

Bauhaus Universität Weimar
Fakultät Medien

TIME-Konvergenz und 360-Grad-Kontrakt

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades
Bachelor of Arts (Medien) an der Fakultät Medien der
Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier

Eingereicht von:

Bachelor-Cand. Marine Jean

Weimar, den 29 August 2008

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	III
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Vorgehensweise	2
2 Konvergenz und die TIME-Industrie	3
2.1 Konvergenz	3
2.1.1 Definitionen der TIME-Konvergenz	3
2.1.2 Dimensionen der TIME-Konvergenz	5
2.1.3 Treiber der Konvergenz	12
2.2 Die TIME-Branche	14
2.2.1 Die Haupteigenschaften der TIME-Branche	14
2.2.2 Die Konvergenz der TIME-Märkte	19
3 360-Grad-Kontrakte aus Nutzerperspektive	23
3.1 Das moderne Nutzungsverhalten	24
3.2 Die Trends von heute und morgen	30
3.3 Der 360-Grad-Kontrakt und der Kunde	37
4 Das 360-Grad-Geschäftsmodell aus Unternehmenssicht	40
4.1 Ausgangssituation und Vorraussetzungen	40
4.1.1 Die Rekonfiguration der Wertschöpfungsketten	41
4.1.2 Kooperationen und Allianzen sind ein Muss	43
4.1.3 „All DIGITAL and All IP“ ist der Schlüssel	47
4.2 Die innovative Strategie eines 360-Grad-Kontraktes	51
4.2.1 Zielsetzung und strategische Planung	51
4.2.2 Strategisches Management	57
4.2.3 Die richtige Zusammensetzung	59

4.3 Das 360-Grad-Geschäftsmodell aus Unternehmensperspektive.....	62
4.3.1 Erfolgs- und Wettbewerbsfaktoren	62
4.3.1.1 Die Erfolgsfaktoren	62
4.3.1.2 Die Wettbewerbsvorteile	66
4.3.2 Die ideale Architektur eines 360-Grad-Kontraktes	67
5 Fazit.....	73
Anhang	VI
Literaturverzeichnis.....	IX

Literaturverzeichnis

- Albrecht, Georg (2006):** Die „iTunes Story“. In: Hess, T./Doeblin, S. [Hrsg.] (2006): Turbulenzen in der Kommunikations- und Medienindustrie-Neue Geschäfts- und Erlösmodelle, Berlin Heidelberg, 2006, S.103-113.
- Baer, Mathias (2003):** Kooperation und Konvergenz. In: Reichmann, T./Welge M.K. [Hrsg.], Controlling und Management, Frankfurt am Main 2004, Band 26, S.7-309.
- Basilier, Henrik/ Söderström, Jan/ Grenn, Howard et al. (2007):** Full-Service Broadband Architecture. In: IEC Comprehensive Report [Hrsg.] (2007): Beyond the Quadruple Play: Networking, Convergence and Customer Delivery, Chicago Illinois, 2007, S.1-9.
- Baumann, Stefan (2007):** Neue Multimediale Werbeformen. In: Picot, A./Bereczky, A./Freyberg, A. [Hrsg.] (2007): Triple Play-Fernsehen, Telefonie und Internet wachsen zusammen, Berlin Heidelberg, 2007, S.180-200.
- Bullinger, Hans-Jörg [Hrsg.] (2006):** Fokus Innovation: Kräfte bündeln- Prozesse beschleunigen, München Wien 2006.
- Cohen, Gary A. (2006):** All IP- All IT- All Wireless: The drivers of Change. In: Picot, A. (2006) [Hrsg.]: The Future of Telecommunications Industries, Berlin Heidelberg 2006, S.41-48.
- Föckler, Knut (1999):** Telekommunikation im Zeichen der TIME-Märkte- Perspektiven der Deutschen Telekom. In: Schumann/Hess [Hrsg.] (1999): Medienunternehmen im digitalen Zeitalter: neue Technologien-neue Märkte-neue Geschäftsansätze, Wiesbaden 1999, S.79-292.
- Freyberg, Axel (2007):** Triple-Play- Entwicklung in Deutschland und Weltweit. In: Picot, A./Bereczky, A./Freyberg, A. [Hrsg.] (2007): Triple Play- Fernsehen, Telefonie und Internet wachsen zusammen, Berlin Heidelberg, 2007, S.13-29.
- Galyas, Peter/ Iaconovi, Dante (2007):** Delivering IMS to the Home-The Role of CPE to Provide Full Service Convergence. In: IEC Comprehensive Report [Hrsg.] (2007): Beyond the Quadruple Play: Networking, Convergence and Customer Delivery, Chicago Illinois, 2007, S.27-36.
- Ganswindt, Thomas (2006):** Telecommunications Industries in Transition: Winning the Future through Innovation and Change. In: Picot, A. [Hrsg.] (2006): The Future of Telecommunications Industries, Berlin Heidelberg 2006, S.5-35.

- Goudjil, Rabah (2008):** Créez votre Télé chez Free! In: Tele Satellite& Numérique (französische Fachzeitschrift) La Télévision à la carte explose. N°222, Montreux, Mai 2008, S.32-35.
- Greenstein, Shane/ Khanna, Tarun (1997):** What Does Industry Convergence Mean? In: Yoffie, D. B. [Hrsg.], Competing in the age if digital convergence, Havard Business School, Boston 1997, S. 201-226.
- Hasebrink, Uwe (2004):** Konvergenz aus Nutzerperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi. In: Hasebrink,U./Mikos,L./Prommer,E. [Hrsg.] (2006): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen, München 2004, S.65-85.
- Hess, Thomas/ Doeblin, Stefan [Hrsg.] (2006):** Turbulenzen in der Kommunikations- und Medienindustrie-Neue Geschäfts- und Erlösmodelle, Berlin Heidelberg, 2006.
- Hinrich, Lars (2006):** Netzwerkeffekte beim Einsatz des Internets zu Kontaktaufbau und –pflege. In: Hess, T./Doeblin, S. [Hrsg.] (2006): Turbulenzen in der Kommunikations- und Medienindustrie-Neue Geschäfts- und Erlösmodelle, Berlin Heidelberg, 2006, S.180-193.
- Hungenberg, Harald (2004):** Strategisches Management in Unternehmen: Ziele, Prozesse, Verfahren, 3.Auflage, Wiesbaden 2004.
- Iannetta, Ron (2007):** Developing a convergence Delivery Plarform for Quad-Play Services. In: IEC Comprehensive Report [Hrsg.] (2007): Beyond the Quadruple Play: Networking, Convergence and Customer Delivery, Chicago Illinois, 2007, S.57-67.
- Kaufmanns, Ralf/ Neus, Andreas/ Pörschmann, Frank.C., IBM Global Business Services (2007):** Konvergenz oder Divergenz? Erwartungen und Präferenzen der Konsumenten an die telekommunikations- und Medienangebote von Morgen. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www-935.ibm.com/services/de/bcs/html/konvergenz_divergenz.html?cntxt=a1007067 (Stand: 25.06.20089).
- Karsamin, Matthias/ Winter, Carsten [Hrsg.] (2006):** Konvergenz-Management und Medienwirtschaft, München 2006.
- Karmasin, Matthias/ Freienstein, Jörg (2006):** Kommunikation an Schnittstellen: Neue Anforderungen durch technologische Konvergenz in Organisationen. In: Karsamin, M./ Winter, C. [Hrsg.] (2006): Konvergenz-Management und Medienwirtschaft, München 2006, S131-149.

- Kempf, Matthias (2007):** Strukturwandel und die Dynamik von Abhängigkeiten: Ein Theorieansatz und seine Illustration am deutschen Kabelnetzsektor, Wiesbaden 2007. In: Picot, A. et al. [Hrsg.] (2007): Markt und Unternehmensentwicklung Schriftenreihe, Wiesbaden 2007.
- Keuper, Frank/ Hans René (2003):** Multimedia-Management-Strategie und Konzepte für Zeitungs- und Zeitschriftenverlage im digitalen Informationsalter, Wiesbaden 2003.
- Keuper, Frank (2004):** Kybernetische Simultanitätsstrategie, in: Brösel, G./Keuper, F. [Hrsg.] Schriften zum Konvergenzmanagement, Band 2, Berlin 2004.
- Kollmann, T./ Häsel, M. [Hrsg.] (2007):** Trends und Technologien im Web 2.0-Neue Chancen für die Net Economy In: Trends und Technologien im Kontext der Net Economy, Wiesbaden, 2007.
- Krishnan, Venkat (2007):** Quad Play Requires a Universal Service Delivery Platform. In: IEC Comprehensive Report [Hrsg.] (2007): Beyond the Quadruple Play: Networking, Convergence and Customer Delivery, Chicago Illinois, 2007, S.73-84.
- Kunkel, Clemens L. (2003):** Der Dienst im Kern des Konvergenzprozesses- Funktionale Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologie, Berlin 2003.
- Krieb, Matthias (2001):** Medienkonvergenz und Unternehmensstrategie: Optionen zur branchenübergreifenden Bündelung von Medien- und Kommunikationsdiensten, Frankfurt am Main 2001.
- Larsson, Erik (2007):** Key Success Factors for Quadruple-Play Services. In: IEC Comprehensive Report [Hrsg.] (2007): Beyond the Quadruple Play: Networking, Convergence and Customer Delivery, Chicago Illinois, 2007, S.85-89.
- Maier, Mathias (2008):** Medienmanagement als strategisches Management, In: Karmasin/ Winter [Hrsg.]: Grundlagen des Medienmanagement, 3.Aufl. - im Druck.
- Masak, Dieter (2005):** Moderne Enterprise Architekturen, Berlin, 2005.
- Melamed, Haim (2007):** Future-Safe Networks- The DNA Uncertainty. In: IEC Comprehensive Report [Hrsg.] (2007): Beyond the Quadruple Play: Networking, Convergence and Customer Delivery, Chicago Illinois, 2007, S.99-102.
- o.V. BITKOM Markt & Statistik (2008):** elektronisch veröffentlicht unter: http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/2883.aspx (Stand 21.06.2008)
- o.V. BVT/GfK/gfu (2008):** CEMIX, der Consumer Electronics Markt Index, 1.Quartal 2008. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.bvt->

ev.de/bvt_cm/aktuelles/news/2008_05_29_PM_BVT_CEMIX_1-Quartal_2008.php

- o.V. Deutsche Telekom Press Release (2007):** T-Mobile Germany and Apple introduce rate plans for the iPhone. Ohne Verfasser und elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.deutschetelekom.com/dtag/cms/content/dt/en/83152?archivArticleID=529196> (Stand: 07.08.2008)
- o.V. Europäische Kommission, DG XIII7A4 [Hrsg.] (1997):** Grünbuch zur Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologie und ihren ordnungspolitischen Auswirkungen. Elektronisch veröffentlicht:
<http://europa.eu/scadplus/leg/de/lvb/l24165.htm>, (Stand: 25.06.2007)
- o.V. Free (2008):** Free Website. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.free.fr/adsl/> (Stand: 10.08.2008)
- o.V. IFPI [Hrsg.] (2008):** Digital Music Report: Revolution, Innovation, Responsibility. Elektronisch veröffentlicht unter:
http://www.ifpi.org/content/section_statistics/index.html (Stand: 30.07.2008)
- o.V. ITU (2008):** Why do we need international standards in telecommunications? Elektronisch veröffentlicht unter : <http://www.itu.int/net/ITU-T/info/answers.aspx?Fp=Default.aspx&Qn=2> (Stand: 09.08.2008) und zu Recommendation Y.2001: <http://www.itu.int/ITU-T/ngn/definition.html> (Stand: 20.08.2008)
- o.V. Media Perspektive Basisdaten (2005):** herausgegeben im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der ARD Werbegesellschaft, Frankfurt am Main. Elektronisch veröffentlicht.
- o.V. Meyers Grosses Taschenlexikon Lexikon (1995):** In 24 Bänden, 5.Auflage, Mannheim; Wien; Zürich 1995.
- o.V. Telecom & Internet converged Services & Protocols for Advanced Network (TISPAN).** Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.etsi.org/tispan/> (Stand 20.08.2008).
- Pech, Eckart (2006):** Statement zu „Market Structures and Business Models of the Future/ Consolidation or Persisting Turbulence- Monopolization or Fragmentation: What Will Future Telco-markets look like? In: Picot, A. (2006) [Hrsg.]: The Future of Telecommunications Industries, Berlin Heidelberg 2006, S.111-117.

- Picot, Arnold/ Reichwald, Ralf/ Wigand, Rolf T. (1996):** Die grenzenlose Unternehmung: Information, Organisation und Management : Lehrbuch zur Unternehmensführung im Informationszeitalter, 5.Auflage, Wiesbaden 2003.
- Picot, Arnold (2006):** Konvergenz und Restrukturierung der Telekommunikations-, und Medienindustrie: Neue Geschäftsmodelle, neue Akteure? In: Hess, T./Doebelin, S. [Hrsg.] (2006): Turbulenzen in der Kommunikations und Medienindustrie-Neue Geschäfts- und Erlösmodelle, Berlin Heidelberg, 2006, S.1-35.
- Picot, Arnold/ Berezcky, Andreas/ Freyberg, Axel [Hrsg.] (2007):** Triple Play- Fernsehen, Telefonie und Internet wachsen zusammen, Berlin Heidelberg, 2007.
- Porter, Michael E. (1996):** Wettbewerbsvorteile, Spitzenleistungen erreichen und behaupten, 4. Auflage, Frankfurt am Main 1996.
- Scholz, Christian/ Stein, Volker/ Eisenbeis, Uwe [Hrsg.] (2001):** Die TIME-Branche: Konzepte-Entwicklung, Standorte, Hampp, München& Mering 2001.
- Seibt, Anne-Kathrin/ Deutsche Messe AG (2008):** Die Top-Trends der CeBIT 2008: Mobiles Internet wird zum Massenmarkt. Elektronisch veröffentlicht unter: www.innovations-report.de/html/berichte/cebit_2008/bericht-101223.html.
- Schmidt, Sebastian (2007):** Das Online- Erfolgsmodell digitaler Produkte: Strategische Wirkungspotenziale und operative Handlungsoptionen, Wiesbaden 2007.
- Spath et al. (2006):** Die Innovationsfähigkeit des Unternehmens gezielt steigern, In: Bullinger, H.J. [Hrsg.] (2006): Fokus Innovation. Kräfte bündeln- Prozesse beschleunigen, München Wien, S. 41-110.
- Sreedharan et al. (2007):** Winning in the Age of Convergence: Product Framework for CSPs. In: IEC Comprehensive Report [Hrsg.] (2007): Beyond the Quadruple Play: Networking, Convergence and Customer Delivery, Chicago Illinois, 2007, S.163-169.
- Thielmann, Bodo (2000):** Strategisches Innovations-Management in konvergierenden Märkten- Medien und Telekommunikationsunternehmen in Online-Diensten und im digitalen Fernsehen, Wiesbaden 2000.
- Trepte, Sabine/ Baumann, Eva (2004):** „More and More“ oder Kannibalisierung? Eine empirische Analyse der Nutzungskonvergenz von Nachrichten und Unterhaltungsangeboten in TV und WWW. In: Hasebrink,U./ Mikos,L./ Prommer,E. [Hrsg.] (2006): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen, München 2004, S.173-199.

Trick, Ullrich/ Weber, Frank (2007): SIP, TCP/IP und Kommunikationsnetze- Next Generation Networks und VoIP-Konkret, 3.Auflage, Oldenbourg 2007.

Vitzthum, Thomas (2007): WELT KOMPAKT führt den 2D-Code ein. Elektronisch veröffentlicht unter:

http://www.welt.de/webwelt/article1344905/WELT_KOMPAKT_fuehrt_den_2D-Code_ein.html (Stand: 10.08.2008).

Winter, Carsten (2007): Medienentwicklung und der Aufstieg einer neuen Beziehungskunst. In: Karsamin, M./ Winter, C. [Hrsg.] (2006): Konvergenz-Management und Medienwirtschaft, München 2006, S.183-215.

Wirtz, Bernd W. (2003): Value Chain Strategies and Media Convergence. In: Wirtz, B.W. [Hrsg.] (2003): Handbuch Medien- und Multimediamanagement, Wiesbaden 2003, S.703-725.

Wirtz, Bernd W. (2005): Medien- und Internetmanagement, 4. Auflage, Wiesbaden 2005.

Wyman, Oliver (2007): Kooperation von Telekommunikation und Medien.

Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.business-wissen.de/strategie/partnermanagement/fachartikel/konvergenz-kooperation-von-telekommunikation-und-medien.html> (Stand 07.08.2008)

Yoffie, David B. (1997): Competing in the age of digital convergence, Havard Business School Press, Boston.

Zerdick, A., Picot, A., Schrape, K. (2001): Die Internet-Ökonomie, 3.Aufl., Berlin 2001.