

„Multi-Device-Customer-Journey“: Ein Film-Projekt

Interdisziplinäres Projekt
Sommersemester 2016

Univ.-Prof. Dr. Joachim Eigler

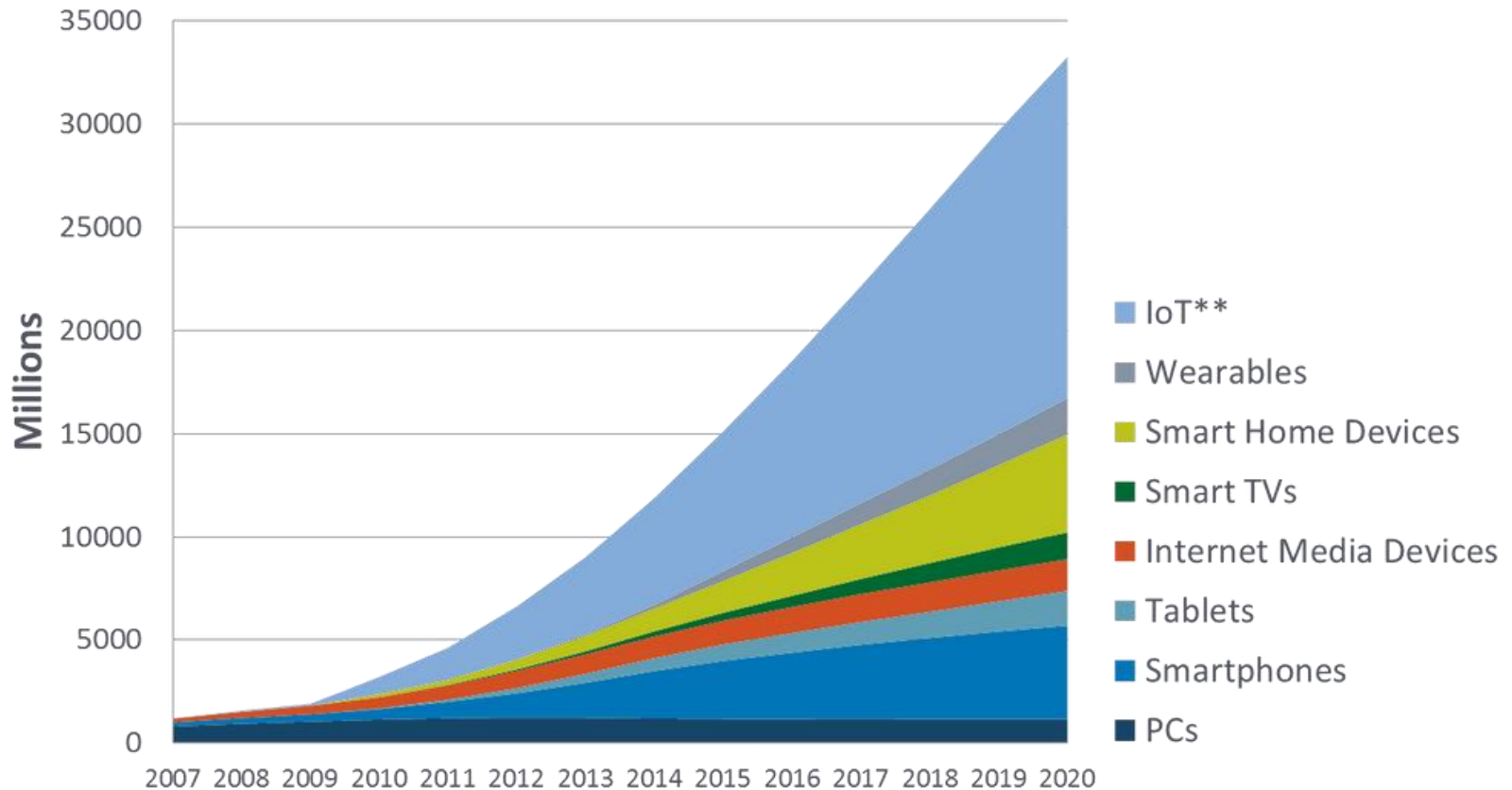
Dr. Helmut Hauptmeier

Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

Dr. Gerhard Wagner



Prognose zum globalen Wachstum internetfähiger Endgeräte



Quelle: Strategy Analytics 2014.

Verändertes Konsumentenverhalten



“A desktop-centric perspective dominates extant research, but consumers now rely on a significantly expanded set of devices.” Yadav and Pavlou (2014)

Quelle: In Anlehnung an Nielsen 2009.

Eigenschaften internetfähiger Endgeräte



Smartphone

Tablet

Laptop

Desktop Computer

Internet-enabled TV

Bildschirmgröße

3-5"

7-10"

11-17"

15-30"

30-55"

Bedienung

Touchscreen

Touchscreen

Tastatur, Touchpad

Tastatur, Maus

Fernbedienung, IETV
Tastatur, Sprach- und
Gestenerkennung

Nutzungsort

im Ladengeschäft,
unterwegs, zu Hause,
Arbeit

unterwegs, zu Hause

zu Hause, Arbeit

zu Hause, Arbeit

zu Hause

Verwendung

Freizeit

Freizeit

Arbeit, Freizeit

Arbeit, Freizeit

Freizeit
("Lean Back")

Nutzungszeit

wenige Minuten, öfters
am Tag

einige Minuten,
meistens in den
Abendstunden

einige Minuten bis
Stunden, für bestimmte
Aufgaben

einige Minuten bis
Stunden, für bestimmte
Aufgaben

mehrere Stunden,
meistens in den
Abendstunden

Touchpoint

App, Webseite (regulär,
mobil optimiert)

App, Webseite (regulär,
mobil optimiert)

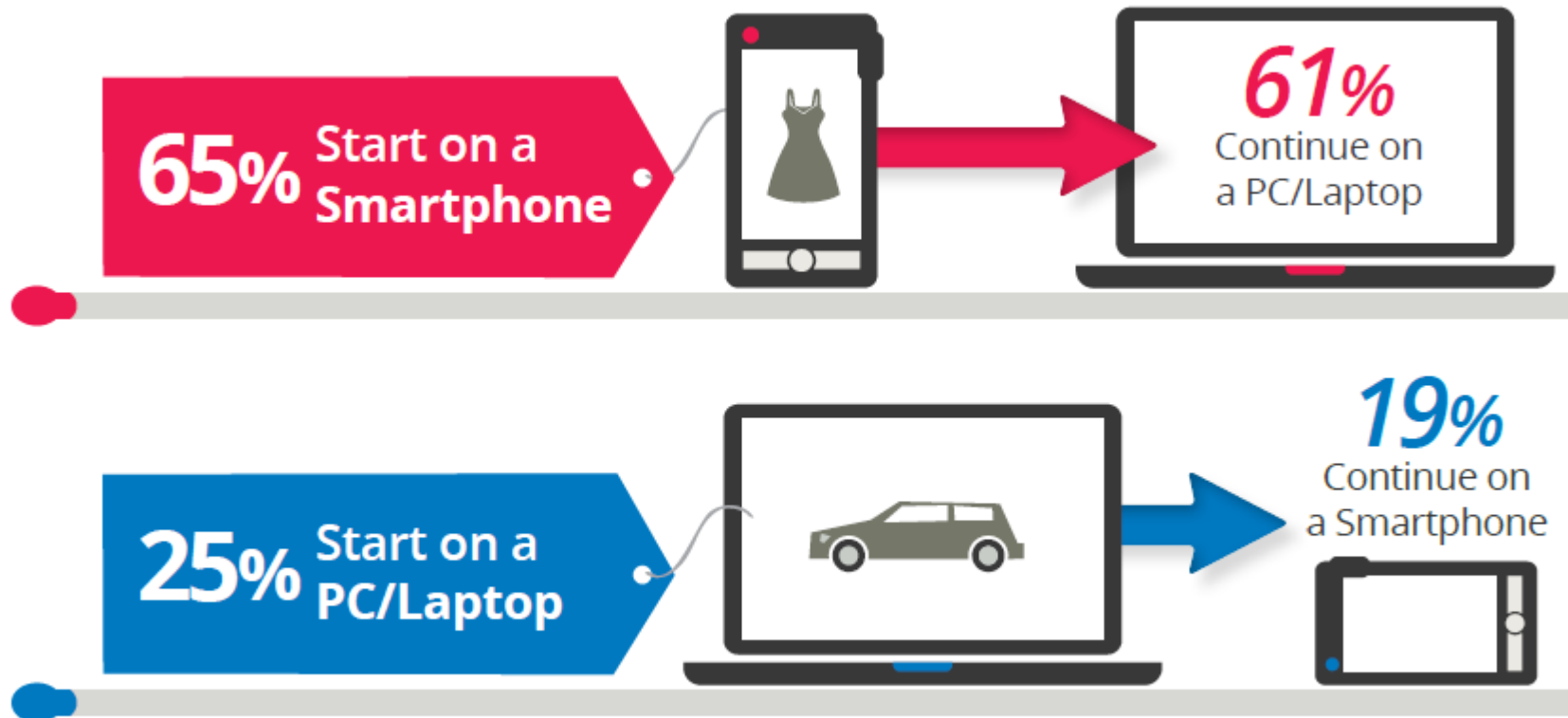
Webseite (regulär)

Webseite (regulär)

App, Webseite (regulär,
IETV optimiert)

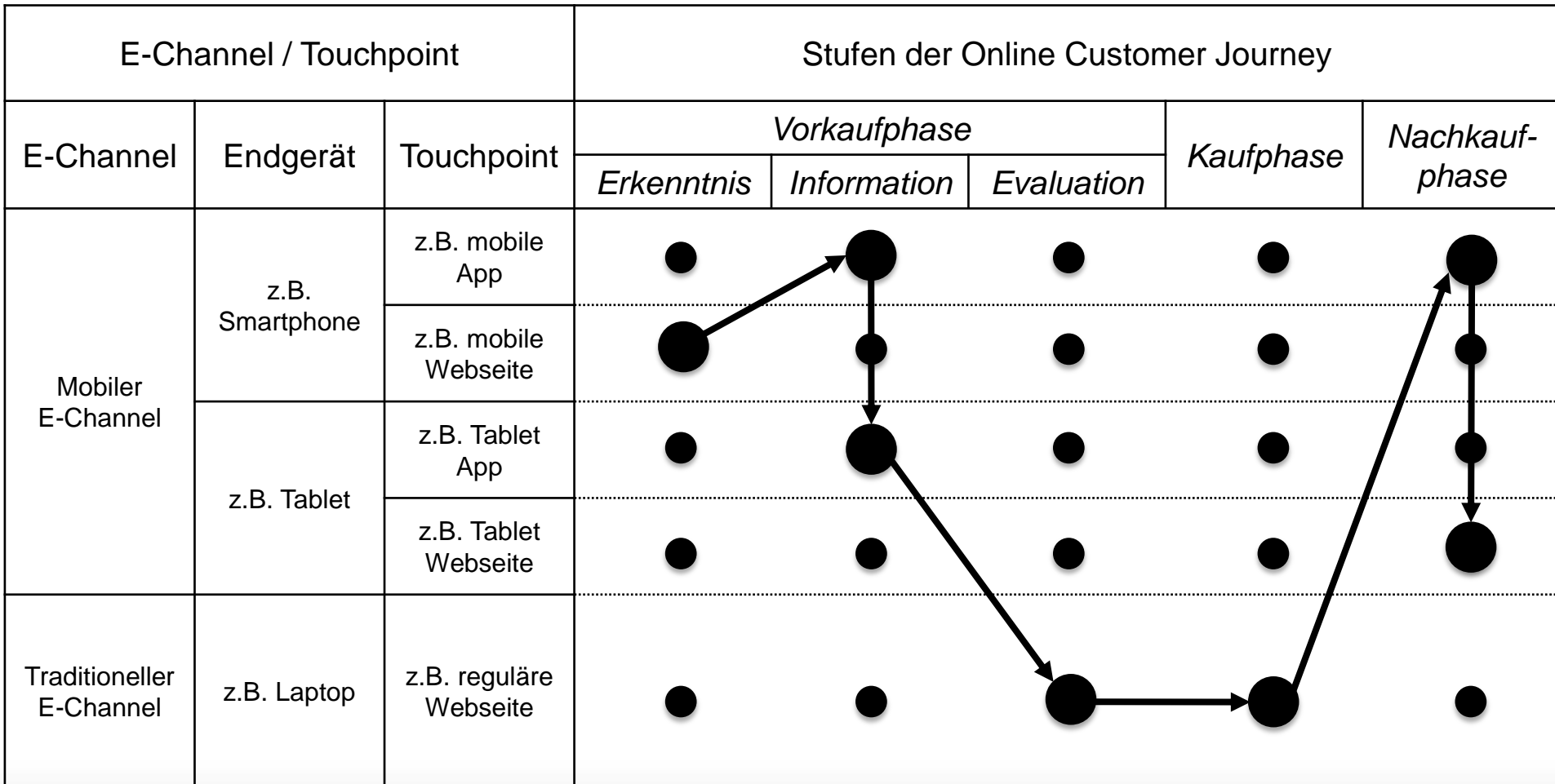
Quelle: in Anlehnung an Wagner 2015, S. 5.

Konsumenten wechseln zwischen Endgeräten beim Online-Shopping



Quelle: Google 2012.

Multi-Device-Customer-Journey



Quelle: in Anlehnung an Wagner 2015, S. 130.

Forschungsfragen

1. Warum und wie nutzen Konsumenten verschiedene internetfähige Endgeräte im Rahmen der „Multi-Device-Journey“?
2. Für welche Aufgaben und Zwecke nutzen Konsumenten unterschiedliche Endgeräte?
3. Wann und wieso werden unterschiedliche Endgeräte simultan (gleichzeitig) bzw. sukzessive (nacheinander) verwendet?
4. In welchen Situationen lassen sich bestimmte Kombinationen von Endgeräten identifizieren?
5. Wo und warum finden Medienbrüche statt?
6. Welche gesellschaftlichen, medialen und sicherheitsrelevanten (z.B. datenschutzrechtliche) Folgen ergeben sich durch die „Multi-Device-Journey“?
7. Welche Rolle spielen unterschiedliche „Touchpoints“ (z.B. Mobile Apps) im Rahmen der „Multi-Device-Journey“ und welche neuen Nutzungsmöglichkeiten ergeben sich durch diese?

Zielsetzung und Organisatorisches

Ziel: Erstellung eines wissenschaftlichen Films (ca. 30 Min.)
- im Dokumentationsstil
- englischsprachig (evtl. nachvertont)

Gruppe: besteht aus 7 Seminarteilnehmer/innen

Präsentation: Vorstellung des Films und anschließende Diskussion

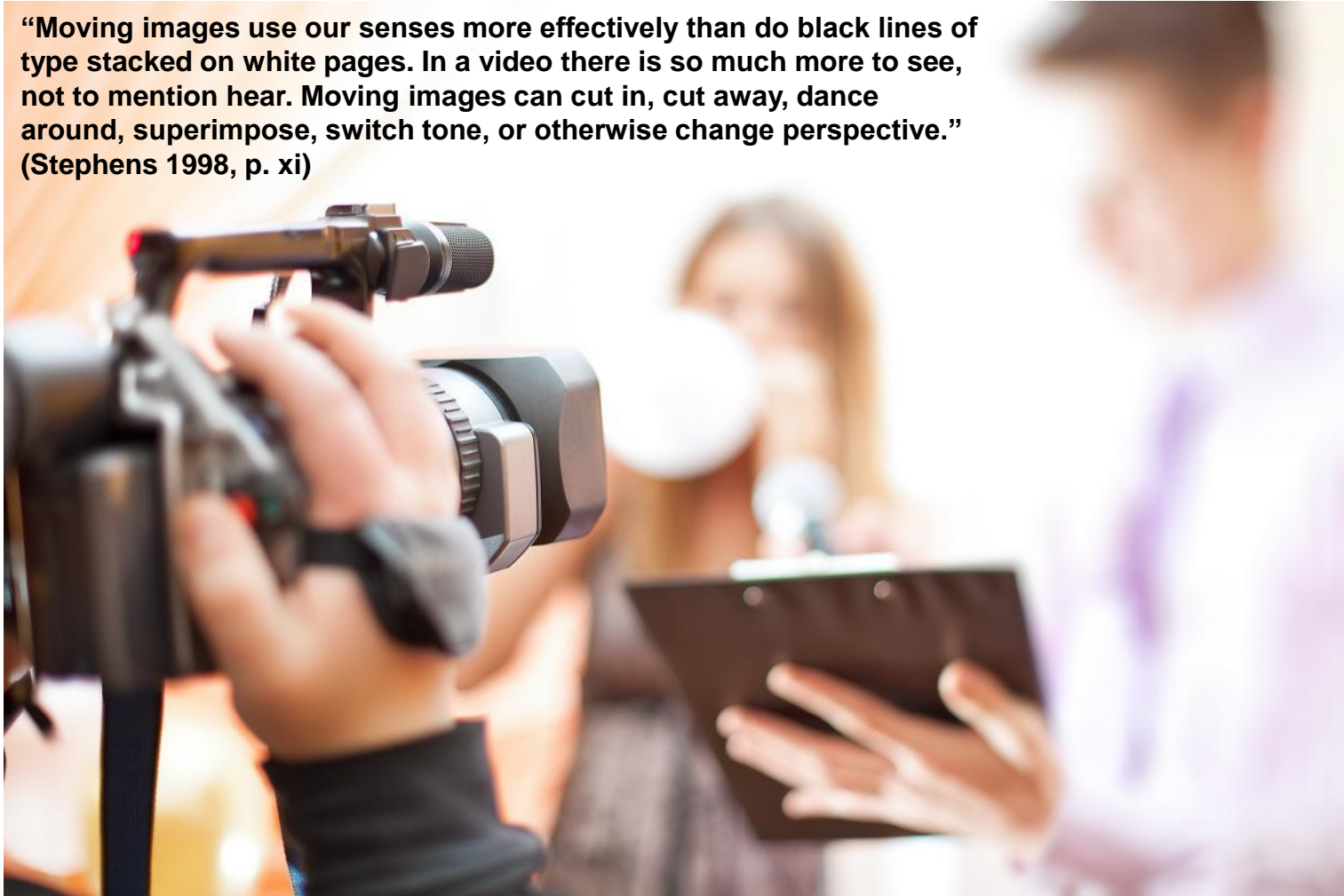
Abgabe: Finaler Film, Off-Texte und sämtliches Rohmaterial

Credits: 9 LP

→ Die Individualleistung jedes Gruppenmitglieds muss nachvollziehbar und bewertbar sein!

Videographie als Mittel der Wissenschaft

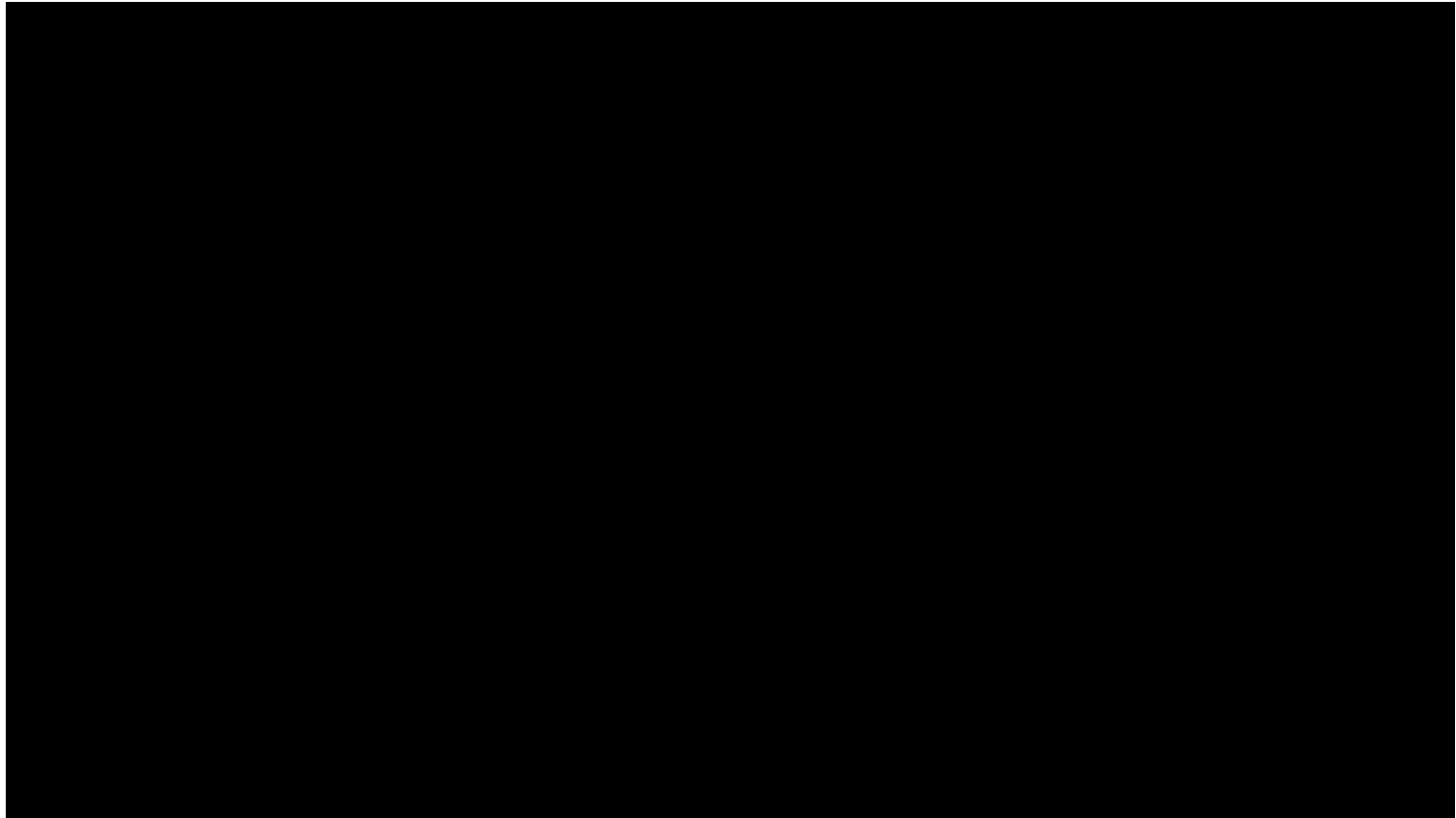
**“Moving images use our senses more effectively than do black lines of type stacked on white pages. In a video there is so much more to see, not to mention hear. Moving images can cut in, cut away, dance around, superimpose, switch tone, or otherwise change perspective.”
(Stephens 1998, p. xi)**



Videographie in der Marketingforschung

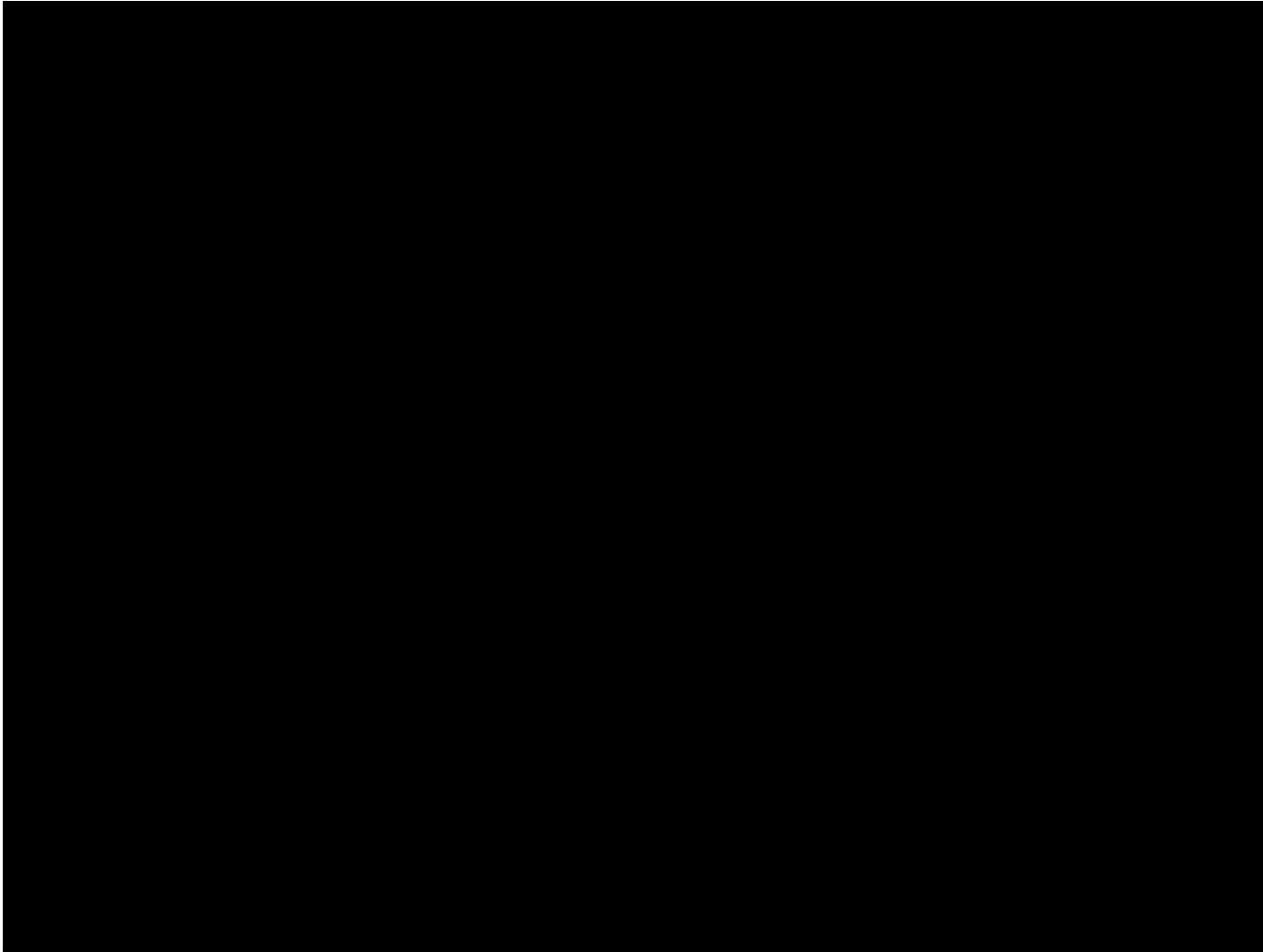
1. Petr, Christine, Russell Belk, Alain Decrop (2015), "Videography in marketing research: mixing art and science", Arts and the Market, Vol. 5, Iss. 1, pp. 73-102.
2. Belk, R., Robert V. Kozinets, (2005) "Videography in marketing and consumer research", Qualitative Market Research: An International Journal, Vol. 8, Iss. 2, pp.128-141.
3. Belk, R. (2011) "Examining markets, marketing, consumers, and society through documentary films", Journal of Macromarketing, Vol. 31, Iss. 4, 403-409.

Beispiel: „Need for Narrative“



Quelle: Trailer: <https://vimeo.com/101638348/> / Full Cut: <https://vimeo.com/99623579>

Beispiel: „Around the world of tourist souvenirs“



Quelle: Trailer: <https://vimeo.com/127572506>

Technische Ausstattung: Was wird benötigt?



Technische Ausstattung: Verfügbar via ZIMT



ZIMT

Webmail LSF Formulare

Suche

Google™ Benutzerdefinierte Suche

Suche

Erweiterte Suche

Studienanfänger Studierende Beschäftigte WissenschaftlerInnen

/ beratung_und_lehre / hardware / geraeteausleihe.html

Geräteausleihe

Für Studium, Lehre und Forschung stellt das ZIMT den Angehörigen der Universität Laptops, Präsentations- und Medientechnik leihweise zur Verfügung.

Aufgrund der hohen Nachfrage müssen Sie die benötigten Geräte rechtzeitig disponieren und spätestens zum Ablauf der vereinbarten Leihfrist zurückgeben. Letzteres bietet allein die Rücksichtnahme auf die nachfolgenden Entleiher!

Die Geräte werden nicht auf Abruf reserviert.

Am ZIMT-Standort **Hölderlinstraße** (H-D 2203) erhalten Sie Laptops und Beamer.

Öffnungszeiten - Ausleihe:

Mo - Fr: 8 - 18 Uhr

in der vorlesungsfreien Zeit:

Mo - Fr: 8 - 16 Uhr

Kontakt: [Gottfried Kiontke](#)

Am ZIMT-Standort **Adolf-Reichwein-Straße** (AR-X 1.09) erhalten Sie Beamer, Film-, Dia- und Overheadprojektoren, Videorecorder, DVD-Player, Ton-, Film- und Bild- Aufzeichnungsgeräte, Transkriptionssoftware, Leinwände, Beleuchtung. Die Geräte werden nur zeitnah zu den benötigten Terminen ausgegeben. Es wird dabei angestrebt, einen jederzeit verfügbaren Restausleihbestand zu gewährleisten. Aufgrund der hohen Nachfrage wird aber besonders für Video- und Audio-Aufzeichnungsgeräte eine Reservierung empfohlen.

Öffnungszeiten:

Mo - Fr: 8 - 18 Uhr

in der vorlesungsfreien Zeit:

Mo - Fr: 8 - 16 Uhr

Kontakt: [Wolf Fürnkranz](#)

Technische Ausstattung: Verfügbar via ZIMT



Final Cut Pro

7.0.3

バージョン:
Final Cut Pro 7.0.3

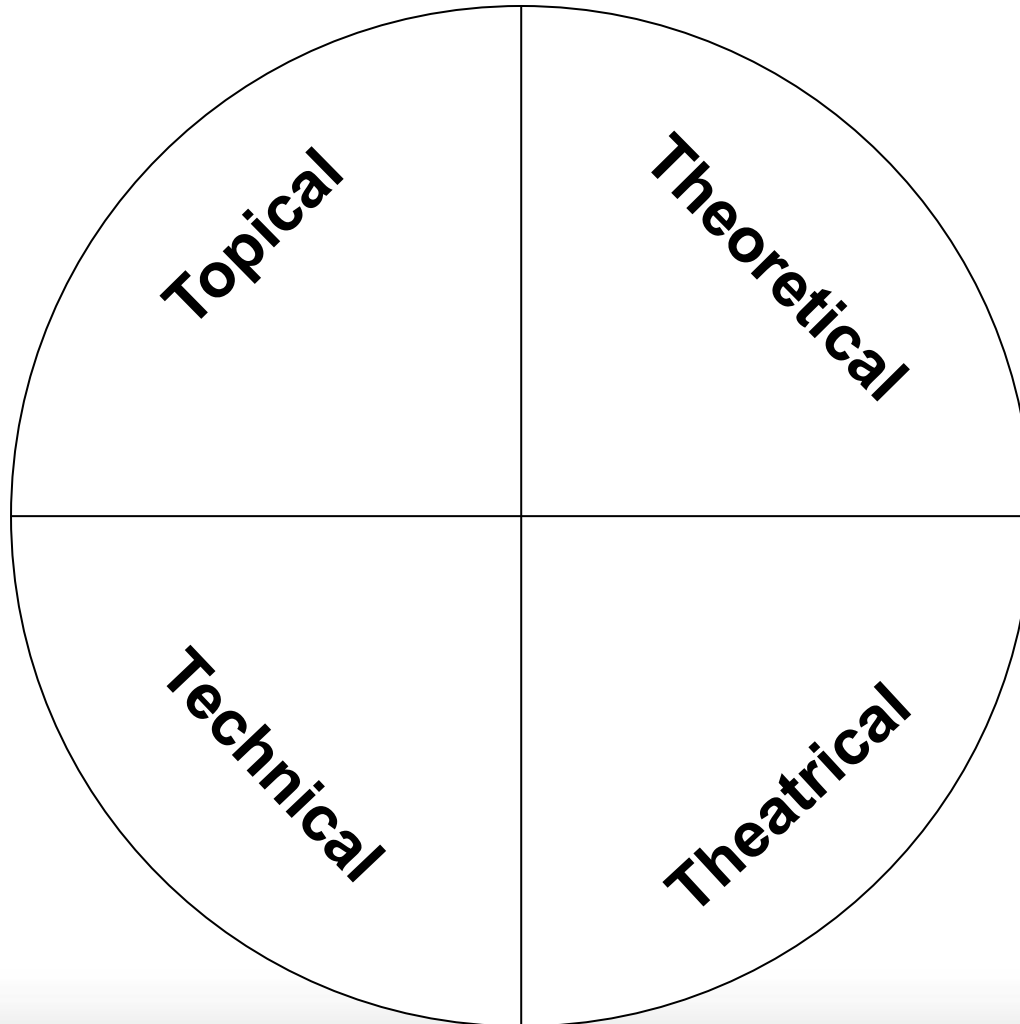
© 2001-2010 Apple Inc. All rights reserved. Apple, Apple logo, および Final Cut Pro は、米国その他の国で登録された Apple Inc. の商標です。詳しくは、www.apple.com/legal/trademark を参照してください。



Vorgehen

1. Recherche zum Thema / Forschungsfragen / Methodik
2. Planung der konzeptionelle Umsetzung (Drehort, Beteiligte Personen, Geschehen, etc.)
3. Erstellen eines „Skripts“ (konzeptionelles Drehbuch)
4. Filmen!
5. Nachbearbeitung (Analyse, Schnitt, Vertonung, etc.)
6. Präsentation des fertigen Films

Damit der Film eine Runde Sache wird...



Quelle: in Anlehnung an Petr, Belk, & Decrop (2015).

Termine

Zwischenpräsentation (Powerpoint): 24.05.2016 (Di.)

- Rechercheergebnisse
- Darstellung der Vorgehensweise & Zielsetzung
- Entwurf für ein „Skript“

Filmfestival: 12.07.2016 (Di.)

- Vorführung des Films
- Diskussion & Disputation

Betreuung

Themenspezifisch:

- Medien → Eigler, Hauptmeier
- Marketing → Schramm-Klein, Wagner
- Multimedia → Nimmermann, Neus

Generell:

- **Spezifische** Fragen können geklärt werden (Gruppe/Individuell)
- Vorleistung und **Vorbereitung** sollte erbracht werden
- Termin **vorher** unter Angabe von Gründen vereinbaren
- **Langfristig** planen und handeln

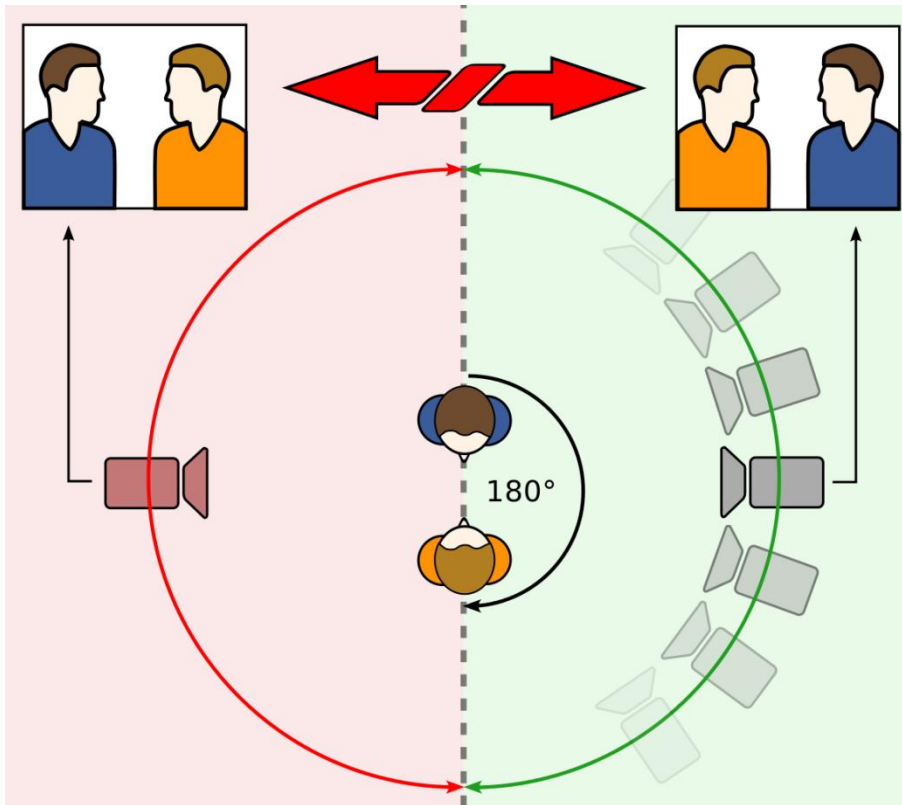
Bewegtbild: Die Grundlagen (1)

- Wenn möglich: Stativ nutzen
- Mindestens die Kamera ruhig halten
- Aufnahmen erfolgen horizontal
- Schwenks und die Achse...

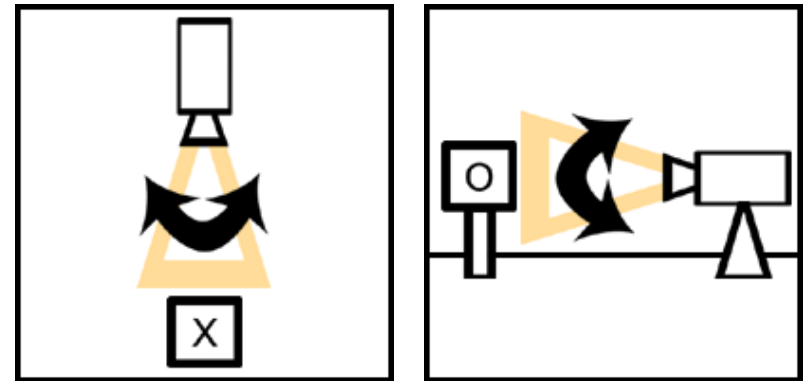


Bewegtbild: Die Grundlagen (2)

- Achsensprung vermeiden



- Kameraschwenks sinnvoll nutzen



Aber:

- nicht jede Aufnahme braucht eine Bewegung
- der Beobachter muss folgen können
- den Schnitt im „Hinterkopf behalten“ (3-Sekunden-Regel)

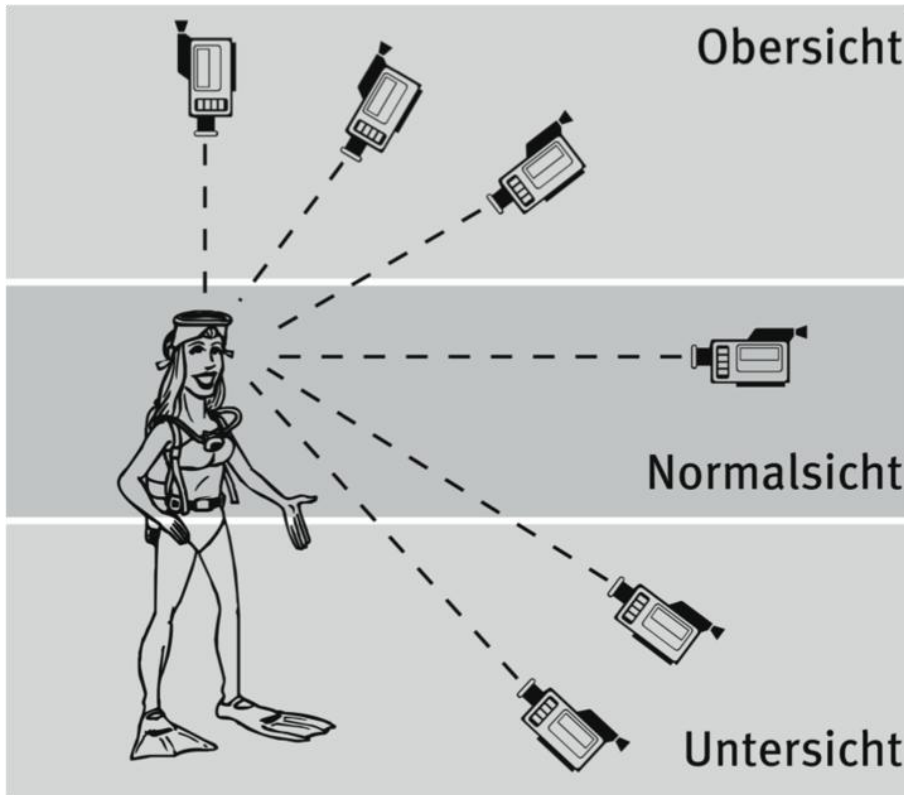
Bewegtbild: Die Grundlagen (3)

- Wenn möglich: Stativ nutzen
- Mindestens die Kamera ruhig halten
- Aufnahmen erfolgen horizontal
- Schwenks sinnvoll nutzen!
- Keinen Achsensprung produzieren!
- Bilder in Bewegung vermeiden
- Schnittbilder
- Kamerapositionen sollten variiert werden...



Bewegtbild: Die Grundlagen (4)

- Unterschiedliche Perspektiven nutzen



Super Totale



Totale



Halb Totale



Halbnah



Halbnah (Amerikanisch)



Nah shoulder close-up



Groß/close-up



Ganz Groß/super close-up

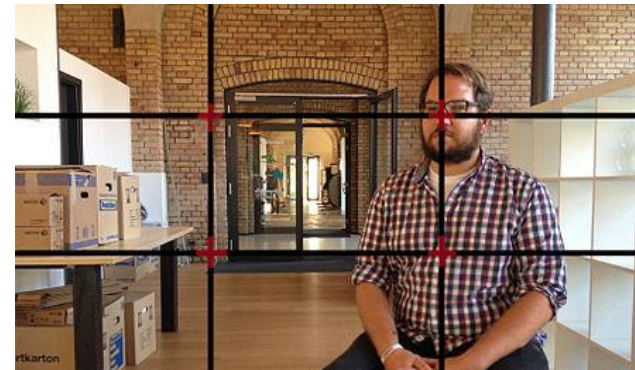
Bewegtbild: Die Grundlagen (5)

- Wenn möglich: Stativ nutzen
- Mindestens die Kamera ruhig halten
- Aufnahmen erfolgen horizontal
- Schwenks sinnvoll nutzen!
- Keinen Achsensprung produzieren!
- Bilder in Bewegung vermeiden
- Schnittbilder
- Unterschiedliche Kamerapositionen
- Interviews...



Bewegtbild: Die Grundlagen (6)

- Interviews „gestalten“



Bewegtbild: Die Grundlagen (7)

- Wenn möglich: Stativ nutzen
- Mindestens die Kamera ruhig halten
- Aufnahmen erfolgen horizontal
- Schwenks sinnvoll nutzen!
- Keinen Achsensprung produzieren!
- Bilder in Bewegung vermeiden
- Schnittbilder
- Unterschiedliche Kamerapositionen
- Perspektiven für Interviews sinnvoll gestalten
- Nicht gegen die Sonne filmen...

Und natürlich die auf die Basics achten...

- Nehme ich auch wirklich auf?
- Sind alle Personen sinnvoll zu verstehen?
- Ausreichend Strom mit dabei?
- Ausreichend Speicherplatz?

Noch Fragen?



Literatur (1)

1. Alves, A. L. (2015). Multiscreen Technology Consumption and Dependence. *Universal Journal of Management*, 3(12), 521-523.
2. Brasel, S. A., & Gips, J. (2011). Media multitasking behavior: Concurrent television and computer usage. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(9), 527-534.
3. Brasel, S. A., & Gips, J. (2014). Tablets, touchscreens, and touchpads: how varying touch interfaces trigger psychological ownership and endowment. *Journal of Consumer Psychology*, 24(2), 226-233.
4. D'heer, E., Courtois, C., & Paulussen, S. (2012). Everyday life in (front of) the screen: the consumption of multiple screen technologies in the living room context. In *Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video* (pp. 195-198). ACM.
5. Maity, M., & Dass, M. (2014). Consumer decision-making across modern and traditional channels: E-commerce, m-commerce, in-store. *Decision Support Systems*, 61, 34-46.
6. Marsh, S., Mhurchu, C. N., Jiang, Y., & Maddison, R. (2015). Modern Screen-Use Behaviors: The Effects of Single-and Multi-Screen Use on Energy Intake. *Journal of Adolescent Health*, 56(5), 543-549.

Literatur (2)

7. Rooksby, J., Smith, T. E., Morrison, A., Rost, M., & Chalmers, M. (2015). Configuring Attention in the Multiscreen Living Room. In ECSCW 2015: Proceedings of the 14th European Conference on Computer Supported Cooperative Work, 19-23 September 2015, Oslo, Norway (pp. 243-261). Springer International Publishing.
8. Shin, D. H. (2013). N-SCREEN: How multi-screen will impact diffusion and policy?. *Information, Communication & Society*, 16(6), 918-944.
9. Wagner, G. (2015). Multichannel e-commerce: consumer behavior across e-channels and e-channel touchpoints (Doctoral dissertation, Siegen).
10. Zhang, Y., Mao, M., Rau, P. L. P., Choe, P., Bela, L., & Wang, F. (2013). Exploring factors influencing multitasking interaction with multiple smart devices. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2579-2588.

Zum Schluss: Ein paar Hilfestellungen

1. WikiHow - Einen guten Dokumentarfilm produzieren:
<http://de.wikihow.com/Einen-guten-Dokumentarfilm-produzieren>
2. Vom Konzept zum fertigen Film - Eine kurze Anleitung:
<https://www.uni-muenster.de/videoportal/anleitung.html>
3. Secrets of Self-Taught Videography:
<http://evollution.com/opinions/secrets-of-self-taught-videography/>