

DIE INTERNET-ÖKONOMIE

Strategien für die digitale Wirtschaft

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 ^v
2. Grundlagen der Internet-Ökonomie .	
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 Wertschöpfungskellen 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 Netieads 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

HMMHHMI

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
Multimediale Wertschöpfungsnetze 172

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	
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