

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