



Breitband-Content – Geschäftsmodelle mit Massenmarktpotenzial





Der entscheidende Vorteil von Breitband-Technologie ist schnell erklärt: Sie überträgt große Daten-

mengen mit hoher Geschwindigkeit. Ihre Relevanz für Unternehmen und Konsumenten ist allerdings weitaus komplexer. Denn Breitband-Technologie läutet einen Paradigmenwechsel ein, der das Medien-Nutzungsverhalten radikal verändert und damit ganz neue Anforderungen an Content und Geschäftsmodelle von Content-Anbietern stellt. Das Internet entwickelt sich vom Informationsmedium zur Plattform für Entertainment und Interaktion.

Jeder vierte Internet-Nutzer in Deutschland surft schon heute über einen schnellen Breitband-Zugang. Eine Ent-

Die detaillierte Analyse hat aber auch ergeben, dass erfolgskritische Faktoren in den einzelnen Märkten vergleichbar sind. Um Internet-Nutzer für kostenpflichtige Inhalte zu begeistern, müssen sowohl Musik-Labels als auch Filmanbieter, Medienunternehmen und Verlage interessante Angebote mit echtem Mehrwert zusammenstellen. Für sie ist außerdem wichtig, dass Regierungen und IT-Unternehmen Fragen zum Urheberrecht und digitalen Kopierschutz juristisch und technisch beantworten. Zu guter Letzt sollten sie sicherstellen, dass sie den richtigen Partner gewählt haben, um ihr Breitband-Angebot zu vermarkten. Denn sicher ist, dass die Möglichkeiten der Breitband-Technologie ihre Märkte erreichen und grundlegend neu gestalten.

➤ Breitband-Technologie – eine wichtige Chance für Content-Anbieter

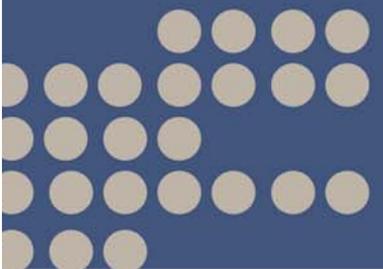
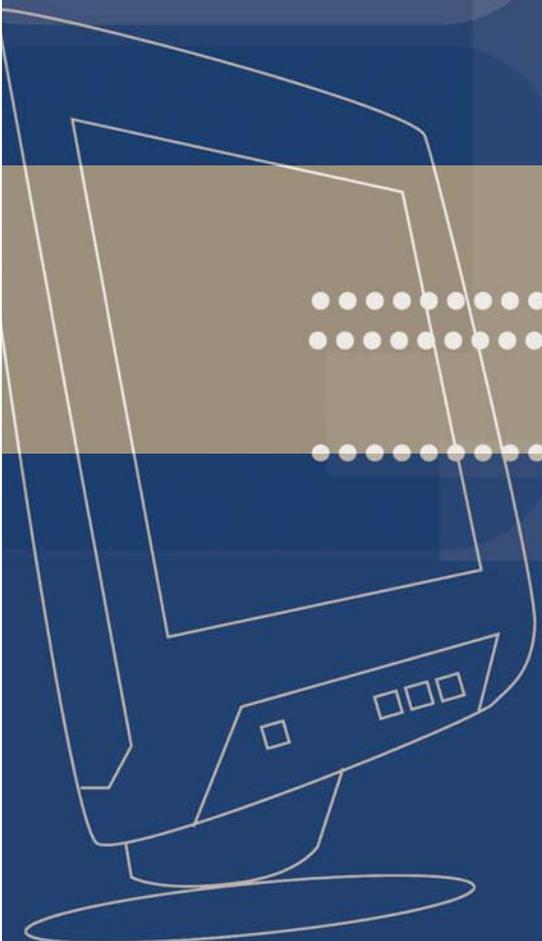
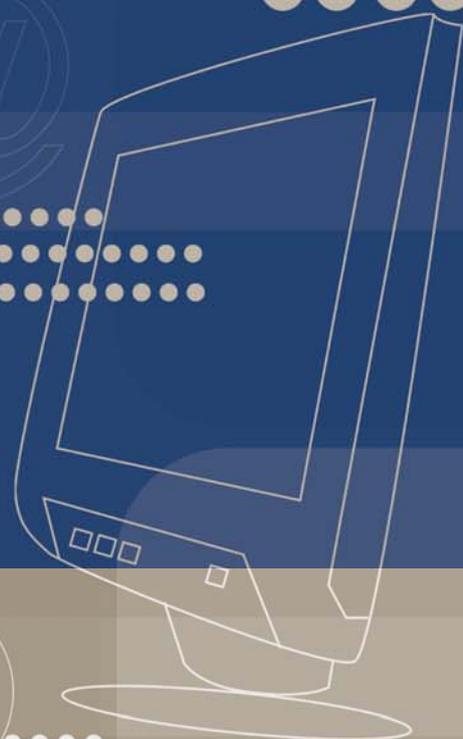
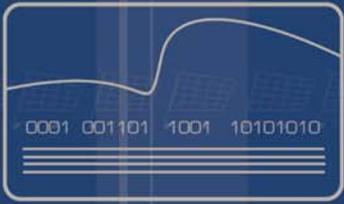
wicklung, die auch für die Content-Anbieter sehr wichtig wird. Führt sie doch zu einer stark steigenden Nachfrage nach neuen Musik-Downloads, spannenden Videos-on-Demand und interessanten interaktiven Online-Spielen. Unsere aktuelle Studie indes zeigt, dass die Anbieter dieser Inhalte bisher unterschiedlich darauf reagieren und die Märkte sehr unterschiedlich entwickelt sind. Während die Musikbranche jetzt erkennt, dass sie durch das Internet verloren geglaubte Umsätze möglicherweise zurückgewinnen kann, steht die Filmbranche gerade erst in den Startlöchern. Angebote wie E-Publishing und E-Learning befinden sich dagegen noch in der Entwicklungsphase.

Daher gilt für alle: Wer diesen Trend zu spät erkennt, verliert den Anschluss an den wichtigen Zukunftsmarkt Breitband-Content, der schon heute besteht.

Aber sehen Sie selbst ...

Burkhard Graßmann

Mitglied des Vorstands
T-Online International AG



www