



Die Zeitung immer dabei...

Zeitung am Telefon

Dipl.-Ing. Jan Zimmermann

Projektmanagement

MAIL: Jan.Zimmermann@PhonePublisher.com

FON: 0160 – 741 43 300

Dipl.-Inf. Dirk Herbst

Entwicklung / Geschäftsführung

MAIL: Dirk.Herbst@PhonePublisher.com

FON: 0151 – 560 50 065

PhonePublisher

Fritz-Seger-Strasse 25

04155 Leipzig

Ein Großteil der Bundesbürger hört mindestens einmal am Tag Nachrichten, um sich kurz über verschiedene Themen zu informieren. Nicht nur die stark steigende Nachfrage nach Hörbüchern *5 sondern auch die Nachfrage nach Magazinen und „Special-Interest-Sendungen“ aus den Radioarchiven zeigt, daß der Wunsch nach personalisierten Wortinhalten wächst.*6

**5 vgl. VG Wort Analysen, durchschnittliches Wachstum von mehr als 20 % über die letzten 6 Jahre*

**6 Katharin Rüstig, Audible, ZDNet vom 04. 11. 2005*

Unsere Vision ist die Verwertung des qualitativ hochwertigen Inhaltes von Zeitungen via Telefon analog zu den bisherigen Informationswegen. Hierbei wählt der Nutzer individuell aus, welche Art von Nachrichten er wünscht und hat dabei gleichzeitig die Wahl, wann er diese konsumiert. Im Gegensatz zu Nachrichten aus TV und Radio ist die verfügbare Menge der Meldungen größer und ausführlicher und es ist zusätzlich ein stärkerer regionaler Bezug vorhanden. Nachrichten am Telefon sind aktueller möglich, als über die Verbreitungswege TV/Radio/Printmedium. Als Nutzergruppe kommt jeder! in Frage, der bereits jetzt schon Nachrichten regelmäßig konsumiert.

Dem Verlag wird nicht nur eine neues Verbreitungsmedium in die Hand gegeben, sondern die Möglichkeit, eigenen Content intensiver zu verwerten. Nachdem das neue Verbreitungsmedium etabliert ist, können später weitere, sogar „zeitungsfremde“ Dienste, wie automatisierte Telefonauskunft, Lexikaabfragen, Hörbücher usw. realisiert werden, ohne erneut die Akzeptanz des Mediums Telefon mühsam aufbauen zu müssen.

„Zeitung am Telefon“ trägt dem rasanten Fortschritt der Technik und dem damit verbundenen Wunsch nach größerer Freiheit in der individuellen Informationsbeschaffung Rechnung.



Zeitung am Telefon - Zielgruppen

Pendler.

... im Auto mit Freisprecheinrichtung

... in öffentlichen Verkehrsmittel mit Headset

ca. 37,5% der Bundesdeutschen sind Pendler, 75% mit Wegzeiten über 10 Minuten und 30% über 30 Minuten

(www.destatis.de)



Personen mit Handicap.

... Blinde und Sehbehinderte

ca. 1,2 Millionen in Deutschland (www.dbsv.org)

... ältere Menschen

... Analphabeten

ca. 5% der Bundesdeutschen (www.alphabetisierung.de)



In der Freizeit.

... Laufen, Working, Fitnesscenter,

... Wandern, Haus- und Gartenarbeit

... im Urlaub



Während der Arbeit.

... Vertriebsmitarbeiter, Manager,
Dienstreisende

... im Büro bei der Pause



key features

stets aktuell

**integrierte
Livestatistik**

Zugriffsschutz

**ohne separates
Abspielgerät**

**individuelle
Anzeigen
einspielbar**

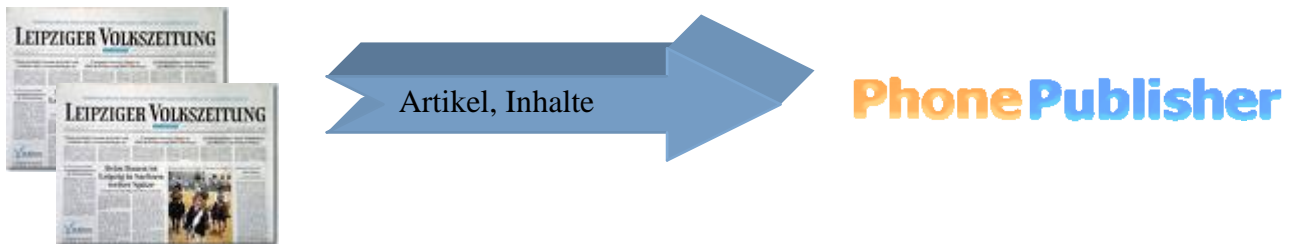
**Text-To-Speech
TTS**

**um PodCast
erweiterbar**

**einfache
Integration
in den Verlag**

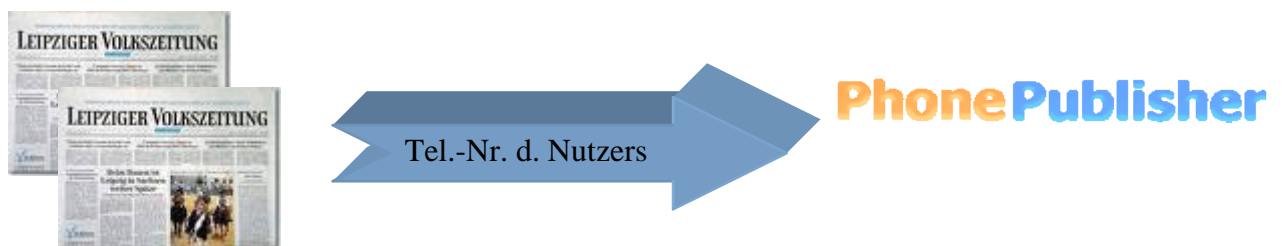
personalisierbar

Integration in den Verlag



Verlag stellt Artikel zur Verfügung

Hierbei sind Schnittstellen wie XML, CSV oder einfache Dateischnittstellen denkbar. Im Idealfall wird eine vorhandene Schnittstelle verwendet.



Verlag steuert Zugriffsberechtigung

Je nach Ausprägung kann der Verlag steuern wer den Dienst nutzen darf. Dazu teilt er PP die Telefonnummern mit. Das kann automatisch durch eine Anbindung an die Abonnementverwaltung oder manuell über das Webportal von PhonePublisher erfolgen.

Unkomplizierte Geschäftsmodelle

PhonePublisher - Verlag



Kostenpflichtiger Dienst mit pauschaler Vergütung. Festpreis von 350,- € mtl. je 50 Kanäle.



Umsatzbezogene Risikobeteiligung ohne Fixkosten.

Verlag/ PhonePublisher - Endkunde



- **Service­rufnummer z.B. 01805**
 - **Kosten für Anrufer: 0,14 €/ Min**
 - **Ausschüttung für Verlag: 0,05 €/ Min**



- **mtl. Preis bezogen auf Abo der Printausgabe**
 - **z.B. 10% bei bestehendem Abo**
 - **z.B. 30% ohne bestehendes Abo**

Inkasso



- **Verlag übernimmt Inkasso**



- **Inkasso erfolgt extern**

Randgeschäft



- **verlagseigene Handytarife, um Nutzern ohne Flatrate den kostenfreien Zugang zum Telefondienst zu ermöglichen**

Marketing

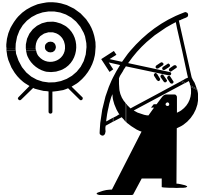


Intensive Bewerbung notwendig, da ungewohntes neues Medium.



regelmäßige Bewerbung in der Zeitung.

- Als Artikel (mit Nutzungsszenarien Fantasie anregen)
- Integriert im Seitenkopf Seite 1:
Hörzeitung: 0341 - 222999



Nutzung vorhandener Kanäle:

- Presseverteiler
- Website
- Zeitungseinleger



Methode der „sanften Gewöhnung“ durch Kombination von freien mit kostenpflichtigen Inhalten. Anfängliche Dienstenutzung ist für Testzeitraum kostenfrei.

Prognose

Da es diesen Dienst in der vorgestellten Form noch nicht gibt, ist es sehr schwierig, eine genaue Prognose zu erstellen. Die zukünftige Nutzerzahl wird sehr stark davon abhängen, zu welchen Kosten welche Art von Inhalt angeboten wird. Es gibt viele Informationen, auf die Bürger regelmäßig, sogar täglich zugreifen wollen (Wetter, Nachrichten, Sportergebnisse, Veranstaltungshinweise, TV-Programm usw.). Als neuer Dienst muß dieser gerade in der Startphase langfristig beworben werden, damit eine gewisse Präsenz im Kopf des Nutzers entsteht. So, wie beim Internet, müssen sich erst Gewohnheiten einstellen, bis ein neuer Informationskanal akzeptiert wird. Das gilt auch, wenn dieser wesentlich mehr Vorteile bietet, als herkömmliche Möglichkeiten.

Eine anfänglich kostenlose Variante mit später eingeschränkten Inhalten kann für den nötigen Gewöhnungseffekt sorgen. Geschickte Kostenmodelle sorgen für eine anhaltende Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit des Telefondienstes. So können Zeitungsabbonenten durch einen psychologisch verschwindend kleinen Mehrbetrag auf Ihre bereits akzeptierten monatlichen Ausgaben leicht für diese Form der Bezahlung eingeschworen werden, während z.B. die Nutzergruppe der Personen mit Handicap mangels Alternativen schon von vorn herein bereit ist, höhere Abbopreise zu zahlen. Ergänzt kann das Kostenmodell mit kostenpflichtigen sogenannten „Softmehrwertnummern“ werden (z.B. 01805xxxx für 14 Cent/Minute). Hierbei kann der gelegentlichen Nutzer Inhalte aus der kostenfreien Variante (z.B. Wetter oder ein interessanter lokaler Artikel) unter der Mehrwertnummer „vertiefen“. Interessant dabei ist, daß es technisch möglich ist, den Anrufer gleich an der „richtigen“ Stelle fortfahren zu lassen. Abschließend sei noch erwähnt, daß selbst rufnummern- und themengenaue Werbung als Kostenmodell denkbar ist.

Das Telefon als Medium für Dienste scheint eine hohe Akzeptanz zu haben. So ermöglicht PhonePublisher seit ca. 1 Jahr Internetradios Ihr Programm per Telefon unter einer normalen Rufnummer zugänglich zu machen. Innerhalb dieser Zeit ist die Nutzung auf ca. 13000 Minuten täglich angewachsen (Stand Juli 2008), bei ca. 6 Minuten Hördauer/Anrufer. Als Werbemittel wird lediglich kostenlose Bannerwerbung genutzt, welche die Internetradios auf Ihren Seiten plazieren.

Ein Teil der Leipziger Volkszeitung Online-Ausgabe (ca. 90 Artikel in 10 Rubriken unterteilt) ist für erste Tests unter der Rufnummer 0341 24399 6930 realisiert. Hier liegt die durchschnittliche Hörzeit/Anrufer bei 14 Minuten. Bezüglich der Bedienbarkeit und Verständlichkeit der gesprochenen Texte gab es bis jetzt über 98% positive Rückmeldungen.

Aufgrund der zu Verfügung stehenden sehr umfangreichen potentiellen Nutzergruppe (siehe oben - Zielgruppen) gehen wir bei geschickter Einführung dieses Dienstes allein im Regierungsbezirk Leipzig (ca. 1.069.441 Einwohner) von einer langfristigen Nutzeranzahl nach 5 Jahren von 500.000 – also 50% aus. Gemeint sind hier auch Nutzer, welche den Dienst nicht regelmäßig nutzen. Es wird weiterhin davon ausgegangen, daß diese Zahlen nicht von „Trittbrettfahrern“ wesentlich beeinflusst werden können, wenn der Dienst erst einmal wirksam etabliert wurde.

Innerhalb von einem Jahr erwarten wir unter oben genannten Voraussetzungen eine Nutzerzahl zwischen 1000 und 7000, welche die Zeitung am Telefon regelmäßig nutzen.

Funktionsweise

- Abspielposition wird sich nach Beendigung des Gespräches gemerkt.
- Funktionsweise leicht auf die Vorstellungen des Verlages anpassbar

