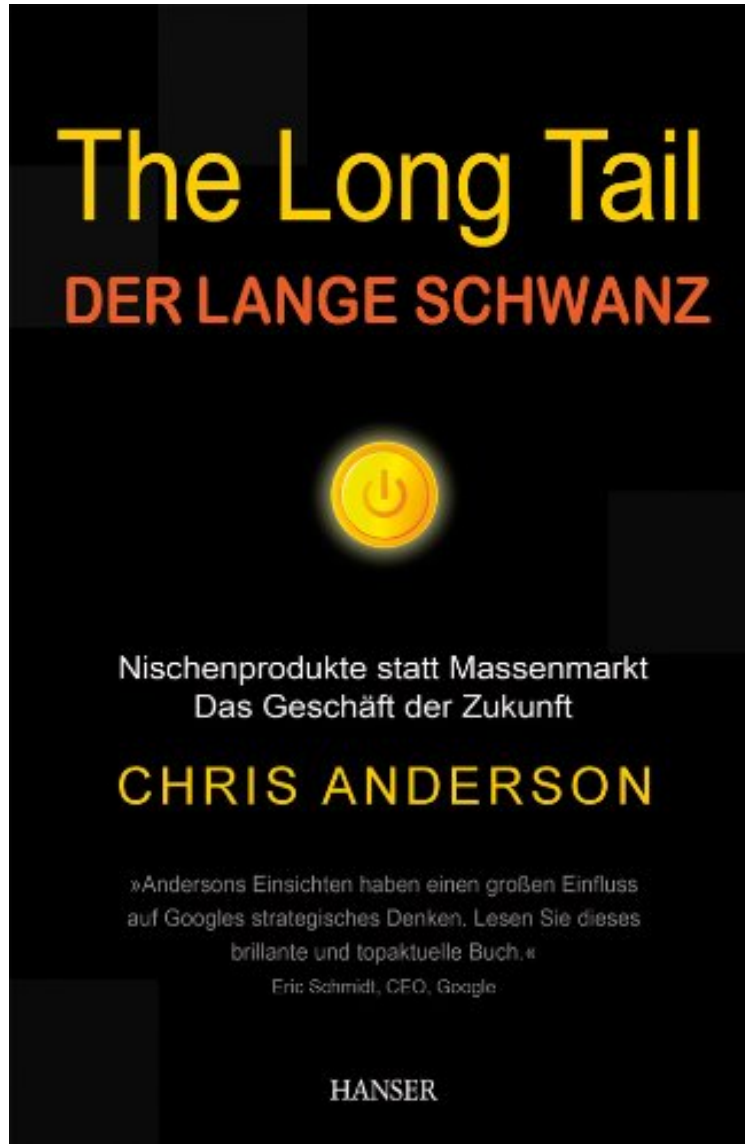


[Download free ebook] The Long Tail - Der lange Schwanz

The Long Tail - Der lange Schwanz

Von Chris Anderson

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation - Verkaufsrang: #294813 in BcherVerffentlicht am: 2007-03-01Erscheinungsdatum: 2007-03-01Abmessungen: 9.29 x .98b x 6.38l, Einband: Gebundene Ausgabe287 Seiten | File size: 40.Mb

Von Chris Anderson : The Long Tail - Der lange Schwanz before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised The Long Tail - Der lange Schwanz:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Kleinvieh macht auch MistVon Oliver VlckersWarum sind und der iTunes Music Store erfolgreich? Ist eine groe Auswahl besser fr einen Hndler oder eine Konzentration auf Bestseller?Dieses Buch erklrt die vernderten Bedingungen des Handels durch das Internet. Bislang vernachlssigte Nischenprodukte knnen Hndler reich machen.

Doch ein Nischenprodukt ist etwas anderes als ein Flop, d.h. blo weil ein Produkt wenig verkauft wird, ist es noch lange kein Nischenprodukt. Das Erfolgskonzept "Long Tail" lässt sich keineswegs auf alle Bereiche übertragen, aber es ist ein Faktor, den jeder Händler und jeder Produktmanager kennen und berücksichtigen sollte.³³ Von 36 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gehrt die Zukunft den Nischenprodukten? Von Monika Chris Anderson, Chefredakteur des amerikanischen Magazins "Wired", brachte 2004 einen Artikel unter dem Titel "The Long Tail" heraus, der die Grundlage dieses Buches bildet, nachdem er in Vorträgen, in Beiträgen im Blog [...] und Diskussionen weiter entwickelt wurde. Das Buch beruht auf der Prämisse, dass ein Wandel in unserer Kultur stattfindet, der dazu führt, dass nicht mehr nur die "Hits" oder "Blockbuster" zählen, sondern mehr und mehr die Nischenprodukte. An Beispielen wie iTunes, Rhapsody, Netflix zeigt der Autor, dass mittlerweile ein großer Teil des Umsatzes wie des Gewinnes aus Produkten generiert wird, die zwar jedes für sich keine bedeutenden Umsatzbringer sind, wohl aber in der Summe. "The Long Tail" ist letztlich die graphische Darstellung dieses Phänomens, nämlich eine Kurve, die am Anfang sehr hoch und spitz ist und dann in einem langen "Schwanz" weiterläuft. Die linke Seite dieser Kurve war so lange maßgeblich, wie der Regalplatz beschränkt war. Ein CD-Laden oder traditioneller Buchladen musste sich aus ökonomischen Gründen auf die bestverkauften Produkte konzentrieren, und die anderen erwähnten Unternehmen haben jedoch Geschäftsmodelle entwickelt, diese Einschränkungen zu überwinden. Begünstigend wirkt sich aus, wenn das Produkt von vornherein ein virtuelles Produkt ist, das man sich im Internet herunterladen kann. Der Autor hat herausgefunden, dass der rechte Teil der Kurve, der "Rattenschwanz" immer mehr der interessantere Teil wird. Erstaunlicherweise finden tendenziell alle Produkte Abnehmer, während es immer schwieriger wird, einen "Hit" zu landen, ein echtes Massenprodukt. Die Summe der verkauften Nischenprodukte macht einen wachsenden Teil des Kuchens aus. Als die drei Wirkungsmechanismen des "Long Tail" hat er ermittelt: - Demokratisierung der Produktion durch zum Beispiel Software zum Komponieren, Aufnehmen und Bearbeiten von Musik - Demokratisierung des Vertriebs durch sogenannte Aggregatoren wie iTunes, Netflix, die das Angebot für viele Kunden verfügbar machen - Verbindung von Angebot und Nachfrage durch Filter wie z.B. Google, Kundenempfehlungen, Bestsellerlisten u.. Das Buch ist faszinierend zu lesen, wenn auch teilweise zu Redundanzen neigend. Es ist ein Ausgangspunkt für weitere spannende Fragen: Ist der "Long Tail" ein Phänomen, das auf die von Anderson untersuchten Unternehmen bzw. Branchen beschränkt bleibt oder hat es das Potenzial, sich auch in nicht-virtuellen Branchen durchzusetzen? Stehen wir am Beginn eines generellen Paradigmenwechsels von einer Knappheits-ökonomie zu einer Überfluss-ökonomie? Wie lassen sich die von ihm beschriebenen Regeln auf andere Branchen übertragen? Er selbst nennt gegen Ende des Buches weitere Beispiele wie z.B. Kitchen Aid und LEGO, die das Internet für Verkaufsaktivitäten nutzen, die offline nicht oder nur schwer möglich wären. Insofern ist das Buch sehr lesenswert, um zu verstehen, wie das Internet unsere Kultur und unsere Wirtschaft verändert und wie neue Geschäftsmodelle funktionieren. Darüber hinaus bietet es eine vorzügliche Basis, um seine Untersuchungen und Gedanken weiter zu spinnen, möglicherweise neue Modelle in anderen Branchen zu entwickeln und zu testen und das Potenzial von Nischenprodukten völlig neu zu bewerten.² Von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Richtungsweisendes Wirtschaftsbuch Von Rolf Dobelli Mit seinem Buch über die zunehmende Bedeutung von Nischenprodukten zeigt Chris Anderson einen richtungsweisenden Trend für die Zukunft des Einzelhandels auf. Er beschreibt überzeugend, warum und wie dieser Trend unser Leben beeinflussen wird. In einem Artikel in der Zeitschrift "Wired" hat Anderson seine Thesen am Beispiel der Unterhaltungsindustrie zum ersten Mal vorgestellt und großes Aufsehen erregt. Für das Buch konnte der Autor renommierte Business-Schools und wichtige Online-Händler zur Mithilfe gewinnen, die ihm teilweise ausführliche Verkaufsdaten zur Verfügung stellten. Trotzdem: Wer das Buch mit seinen nicht wenigen Wiederholungen durchgearbeitet hat, dem ist immer noch nicht so ganz klar, inwieweit sich die Erfahrungen der Online-Händler auf den Einzelhandel insgesamt übertragen lassen. Wir empfehlen dieses richtungsweisende Buch allen, die sich für die Zukunft des Einzelhandels interessieren, weil es einen Trend aufzeigt, der unser wirtschaftliches, gesellschaftliches und kulturelles Leben wohl tief greifend verändern wird wenngleich noch nicht ganz klar ist, wie.

.de Allein im Jahr 2005 stieg in den USA die Zahl der neu veröffentlichten Musikalben um 36 Prozent. Der Grund liegt auf der Hand: Jeder Künstler kann heute seine Musik selbst aufnehmen und veröffentlichen. Alleine in MySpace wurden im selben Jahr über 300.000 Titel zum kostenlosen Herunterladen eingestellt. Wir erleben nicht nur in der Musikbranche eine erhebliche Ausweitung des Produktangebots. Fast überall produzieren Menschen Produkte und Dienstleistungen jenseits von Kaufhaus, Einzelhandel, Handwerk und Old Economy. Was natürlich seine Gründe hat. Im digitalen Zeitalter verändern sich, so Anderson, die ökonomischen Spielregeln dramatisch. Die bisherigen Massenmärkte zerfallen in unzählige Nischen. Das Internet ist ihre ideale Vermarktungsschiene. Denn Produktpresentation oder Lagerhaltung kosten nicht mehr viel. Die Folge: Jeder kann mitmachen im weltweiten Spiel um Verkäufe und Profite. Und offenbar spielen immer mehr mit. Jenseits des Mainstreams mit wenigen Blockbustern werden Millionen kleiner Minimärkte sichtbar. Genau dort hat der Verbraucher jetzt Zugang zur verborgenen Vielfalt aller möglichen Produkte. Ein Beispiel, das jeder kennt: Fast alles, was über eBay oder iTunes angeboten wird, wird auch verkauft. Egal, wie

exotisch oder berflssig es zunchst scheinen mag. Die Folge: Das Geschft der Zukunft verlagert sich langsam dorthin, wo Vielfalt statt Einfalt herrscht. Anderson hat hierfr eine Nachfragekurve entwickelt und etwa am Beispiel der Medien illustriert. Ganz links weist die Kurve stark nach oben. Klar, an ihrer Spitze stehen die Bestseller, Blockbuster und Musikhits. Dann luft die Kurve sanft nach rechts aus. Dort finden wir die weniger beliebten Bcher, Filme und Songs. Dieser Rattenschwanz ist im Vergleich zur Spitze natrlich viel lnger. Deshalb nennt ihn Anderson The Long Tail. Mit Millionen von Artikeln, die nicht im tglichen Rampenlicht der Prospekte und Werbeanzeigen stehen. Was bisher nur wenige wussten: Die vielen grauen Produktmuse erzielen einen hheren Umsatz als die wenigen Blockbuster. Der Grund: Heute, in einer Zeit, in der die Verbraucher vernetzt sind und nahezu alles digital ist, hat sich die Konomie des Vertriebs radikal verndert, da das Internet jede Branche, mit der es in Kontakt kommt, absorbiert und die Funktion von Lager, Kino und Sendeanstalt bernimmt - und das zu einem Bruchteil der bisherigen Kosten. -- Peter Lutz

Pressestimmen"Anderson konzentriert sich darauf, die Mechanismen der Long-Tail-Geschfte in vielen Facetten zu erlutern." Manager Magazin, Mrz 2007"Das Ende der Hitparade, wie wir sie kennen: Der US-Journalist Chris Anderson beschreibt in seinem neuen Buch 'The Long Tail', wie das Internet den Konsum radikal verndert - und warum dies der Wirtschaft die Demokratie bringt." Welt am Sonntag, 4. Mrz 2007"Sehr anregend!" Financial Times Deutschland enable, 11. April 2007"Anderson trgt seine Thesen berzeugend vor und untermauert sie mit handfesten wirtschaftswissenschaftlichen Beobachtungen und Erkenntnissen. Sein Stil ist sachlich, aber keinesfalls trocken, und er verzettelt sich nicht in Details. Am Ende hat er sogar ntzliche Ratschlge fr all diejenigen parat, die sich den 'Long-Tail'-Effekt zunutze machen wollen." c't, 1. Oktober 2007

KurzbeschreibungVerlage starren wie gebannt auf den nchsten Weltbestseller, Film-Verleiher auf den nchsten Blockbuster, die Musikindustrie auf den Superhit, der alles herausreißt. Sie alle sind schief gewickelt. Die Zukunft liegt ganz woanders. Was geschieht, wenn eine praktisch unbegrenzte Zahl von Produkten und Dienstleistungen fr alle verfgrbar wird? Wenn der Wert all der Millionen von Nischenprodukten, die nur einen Mausklick entfernt im Internet angeboten werden, weit ber dem der klassischen Top-Seller liegt? Dann verndert sich die Wirtschaft von Grund auf. Exakt das passiert gerade. Chris Anderson zeigt in seinem Buch, wie der "lange Schwanz" all der Produkte, die sich vielleicht nur einmal im Jahr verkaufen, fr immer mehr ausgeschlafene Unternehmen zum Umsatzbringer wird. Einfach deshalb, weil sich im Internet praktisch unbegrenzt viele Produkte zu minimalen Kosten bereithalten lassen. Vermeintliche Flops werden so auf einmal zum hchst profitablen Geschft. Massenanbieter sehen schweren Zeiten entgegen, fr neue Unternehmen bieten sich immense Chancen. Wie sie die nutzen knnen und was diese neue Wirtschaft fr uns alle bedeutet, zeigt Anderson in seinem revolutionren Bestseller.