

München, 6. November 2008

Pressemitteilung

goetzpartners Panel im Rahmen der Medientage München

Paid Content – Realität, Vision oder Utopie?

Paid Content ist Realität, so das Fazit von Katharina Behrends, Marcus Englert, Peter Kerckhoff, Marc Schröder und Konstantin Urban auf der Podiumsdiskussion von goetzpartners im Rahmen der Medientage München. Oliver Samwer hielt jedoch dagegen: „Für Paid Content heißt es ‚game over‘“. Langfristig werden sich ihm zufolge im Internet allein werbefinanzierte Erlösmodelle durchsetzen.

„Die Einführung revolutionärer Technologien in der Medienindustrie verlangte schon immer auch die Einführung völlig neuer Geschäftsmodelle“, so Felix Dohna, Director bei goetzpartners CORPORATE FINANCE und verantwortlich für Electronic Media. „Wer versucht, ein in einem ausgereiften Medium etabliertes Produkt eins zu eins auf ein neues Medium zu übertragen und auf dieselbe Art zu verkaufen, ist zum Scheitern verurteilt.“

Während der Brockhaus Verlag dieses Jahr bekannt gab, keine neue Auflage der gedruckten Enzyklopädie herauszugeben, ohne dabei ein tragfähiges Geschäftsmodell im Internet etabliert zu haben, setzte der Computerhersteller Apple allein in den ersten drei Quartalen dieses Jahres etwa 2,5 Mrd. \$ durch Verkäufe elektronischer Inhalte im iTunes Store um. Dieser ist für Apple jedoch lediglich ein Mittel zum Zweck, den iPod zu verkaufen, womit das Unternehmen bei einer deutlich höheren Marge dreimal so viel Umsatz generiert.

Dieses sowie eine Vielzahl weiterer Beispiele zeigen drastisch, dass selbst große Medienkonzerne von Branchenfremden aus dem Markt gedrängt werden, wenn sie es versäumen, ihre Produkte neuen technischen Gegebenheiten anzupassen.

„Paid Content-Modelle haben sich in der Vergangenheit im Entertainment-Sektor, insbesondere im Bereich Musik und Games, durchgesetzt. Durch neue Anbieter mit werbefinanzierten Geschäftsmodellen entstehen jedoch zunehmend Verwerfungen, die zu einem Überdenken von etablierten Erlösmodellen der gesamten Branche führen können“, fasst Dr. Henrietta Schmidt-Wilke, Managing Director bei goetzpartners CORPORATE FINANCE und Moderatorin des Panels, das Ergebnis der Diskussionsrunde zusammen.

Teilnehmer der Podiumsdiskussion waren:

- Katharina Behrends, Geschäftsführerin NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland, München
- Dr. Marcus Englert, Vorstand Diversifikation ProSiebenSat.1 Media, Unterföhring
- Peter Kerckhoff, Bereichsleiter Content Sourcing & Media Cooperation, Products and Innovation, Deutsche Telekom, Darmstadt
- Oliver Samwer, Gründer und Geschäftsführer European Founders Fund, Berlin
- Marc Schröder, Geschäftsführer RTL interactive, Köln
- Konstantin Urban, Geschäftsführer Holtzbrinck Networks / Holtzbrinck Ventures, München

Der Einführungsvortrag und die anschließende Podiumsdiskussion finden sich unter folgendem Link:

<http://www.goetzpartners.com/medientage2008/>

Über goetzpartners

goetzpartners ist ein führendes unabhängiges europäisches Beratungsunternehmen, das M&A-Beratung (Mergers & Acquisitions), Management Consulting und Interim Management unter einem Dach kombiniert. Die Gruppe steht für innovative Beratungsansätze und individuelle Lösungen, die mit den Kunden erfolgreich umgesetzt werden. goetzpartners ist mit Büros in München, Düsseldorf, Frankfurt, London, Paris, Madrid und Prag sowie Kooperationen in New York, Los Angeles, San Francisco, Bangalore, Mumbai, Moskau und Budapest vertreten.

Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei M&A-Transaktionen. goetzpartners Management Consultants ist spezialisiert auf die Themenschwerpunkte Strategie, Operational Excellence, Marketing und Vertrieb, Restrukturierung und Strategic Due Diligence. goetzpartners Interim Managers unterstützt Investoren beim Management ihrer Beteiligungen und professionellen Nachfolgeregelungen.

Kontakt:

Dr. Henrietta Schmidt-Wilke, Felix Dohna

Manuela Nikui (Marketing & PR)

Tel.: +49-89-290725-117

goetzpartners CORPORATE FINANCE GmbH

Prinzregentenstr. 56

80538 München

www.goetzpartners.com