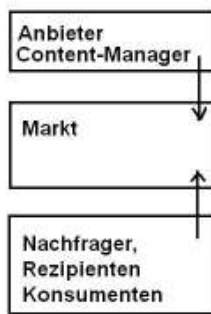
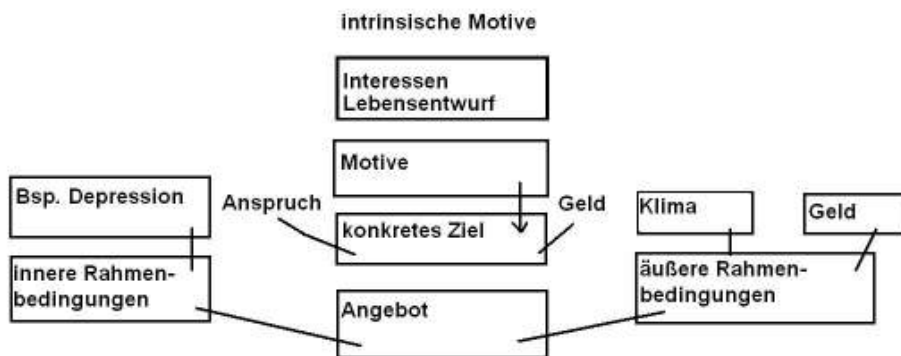


(Medien-) Märkte + Besonderheiten

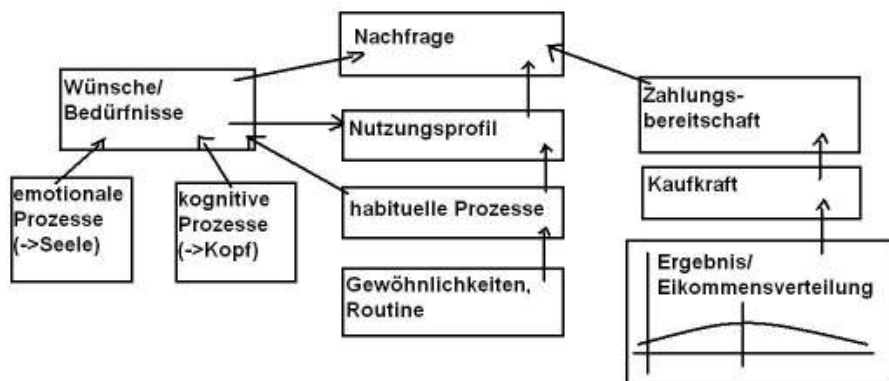


- Folie „Der arme Poet“ (Arno Spitzweg, 1839)
- Folie Manet, Das Frühstück im Grünen
- Folie Komponisten (Symphonien + Streichquartette)
- Folie Autorenübersicht/verkaufte Werte



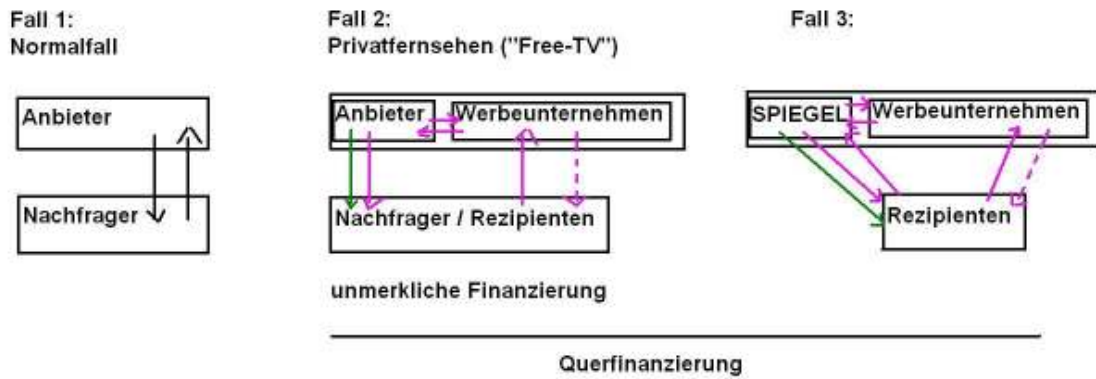
Folien:

- Mediennutzung im Tagesverlauf (Fernsehen, Radio, Zeitung, Internet)
- Fernsehprogramme und Nutzung
- Vergleich ÖR vs. Private
- Meinungsbild über Julia Roberts in drei Filmen geordnet nach Altersklassen



Folien:

- Umfrage zu drei Musikstücken („blaue Donau“, Rhapsody in blue, Klavierstück von Bach)(BOURDIEU)
- Zusatzfolie: Lernbereitschaft vs. Absatz



Folien:

- G+V Spiegel pro Exemplar
- GZSZ beim Spiegel 1992/2003 → Werbefinanzierung
- Verhältnisse Werbung <-> Content (in verschiedenen Mediengruppen)

Querfinanzierung – historisch gesehen

	vor 1830	nach 1830
Märkte	klein	groß
Verkaufspreis	hoch	gering
Produktionsvolumen	gering	hoch
Kaufkraft der Nutzer	hoch	gering
Gewinne	hoch	hoch

Risiko des Erfolgs (Diderot (18 Jh.)- Regel)

Von 10 Titeln bringen:

- 1-2 Gewinn
- 2-3 plusminusnull
- 5 Verlust

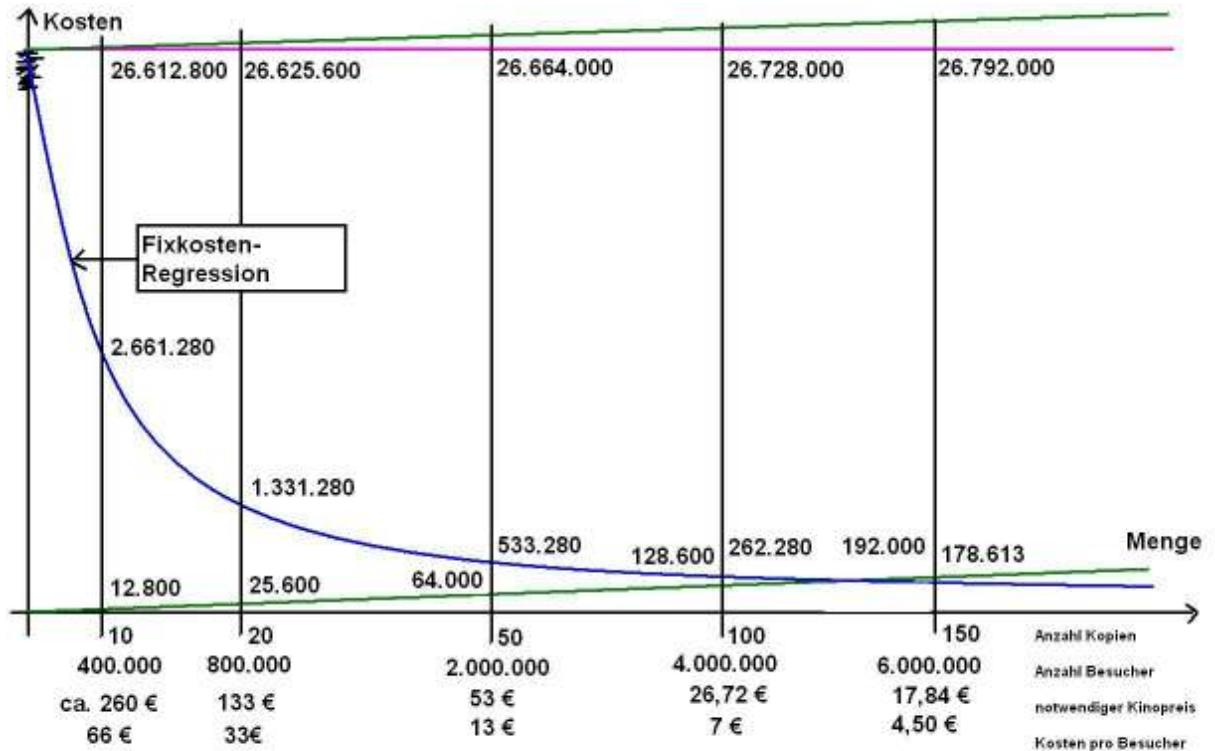
Folien:

- Constantin-Film (Organigramm)
- Kinofilme & Besucher nach Besuchergruppen
- G+V einer Hollywood Produktion

REGEL: Man macht, was geht!! (Bsp. Musikschrreiber)

Kalkulation der notwendigen Kinobesucher:

- 1) Herstellungskosten (First-Copy-Costs) = 26,6 Mio. €
- 2) 1 Kopie = 1.280 €
- 3) 1 Kopie = 40.000 Kinobesucher
- 4) Anteil d. Produzenten am Box Office = 25%



Nachtrag:

Schwachstellen beim Informantenschutz

- 1) Beihilfe zum Geheimnisverrat (→ Durchsuchung)
- 2) Abhören (z.B. Argon, Köln)
- 3) Vorratsdatenspeicherung

→ www.wikileaks.com