

Christian Hofbauer

# **Geschäftsmodelle Quadruple Play**

Eine Einschätzung der  
Entwicklung in Deutschland

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Andreas Will

**GABLER EDITION WISSENSCHAFT**

# 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 &amp; 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