



IST

Fallstudienreihe

Innovation, Servicedienstleistungen und
Technologie

Case Studies on

Innovation, Services and Technology

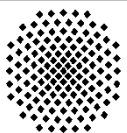
Streaming-Dienst – „Spotify“

Xenia Schmidt

Hannah Thea Schanz

IST Volume 6, Issue 3 (2014)

ISSN 2193-231X



Universität Stuttgart

© Prof. Dr. Wolfgang Burr
Betriebswirtschaftliches Institut, Abteilung I
Lehrstuhl für ABWL – insbesondere Innovations-
und Dienstleistungsmanagement

Herausgeber

Prof. Dr. Wolfgang Burr

Betriebswirtschaftliches Institut der Universität Stuttgart
Abteilung I, Lehrstuhl für ABWL, insbesondere Innovations-
und Dienstleistungsmanagement

Keplerstrasse 17
70174 Stuttgart

Erscheinungsort

Stuttgart, Deutschland

Streaming-Dienst – „Spotify“

M.Sc. Xenia Schmidt

Hannah Thea Schanz

Lehrstuhl für ABWL, Innovations- und Dienstleistungsmanagement

Prof. Dr. Wolfgang Burr

Universität Stuttgart

Keplerstraße 17, 70174 Stuttgart

<http://www.uni-stuttgart.de/innovation>

e-mail: xenia.schmidt@bwi.uni-stuttgart.de

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
2	Fallstudie.....	2
3	Aufgabenstellung	5
3.1	Ideengewinnung	5
3.2	Ausgestaltung der Dienstleistungsidee.....	6
3.3	Kundenintegration in den Innovationsprozess.....	6
4	Literaturquellen	7

1 Einleitung

Seit geraumer Zeit hat die Musikindustrie mit großen Einnahmeeinbußen zu kämpfen. Entstanden sind diese durch das Internet und die damit verbundene Möglichkeit, Musik kostenlos aber illegal herunterzuladen. Neue Geschäftsmodelle, die sogenannten Streaming-Dienste, bieten nun die Möglichkeit, kostenlos oder zu einem niedrigen Preis Musik legal anzuhören. Die Streaming-Dienste folgen so dem aktuellen Trend: „Nutzen statt kaufen“.¹

2 Fallstudie

Spotify ist ein schwedisches Musikunternehmen. Es wurde im Oktober 2008 gegründet und hat sich auf Musik-Streaming spezialisiert. Seit März 2012 ist Spotify auch in Deutschland verfügbar. Es handelt sich hierbei um eine Plattform, die die Möglichkeit eröffnet, durch das direkte Abspielen von Songs im Internet, Musik kostenlos online anzuhören. Die Plattform stellt somit eine Alternative zur Piraterie dar.²

Das Angebot umfasst mehr als 20 Millionen Songs.³ Die Anmeldung zur Nutzung des Streaming-Dienstes ist entweder über die E-Mail-Adresse oder den Facebook-Account möglich. Drei verschiedene Angebote werden dem Kunden zur Verfügung gestellt. Das erste Angebot ist kostenlos und wird durch Werbung finanziert. Jeweils nach 4-5 Songs muss der Kunde hierbei eine kurze Werbeunterbrechung in Kauf nehmen. Bei dem zweiten Angebot (Spotify Unlimited) muss der Kunde 5 Euro pro Monat bezahlen. Im Gegenzug kann er die Musik ohne Werbeunterbrechung anhören. Das dritte Angebot (Spotify Premium) kostet 10 Euro im Monat. Hier erhält der Kunde zusätzlich die Möglichkeit, Musik auch offline anzuhören. Dies ist möglich, indem sich der Kunde seine

¹ Vgl. Schmidt (2012)

² Vgl. o. V. (2013)

³ Vgl. Spotify (2014a)

zuvor angefertigte Playliste auch offline verfügbar macht. Dieser Vorgang ist mit wenigen Klicks erledigt. Die Offline-Playliste ist dann 30 Tage lang verfügbar. Um sie nach den 30 Tagen weiterhin hören zu können, muss der Kunde sich wieder online einloggen. Dies dient zur Überprüfung, ob das Premium-Angebot weiterhin abonniert ist.⁴

Zur Unterstützung bei Problemen bietet Spotify seinen Kunden die Möglichkeit, in den FAQ nach einer Lösung zu suchen. Zudem verfügt Spotify über ein Community-Forum, in dem die Kunden die Möglichkeit erhalten, sich gegenseitig zu helfen. Geben weder die FAQs noch das Forum eine Antwort auf ein Problem, so ist auch eine direkte Kontaktaufnahme mit Spotify per E-Mail möglich.⁵

Spotify ist eng mit sozialen Netzwerken wie beispielsweise Facebook und Twitter verknüpft. Die enge Verknüpfung macht ein Teilen des Musikgeschmacks möglich. Nutzer haben die Möglichkeit, selbst Playlisten zu erstellen oder sich von Musikempfehlungen anderer Nutzer inspirieren zu lassen. Mit dem Spotify Discover Feed wird dem Nutzer Musik empfohlen, die er bisher nicht kannte, die ihn aber aufgrund der bereits gehörten Lieder interessieren könnte. Wer lieber über eine App seine Musik anhört und verwaltet, dem steht auch diese Möglichkeit zu Verfügung. Voraussetzung hierfür ist allerdings eine Premiummitgliedschaft.⁶

Die Daten die durch die Playlisten und das Teilen des Musikgeschmacks gesammelt werden und die Daten, welche bereits durch den angeknüpften Facebook-Account vorhanden sind, werden genutzt, um die Werbung zu personalisieren. Da die Nutzer auf der ganzen Welt verteilt sind, hat Werbung, die auf Spotify geschaltet wird, eine große Reichweite. Spotify kann somit auch als

⁴ Vgl. Spotify (2014b)

⁵ Vgl. Spotify (2014c)

⁶ Vgl. Spotify (2014d)

Marketingplattform genutzt werden.⁷ Bisheriger Partner ist beispielweise die Telekom, die ihren Mobilfunkkunden den durch Spotify erzeugten Datenverbrauch nicht vom monatlichen Datenvolumen abzieht.⁸ Ziel der Musikindustrie ist es, mit Hilfe von Streaming-Diensten wie Spotify wieder Geld mit Musik zu verdienen. Für jedes abgespielte Lied erhalten die Plattenfirmen einen bestimmten Geldbetrag. Alle Streaming-Dienste zusammen verfügen momentan weltweit über 20 Millionen zahlende Kunden. Spotify zeigt, dass Menschen durchaus bereit sind, Geld für Musik auszugeben, wenn das Angebot an ihre Bedürfnisse ausgerichtet ist.⁹

⁷ Vgl. Spotify (2014e)

⁸ Vgl. Spotify (2014f)

⁹ Vgl. Jungclaussen (2013)

3 Aufgabenstellung

Nach Abschluss Ihres Studiums an der Universität Stuttgart werden Sie von Frau Johansson als Assistent(in) der Geschäftsleitung der Spotify angestellt. Da es sich bei Spotify um einen innovativen Dienstleistungsanbieter handelt, ist es nicht verwunderlich, dass Sie mit der Aufgabe betraut werden neue Dienstleistungsideen zu generieren. Das Hauptaugenmerk liegt hierbei zunächst darauf, selbst neue Dienstleistungsideen zu entwickeln. Im zweiten Schritt soll auch der Kunde in den Innovationsprozess mit einbezogen werden.

3.1 Ideengewinnung

Der fünftgrößte Autohersteller „Ford Motor Company“ ist an Spotify herangetreten und möchte seine neue Geländelimousine serienmäßig mit Spotify ausstatten. Frau Johansson möchte diesem Wunsch nachgehen und beauftragt Sie einen Workshop zur Ideengewinnung zu organisieren. Es sollen neue Ideen für innovative Dienstleistungen mit dem neuen Partner hervorgebracht werden. Aus Ihrem Studium erinnern Sie sich noch gut daran, wie die Prozessphase der Ideengewinnung idealtypisch abläuft und wie die Kreativitätstechniken zur Generierung von neuen Ideen eingesetzt werden können.

Nennen und beschreiben Sie zunächst die beiden Ausprägungen, die die Ideengewinnung annehmen kann. Analysieren Sie die Fallstudie und nennen Sie drei vorhandene Ideenquellen, auf die Spotify zugreifen kann.

Zählen sie nun die fünf organisatorischen Anforderungen auf, die gewährleistet sein müssen, um Kreativitätstechniken in dem geplanten Workshop erfolgreich anwenden zu können. Entscheiden Sie sich anschließend für eine Kreativitätstechnik, die Ihnen und Ihren Kollegen hilft, die Ideen für das Unternehmen Spotify und dessen mögliche Kooperation mit „Ford Motor Company“ zu entwickeln.

Begründen Sie Ihre Entscheidung indem Sie zunächst mindestens drei Voraussetzungen benennen, die erfüllt werden müssen, um die gewünschte Kreativitätstechnik anwenden zu können. Erläutern Sie jeweils drei Vor- und Nachteile der gewählten Kreativitätstechnik.

3.2 Ausgestaltung der Dienstleistungsidee

Im Kreativitätsworkshop sind einige Ideen entstanden und sollen nun bewertet werden. Nennen Sie die 5 Schritte bei Ideenbewertung. Identifizieren Sie zusätzlich mindestens 2 fallstudienbezogene Anforderungen (aus Unternehmens- oder Kundensicht), die eine zum Spotify-Kooperationsprojekt passende Idee aufweisen sollte. Im Weiteren stellen Sie die Ausgestaltung einer von Ihnen bevorzugten Idee in einem Lastenheft dar. Erläutern Sie das Grobkonzept, die Komponenten und Funktionen Ihrer Dienstleistungsidee. Beschreiben Sie die Ausgestaltung für die Positionierung am Markt und zeitliche Zielsetzungen.

3.3 Kundenintegration in den Innovationsprozess

Nach dem Konzept von Kunz und Mangold (2004) kann der Kunde in sieben verschiedenen Rollen in die Entwicklung von Dienstleistungsinnovationen einbezogen werden. Zeigen Sie fallstudienbezogen auf und erläutern Sie, welche Form der Kundenintegration Spotify bereits anwendet. Analysieren Sie anschließend ausführlich und fallstudienbezogen, welche weitere Form der Kundenintegration und zwei entsprechende Instrumente sich besonders eignen, um Dienstleistungsinnovationen hervorzubringen, die auch wirklich den Geschmack der Nutzer treffen. Erläutern Sie die mögliche Anwendung der beiden identifizierten Instrumente der Kundenintegration für die beschriebene Dienstleistungsinnovation von Spotify. Gehen Sie dabei auch darauf ein, warum Sie gerade das von Ihnen gewählte Instrument für besonders geeignet halten.

4 Literaturquellen

Jungclaussen, J. F. (2013): Sie zahlen wieder, Die Zeit 14/2013 vom 9.04.2013, unter <http://www.zeit.de/2013/14/musikwirtschaft-internet/komplettansicht>, abgerufen am 22.01.2014

o. V. (2013): Interview mit Stefan Zilch, Geschäftsführer von Spotify, unter <http://www.crinox.com/article/interview-mit-stefan-zilch-geschaeftsfuehrer-von-spotify>, abgerufen am 22.01.2014

Schmidt, H. (2012): Hören, ohne aufzuhören, FOCUS Magazin, 42 unter http://www.focus.de/finanzen/news/web-wirtschaft-hoeren-ohne-aufzuehoeren_aid_838254.html, abgerufen am 22.01.2014

Spotify (2014a): Some fast figures, unter <http://press.spotify.com/se/information>, abgerufen am 22.01.2014

Spotify (2014b): Angebote, unter <https://www.spotify.com/de/#premium>, abgerufen am 22.01.2014

Spotify (2014c): Support, unter <https://support.spotify.com/de/>, abgerufen am 22.01.2014

Spotify (2014d): Guides, unter <https://support.spotify.com/de/learn-more/guides/>, abgerufen am 22.01.2014

Spotify (2014e): Guides, unter <https://www.spotify.com/de/about-us/advertisers/ad-specs/spotify-ad-formats/>, abgerufen am 22.01.2014

Spotify (2014f): Guides, unter <http://news.spotify.com/de/2012/09/>, abgerufen am 22.01.2014

IST

Fallstudienreihe

Innovation, Servicedienstleistungen und Technologie

Case Studies on

Innovation, Services and Technology

Die bereits erschienen Fallstudien IST 01/2009 bis IST 05/2013 sowie die weiteren hier aufgeführten Fallstudien können auf der Homepage des Lehrstuhls für ABWL, Innovations- und Dienstleistungsmanagement der Universität Stuttgart heruntergeladen werden.

Link: <http://www.bwi.uni-stuttgart.de/innovation>

Laufende Nummer	Autor	Titel
IST 01/2014	Grünheid, Toni	Liberalisierung des Fernbusverkehrs
IST 02/2014	Schmidt, Xenia	Besucher neu entdecken – Staatsgalerie Stuttgart
IST 03/2014	Schmidt, Xenia Schanz, Hannah Thea	Streaming-Dienst – „Spotify“