



# Positionierung im B2C- und B2B-Bereich

..... angesichts komplexer und fragmentierter  
Wertschöpfungsketten und paradigmatischer  
Umbrüche in der digitalen Medienindustrie

Franz Jachim

03.11.2011



# Über Spectralmind

- High-tech IT Startup
- Befassung mit
  - Intelligenten Audio Technologien
  - Visual Music Discovery
- 10 Jahre Research
- 9 Mitarbeiter
- Standort Wien, Österreich



# Die Vision

making the  
**wealth of music**  
easily accessible



Tony Inzalaco  
1 Song



Tracy Chapman  
2 Albums, 2 Songs



Traditional  
3 Albums, 3 Songs



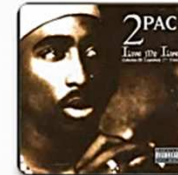
Traditional & Wolfgang...  
1 Song



Troy Andrews  
2 Albums, 2 Songs



Troy Andrews & Mike B...  
1 Song



Tupac/Arnauad  
1 Song



U. Drechsler / O. Stege...  
1 Song



U. Lindemann / G. Lev...  
1 Song



Ulco Bed  
1 Song



Ulf Lindemann, Adrian ...  
1 Song



Ulrich Drechsler, Benny...  
1 Album, 2 Songs



Ulrich Wenzel  
1 Song



Unforscene  
1 Song



Uwe Breunig, Matthias ...  
1 Song



Various Artists  
3 Albums, 16 Songs



Ahmad's Duets



Formerly The Waiters



Jazz Remixed



Jazz Remixed



Jazz Remixed



An Werner Pichner



Jazz Remixed



Music note icon





# Problemfelder

- Unmenge an Titeln
- Heterogenität und Mangelhaftigkeit der Metadaten
- Usability der Content-Shops
- Wie finde ich rasch den richtigen Titel?





# Kerntechnologie „Musikanalyse“ als Lösungsansatz



- Klanganalyse - der Computer „hört“ Musik
- Inhaltsbasierte Analyse von Audio
- Automatisierte Beschreibung von klanglichen Charakteristika
  - Rhythmus, Klangfarben, Melodie, Instrumentierung, Stimmung, Genre uva.
- Erfassung und Auswertung der klangliche Beziehungen zwischen allen Musikstücken



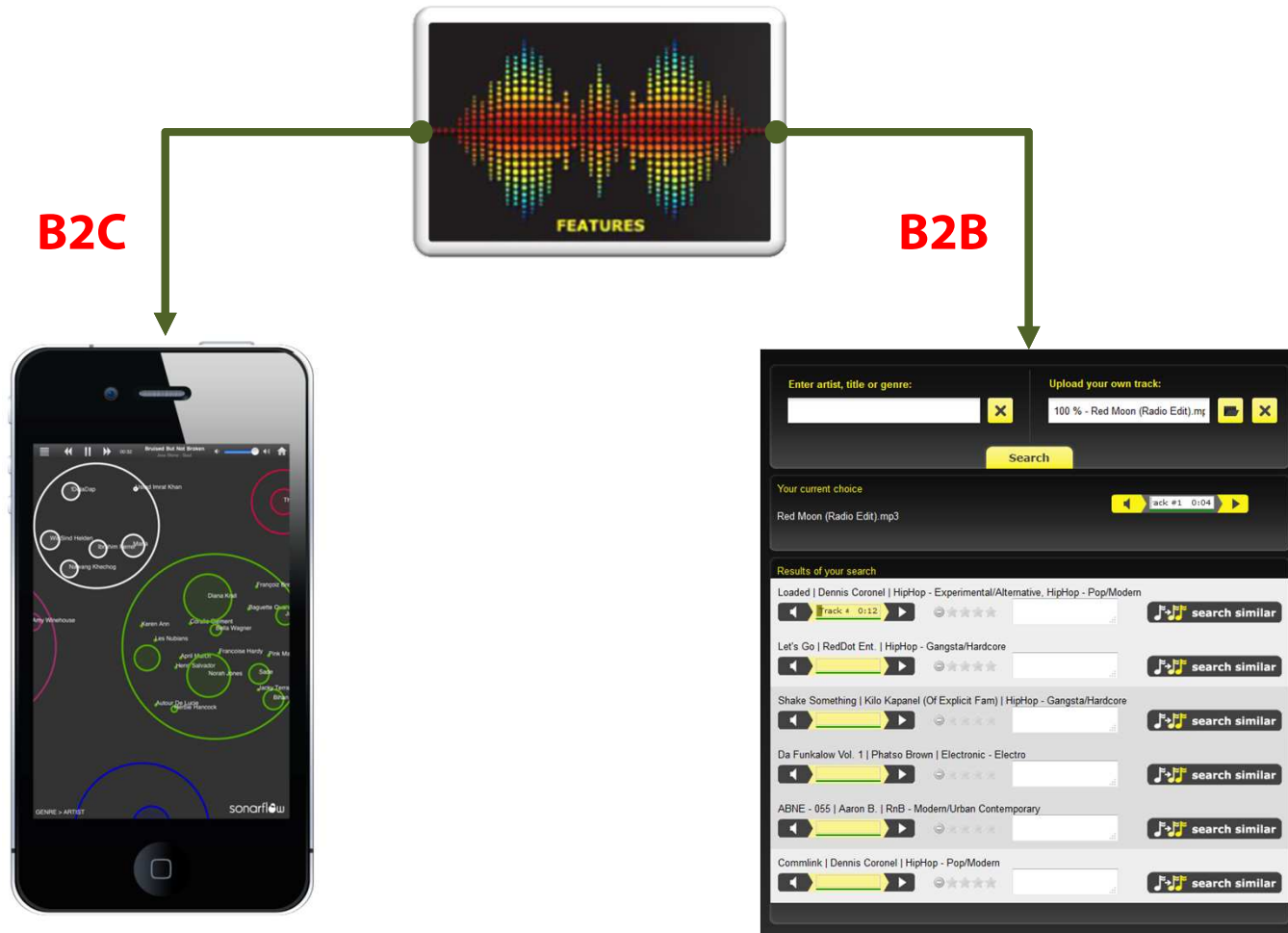
# Anwendungsgebiete von Musikanalyse

- MIR - Music Information Retrieval
  - Musik-Identifikation
    - „Was ist das für ein Song“
    - Performer identification
    - Composer identification
  - Ähnlichkeitsbestimmung
    - „Was klingt so ähnlich wie ...“
    - Entdeckung von Plagiaten
  - Genre-Klassifikation
  - Content Discovery
    - Musik-Suche
  - Musik-Recommendation
  - Visualisierung von Musik-Libraries





# Von der Technologie zum Produkt

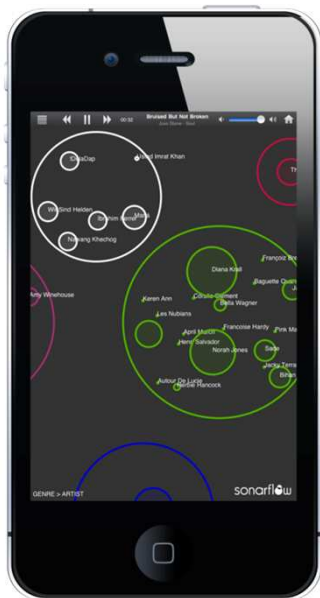


**sonarflow**  
visual music discovery

**SMINT**  
professional music search



# sonarflow - visual music discovery



- Mobile Applikation für Apple iPhones
- Visualisierung der Musiksammlung des Smartphone-Users
- Organisation nach Metadaten, mittelfristig nach Klangkriterien
- Zoombares Interface für
  - schnellen Zugriff auf große Kataloge
  - intuitives Browsing
  - spielerisches Entdecken neuer Inhalte
- Content-Empfehlungen
- Ersetzt herkömmliche Content-Listen durch andersartige Usability
- “joyful experience”





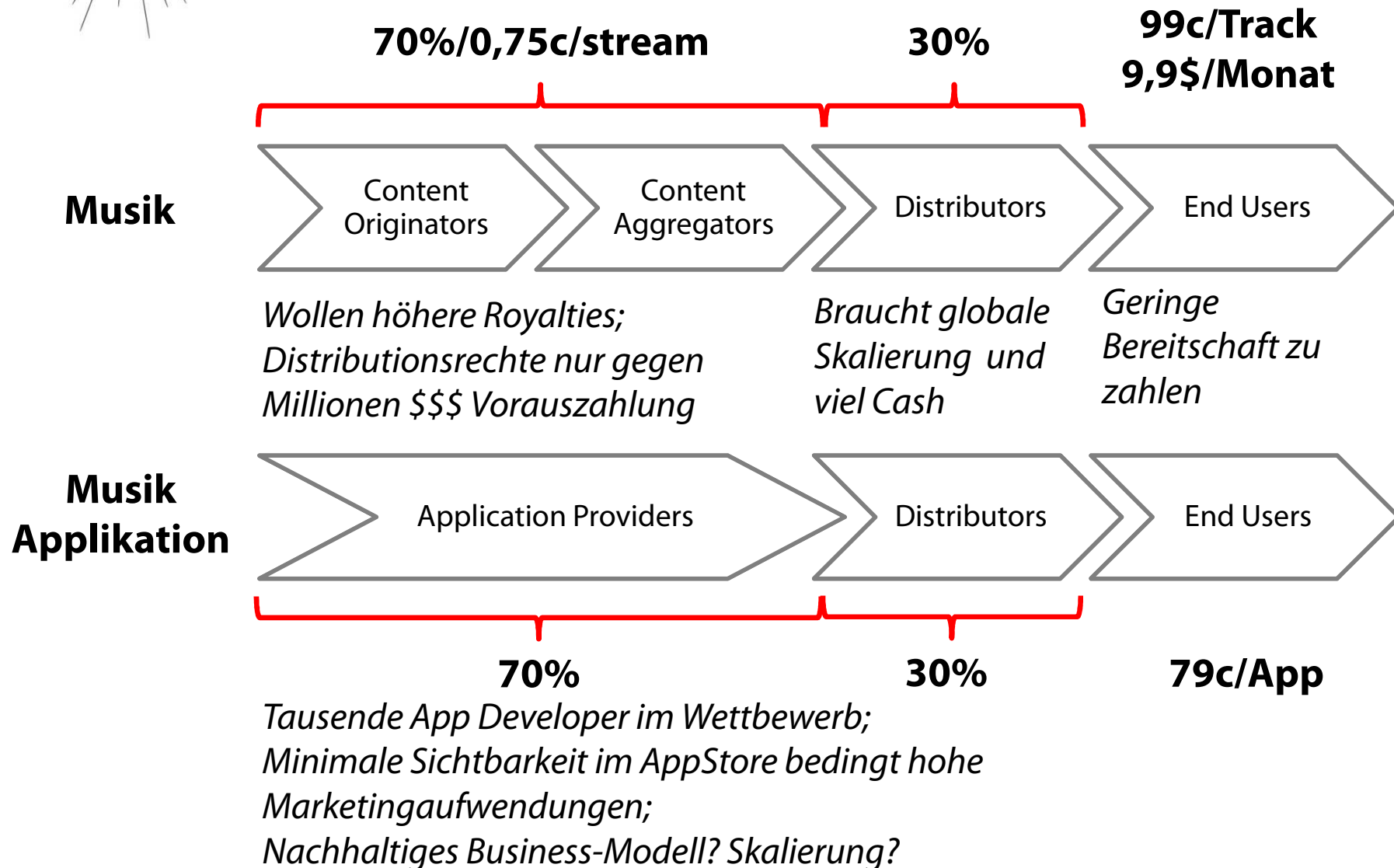


# Paradigmenwechsel in der Musikindustrie

<b>Von</b>	<b>Nach</b>
Physische Distribution	Digitale Distribution
Global standardisierte Endgeräte (für LP/MC/CD)	Vielfalt an Endgeräten und Betriebssystemen
Download	Streaming
Ownership	Access
Albumverkauf	Einzeltrackverkauf
Pay per track/per album	„all you can eat“ Subskriptionsmodelle
Vertrieb dominiert durch Record Labels	Vertrieb dominiert durch wenige „Over the top players“ wie Apple, Amazon, Google

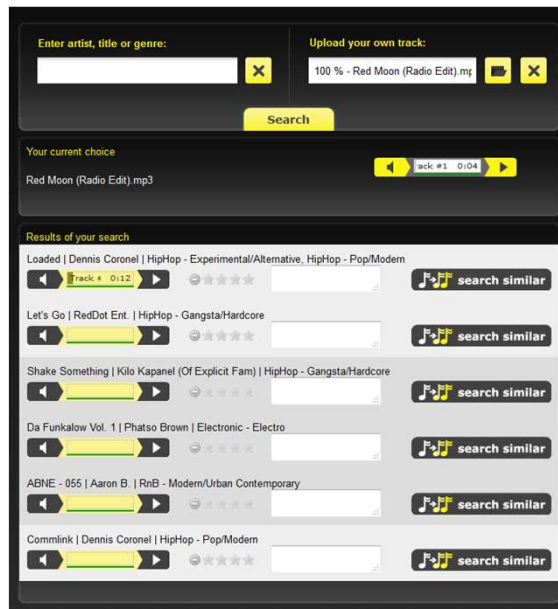


# Retail Value Chain im B2C-Musikmarkt





# SMINT – music intelligence



- Für professionelle Anwender aus der Broadcast AV-Industrie
- „search music with music“ statt Formulierung von Text-Queries
- Einheitliches Such-Interface über mehrere Musik-Kataloge
- Unabhängigkeit von Meta-Daten
- Re-Kategorisierung von Musikarchiven
- Liefert „similarity“-Ergebnisse aus den analysierten Musik-Libraries
- Liefert relevantere Suchergebnisse bei minimiertem Suchaufwand
- Visualisierung der Suchergebnisse analog zu Sonarflow



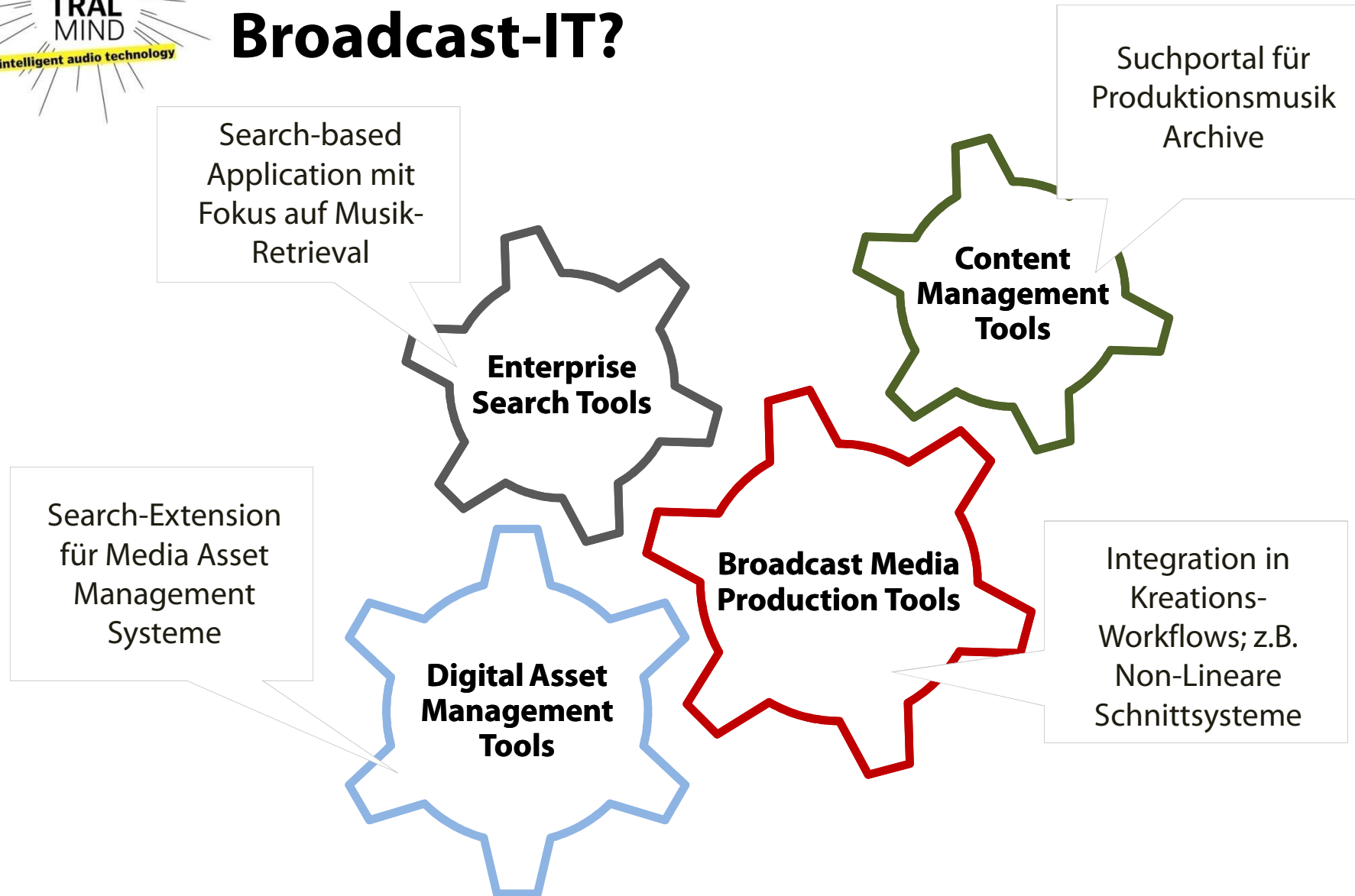
# Paradigmenwechsel in der Broadcast-Industrie

<b>Von</b>	<b>Nach</b>
Analoge Produktion und Ausstrahlung	Medien-Produktion und Sendung durchgehend digital
Standard Definition TV (SDTV)	High Definition TV (HDTV)
Spezialisiertes AV Broadcast Equipment	Standardisiertes IT Equipment
Lineares Programm über TV-Geräte	Place-Shifting/Time-Shifting und On-demand-TV
Broadcaster bedient ausschließlich den Fernsehkanal	Broadcaster bedient eine Vielzahl an Distributionskanälen
TV als Leitmedium des späten 20. Jahrhunderts	Internet als Leitmedium des frühen 21. Jahrhunderts





# Positionierung von SMINT in der Broadcast-IT?





# Erwartungen an ein Marketing Testbed

- „Produktisierbare“ Innovation trifft auf „ahnungslosen“ Markt
  - Wie bewerte ich das Marktpotenzial eines Marktes, den es noch nicht gibt?
  - Wie gestalte ich meine Marktkommunikation?
  - Wie finde ich den richtigen Produktpreis?
  - Wie überwinde ich Markt-Widerstände gegen das Innovations-Risiko (niemand will der Erstkunde/Testkunde sein)?
  - Wie kann ich das Produkt in die richtige Richtung weiterentwickeln?



# Zusammenfassung

- B2C und im B2B Musik/Medien-Märkte stecken in umfassenden Transformationsprozessen
  - Erschwert die Produkt-Positionierung
  - Wer ist Partner, wer ist Gegner?
- Musikanalyse als vielversprechende Ansatz in Zeiten explodierender Medienbestände
  - Disruptives Potential alternativer Musiksuch- und Darstellungsverfahren vs. überspannte Value Chains mit (noch) fest verankerten Playern



**Thx**

**Spectralmind GmbH**

Phorusgasse 8/9

1040 Vienna, Austria

[www.spectralmind.com](http://www.spectralmind.com)

[info@spectralmind.com](mailto:info@spectralmind.com)