

Kompetenzseminar Jugendmedienevent 2012

Mainz, 23.9.2012

*Geld. Macht. Medien -
Und was machst Du?*



Ingo Waclawczyk

Strategie & Konzeption

Teamleiter Kreation anyMOTION Graphics

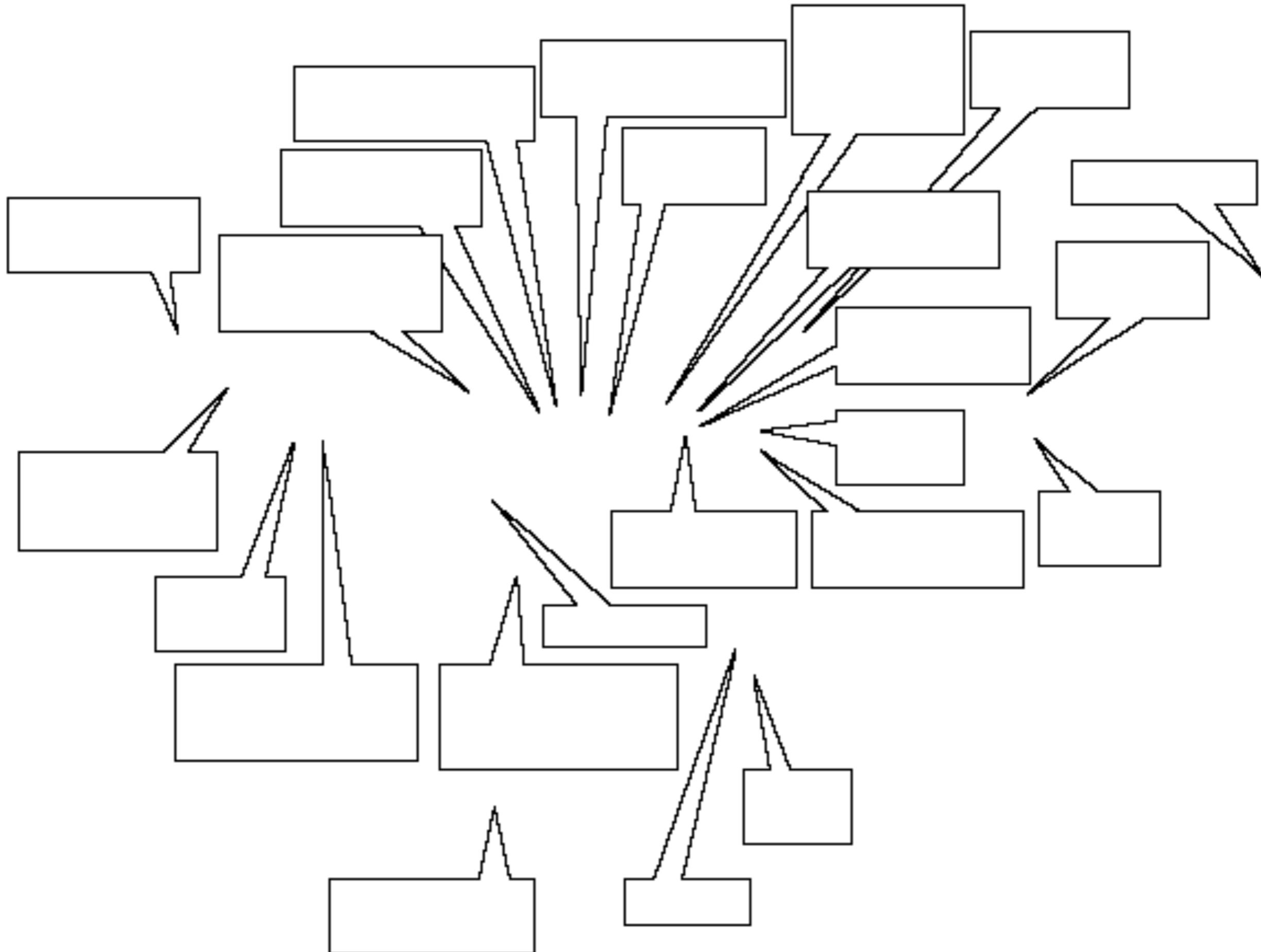
Ausbildung:

Studium visuelle Kommunikation (FH)

Berufsweg: Art-Director & CD bei

div. großen Werbeagenturen







anyMOTION

Immer in Bewegung bleiben

IMMER IN BEWEGUNG BLEIBEN

Profil

Kunden &
Referenzen

Leistungsportfolio

Eigene Projekte

Jobs &
Ausbildung

Gezwitscher

anyMOTION: #Apple schafft es immer wieder, sich mit unausgereiften, neuen Features kleine #Shitstorms einzufangen. <http://t.co/0qcckF4S>



Auf Facebook
verbinden



Auf Twitter
folgen

PHILOSOPHIE

Was Sie von anyMOTION erwarten können

anyMOTION bietet Ihnen digitale Kommunikation aus einer Hand: von der Strategie bis zur ganzheitlichen Umsetzung entwickeln wir aus Überzeugung mediengerechte Lösungen. Von der Beratung und Kreation über Projektmanagement bis hin zur Produktion und technischen

Ausgewählte Kunden



Kreativität



Kreativität ist ...

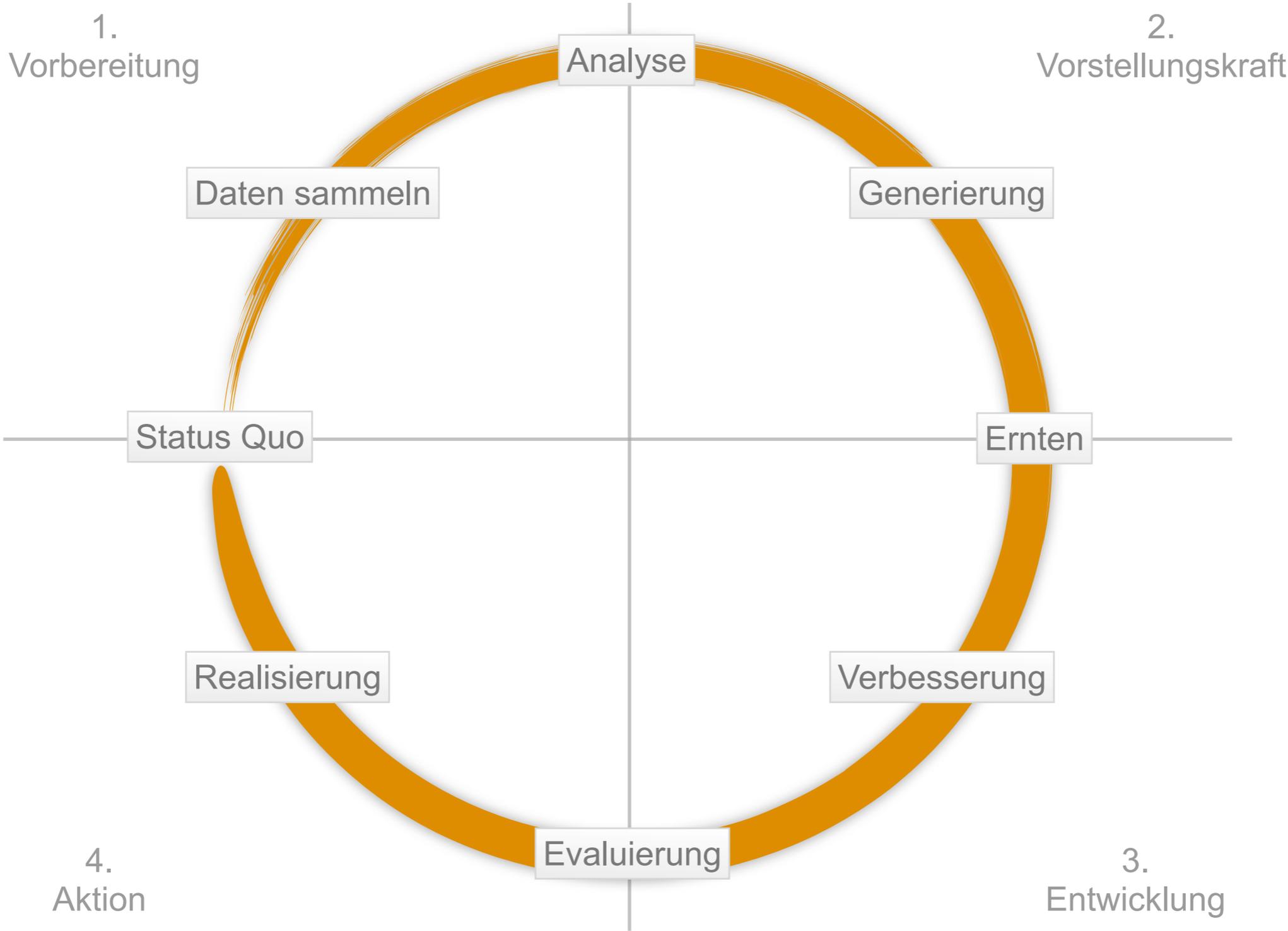
... komplex

... vielfältig

... plan- & steuerbar



Kreativität als Prozess - nicht als Wunder



Goldgrube Internet?

Dienste sind meist kostenlos, trotzdem verdienen viele Firmen Milliarden Dollar.

Wie funktioniert das?

Kann ich das auch?



Geld und Medien - Zahlen



.TecDAX (X) / 01.01.1998 bis 24.10.2001



Dot.com Blase

Hype wegen Geld verdienen durch „irgendwas mit Medien“

Spekulationsblase platzt März 2000

US Zentralbank senkt massiv Zinsen

Mit billigem Geld werden private Immobilien finanziert, die eigentlich zu teuer waren

Spekulationsblase platzt 2007

Kreditgebenden Banken werden „gerettet“ oder abgewickelt

Euro-Staaten, die sich ebenfalls billiges Geld geliehen haben, können ihre Schulden nicht mehr bezahlen



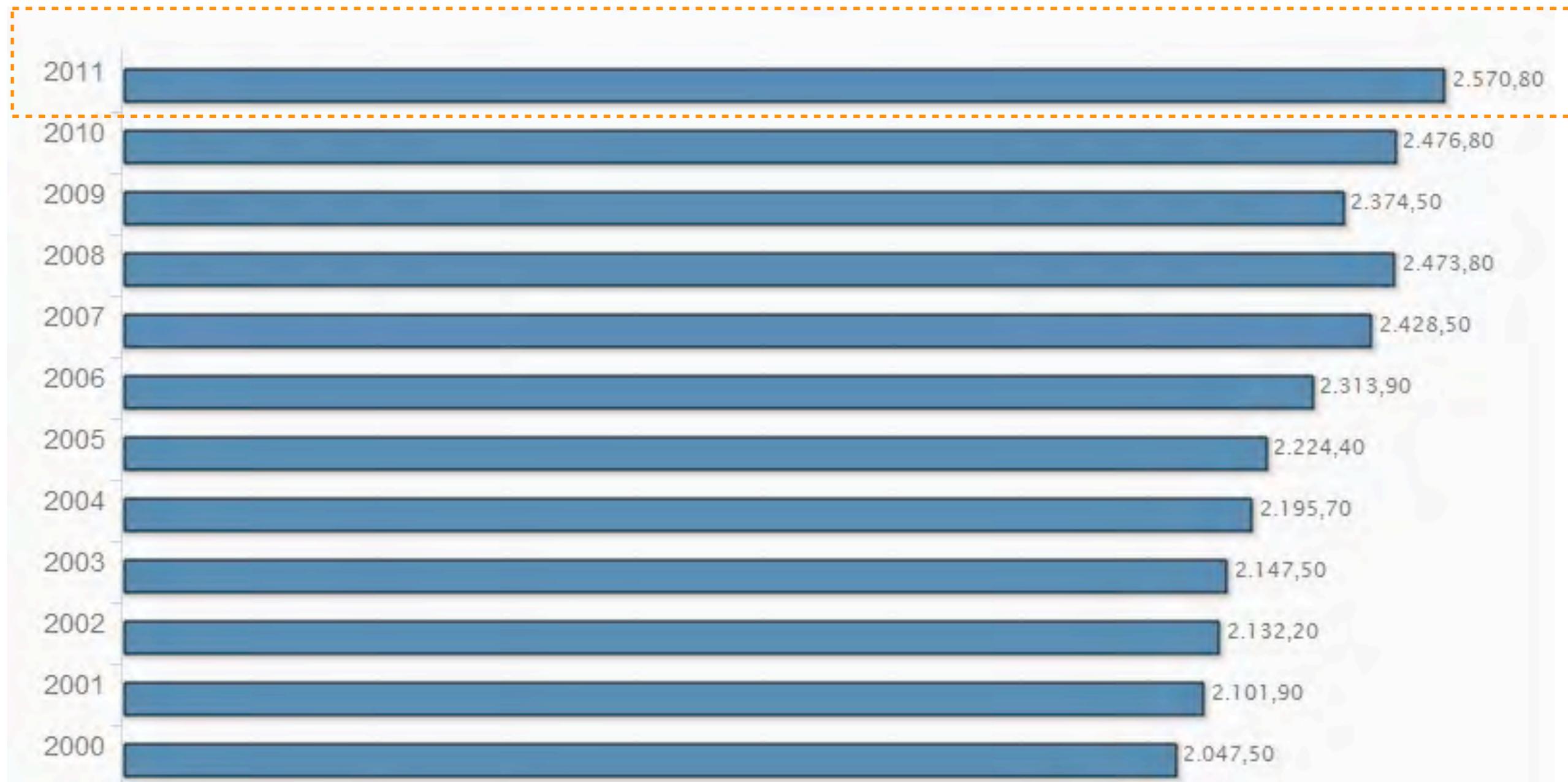
Wachstum BIP weltweit



Quellen: nationale statistische Ämter



Bruttoinlandsprodukt Deutschland



BIP in D, in Milliarden Euro, Quelle: Statistisches Bundesamt



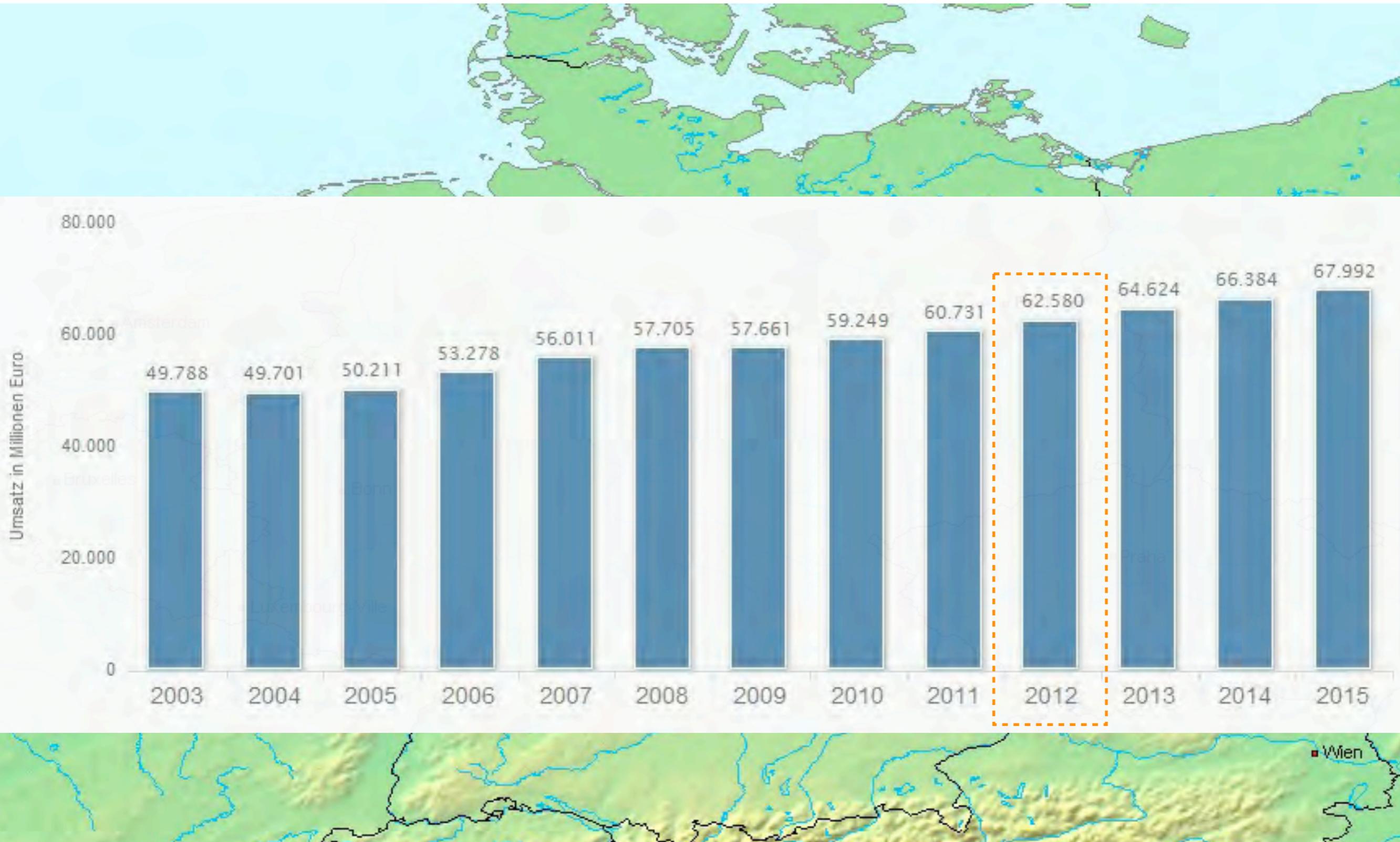
Umsätze der Unterhaltungs- und Medienbranche weltweit



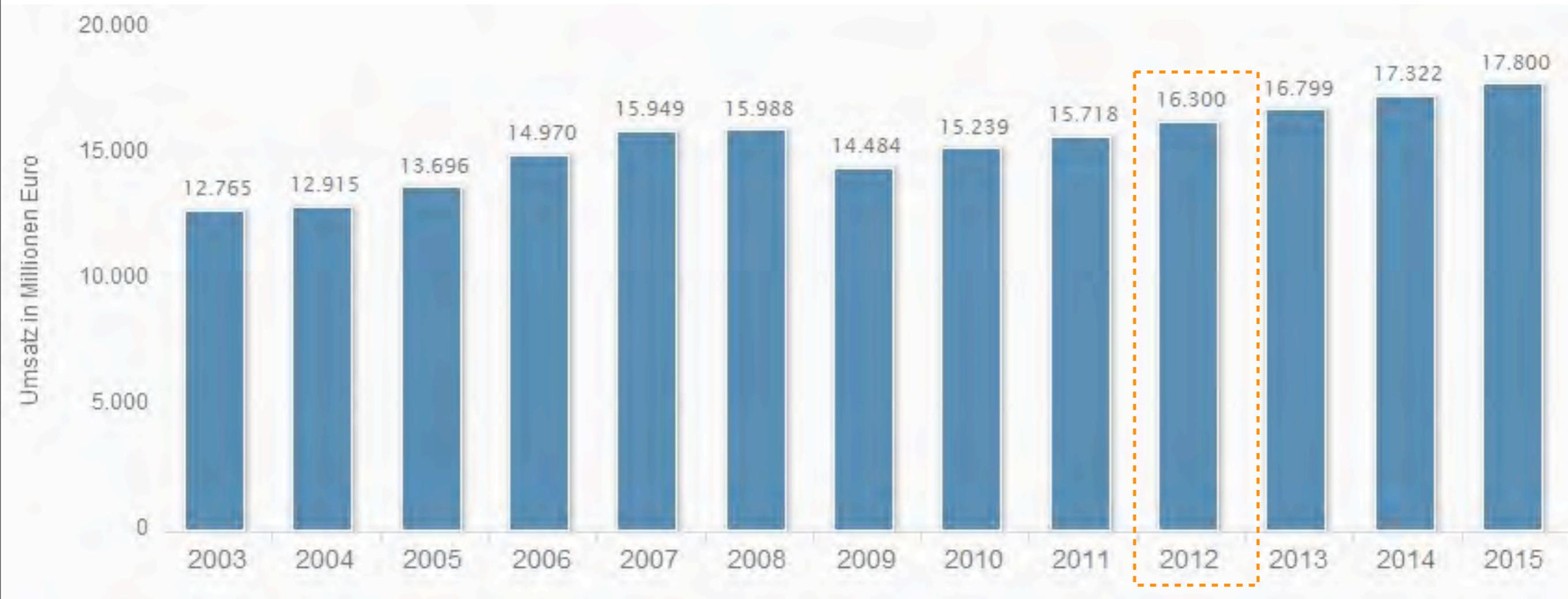
in Milliarden US-Dollar, Quelle: Pwc



Umsätze der Unterhaltungs- und Medienbranche in Deutschland



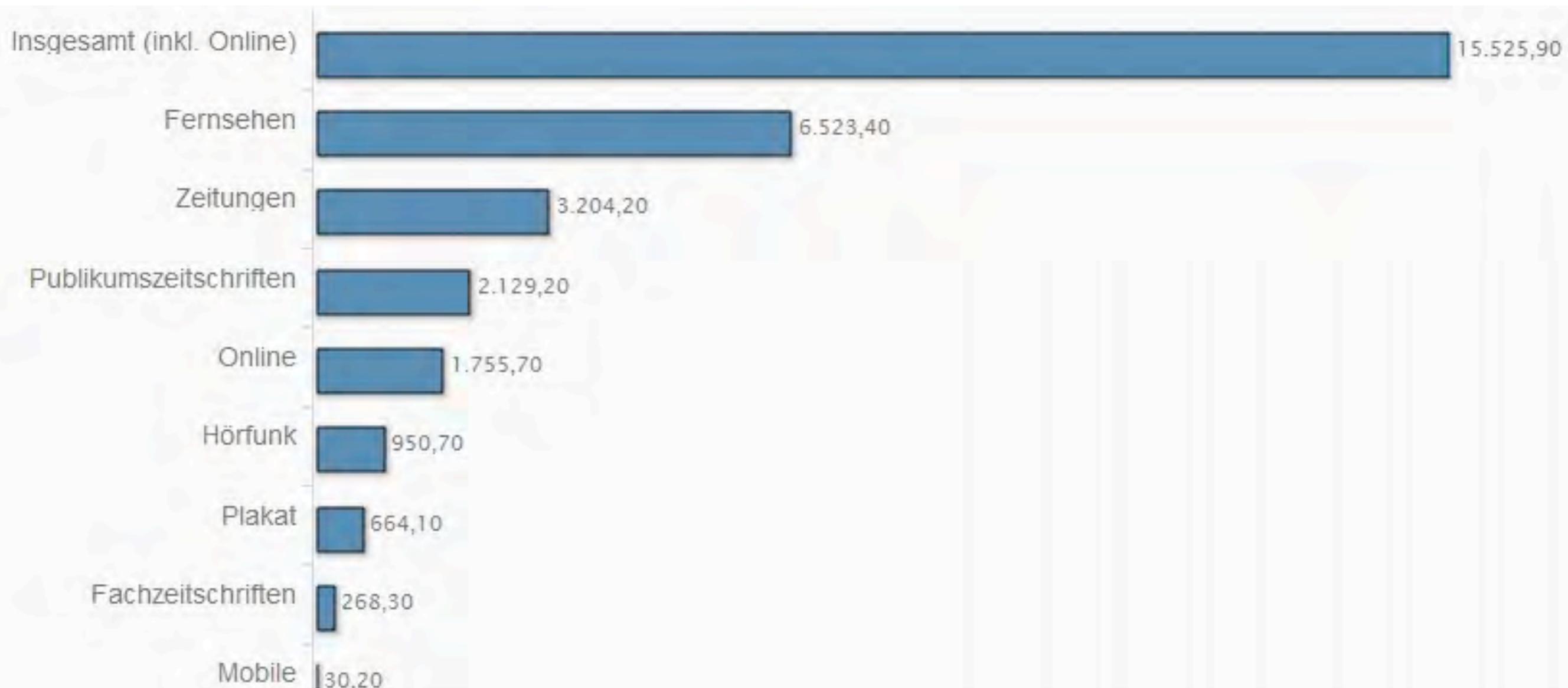
Werbeumsätze Unterhaltungs- und Medienbranche Deutschland



in Milliarden Euro, Quelle: Pwc



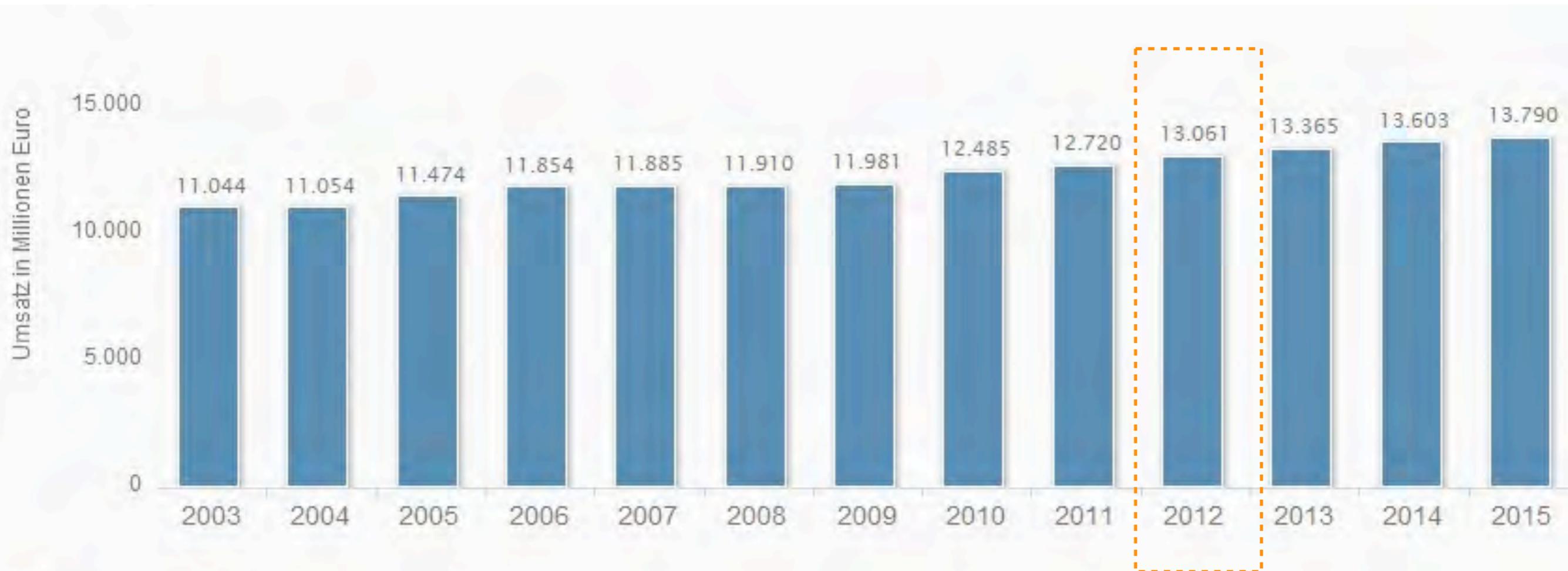
Werbeumsätze Unterhaltungs- und Medienbranche nach Medien



in Milliarden Euro, Quelle: Nielsen Media Research



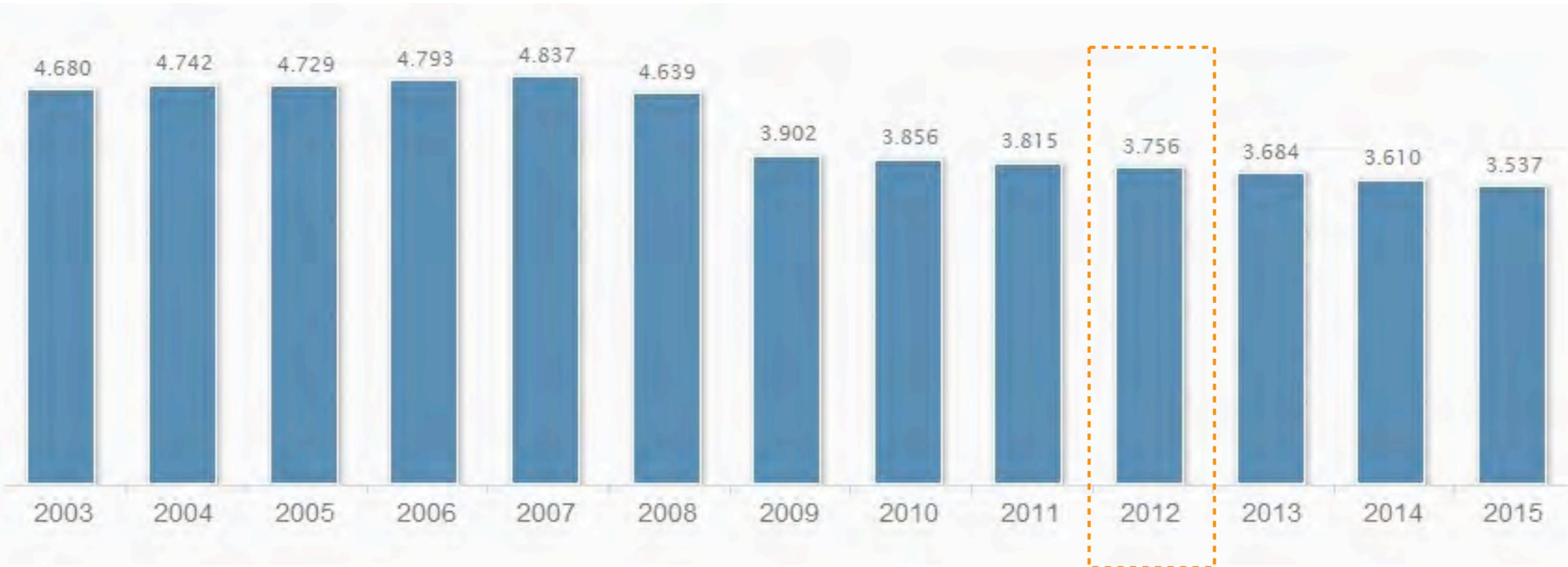
Umsätze Fernsehbranche Deutschland



in Milliarden Euro, Quelle: Pwc



Werbeumsätze Zeitungen Deutschland



in Milliarden Euro, Quelle: Pwc



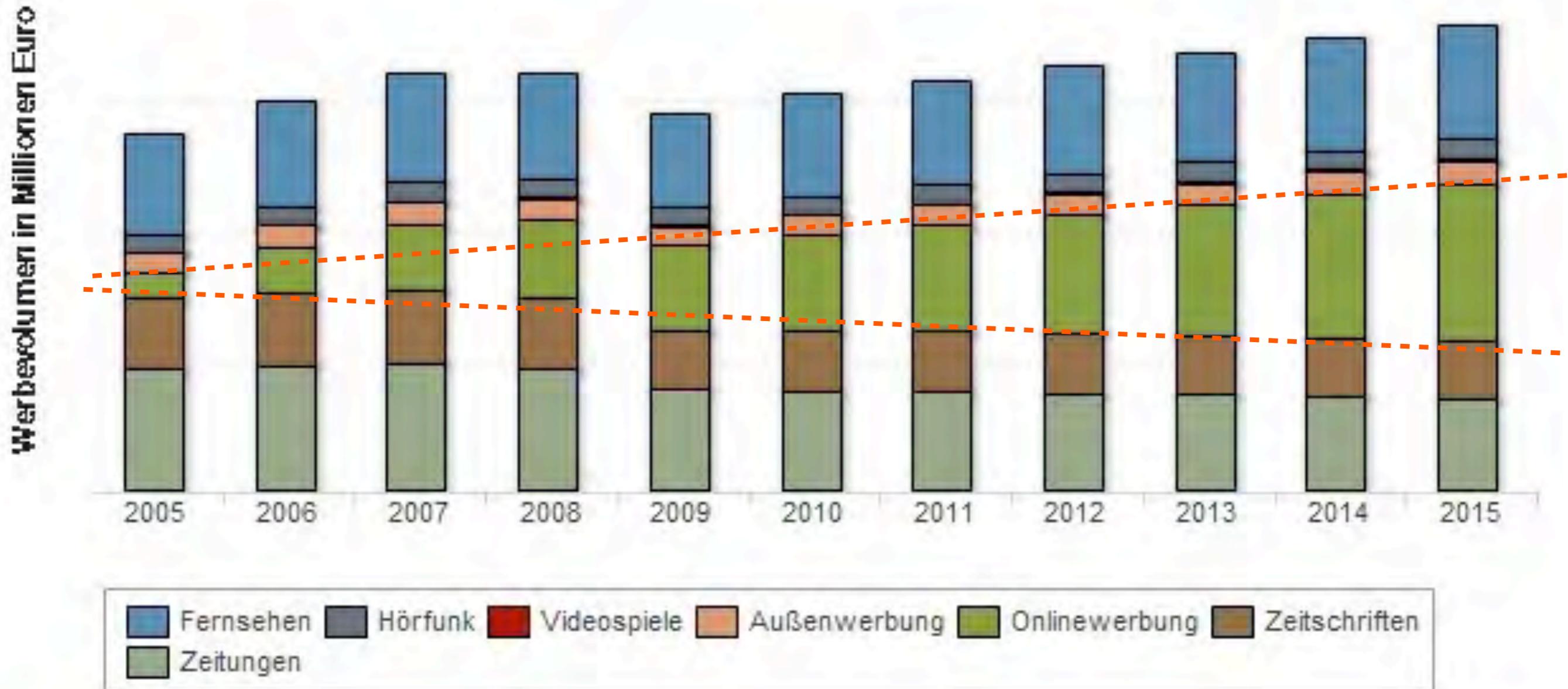
Auflage E-Paper-Ausgaben



Deutschland, Auflage in 1.000 Stück, Quelle: Pwc



Werbevolumen Medien- und Unterhaltungsmarkt



Quelle: PwC



Welche kostenlosen oder kostenpflichtigen Online-Angebote nutzt ihr?



Umsatz in Milliarden Dollar:

2007: **153**

2009: **777**

2011: **3.711**

Umsatz pro Nutzer & Stunde:

Facebook: **0,06\$**

Financial Times Online: **3,49\$**

LinkedIn: **1,30\$**

Google: **0,35\$**



facebook

Börsenkurs:

Ausgabekurs 18.5.2012: **38,-\$**,

6. September 2012: **18.96\$**

Mobile Nutzung:

ca. **500 Millionen** weltweit,

in Deutschland ca. **12 Millionen**

FB Geschäftsmodell:

Anzeigen in rechter Spalte platzieren, Zielgruppengerechte Kommunikation möglich, allerdings nicht auf mobilen Endgeräten, hierfür ist keine Strategie vorhanden...



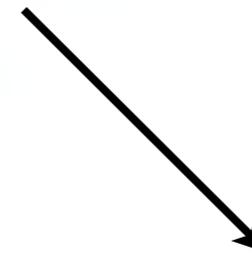
**Umsatz in Milliarden US-Dollar:
2010: 29,321**

**Gewinn in Milliarden US-Dollar:
2010: 8,505**



**Umsatz mit Werbung 2010:
28,236 Milliarden US-Dollar**

1,65 Mrd. US-Dollar
(2006)



Adwords



Cost-per Click



Startkapital: 22 Millionen US-Dollar

Finanzielle Absicherung durch Investoren



Keine Werbung - keine Einnahmen

**Geschätzter Börsenwert:
ca. 8 Milliarden US-Dollar**



Umsatz weltweit 2011: 11,65 Milliarden US-Dollar

Gewinn weltweit: 3.23 Milliarden US-Dollar



**Handelsvolumen:
ca. 60 Milliarden US-Dollar**

**Einnahmequellen D:
Angebotsgebühr (bei Angebot)
Provision (bei Verkauf)**

**Geschätzter Börsenwert 2012:
ca. 56 Milliarden Euro**



Über 700.000 Apps

30.000.000.000 Downloads (Juni 2012)



225 Millionen Kundenkonten

DOWNLOADS PER APP DECREASED OVER THE PAST 2 YEARS
TOP 200 MOST POPULAR APPLICATIONS / AVAILABLE APPLICATIONS (US)

DISTIMO



Gründung: 2008

Umsatz 2011: 510 Millionen Euro

Gewinn?



Gründer: Samwer-Brüder

Risikokapital-Geber:



**Geschäftsmodell:
Internethandel mit
kostenloser Retoure**



Visits: 180.214.907

Pageviews: 971.704.369

Werbeumsatz 2011: 30 Mio. Euro



2,23 Millionen User pro Monat

**Preis Werbebanner Startseite:
73.000 Euro pro Tag**



Visits: 222.279.690

Pageviews: 2.468.836.717



12,85 Millionen User pro Monat

**Preis Werbebanner Startseite:
95.000 Euro pro Tag**



Bezahlen für Online-Angebote? Wofür? Womit?



Services

Informationen

Werbefreiheit

individueller Nutzen

Mehrwerte

Persönliche Daten

Handelsplatz

Urheberrecht

Zeit, Aufmerksamkeit



Online Geld verdienen? Wie? Wie viel?



Sichtbarkeit

Informationen

Werbefläche

Mehrwerte

Crowdsourcing

Pay per Click

Micropayment

Investoren

Spenden

**Virtuelles Geld/
Bitcoins**



**Aufgabe: Wie könntet ihr mit eurer
Schülerzeitung Geld verdienen?**



PRESSIDENT

AUSZEICHNUNGEN

Deutschlands beste Online-Schülerzeitung

DER SPIEGEL

JUGENDPRESSE
SCHLESWIG-HOLSTEIN

DIE ZEIT

Ministerium
für Bildung und Kultur
des Landes Schleswig-Holstein

[STARTSEITE](#)

[ÜBER UNS](#)

[ONLINE ▼](#)

[PRINT](#)

[TV](#)

[RADIO](#)



AUS "MIST" STROM ERZEUGEN – SO FUNKTIONIERT`S!

Wie ist es möglich, aus Gülle, Mais usw.
Biogas, und damit auch Strom, herzustellen?
Um das herauszufinden, war Pressident auf
einem darauf ausgerichteten Bioenergiebetrieb
nahe Elmshorn.

[Weiterlesen](#)



*„Wirtschaftsunternehmen
haben nur zwei grundlegende
Funktionen:
Marketing und Innovation.“*

Peter F. Drucker



„Was möchte der Kunde kaufen?“

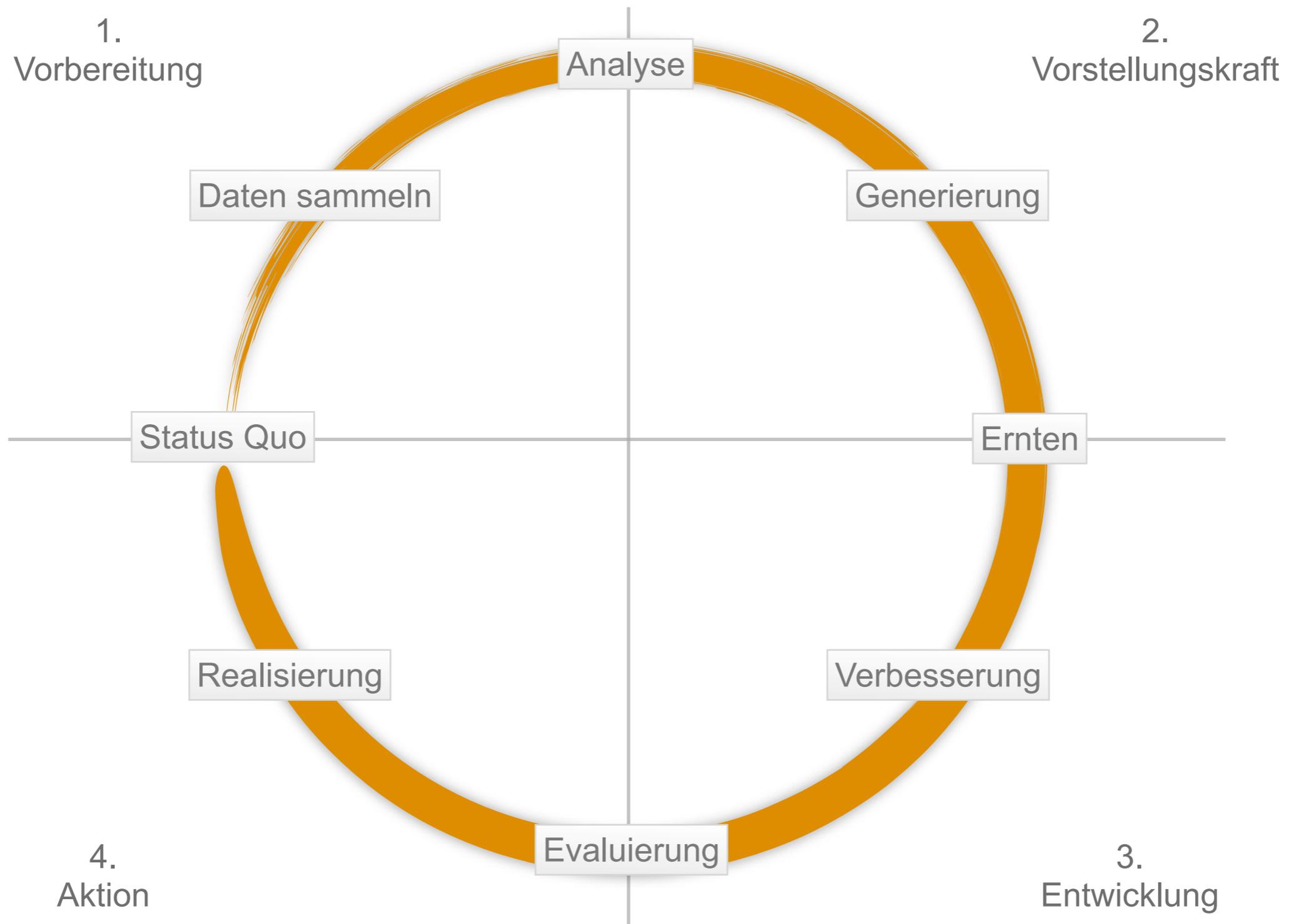
statt

„Was wollen wir verkaufen?“

Peter F. Drucker



Kreativität als Prozess - nicht als Wunder



**Die wichtigsten Prinzipien:
Ausstieg und Bewegung**

Denkmodelle:

- Ausstieg aus aktuellem Denken
- Vorzeitige Urteile vermeiden
- Gedankliche Flexibilität
- Erkunden gedanklicher Täler
- Verbindungen schaffen
- Entscheiden aufzuhören

Ideen ernten

Werkzeuge für Einfallsreichtum

Brainstorming

Analogien nutzen

Vorstellungen direkt provozieren

Springtanz

Ideen organisieren und darstellen

Kategorien
Kriterien

Konzept Ventilator
Mind Maps

Notizen

Attribute oder Funktionen kombinieren

Konzepte systematisch kombinieren

kleine Veränderungen

Gruppe verändern

Klassisch

Jemand anders sein

Synonyme & Paare

Wortspiel

Zufällige Wörter

durch Bilder

Gegenteil

Herausforderungen

Alternativen

Szenarien

Trittsteine

Alle Regeln brechen

Unlogische Aussagen

Erzwungene Analogien

Direkte Analogien

Geistige Ausflüge

Manipulierende Verben

Wörter mit Bezug

Vorstellungen direkt provozieren

Brainstorming Varianten

Mitsubishi - Zettel werden weitergereicht

Collective Notebook - gesammelt in Box

Philipp 66 - 6 Personen, 6 Minuten



Drei Prinzipien hinter allen Directed Creativity Methoden

Aufmerksamkeit

für was?

- Elemente der Gegenwart
- Funktionen, Fähigkeiten und Kategorien
- Annahmen, Muster, Paradigmen
- Metaphern & Analogien
- Was funktioniert und was nicht?
- Alles, auf das man normalerweise keine Aufmerksamkeit lenkt

Ausbruch

wovon?

- gegenwärtigen Gedankenmustern
- Zeit und Raum
- Zu frühes Urteilen
- Hürden & Regeln
- Deine vergangenen Erfahrungen

Bewegung

in welchem Sinn?

- Zeit & Raum
- zu einem anderen Blickwinkel
- Freie Assoziation
- Erschaffen von neuen Ideen



Disziplinübergreifende Assoziationen

„trans-disciplinary analogies“ (TDA)

Gruppenmitglieder teilen ihr Expertenwissen

Gruppe erfährt etwas neues und wird

inspiriert



Trittsteine

Übertriebene/“verrückte“ Idee als Startpunkt
für nützliche Ideen



Manipulative Verben

vergrößern

verkleinern

umordnen

verändern

adaptieren

modifizieren

ersetzen

umkehren

kombinieren



Markenkern

Zentrale Marken-Aussage

USP

„Einzigartiges Verkaufsargument“

Reasons to believe

**Die Gründe,
der Marke zu glauben**

Brand Personality

Die Markenpersönlichkeit

Benefits

Der Nutzen für den Kunden ist: ...

Consumer
Insights

Ich als Kunde möchte ...



Sichtbarkeit

Informationen

Werbefläche

Crowdsourcing

Mehrwerte

Micropayment

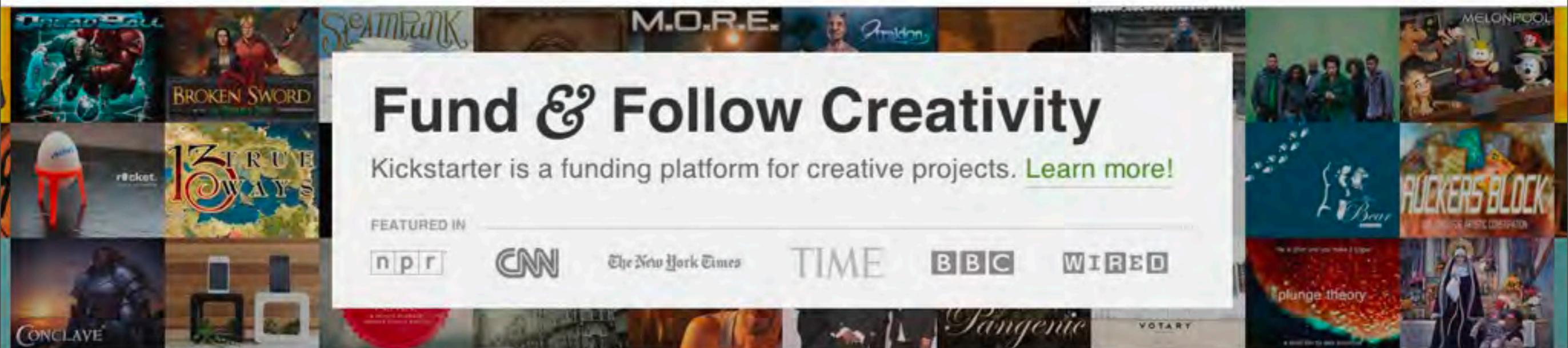
Pay per Click

Investoren

Spenden

**Virtuelles Geld/
Bitcoins**





Fund & Follow Creativity

Kickstarter is a funding platform for creative projects. [Learn more!](#)

FEATURED IN



Staff Picks: Fashion

[See all 142 Fashion projects](#)



VOTARY - Knitted Scarf and Blanket Collection

by VOTARY - Luigi Bianco in [New York, NY](#)

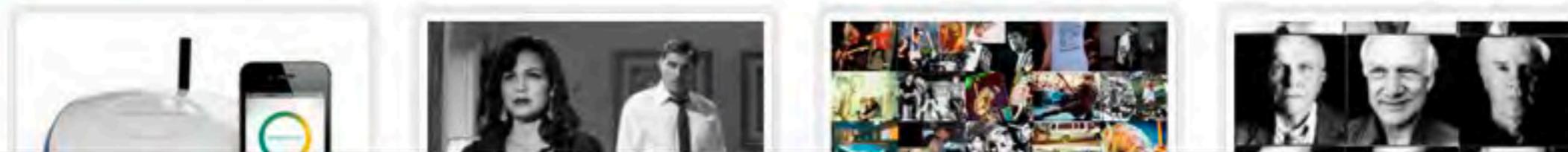
Premium American knitted, oversized scarves and blankets. Make a lasting first impression.

96% funded \$14,430 pledged 22 days to go

- Art
- Comics
- Dance
- Design
- Fashion**
- Film & Video
- Food
- Games
- Music
- Photography
- Publishing
- Technology
- Theater

Popular

[See all](#)



Die weltweite Finanzierungsplattform. Jetzt auf Deutsch (beta).



Save Irene
\$24,701 erhalten | 21 Tage noch

ANSCHAUEN ▶

-  KAMPAGNEN ERKUNDEN
-  WIE FUNKTIONIERT ES
-  EINE KAMPAGNE ERSTELLEN



Letzte Chance



MEDIENÜBERGREIFEND

Emergency Index 2012



FILM

Private Violence



POLITIK

Internet 2012 Bus Tour



TECHNOLOGIE

Let's Build a Goddamn

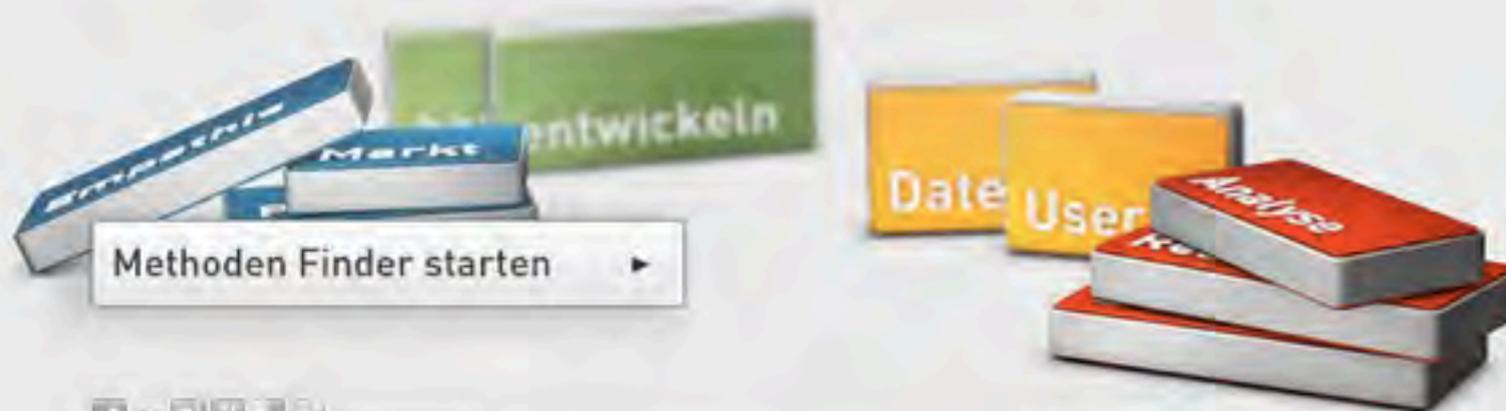


Suche hier starten.



Willkommen auf dem Design Methoden Finder

Hier finden Sie Methoden die Ihren Designs Qualität und Souveränität verleihen.



Die Methodenschule

Die Methodenschule wird allen Nutzern empfohlen, die noch nicht bewusst mit Designmethoden arbeiten.

Hier wird grundlegendes Wissen rund um das Thema Designmethoden vermittelt.

Methodenschule starten ▶



WELCOME TO

ROCKET INTERNET
THE LEADING INTERNATIONAL ONLINE
VENTURE BUILDER AND ACCELERATOR



ABOUT US

100% ENTREPRENEURSHIP

We have a passion for building winning ventures around the globe, and we bring together all key elements required to create great companies: team, business model, technology, functional





Inspiration



Kontakt / Impressum

anyMOTION GRAPHICS GmbH

Malkastenstr. 2

40211 Düsseldorf

Tel.: +49 211 443343

Fax: +49 211 443394

Webseite: <http://www.anyMOTION.de>

Ingo Waclawczyk (i.waclawczyk@anymotion.de)

Sämtliche Urheber- und Nutzungsrechte an den in dieser Publikation enthaltenen Arbeiten, Bild- und Schriftwerken einschließlich der zugrunde liegenden Ideen, Schöpfungen und Konzeptionen liegen bei der anyMOTION GRAPHICS GmbH (Düsseldorf). Jede vollumfängliche oder teilweise Reproduktion, Weitergabe oder sonstige Nutzung bedarf unserer vorherigen Zustimmung und ist gesondert honorarpflichtig.

Düsseldorf, im September 2012



Gute Heimfahrt

