

www.digital-rights-management.info Kommentare zu Digital Rights Management
Digital Rights Management ist wie Marketing (Januar 2004)
www.digital-rights-management.info/dokumente/drm-ist-wie-marketing.pdf

digital-rights-management.info

Das erste deutschsprachige Informationsportal zu DRM

www.digital-rights-management.info

Kommentare zu Digital Rights Management

Mit diesen Kommentaren wollen wir knapp formulierte Denkanstöße und Einschätzungen zu Digital Rights Management liefern.

Originallink: www.digital-rights-management.info/dokumente/drm-ist-wie-marketing.pdf

Gerald Fränkl¹

Januar 2004

Digital Rights Management ist wie Marketing – Der Mix macht's!

Die Parallelen zwischen Marketing und Digital Rights Management sind unverkennbar:

1. Marketing-Mix

Die klassische Marketing-Theorie geht davon aus, dass Erfolg durch den koordinierten Einsatz der geeigneten Marketing-Instrumente entsteht. Dies nennt man den Marketing-Mix.

Für DRM sehen wird dies ebenfalls, insbesondere in Bezug auf die Technologien², aber auch für die Funktionen³.

So können Wasserzeichen und Verschlüsselung zwar für sich allein betrachtet einen Schutz gewährleisten. Ein wirklich „gutes“ DRMS entsteht aber erst durch Kombination der beiden Technologien, idealerweise noch in Kombination mit Rechtedefinitionssprachen und weiterer Technologien⁴.

Gleiches gilt bei den Funktionen: Zugangs- und Nutzungskontrolle ergeben erst in der richtigen Kombination, gepaart mit Abrechnung und dem Management von Rechtsverletzungen ein „gutes“ DRMS.

2. Ganzheitliches Denken

Eng verknüpft mit dem Marketing-Mix-Gedanken ist das ganzheitliche Denken. Dies gilt un-

1 Gerald Fränkl ist Co-Autor des Buchs Fränkl/Karpf: Digital Rights Management Systeme – Einführung, Technologien, Recht, Ökonomie und Marktanalyse, erschienen im pg verlag, Bezugsinformationen unter www.digital-rights-management.info. Weitere Informationen über Gerald Fränkl unter www.gerald-fraenkl.de.

2 Vgl. hierzu detailliert Fränkl/Karpf 2004, S. 35-52.

3 Vgl. hierzu detailliert Fränkl/Karpf 2004, S. 35-52.

4 Vgl. Fränkl 2003 und Fränkl/Karpf 2004, S. 51-52.

www.digital-rights-management.info Kommentare zu Digital Rights Management
Digital Rights Management ist wie Marketing (Januar 2004)
www.digital-rights-management.info/dokumente/drm-ist-wie-marketing.pdf

verändert für Digital Rights Management. Zum einen, ist ein systemübergreifendes, abstraktes Denken für eine Implementierung nötig. Weiter wird gefordert, dass Digital Rights Management Systeme einen durchgängigen Schutz entlang der gesamten Wertkette des Contents sicher stellen.

3. Strategische Planung

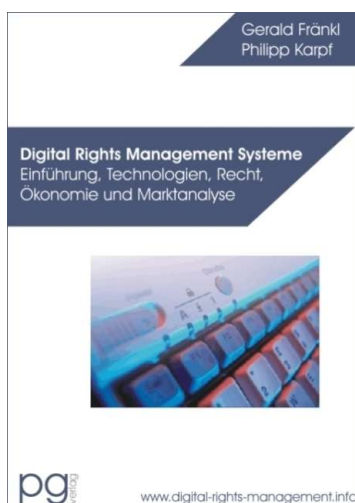
Grundlage von Marketing ist eine strategische Planung. Ähnliches sollte für Digital Rights Management gelten. Dazu müssen grundlegende Fragen geklärt werden, wie die Fragen nach der Art des Contents und der Geschäftsmodelle inkl. Abrechnung (auch einer möglichen Content Syndication), die Frage nach dem Trade-off zwischen der Einfachheit der Bedienung (ease of use) und dem Schutzgrad der Lösung und nicht zu vergessen den Transaktionskosten.

Es erscheint, dass dieser Punkt in der Praxis derzeit die größten Schwierigkeiten bereitet.

digital-rights-management.info

Das erste deutschsprachige Informationsportal zu DRM

www.digital-rights-management.info ist das erste deutschsprachige Informationsportal zu Digital Rights Management. Sie finden eine Einführung in die Thematik des Digital Rights Management, Aktuelle Meldungen und Kommentare, Publikationshinweise und alles rund um das Buch von Gerald Fränkl und Philipp Karpf: Digital Rights Management Systeme – Einführung, Technologien, Recht, Ökonomie und Marktanalyse.



Jetzt informieren! Jetzt bestellen!

Weitere Infos, Autorenprofile, aktuelle Meldungen u.v.m.:
www.digital-rights-management.info

Preis: 36,00 EUR

versandkostenfrei beim Verlag
www.pg-verlag.de, Fax 089-60011264

in jeder Buchhandlung in D/A/CH
Fragen Sie nach ISBN 3-937624-00-7

bei amazon.de
Suchwort 3937624007 oder www.drmi.de/amazon