaus werden Vertriebsansätze für digitalen Content vorgestellt, so z.B. der Vertrieb über Facebook.

Trotz der zahlreichen Plattformen, die sich als Alternative oder Ergänzung zu den großen Marktplayern positionieren, kommen Verlage zurzeit nicht an Apple und Google vorbei. Dennoch bieten die in der Marktübersicht aufgezeigten Alternativen interessante Möglichkeiten, um die Verbreitung der eigenen Produkte weiter zu streuen und sich von seinen Wettbewerbern abzuheben.

Die „Marktübersicht E-Publishing: Plattformen und Geschäftsmodelle für Verlage“ kann unter der folgenden Adresse bezogen werden: <http://www.kirchner-robrecht.de/kirchner-robrecht-studien/99-eur-marktuebersicht-epublishing/>

Über Kirchner + Robrecht management consultants

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

Kontakt

Kirchner + Robrecht management consultants

Sabrina Buschow

Martin-Buber-Str. 18

D-14163 Berlin

Telefon +49 30 8803394-21

sabrina.buschow@kirchner-robrecht.de

www.kirchner-robrecht.de