

Gregor Metzger

Kritische Erfolgsfaktoren für
kostenpflichtige digitale
Finanzinformationen

Diplomarbeit

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 hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2005 GRIN Verlag
ISBN: 9783638532280

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/59234>

Gregor Metzger

Kritische Erfolgsfaktoren für kostenpflichtige digitale Finanzinformationen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Kritische Erfolgsfaktoren für kostenpflichtige digitale Finanzinformationen

Diplomarbeit im Fach Medienmanagement

von: Gregor Metzger

Vorgelegt in der Diplomprüfung im Studiengang
Volkswirtschaftslehre
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln

Köln, Dezember 2005

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
BIB	Bernecker Investorenbrief
betr.	betreffend
bzgl.	bezüglich
CSV	Character Separated Values
DFI	digitale Finanzinformationen
EF	Erfolgsfaktor
ELV	Elektronisches Lastschriftverfahren
EPS	Electronic Payment System
FAQ	Frequently Asked Questions
FIP	Finanzinformationsportal
hrsg.	Herausgeber
IVW	Informationsgemeinschaft zur Feststellung und Verbreitung von Werbeträgern e.V.
k. A.	keine Angaben
o.S.	ohne Seitenangabe
PDF	Portable Document Format
SSL	Secure Sockets Layer
TAK	Transaktionskosten
u.a.	unter anderem
VDZ	Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
vgl.	vergleiche
WKN	Wertpapierkennnummer
WWW	World Wide Web
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Systematisierungskriterien von Finanzinformationen	4
Abbildung 2: Informationsprozess und Anlageprozess einer Anlageentscheidung	6
Abbildung 3: Typologisierung von Finanzportalen	11
Abbildung 4: Distribution von Finanzinformationen	12
Abbildung 5: Kosten der Portalnutzung	16
Abbildung 6: Nettonutzen der Portalnutzung	17
Abbildung 7: Interdependenzen – Nutzwert	34
Abbildung 8: Interdependenzen – Preisgestaltung	35
Abbildung 9: Interdependenzen – Benutzerfreundlichkeit	35
Abbildung 10: Auswahl der kritischen Erfolgsfaktoren für kostenpflichtige DFI	36
Abbildung 11: Kritische Erfolgsfaktoren für kostenpflichtige DFI	37
Abbildung 12: Die größten bankenunabhängigen Wirtschafts- und Finanzangebote im Internet	39
Abbildung 13: Unternehmensstruktur der OnVista Group	39
Abbildung 14: Erlösstruktur des Finanzinformationsportals onvista.de	40
Abbildung 15: Wertschöpfungskette des Finanzinformationsdienstleisters OnVista	41
Abbildung 16: Bewertungsskala für die Beurteilung der Erfolgsfaktoren	43
Abbildung 17: Der Anlageprozess und seine Kosten	44
Abbildung 18: Mechanismen zur Reduktion/Überwindung der Unsicherheit	47
Abbildung 19: TAK-Einsparpotential des Bernecker Investorenbriefs	49
Abbildung 20: TAK-Einsparpotential der „Echzeit-Kurse der Deutschen Börse-Indizes“	52
Abbildung 21: Zahlungsbereitschaft für Realtime-Kurse	60
Abbildung 22: Nutzungsabhängige Zeitkosten	64
Abbildung 23: Akzeptierte Zahlungsarten unter den Zahlungsbereiten für „Echtzeit-Kurse der Deutschen Börse-Indizes“	69
Abbildung 24: Zusammenfassende Beurteilung der Erfolgsfaktoren	70

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
1. Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung	1
1.2. Zielsetzung.....	2
1.3. Aufbau	2
2. Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen.....	3
2.1. Digitale Finanzinformationen	3
2.1.1. Begriffsverwendung in der Literatur.....	3
2.1.2. Begriffsabgrenzung.....	7
2.1.3. Ökonomische Charakteristika.....	7
2.2. Finanzinformationsportale	11
2.2.1. Begriffsverwendung in der Literatur.....	11
2.2.2. Begriffsabgrenzung.....	14
2.2.3. Ökonomische Charakteristika.....	14
3. Kritische Erfolgsfaktoren für kostenpflichtige digitale Finanzinformationen.....	17
3.1. Grundlagen und Konzept kritischer Erfolgsfaktoren	17
3.1.1. Grundlagen der Erfolgsfaktorenforschung.....	17
3.1.2. Konzept der kritischen Erfolgsfaktoren.....	19
3.2. Auf DFI anwendbare kritische Erfolgsfaktoren in der Literatur.....	20
3.3. Auswahl kritischer Erfolgsfaktoren für kostenpflichtige DFI	30
3.3.1. Erfolgsrelevanz der Faktoren für kostenpflichtige DFI.....	30
3.3.2. Berücksichtigung von Wirkungszusammenhängen.....	33
3.3.3. Auswahl der kritischen Erfolgsfaktoren.....	36
4. Untersuchung des Finanzinformationsportale OnVista anhand der ausgewählten Erfolgsfaktoren	38
4.1. OnVista.....	38
4.1.1. OnVista als unabhängiges Finanzinformationsportal.....	38
4.1.2. Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette.....	40
4.1.3. Kostenpflichtige DFI bei OnVista.....	41
4.2. Analyse kritischer Erfolgsfaktoren für kostenpflichtige DFI	43
4.2.1. Nutzwert.....	43
4.2.1.1. Bestimmung der Bewertungskriterien.....	44
4.2.1.2. Bewertung des Erfolgsfaktors.....	48
4.2.2. Preisgestaltung.....	54
4.2.2.1. Bestimmung der Bewertungskriterien.....	54