

Vorwort – Der European Communication Council 12

1. Die Internet-Ökonomie als strategische Herausforderung 15

1.1 Zehn Thesen zur Internet-Ökonomie 15

1.2 Perspektiven 19

2. Grundlagen der Internet-Ökonomie 23

2.1 Systematik der Erlöstypen und Erlösmodelle 23

2.2 Konzept der Wertschöpfungsketten 29

2.3 Neue Märkte – alte Daten: Probleme der Erfassung von Erlöspotentialen 31

3. Der Blick zurück nach vorn: Analyse der Medien- und Kommunikations-Sektoren 36

3.1 Inhalt bleibt Trumpf – Analyse des Mediensektors 36

3.1.1 Struktur und Entwicklung des europäischen Medienmarktes 37

3.1.2 Erlöstypen und Erlösmodelle im Mediensektor 45

3.1.3 Wertschöpfungsketten im Medienbereich 50

3.1.4 Nutzung von Erlöspotentialen durch Profit Windows 58

3.2 Herrscher der Netze: Wer besitzt die Infrastruktur? – Analyse des Telekommunikations-Sektors 61

3.2.1 Größe und Struktur des europäischen Telekommunikations-Marktes 62

3.2.2 Liberalisierung der Telefonmärkte in Europa 65

3.2.3 Netheads versus Bellheads: Fusion der Daten- mit der Sprachkommunikation 75

3.2.4 Erlöstypen und Erlösmodelle im Telekommunikations-Sektor 92

3.2.5 Wertschöpfungsketten der Telekommunikation 94

3.3 Das Epizentrum der digitalen Wirtschaft – Analyse des Informationstechnologie-Sektors 100

3.3.1 Größe und Struktur des europäischen IT-Marktes 101

3.3.2 Phasen der IT-Industrie: vom Großrechner zum Internet-PC 104

3.3.3 Erlöstypen und Erlösmodelle im IT-Sektor 124

3.3.4 Wertschöpfungskette des IT-Sektors 125

3.3.5 Lost in Cyberspace? Informationstechnologie und Produktivität 127

3.4 Wegbereiter der Internet-Ökonomie: Konvergenz der Medien- und Kommunikations-Sektoren 129

4. Entstehung der Internet-Ökonomie 136

4.1 Wichtige Einflußfaktoren der Entwicklung 137

- 4.1.1 Zentrale Rolle von Informationen auf Märkten 138
- 4.1.2 Leistungsexplosion der Informations- und Kommunikationstechniken. 139
- 4.1.3 Ursachen der Internetrevolution 142
- 4.1.4 Virtuelle Marktplätze als Ergebnis der digitalen Infrastruktur 147

4.2 Folgen der technologischen Evolution: eine ökonomische Revolution? 154

- 4.2.1 Neue Spielregeln halten Einzug: ein neues ökonomisches Marktmodell 155
- 4.2.2 Medien- und Informationsprodukte: Massenproduktion zu geringen Kosten. 163
- 4.2.3 Jenseits ausgetretener Pfade: neue Erlösstrategien. 165
- 4.2.4 Erosion traditioneller Wertschöpfungsketten durch Multimedia-Wertschöpfungsnetze 172

5. Navigationshilfen für die Internet-Ökonomie 179

5.1 Strategische Konsequenzen für Medien- und Kommunikations-Unternehmen 179

- 5.1.1 Neue Wettbewerbsstrategien – Bildung von Business Webs 179
- 5.1.2 Neue Produktstrategien – Vom Windowing zum Versioning 186
- 5.1.3 Neue Preisstrategien – Follow the Free 190
- 5.1.4 Neue Kommunikationsstrategien – Eins-zu-Eins Marketing 194
- 5.1.5 Strategien für neue Inhalte – Content in der Internet-Ökonomie 199
- 5.1.6 Perspektiven der neuen Internet-Ökonomie 206
- 5.1.7 Moment mal . . . – Kritische Anmerkungen zur Internet-Ökonomie 214

5.2 Integrative Betrachtung des Nutzerverhaltens 217

- 5.2.1 Grundlagen und Grundgedanken 217
- 5.2.2 Wege zur Medienintegration im privaten Haushalt 232
- 5.2.3 Finanzierung und Realisierung des integrierten Angebotes 247

| | |
|---|------------|
| 5.3 Internet-Ökonomie und Ordnungspolitik | 257 |
| 5.3.1 Wird Ordnungspolitik noch gebraucht – politische Implikationen der Internet-Ökonomie | 257 |
| 5.3.2 Was bleibt zu regeln – Regulierungsfelder | 260 |
| 5.3.3 Wer soll regulieren – Strukturen und Institutionen | 268 |
| 6. Facts & Figures | 275 |
| 6.1 Demographische und ökonomische Rahmendaten | 278 |
| 6.2 Distributionsinfrastruktur und Haushaltsausstattung ... | 286 |
| 6.3 Forschung & Entwicklung, Produktion und Angebot ... | 295 |
| 6.4 Ausgaben für Informations- und Telekommunikationstechnologie | 307 |
| 6.5 Werbemärkte | 313 |
| 6.6 Ausgewählte Medienmärkte | 320 |
| Literaturquellen | 327 |