

Christian Hofbauer

Geschäftsmodelle Quadruple Play

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Christian Hofbauer

Geschäftsmodelle Quadruple Play

Eine Einschätzung der
Entwicklung in Deutschland

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Andreas Will

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Frauke Schindler / Anita Wilke

Gabler ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Regine Zimmer, Dipl.-Designerin, Frankfurt/Main
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Printed in Germany

ISBN 978-3-8349-1183-4

Geleitwort

Quadruple Play ist in Deutschland 2007 ein auch in der Medienbranche noch nicht etablierter Begriff. Es handelt sich dabei um ein Phänomen, welches den Konsumenten einen Schritt weiter in Richtung der „Medienubiquität“ begleitet. Es steht außer Frage, dass es lediglich eine Frage der Zeit ist, bis alle Medieninhalte nahezu überall kostengünstig zur Verfügung stehen werden. Die nötige Netzinfrastruktur wird derzeit bereits in vollem Gange entwickelt. Die Konvergenz der herkömmlichen Netze mit den IP-basierten Netzen wird von der ITU (Internationale Fernmeldeunion) und dem ETSI (Europäisches Institut für Telekommunikationsnormen) definiert. Die entstehende Medieninfrastruktur wird es künftig ermöglichen, jede Art von Medienprodukt nahezu überall und zu jeder Zeit zu konsumieren.

Die zentrale Frage, die über den Erfolg von Geschäftsmodellen des Quadruple Play entscheidet, lautet: „Generiert das Geschäftsmodell einen echten Mehrwert für den Kunden?“ Diese Frage wird das vorliegende Buch von Christian Hofbauer beantworten.

Prof. Dr. Andreas Will

Danksagung

Ich möchte allen Experten, die an der Befragung teilgenommen haben, recht herzlich danken.

Ganz besonderer Dank gilt meinen Betreuern Prof. Dr. Jo Groebel, Direktor des Deutschen Digital Instituts Berlin, und Prof. Dr. Andreas Will, Fachgebietsleiter Medienmanagement des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der TU Ilmenau und der Illustratorin Stefanie Lehner.

Christian Hofbauer

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Ziel und Aufbau dieser Arbeit	2
1.3 Begriffsabgrenzung Quad Play.....	4
2. Aktuelle Rahmenbedingungen von Quadruple Play 2007.....	9
2.1 Der Konvergenzbegriff.....	9
2.2 Konvergenz der Medienpolitik	11
2.3 Konvergenz der Technik.....	13
2.4 Konvergenz der Märkte	19
2.5 Konvergenz der Inhalte/Services	21
2.6 Entwicklung der Mediennutzung	23
2.7 Entwicklung der Werbeinvestitionen	32
2.8 Aktuelle Anbietersituation	34
3. Geschäftsmodelle.....	37
3.1 Grundlagen der Geschäftsmodelle.....	37
3.2 Wertschöpfungskette Quad Play.....	39
3.3 Geschäftsmodelle Telekommunikation	44
3.4 Geschäftsmodelle TV	45
3.5 Geschäftsmodelle Internet.....	46
3.6 Geschäftsmodell Quad Play	47
3.7 Geschäftsmodell-Systematisierung nach zu <i>Knyphausen-Aufseß</i>	49
4. Hypothesenentwicklung.....	53
5. Angewandter Methodenmix <i>nach Mayring, Tashakkori & Teddlie</i>	57
6. Quantitative Befragung: Der Email-Fragebogen	59
6.1 Konzeption und Layout des Fragebogens	59

6.2 Pretest.....	60
6.3 Expertenstichprobe.....	60
6.4 Analyse, Auswertung und Ergebnisse	61
7. Zwischenfazit.....	73
8. Qualitative Befragung: Das Leitfadeninterview	77
8.1 Konzeption der Leitfragen und Geschäftsmodell-Szenarien	77
8.2 Pretest.....	80
8.3 Expertenstichprobe.....	80
8.4 Auswertung, Analyse und Ergebnisse	81
9. Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse.....	87
9.1 Allgemeine Bemerkungen	87
9.2 Einschätzung der Entwicklung der Quad Play Geschäftsmodelle.....	87
10. Fazit und Ausblick.....	93
Anhang.....	95
Literaturverzeichnis	103

Abkürzungsverzeichnis

A-DSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
ARPU	Average Revenue per User
BLM	Bayrische Landeszentrale für neue Medien
Bsp.	Beispiel
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
CRM	Customer Relationship Management
DAB	Digital Audio Broadcasting
DARPA	Defense Advanced Research Projects Agency
DM	Differenzierungsmerkmal
DMB	Digital Multimedia Broadcasting
DVB-C	Digital Video Broadcasting - Cable
DVB-H	Digital Video Broadcasting - Handhelds
DVB-IP	Digital Video Broadcasting - Internet Protocol
DVB-S	Digital Video Broadcasting - Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcasting – Terrestrial
EPG	Elektronischer Programmführer
FTTH	Fibre To The Home
Gbit/s	Gigabit pro Sekunde
IP	Internet Protocol
IPTV	Internet Protocol Television
ISDN	Integrated Services Digital Network
kbit/s	Kilobit pro Sekunde
KEK	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
Mb/s	Megabyte pro Sekunde
Mbit/s	Megabit pro Sekunde

MVNO	Mobile Virtual Network Operator
NGMN	Next-Generation-Mobile-Network
NGN	Next-Generation-Network
PSTN	Public Switched Telephone Network
PwC	PricewaterhouseCoopers
QP	Quadruple Play
Quad Play	Quadruple Play
SMS	Short Message Service
SPSS	Statistical Product and Service Solutions
TAL	Teilnehmeranschlussleitung
TP	Triple Play
V-DSL	Very High Speed Digital Subscriber Line
VM	Verknüpfungsmodell
VoD	Video on Demand
VoIP	Voice over Internet Protocol
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
WiMAX	Worldwide Interoperability for Microwave Access
WLAN	Wireless Local Area Network
WWW	World Wide Web

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Plattformbetreiber/Anbieter und Bündelungsvarianten.....	1
Abb. 2: Potentielle Triple Play Plattformen nach A.T. Kearney.....	5
Abb. 3: Gsmart Q60	6
Abb. 4: Rahmenbedingungen von Quadruple Play	9
Abb. 5: Triple Play, Quadruple Play und die Stufen der Konvergenz	10
Abb. 6: Hybridnetz mit GPRS/UMTS, WLAN und DAB/DVB	15
Abb. 7: Konvergenter Infrastrukturansatz von MI FRIENDS	16
Abb. 8: Next-Generation-Network.....	17
Abb. 9: Evolution drahtloser Technologien.....	18
Abb. 10: Die Konvergenz-Arena	20
Abb. 11: Konvergenz der Inhalte/Services	22
Abb. 12: TV-Übertragungswege 2007	29
Abb. 13: Online-Werbung in Deutschland 2007	33
Abb. 14: Wertkette der Unternehmensaktivitäten nach <i>Porter</i>	39
Abb. 15: Traditionelle Wertschöpfungsstruktur integrierter Verbundunternehmen	41
Abb. 16: Konvergenzprozesses des Multimedia-Marktes	42
Abb. 17: QP-Wertschöpfungskette	43
Abb. 18: Basisgeschäftsmodelltypologien im Internet nach <i>Wirtz</i>	46
Abb. 19: QP-Geschäftsmodell	48
Abb. 20: Elemente von Geschäftsmodellen nach <i>zu Knyphausen-Aufseß</i>	50
Abb. 21: Strukturdiagramm der dimensionalen Analyse von QP	54
Abb. 22: Vertiefungsmodell nach <i>Mayring</i>	57
Abb. 23: Sequential Mixed Method Design nach <i>Tashakkori & Teddlie</i>	58
Abb. 24: Mittelwert von Index "Plattform"	64
Abb. 25: Mittelwert von Index "Anwendung"	66
Abb. 26: Mittelwert von Index "Branche"	68

Abb. 27: Mittelwert ausgewählter Inhalte/Services..... 69

Abb. 28: Mittelwert ausgewählter Bereiche 70

Abb. 29: Vertiefungsmodell *Mayring** 74

Abb. 30: Sequential Mixed Method Design* 75