



# HAMBURG MEDIA SCHOOL

MVFP Distribution Summit  
Hamburg, 03.09.2024  
Christian-Mathias Wellbrock



# Hamburg Media School: Studium, Weiterbildung, Forschung für die Digital- und Medienbranche

- Gemeinsame Studiengänge mit der Universität Hamburg, TU Hamburg, Leuphana Universität und HFBK
- ca. 300 Studierende
- ca. 200 Dozierende
- 44 feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



# Kurz über mich: „Journalism Economist“

**Studium:** Uni Hamburg/Paris I Panthéon-Sorbonne

**Forschung & Lehre:** Uni Hamburg, Jönköping International Business School,  
Michigan State University, Uni Köln, Hamburg Media School

**Zusammenarbeit mit einer Vielzahl an Unternehmen und Institutionen in der Digital- und Medienbranche**

## **Kernthema: Ökonomik und Management des (digitalen) Journalismus**

- Journalistische Qualität
- Journalistische Gründungen
- Treiber des Bezahl- und Kaufverhaltens
- Bundling und Plattformökonomik
- Lokaljournalismus und Demokratie
- Generative KI im Journalismus







HAMBURG  
MEDIA  
SCHOOL

Dr. Christian-Mathias Wellbrock

# Zukunft des Abos: Bundling als Strategieansatz

MVFP Distribution Summit  
Hamburg, 03.09.2024  
Christian-Mathias Wellbrock

# Ausgangslage: „Chasm“ und „Von lokal über national bis global“

## Wachstumsraten der Digitalabos flachen ab

Die ersten Kund:innen sind relativ einfach zu erreichen: Familie, Freunde, dann Fans und Heavy Users; danach wird es schwierig.

## Mediennutzung: Von lokal über national bis global

- Bessere Verfügbarkeit überregionaler und internationaler Publikationen
- Bessere Produktqualität (User Experience, Qualität und Quantität der Inhaltebündel)

# Bundling Basics

## Technisch: Preisdifferenzierung zweiten Grades

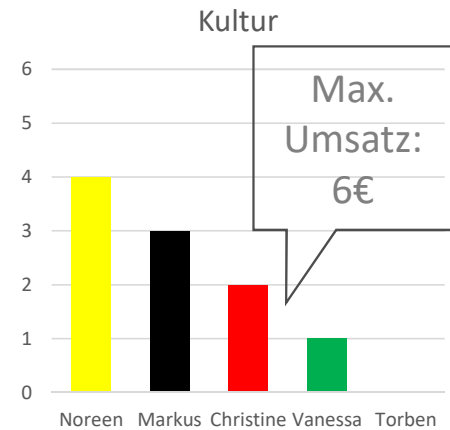
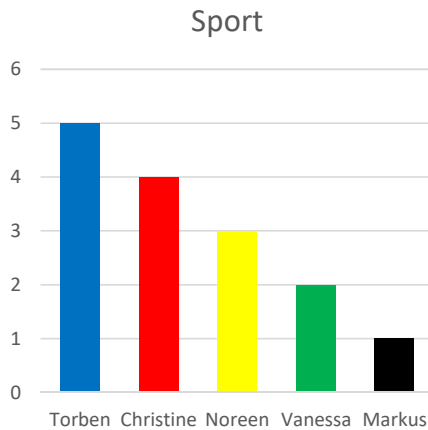
- Versioning / Windowing
- Bundling

## Bündelung ist sinnvoll, wenn...

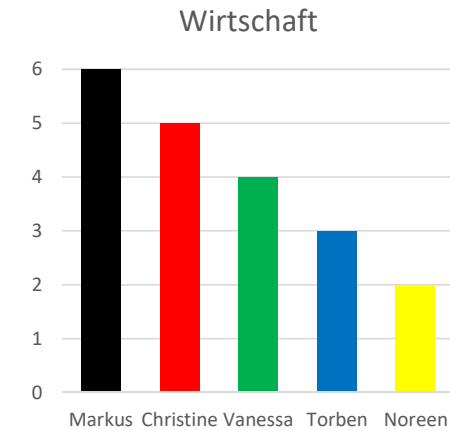
- der inkrementelle Wert zusätzlicher Güter für den Kunden sinkt.
  - Innerhalb desselben Guts: Nicht-lineare Preisgestaltung / Mengenrabatte
  - Über verschiedene Güter hinweg
- der inkrementelle Wert eines zusätzlichen Gutes die Grenzkosten der Hinzufügung übersteigt.
- sie die Streuung der Zahlungsbereitschaften zwischen den Verbrauchern verringert.

# Bundling Basics: Verringerung der Streuung

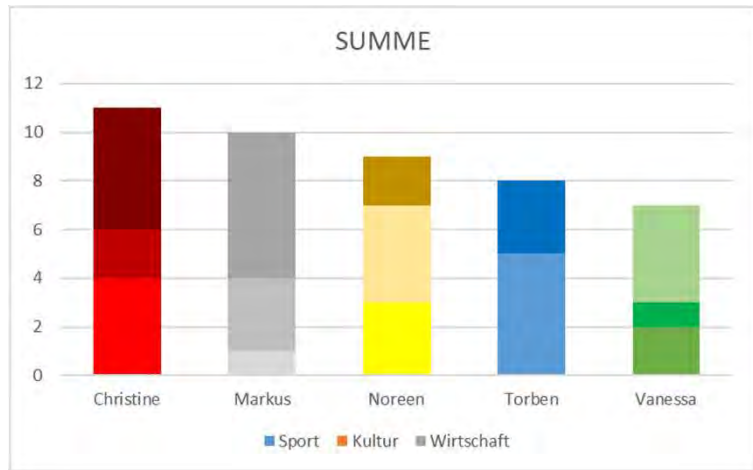
Max. Umsatz: 9€



Max. Umsatz: 6€



Max. Umsatz: 12€



Max. Umsatz: 35€

# Restriktionen der Bündelgröße (1)

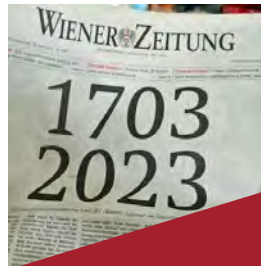
## Kosten des Hinzufügens von Gütern zum Bündel

- Print: hoch (durch Druck und Vertrieb der hinzugefügten Inhalte für alle Konsument:innen)
- Digital: fast Null

**optimale Bündelgröße „DIGITAL“ > optimale Bündelgröße „PRINT“**



# „Hochbündeln“



The New York Times  
All Access

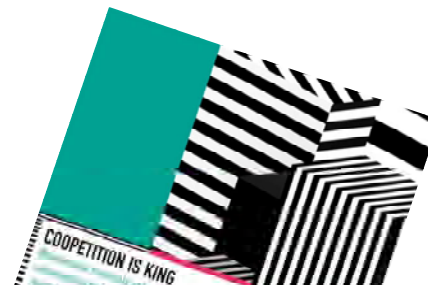
„hochbündeln“



# Wenig überraschend: Heterogenität macht den Unterschied

Table 3. Partial utility values of the attribute "bundle size."

Bundle size	Partial Utility value	standard error	Lower 95% CI	Upper 95% CI
Comprehensive bundle	30.51	0.8	28.94	32.08
One national + one regional newspaper	11.45	0.55	10.37	12.53
Bundle of national newspapers	2.73	0.63	1.49	3.96
Bundle of regional newspaper	0.54	0.5	-0.45	1.53
One regional newspaper	-21.92	0.75	-23.39	-20.45
One national newspaper	-23.31	0.6	-24.48	-22.13



The New York Times | All Access

Gain unlimited access to all of The Times.

WELCOME OFFER

\$6.25 \$1/week

Billed as \$4 every 4 weeks for the first year

Subscribe now

Cancel or pause anytime.

Pay with

All Access includes News, plus Games, Cooking, Wirecutter and The Athletic.

Offer for a New York Times All Access subscription; current publishers not eligible. Subscription includes print edition. Your payment method will automatically be charged in advance the introductory offer rate of \$4 every 4 weeks for 1 year. After one year the standard rate of \$25 every 4 weeks. Your subscription will continue until you cancel. Cancellation takes effect at the end of your current billing period. Taxes may apply. Other terms are subject to change. Some benefits, such as access to Veritas, may be available without a subscription.



SWMH

Städtische Medienholding

Unternehmen

## Süddeutschen Zeitung und kicker kooperieren

19. August 2024

# + alles.plus

## Die Abo-Allianz führender Publisher

alles.plus erleichtert digitale Abo-Kombis von Medientiteln – und ermöglicht Ihnen als Kundinnen und Kunden attraktive Abo-Pakete.

Als Dienstleister führender Verlage und Medienhäuser organisieren wir eine technische Plattform, die es Ihnen erleichtert, zu einem bestehenden digitalen Abo günstig weitere digitale Abos dazuzubestellen – und sich so Ihr eigenes Medienpaket aus dem Portfolio unserer teilnehmenden digitalen Titel zu schnüren.



+alt

Questions and answers

# Closer to Norway. Closer to you.

+ Everything is a digital subscription that gives you access to all content in over 70 newspapers throughout Norway.

read more

See all the newspapers here



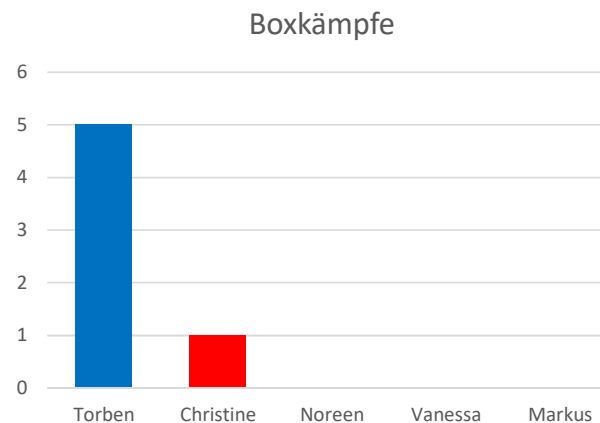


# Restriktionen der Bündelgröße (2)

Kosten des Hinzufügens von Gütern zum Bündel

- Print: hoch (durch Druck und Vertrieb aller hinzugefügten Inhalte)
- Digital: fast Null

Die Wertschätzung für bestimmte Teile des Bündels ist stark konzentriert (z. B. Boxkämpfe)



# „Runterbündeln“



„runterbündeln“



TAGESSPIEGEL  
BACKGROUND

# Stuck in the middle?





# Restriktionen der Bündelgröße (3)

## Kosten des Hinzufügens von Gütern zum Bündel

- Print: hoch (durch Druck und Vertrieb aller hinzugefügten Inhalte)
- Digital: fast Null

Die Wertschätzung bestimmter Teile des Bündels ist stark konzentriert (z. B. Boxkämpfe, Special Interest)

## Erhöhung kognitiver Kosten

- Komplexität des Bündels
- Komplexität der Versionen

„Huge demand, products not ready“ (Greg Piechota, INMA)

# Size matters

## **Datenqualität:**

- Um Kund:innensegmente und ihre „Journey“ verstehen zu können

## **Klassische Größenvorteile:**

- Um Projekte mit hohen Fixkosten stemmen zu können
  - UX
  - Big Data
  - Personalisierung und Kuratierung → eigene Value Proposition!

## **Bündelgröße:**

- Qualität und Quantität der Inhalte und weiterer Services

## **Verhandlungsmacht:**

- Als Gegengewicht zu „den Großen“

Nichts davon muss man alleine schaffen: **Coopetition is King**

**Make – Buy | Borrow – Share**

**(1) Stuck in the middle?**

**(2) Size matters?**

**„Chasm“ überwinden und „größer werden“ durch Kooperation**

Kooperation in Infrastruktur, Distribution und Delivery

Wettbewerb in der Publizistik





DANKESCHÖN!

Dr. Christian-Mathias Wellbrock