

Daniel Garcia Dinis

Webbasierte Geschäftsmodelle für Musikdownloads im Internet und ihre Zukunftsfähigkeit

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 © 2008 GRIN Verlag
ISBN: 9783640187409

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/116861>

Daniel Garcia Dinis

Webbasierte Geschäftsmodelle für Musikdownloads im Internet und ihre Zukunftsfähigkeit

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

DIPLOMARBEIT

Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Schwerpunkt
Marketing

„Webbasierte Geschäftsmodelle für Musikdownloads im
Internet und ihre Zukunftsfähigkeit“

vorgelegt von

Daniel Garcia Dinis

10. Fachsemester

Fachhochschule Gelsenkirchen, Abteilung Bocholt

Bocholt, im August 2008

Webbasierte Geschäftsmodelle für Musikdownloads im Internet und ihre Zukunftsfähigkeit

Inhaltsverzeichnis	Seite
I Abbildungsverzeichnis	
II Abkürzungsverzeichnis	
1 Einführung	1
1.1 Motivation und Vorgehensweise	1
1.2 Allgemeine Fakten zur Musikindustrie	3
1.2.1 Begriff Musikindustrie	3
1.2.2 Zahlen der Musikindustrie	3
1.2.3 Die „Big Four“ und die „Indies“	4
2 Der Musikmarkt im Wandel der Zeit	5
2.1 Der traditionelle Musikmarkt	6
2.1.1 Die Musikanfänge	6
2.1.2 Die Entwicklungsgeschichte der Speichermedien	7
2.2 Der Weg zum Online-Musikmarkt	10
2.2.1 Geschichtlicher Kontext zum Internet	10
2.2.2 Die Anfänge der Musiktäuschbörsen	12
2.2.2.1 Client-Server-Modell und Peer-To-Peer-Modell	12
2.2.2.2 Das digitale Musikformat MP3	14
2.2.2.3 Die Geschichte von Napster	14
2.2.3 Musikpiraterie im Internet heute	17
2.2.4 Grundtypen von Geschäftsmodellen für Musik im Internet	19
2.2.4.1 Unentgeltliche B2C-Services (Quadrant I)	20
2.2.4.2 Kostenpflichtige B2C-Services (Quadrant II)	21
2.2.4.3 Die unentgeltlichen und kostenpflichtigen P2P-Services (Quadranten III und IV)	21
2.3 Zwischenfazit Kapitel 2	22

3	Die Marktteilnehmer und die veränderten Wertschöpfungen der Musikindustrie	23
3.1	Weitere Marktteilnehmer der Musikindustrie	23
3.2	Die Wertschöpfungskette der Musikindustrie	25
3.2.1	Die traditionelle Wertschöpfung in der Musikindustrie	26
3.2.2	Die Wertschöpfung nach der Digitalisierung	31
3.3	Gesamtergebnis des dritten Kapitels	35
4	Die Geschäftsmodelle Musicload und iTunes im Vergleich	36
4.1	Die Analyse von Musicload	37
4.1.1	Design und Bedienungsfreundlichkeit	37
4.1.2	Angebot und Preise	40
4.1.3	Services und Promotion	46
4.1.4	Gesamtergebnis von Musicload	49
4.2	Die Analyse von iTunes	51
4.2.1	Design und Bedienungsfreundlichkeit	51
4.2.2	Angebot und Preise	53
4.2.3	Services und Promotion	55
4.2.4	Gesamtergebnis von iTunes	56
4.3	Das Gesamturteil der beiden Geschäftsmodelle	58
5	Mögliche zukünftige Modelle	59
5.1	Flatrate-Geschäftsmodell	59
5.2	Internetfähige MP3-Player	60
5.3	„Musictube“	60
6	Fazit	61
7	Literatur- und Quellenverzeichnis	64