

Angebotsformen (rein netzbasierte Dienste, Angebote Dritter)

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

AB Ökonomie und Kommunikation

Seminar Öffentlich-rechtlicher Rundfunk & das Internet WS 2003 / 2004

Referentin: Annette Kaudel - kaudel@inf.fu-berlin.de

- **Anbieter**
- **Angebotsformen**
- **Finanzierung**
- **Beispiele**
- **Literatur**

Anbieter

Angebotsformen
(rein netzbasierte Dienste,
Angebote Dritter)

Konsequenzen für die klassischen Medien - Verlage und ihre neuen Konkurrenten

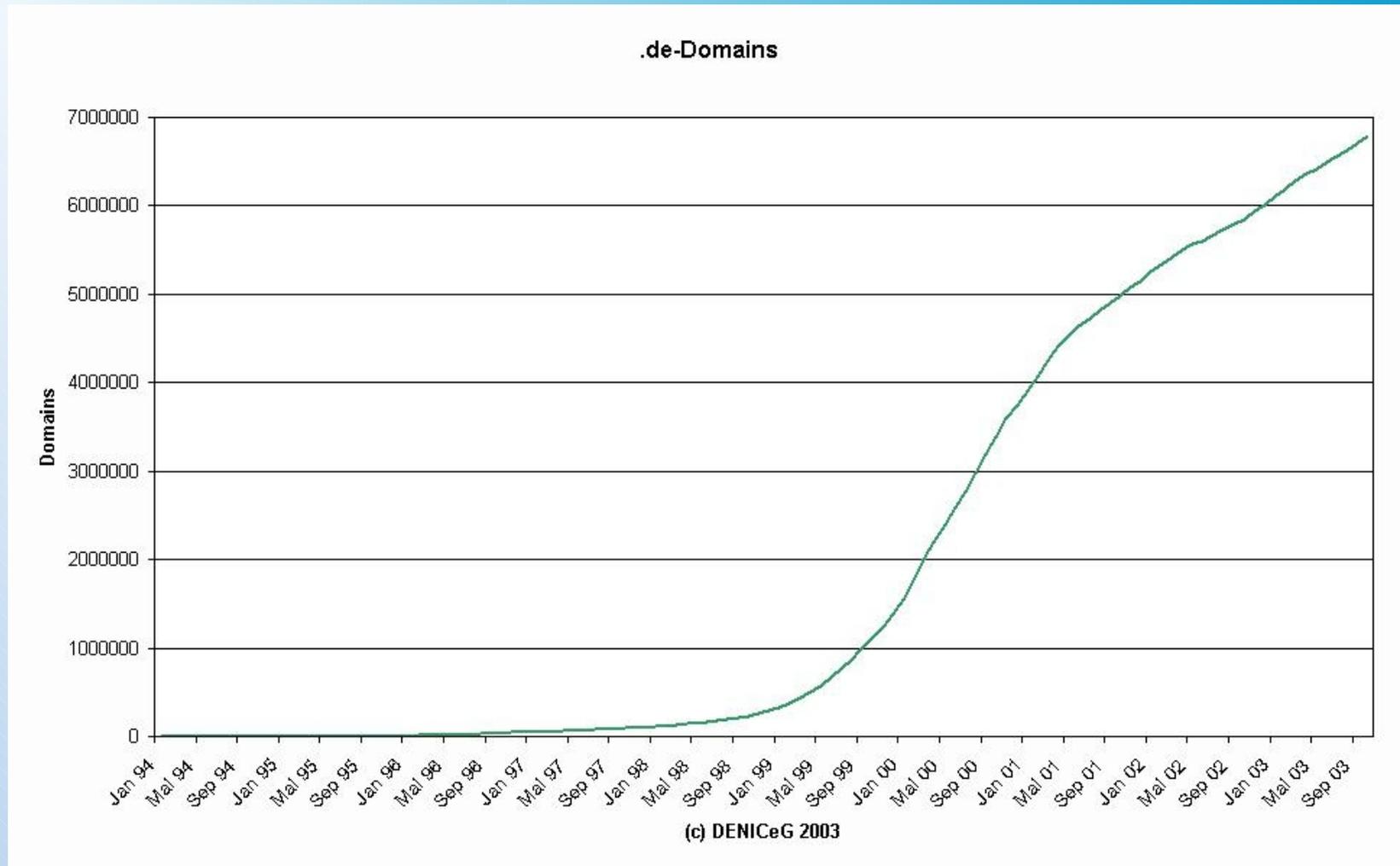


Quelle: Diebold 1999

Anbieter (2)

- **Portale und Suchmaschinen**
 - Yahoo
 - T-Online
 - Web.de
 - GMX
 - Google
- **Internetauftritte der Städte und Gemeinden**
 - Berlin.de
- **sonstige**
 - online Zeitungen (Netzeitung.de)
 - Zeitungsverlage (meinBerlin.de, berlin1.de)
 - Anzeigenmärkte (ImmobilienScout24.de, StepStone.de ...)
 - Special-Interest Anbieter

Anzahl .de Domains



Zahl der .de-Domains am 30. November 2003: 6.881.285

Angebotsformen

- **Text Informationen (z.B. Nachrichten)**
- **Hyperlinks (z.B. Katalog, Suchmaschine)**
- **Anzeigenmärkte (z.B. Jobbörsen)**
- **Downloads (z.B. Software, Spiele, Audio-Files)**
- **Onlineshops**
- **Audio, Video, Livestreams**
- **Foren, Chats, Webmail**
- **Newsletter**

Nutzung von Onlineangeboten (1)

Angebotsformen
(rein netzbasierte Dienste,
Angebote Dritter)

Nutzung von ausgewählten Onlineangeboten nach Alter und Geschlecht

häufig genutzt, in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50+ J.
Aktuelle Nachrichten	28	19	34	36	25	22
Regionalinformationen	16	13	19	15	17	17
Informationen zu Wirtschaft und Börse	13	9	17	9	15	16
Serviceinformationen	15	12	17	14	15	14
Verbraucher-/Ratgeberinformationen	10	8	11	6	12	12
Sportinformationen	13	4	21	20	10	10
Freizeitinformationen	15	12	18	26	11	9
Kulturinformationen	13	13	13	22	10	8
Informationen zu Wissenschaft/Bildung	17	14	20	19	19	12
Unterhaltungsangebote	11	11	11	26	4	1

Basis: BRD gesamt; Personen ab 14 Jahre.

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studie 2003.

Nutzung von Onlineangeboten (1)

Angebotsformen
(rein netzbasierte Dienste,
Angebote Dritter)

Nutzung ausgewählter Onlineanwendungen

(überhaupt genutzt in %, für 2003)

	2003	2002
• E-Mail	90	92
• Zielgerichtete Suche nach Angeboten	84	86
• Surfen	78	79
• Downloaden von Dateien	58 -	67
• Onlineshopping	56 +	47
• Onlineauktionen	42 +	34
• Homebanking	40	41
• Foren, Chats	38	42

Basis: Onlinenutzer ab 14 J. in Deutschland (2003: n=1046, 2002: n=1011)

(Quelle: ARD/ZDF Online Studie 2003)

Angebotsformen

- **Vergleich zu klassischen Medien:**

- Angebot auf Zielgruppe (Internet User) abgestimmt
- Special-Interest Inhalte effektiver umsetzbar
- mehr Interaktivität einsetzbar (Foren, Chat, Umfragen ...)
- mehr Selektionsmöglichkeiten für Informationen

- (Suchen, Datenbankabfragen, On-Demand Nutzung)**

- stärkere Aktualität
- Nutzer müssen allein übers Internet gewonnen werden

- **Nutzungsverschiebung:**

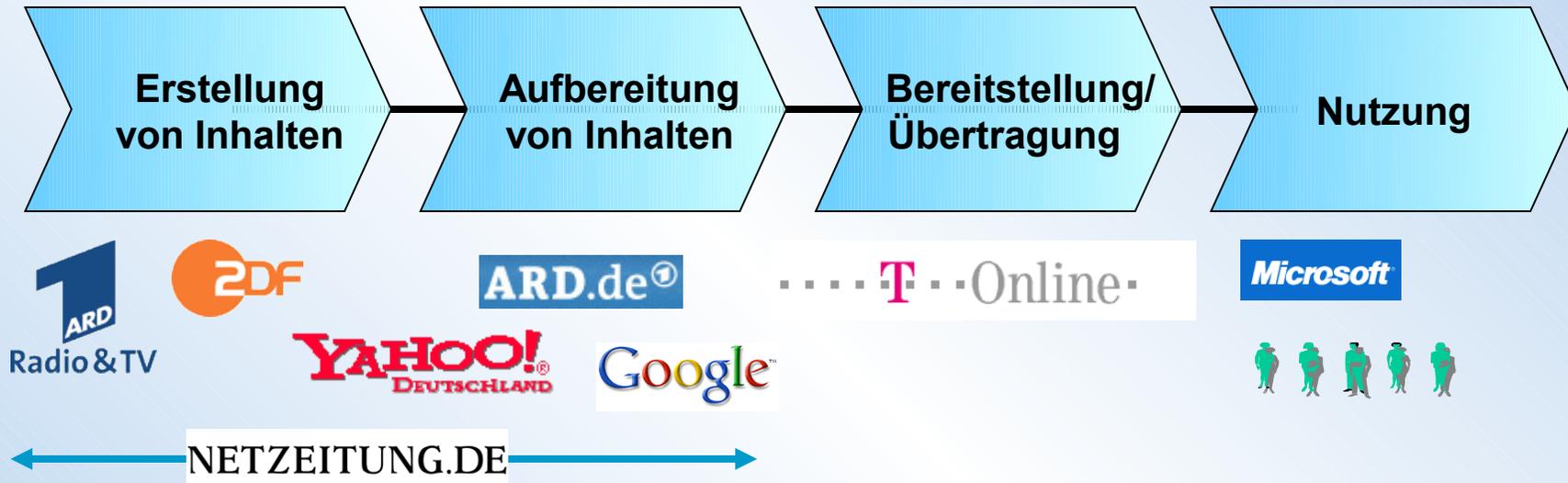
- bis zu 49% weniger Nutzung der klassischen Medien
- Radio (bis zu 41%), Fernsehen (bis zu 34%)

(Quelle: ARD/ZDF Online Studie 2003)

Wertschöpfungskette

Angebotsformen
(rein netzbasierte Dienste,
Angebote Dritter)

Auswirkungen auf die Wertschöpfungskette



- Internetangebote der TV-Sender Programmbezogen / -begleitend
→ Themenbezogenes Zusatzangebot
- Informationen werden aus vorhandenem Material fürs Internet aufbereitet
- netzbasierte Anbieter erstellen Informationen von Grund auf fürs Internet

Geschäftsmodelltypologien

Angebotsformen
(rein netzbasierte Dienste,
Angebote Dritter)

Quelle: Wirtz 2002

- **Content**

- Bereitstellung
- Sammlung
- Selektion

von Inhalten

NETZEITUNG.DE 

- **Commerce**

- Abwicklung
 - Anbahnung
 - Aushandlung
- von Geschäftsaktionen





- **Context**

- Klassifikation
 - Systematisierung
- von im Internet verfügbaren
Informationen

- **Connection**

- Herstellung der
Möglichkeit eines
Informationsaustausches
in Netzwerken

Finanzierung

- **Werbung / Sponsoring** (noch die Erlösquelle Nummer Eins)
- **Pay per Use / Paid Content**
 - Abonnements und Einzelzahlungen
 - Transaktionen (langsam Teil des Nutzerverhaltens)
- **Mitgliedschaftsbeiträge / Abos**
- **Provisionen**
- **Gebühren** (z.B. Schaltung von Anzeigen)
- **Steuergelder / Subventionen**
- **aus anderer Quelle** (z.B. Provider)

Finanzierung

Angebotsformen
(rein netzbasierte Dienste,
Angebote Dritter)

Systematik der Erlösformen



Quelle: ECC 1998

- katalogbasierte Suchmaschine
 - 10.10.1996: Start von Yahoo! Deutschland ([Feb 09, 1997](#))
 - Leistungsangebot:
 - **Context**
 - Suchmaschine
 - Web-Verzeichnis
 - **Content**
 - Public- und Special Interest Inhalte
 - **Commerce**
 - Shopping
 - **Connection**
 - E-Mail
- Erlösformen
- Werbung
- kostenpflichtiger ‚Express‘ Eintrag
- Werbung, Sponsoring
- Provisionen
- kostenpflichtige Zusatz Angebote

- Internet Service Provider
- Sep 1995: Start von T-Online ([Feb 11, 1997](#))

- Leistungsangebot:
 - **Connection**
 - Internet Zugang
 - E-Mail
 - Online Banking ...
 - **Content**
 - Public- und Special Interest Inhalte
 - **Commerce**
 - Shopping
 - **Context**
 - Suchmaschine ...

Erlösformen

Nutzungsgebühren
nur für Kunden (s.o.)
(Werbung)

Werbung, Sponsoring



Provisionen

Sponsoring



Beispiel meinBerlin.de - berlin1.de

Angebotsformen
(rein netzbasierte Dienste,
Angebote Dritter)

meinBerlin.de

Portal von Tagesspiegel und Zitty

Nachrichten:

- Berlin Tagesspiegel
- Sonstige extra Angebot

Service:

- Stellenanzeigen Tagesspiegel (kostenlos)
- [JobTurbo](#) Metasuche
- [Ticket-Shop](#) extra Angebot
- Tarifrechner extra Angebot
- Programm Zitty
- Stadtplan [Berliner-Stadtplan.com](#)

Community:

- Forum, Chat, ... extra Angebot
- Kontaktbörse extra Angebot

berlin1.de

Portal von Ullstein / Springer

Nachrichten:

- Berlin Berliner Morgenpost + BZ

Service:

- [Anzeigenmarkt](#) Berliner Morgenpost (kostl.)
- [Domainhosting](#) life medien GmbH
- Programm Berliner Morgenpost

- Internetpräsenz der Stadt Berlin (BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG)
(Gruner + Jahr AG & Co., Bankgesellschaft Berlin AG und Berliner Volksbank)
([Oct 30, 1996](#))

- Leistungsangebot:

- **Content**

- Pressedienste
- Verwaltungsführer
- Daten, Fakten, Zahlen ...

- **Context**

- Berliner Branchen

- **Commerce**

- (Berliner Branchen)

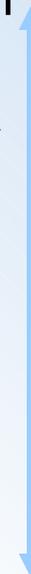
- **Connection**

- E-Mail

Erlösformen

Steuergelder

Gebühren (Club)



Literatur / Quellenangaben

- BREUNIG, Christian: Internet: Auf dem Weg zum einem kommerziellen Medium? Inhaltliche Entwicklungen und Finanzierungsformen von Online-Angeboten. In: Media Perspektiven 08/03. S. 385-393.
- OEHMICHEN, Ekkehardt/ SCHRÖTER, Christian: Regionale Internetangebote. Anbieter, und Nutzung. In: Media Perspektiven 07/2003. S. 320-328.
- OEHMICHEN, Ekkehardt/ SCHRÖTER, Christian: Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet? In: Media Perspektiven 08/2003. S. 374-384.
- WIRTZ, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden 2002.
- <http://www.denic.de>
- <http://www.suchfibel.de>
- <http://www.archive.org>