

**Björn Heede**

# Geschäftsmodelle im Internet

**Studienarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



# **Geschäftsmodelle im Internet**

## **STUDIENARBEIT**

für die Prüfung zum Diplom-Betriebswirt (Berufsakademie)

im Ausbildungsbereich Wirtschaft

in der Fachrichtung Medien- und Kommunikationswirtschaft

- Vertiefung Journalismus/PR

an der

**BERUFSAKADEMIE**

- Staatliche Studienakademie -

**RAVENSBURG**

Name: Björn Heede

Abgabedatum: 18.01.2001

# A. Inhaltsverzeichnis

<b>A.</b>	<b>INHALTSVERZEICHNIS</b>	<b>II</b>
<b>B.</b>	<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b>	<b>III</b>
<b>C.</b>	<b>TABELLENVERZEICHNIS</b>	<b>III</b>
<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
1.1	Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2	Aufbau der Arbeit	2
<b>2</b>	<b>GRUNDLEGENDE BEGRIFFE UND DEREN VERWENDUNG IN DIESER ARBEIT</b>	<b>3</b>
2.1	Geschäftsmodell	3
2.2	E-Commerce und E-Business	4
2.3	E-Business Models und Geschäftsmodelle im Internet	4
2.4	Site, Website, Internetauftritt und Internetangebot	4
2.5	Erlösquellen	4
<b>3</b>	<b>SYSTEMATISIERUNGSANSÄTZE VON GESCHÄFTSMODELLEN IM INTERNET</b>	<b>5</b>
3.1	Modell nach Applegate und Collura	5
3.1.1	<i>Erste Dimension: Rolle im Value Chain</i>	5
3.1.2	<i>Zweite Dimension: Digital Business oder Infrastructure Provider</i>	5
3.1.3	<i>Übersicht E-Business Modelle nach Applegate und Collura</i>	6
3.2	Modell nach Kevin Werbach	6
3.3	Modell nach der Europäischen Kommission	8
3.4	Modell nach Morgan Stanley Dean Witter	10
3.5	Modell nach Jaclyn Easton	11
3.6	Unterscheidung nach Geschäftspartnern	13
3.6.1	<i>Business-to-Business (B2B)</i>	14
3.6.2	<i>Business-to-Consumer (B2C)</i>	14
3.6.3	<i>Consumer-to-Consumer (C2C)</i>	14
3.7	Modell nach Forrester Research, Inc.	15
3.8	Zusammenfassung	16
3.8.1	<i>Vorgehensweise</i>	16
3.8.2	<i>Kriterien zur Systematisierung</i>	17
<b>4</b>	<b>POTENTIELLE ERLÖSQUELLEN FÜR UNTERNEHMEN IM INTERNET</b>	<b>18</b>
4.1	Zweistufige Erlösentscheidung	18
4.2	Elementare Erlösquellen nach Applegate und Collura	18
4.2.1	<i>Verkaufserlöse (Commerce Revenue)</i>	19
4.2.2	<i>Erlöse durch den Inhalt (Content Revenues)</i>	19
4.2.3	<i>Erlöse aufgrund der Community (Community Revenues)</i>	20
4.2.4	<i>Infrastructure Revenues</i>	20
4.3	Fallstudie sky7home	21
4.3.1	<i>Die sky7home Lösung</i>	21
4.3.2	<i>Erlösquellen</i>	21
<b>5</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK</b>	<b>24</b>
<b>D.</b>	<b>ANHANG</b>	<b>V</b>
<b>E.</b>	<b>LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS</b>	<b>VI</b>