

# Zusammenfassung der Diplomarbeit – ALBERT Michael

## ***"Entwicklung und Vermarktung von Hörbüchern zur Lernunterstützung für Weineleven"***

### Motivation für die Arbeit:

Wenn man sich für eine Weiterbildung entscheidet, entsteht für Viele eine gewisse Problematik, das Lernen wieder neu zu lernen und eine Struktur zu entwickeln, die möglichst effektiv unterstützt. In Gesprächen mit Studenten der Weinakademie Österreich im Zuge der Ausbildung zum Weinakademiker war es sehr interessant zu erfahren, wie individuell unterschiedlich das Lernverhalten ist und mit welchen Methoden gelernt wurde. Manche können sehr gut lernen, indem sie den Stoff laut sprechen, manche lernen besser Abends als Morgens oder umgedreht. Von mindmapping über vielerlei andere Methoden wurde berichtet, ein Mitstudent hat seinen Lernstoff sogar auf einen mp3-player gesprochen, um die fast 2-stündige tägliche Fahrt zur Arbeit mit dem Hören der gesprochenen Texte zu nutzen. Diese Tatsache hat mich dazu bewogen, mich intensiv mit dem Thema Hörbuch im Lernbereich zu beschäftigen. Eine kurzer Überblick über den Markt bestätigte, dass solch eine Idee bislang nicht realisiert wurde und somit war mein Diplomarbeitsthema geboren.

### Zielsetzung:

Das Ziel meiner Arbeit war aufzuzeigen, dass die Umsetzung der Idee zur kommerziellen Produktion wirtschaftlich erfolgreich sein kann. Dies erforderte verschiedenste Daten über den Markt - von der Entstehung über die Entwicklung bis zum momentanen Stand des Mediums Hörbuch, seiner Zukunftsaussichten, den potenziellen Nutzern und wer den Markt bestimmt. Die verschiedenen Varianten der Hörbücher mussten erkannt und erklärt werden und es war sehr wichtig, zu erkennen, welche Schritte für die Produktion eines Hörbuchs wichtig sind und welche Institutionen man zur Realisierung benötigt. Insbesondere aber der Kosten- und Risikoaspekt musste gut durchleuchtet werden, um aus der einfachen Idee auch einen erfolgversprechenden Ansatz herauszuarbeiten.

### Methodik:

Um die benötigten Informationen zu erhalten, war zuerst eine umfangreiche Recherche im Internet nötig. Wer sind die Verlage, wer und wie groß ist die Konkurrenz, wo liegen die Preise und wie ist die Entwicklung? Magazine, die sich mit dem Thema beschäftigen, Bücher und Internetseiten über Hörbücher lieferten viele Statistiken, Tendenzen und einen guten Überblick über das Geschehen. Die Kontaktaufnahme mit Autoren, Verlagen und Fachleuten aus der

Branche waren ein ganz wesentlicher Teil meiner Arbeit, die Interviews und Gespräche mit Martin Maria Schwarz, Rolf Gast, Frank Kämmer und Gerhard Scholz waren essentiell für die Einschätzung der Möglichkeiten, Motivationen und Arbeitsweisen der Autorensseite. Der rege Mailverkehr und die vielen Telefonate mit den zuständigen Personen der verschiedensten Verlage und Portale waren Voraussetzung, den Mechanismus, die Regeln und Chancen zu verstehen, die mit der Produktion und Vermarktung eines Hörbuchs in Verbindung stehen. Eine wichtige Kennzahl war die Festlegung und die Einschätzung der Größe der potenziellen Zielgruppe - hier war eine aufwändige Recherche bei den verschiedensten Weiterbildungsinstitutionen notwendig. Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Marketing, denn ohne Werbung und einen Multiplikator wird die Idee nicht umzusetzen sein. Daher waren Gespräche mit vielen Bildungseinrichtungen und Portalen wichtig, um Unterstützungsmöglichkeiten zu erkennen.

#### Inhalt:

Inhaltlich beschäftigt sich meine Arbeit zunächst mit der Geschichte und der Entstehung des Hörbuchs im Allgemeinen, mit der Veränderung durch moderne Medien und mit einer detaillierten Marktanalyse über die Zielgruppe, der Konkurrenz, der Vertriebsarten und der Entwicklung der letzten Jahre und einer Prognose. Der generelle Prozess einer Produktion von Hörbüchern wird aufgezeigt und im Anschluss ein Konzept mit meiner Geschäftsidee für die Produktion von Weinhörbüchern im Lernbereich vorgestellt einschließlich eines Marketingkonzeptes. Chancen und Risiken werden durchleuchtet und eine Kostenrechnung aufgemacht.

#### Fazit:

Mein Fazit für diese Idee fällt positiv aus. Das finanzielle Risiko ist überschaubar, die Unterstützung von Verlagen oder Downloadportalen in der Vermarktung gegeben. Die eigene Arbeitsleistung - speziell das Anfertigen der Manuskripte - ist allerdings nicht zu unterschätzen und würde eine nicht unerhebliche Zeitdauer in Anspruch nehmen, wobei die Ausbildung zum Weinakademiker und die damit verbundenen Lehrinhalte der Unit 3 hilfreich sein dürften. Entscheidend wird wohl sein, wie die potenziellen Nutzer erreicht werden können und ob Bildungseinrichtungen sich zu einer Kooperation bewegen lassen oder ob der mühsamere Weg über Verteilung von Flyern und kostenpflichtigen Aktionen notwendig ist. Hier sehe ich eine große Chance in der Zusammenarbeit mit dem Downloadportal claudio.de und dem Werbepartner FOCUS. Das Aufnahmepotenzial des Marktes wird auch davon abhängen, wie sich die allgemeine wirtschaftliche Situation entwickelt, momentan sind Prognosen da sehr schwierig.

**Michael Albert, Kandidatennummer: 05008046**