

MICHAEL A. HERZOG [HERAUSGEBER]

PROZESSGESTALTUNG IN DER MEDIENPRODUKTION

NEUE GESCHÄFTSMODELLE UND TECHNOLOGIEN
FÜR MOBILE PORTALE UND HD BROADCAST



Alcatel-Lucent
Stiftung für
Kommunikations-
forschung

Diese Publikation sowie die Konferenzreihe »Medienproduktion« gehören zu den Aktivitäten des Stiftungs-Verbundkollegs Informationsgesellschaft Berlin der Alcatel-Lucent Stiftung für Kommunikationsforschung.

<http://www.stiftungaktuell.de>



Alcatel-Lucent
Stiftung für
Kommunikations-
forschung

Satz und Layout: Kerstin Remes

INHALT

- 5 Vorwort

GESCHÄFTSMODELLE

- 9 *Florian Brody*
Was kommt nach Web2.0? (Und was kam vorher?)
Digitale Medien-Start-Ups im Silicon Valley
- 39 *Johannes Mittendorfer*
Zur Weisheit der Masse
Kommentar zum Beitrag von Florian Brody
- 42 *Dietmar G. Wiedemann, Wolfgang Palka, Bernd Vollmayr*
Wie entstehen mobile virale Effekte?
Grundlagen und Potentiale des Mobile Viral Marketing
- 77 *Mike Radmacher, Jan Zibuschka, Tobias Scherner,
Lothar Fritsch, Kai Rannenber*
Identitätsmanagement und Privatsphäre.
Vertrauen und Kontrolle in Mobilien Contentumgebungen

TECHNOLOGIEN UND ANWENDUNGEN

- 102 *Julian Stöttinger, Allan Hanbury*
Ordnung in die Bilderflut
Arbeitsweise von Content-based Image Retrieval Systemen
- 116 *Jürgen Lohr*
High Quality Streaming und High Definition Media Services
- 144 *Robert Seeliger, Oliver Friedrich*
IMS and IPTV –
Standards, Architectures and interactive Services

- 169 *Uli Plank*
Farbe in der digitalen Kinematografie

PERSONENVERZEICHNIS

- 193 Die Autoren
198 Der Herausgeber

VORWORT

Im Mittelpunkt unserer Veranstaltungsreihe »Medienproduktion« stehen aktuelle Fragen der modernen Produktion, Integration, Distribution und Archivierung von Mediencontent. Dem inhaltlichen Ruf nach »Expansion und Mobilität« folgte im Dezember 2007 die zweite Veranstaltung dieser Reihe, die in der Berlinischen Galerie im Rahmen des Stiftungs-Verbundkollegs Informationsgesellschaft Berlin der Alcatel SEL Stiftung für Kommunikationsforschung von der FHTW Berlin und der TU Berlin ausgerichtet wurde.

Auf der einen Seite folgt der vorliegende Band dem Trend zu expandierenden Medien mit neuen Funktionen und Konzepten, andererseits werden die mit der Mobilität medialer Anwendungen verbundenen Herausforderungen der Prozessgestaltung in den Mittelpunkt gestellt. Thematisch wurden die Beiträge in bewährter Form den Schwerpunkten »Geschäftsmodelle« sowie »Technologien und Anwendungen« zugeordnet.

Im ersten Teil des Buches wird die insgesamt starke Dynamik der Medienmärkte reflektiert, wo direkte Erlösmodelle immer weniger Erträge versprechen und die Markteintrittsschwellen für kleine Unternehmen zu steigen scheinen. Hier werden sowohl Beispiele aus internationalen Märkten als auch neue ökonomische Ansätze und Modelle präsentiert. Gerade die erfrischende Sicht auf ferne prosperierende Medienmärkte möchte hier eine durchaus vielversprechende Überprüfung europäischer Denkmuster anstoßen. Mit der steigenden Mobilität von Medienanwendungen, der immensen sensorischen Datensammlung für kontextsensitive und personalisierte Angebote stellt sich inzwischen auch für Medienproduzenten die wichtige Frage nach dem Schutz der Privatsphäre der Anwender. Dass es entgegen allen öffentlich diskutierten Trends durchaus ernstzunehmende Ansätze gibt, das Recht auf informationelle Selbstbestimmung in mobilen kontextsensitiven Umgebungen für den Nutzer durchzusetzen, und das sich dieser Ansatz auch technisch-organisatorisch umsetzen lässt, steht in berückendem Kontrast zu den Potentialen des Mobilien Viral Marketings, wo sich Privatsphäre als Konzept vollends aufzulösen scheint.

Die digitalisierte Medienwirtschaft bewegt sich technologiegetrieben zu einer neuen Qualität des Informationszugangs und des Entertainments für den Verbraucher. Was einzelne aktuelle technische Ansätze hier zu bieten haben, wird im zweiten Teil dieses Buches sichtbar. Den Weg zur deutlich verbesserten Erschließung von Multimedia-Dokumenten zeigt der Beitrag zum Fortschritt der Image Retrieval Systeme. Mit der steigenden Verbreitung und Qualität des Internet-Fernsehens (IPTV) rücken einige längst bekannte aber neu zu interpretierenden Probleme für Medienproduzenten in den Fokus des Interesses. Für den Bereich der digitalen Kinematografie werden diese Problemfelder aus den Blickwinkeln der Streaming-Technologie, der interaktiven Services und des Farbmanagement von ausgewiesenen Experten vorgeführt und mit Lösungsvorschlägen diskutiert.

Dieser Band versteht sich als inhaltliche Fortführung unseres ersten Buches mit dem Titel »Content Engineering« und greift einige bereits dort diskutierte Themen wieder auf. Besonders wirken in diesem Band der Beitrag von Thomas Hess et al. zur »Industrialisierung in der Medienbranche«, der Aufsatz von Matthias Trier über »Content und Kommunikation«, aber auch der Artikel von Dietrich Sauter über »Technik und Machtverschiebungen in der Broadcast Content Produktion« nach. So konnten hier wertvolle Diskussionsfäden – etwa zur Fortentwicklung der Internet-Ökonomie oder zu den Prozessveränderungen in der Broadcast-Industrie weitergesponnen werden, die wiederum neue Anknüpfungsmöglichkeiten eröffnen.

Für die fachliche wie finanzielle Anstiftung zur Fortsetzung unserer Aktivitäten danken wir den Mitarbeitern der Alcatel-Lucent Stiftung – namentlich vor allem dem Direktor Dr. Dieter Klumpp – besonders herzlich.

Für die organisatorische und fachliche Unterstützung der Konferenzreihe danke ich zuerst Prof. Dr. Jürgen Sieck. Auch Prof. Dr. Klaus Rebenburg, Dr. Matthias Trier und Prof. Dr. Hermann Krallmann haben die Veranstaltung wieder mit brillanten Ideen und guten Hinweisen versorgt. Die vielen fleißigen Helfer der Forschungsgruppe INKA haben sich für die engagierte Vorbereitung und Durchführung der Konferenz

ein dickes Lob und ein großes Dankeschön verdient. Ganz besonders danke ich Kerstin Remes, die nicht nur die Tagungsorganisation professionell gemanagt und die Referenten sehr herzlich betreut, sondern auch diesen Konferenzband ausgestaltet hat.

Berlin im Juni 2008

Michael A. Herzog