

Pressekontakt:
Capgemini
Achim Schreiber
Kurfürstendamm 21
10719 Berlin
030 88703-731
achim.schreiber@capgemini.com

Neue Geschäftsmodelle bringen Musikindustrie die Hoffnung zurück – Online-Kanal wandelt sich von einer Bedrohung zur größten Chance der Plattenfirmen

Berlin, 8. Mai 2008 – Langfristig wird die Musikindustrie durch neue und innovative Geschäftsmodelle sowie auf die Kundenbedürfnisse abgestimmte Musikprodukte zurück in die Erfolgsspur finden. So lautet das Ergebnis einer Analyse der Beratungseinheit für die Telekommunikations- und Medienindustrie von Capgemini Consulting zur Zukunft der Tonträgerindustrie. Derzeit leidet die Branche daran, dass sie den Weg in den Online-Vertrieb verpasst hat. Physische Premium-Produktkonfigurationen beispielsweise mit künstlerisch gestalteten CD-Covern sowie flexible Preismodelle mit Flatrates und werbefinanzierten Angeboten im Online-Vertrieb, aber auch eine Abkehr vom Kopierschutz werden eine entscheidende Rolle für den zukünftigen Erfolg der Musikindustrie spielen. Zusätzlich zum reinen Musikvertrieb erschließen digitale Vertriebskanäle im Internet oder auch über das Handy weitere Möglichkeiten, auch sämtliche nichtmusikalischen Vermögensgegenstände wie Musikvideos oder Artwork zu vermarkten. Auch der Eintritt der Musikunternehmen in das Konzertgeschäft ist denkbar, um Musikern eine Rundumbetreuung durch die Plattenfirmen garantieren zu können. Allerdings wäre ein solcher Einstieg mit Risiken verbunden.

Flexible Preismodelle und Flatrates auf dem Vormarsch

Der Erfolg der illegalen Downloadplattformen hat die Medienindustrie aufgeschreckt. Doch er zeigt, was die Konsumenten erwarten. So sagen beispielsweise über 60 Prozent der Nutzer von illegalen Austauschplattformen in einer französischen Umfrage, dass sie dort neue Musik entdecken wollen. Fast die Hälfte schätzt an diesen

Online-Portalen die Vielfalt des Angebots. Dass sie nicht für Musik bezahlen wollen sagen hingegen weniger als ein Viertel. *„Die Musikindustrie sollte also neue eigene Modelle entwickeln, die das Stöbern nach interessanten Titeln erlauben – und das zu einem guten Preis. Die derzeit in der Diskussion stehenden Flatrates oder auch Kopplungen mit Hardware sind schon ein erster Schritt“*, so Prof. Dr. Dieter Lange, Leiter Telco, Media & Entertainment bei Capgemini Consulting. Der zweite Schritt wäre eine Zusammenarbeit der Plattenfirmen. Gemeinsame Plattformen für den Online-Musikvertrieb könnten gerade dem Wunsch der Konsumenten nach Vielfalt entgegenkommen. Hinzu kämen die Möglichkeiten des Cross-Sellings und gegebenenfalls auch der Vernetzung mit Sozialnetzwerken wie StudiVZ oder Facebook. Doch es ist fraglich ob eine Kooperation zwischen den Musikunternehmen aus branchenpolitischen Gründen möglich ist.

Keine Kopierbeschränkungen

Für viele Musikliebhaber stellt das bisherige Rechtemanagement der Musikindustrie eine große Hürde dar. Nur wenige Konsumenten verstehen, warum sie ein Album, das sie rechtmäßig erworben haben, beispielsweise nur auf ihrem iPod abspielen können. Illegal angebotene Titel ohne diesen elektronischen Kopierschutz bieten hier den Nutzern oft einen subjektiven Mehrwert. Dieter Lange: *„Titel ohne Kopierschutz stellen einen probaten Weg zu einer höheren Akzeptanz von legal erworbener Musik dar und helfen damit, diesen Verkaufskanal für die Musikindustrie besser zu erschließen.“*

Mehrwertdienstleistungen sind Alleinstellungsmerkmal der Musikindustrie

Ein klares Alleinstellungsmerkmal gegenüber illegalen Download-Anbietern hat die Musikindustrie hinsichtlich des Angebots von Mehrwertdiensten. Mit einem Album können beispielsweise Bonus-Titel, Liedtexte, Videomaterial oder auch Fanplattformen verknüpft werden. Zum einen ließe sich so die Bindung der Konsumenten erhöhen, zum anderen lassen sich damit Cross-Selling-Potenziale erschließen, wird in der Capgemini Consulting-Analyse schlussfolgert. Nicht zuletzt könnten die Tonträgeranbieter auch in das Geschäft mit der Live-Musik einsteigen und damit ihr bestehendes Geschäftsmodell ausweiten. *„Allerdings birgt das Risiken für die ‚Majors‘“*, meint Dieter Lange *„Tonträgervertrieb und die Veranstaltung von Konzerten folgen eignen Regeln. Die Kompetenz der Plattenfirmen lässt sich also*

nicht ohne weiteres auf die Veranstaltung von Konzerten übertragen. Der Ausbau des bisherigen Geschäfts hin zu einem kompletten Online-Angebot sollte Vorrang haben.“

Die vollständige Studie finden Sie unter:

http://www.de.capgemini.com/m/de/tl/Music_Labels.pdf

Foto von Dieter Lange unter <http://www.de.capgemini.com/presse/fotos>

Über Capgemini

Capgemini, einer der weltweit führenden Dienstleister für Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing, ermöglicht seinen Kunden den unternehmerischen Wandel durch den Einsatz von Technologien. Als Dienstleister stellt Capgemini Wissen und Fähigkeiten zur Verfügung, um seinen Kunden die notwendigen Freiräume für Wachstum und geschäftlichen Erfolg zu schaffen. Die Basis dafür legen die besondere Form der Zusammenarbeit, genannt Collaborative Business Experience, sowie ein globales Rightshore Modell, das darauf abzielt, die richtigen Ressourcen am richtigen Ort zu wettbewerbsfähigen Preisen einzusetzen.

Capgemini beschäftigt in 36 Ländern rund 83.000 Mitarbeiter und erzielte 2007 einen Umsatz von über 8,7 Milliarden Euro. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.de.capgemini.com>

Capgemini Consulting ist die führende Beratung in Business Transformation und begleitet seit Jahrzehnten Unternehmen mit ihrem mehrdimensionalen Business Transformation Framework zu messbaren und nachhaltigen Erfolgen. Über 5.500 Strategie- und Managementberater setzen ihre Persönlichkeit, Kompetenz und ihr Commitment ein, um Menschen und Organisationen auf dem Weg zu innovativen Veränderungen zu begleiten. Die nachhaltige Wirkung der Business Transformation von Capgemini Consulting basiert auf der Einbindung und Motivation aller Beteiligten beim Gestalten und Erleben der Veränderung. Als global agierende Beratung innerhalb eines leistungsstarken Unternehmensverbundes ergänzt Capgemini Consulting konzeptionelle und realisierende Stärke mit überlegener Expertise in Methoden und Branchen, bei Bedarf greift Capgemini Consulting auf die Fähigkeiten des Unternehmensverbundes zu. Capgemini Consulting steht für die komplette Transformation – vom Design bis zur erlebbaren, nachvollziehbaren Veränderung.