

Erlösmodelle für Internet-basierte Medien^{*}

1. Einführung	5
2. Die multimediale Wertschöpfungskette	6
3. Die „Innovation-On-Top-of-Content“-These	12
4. Die „Nicht-Sichtbarkeits-Paradox“-These	13
5. Die „Content ist nicht mehr King“-These	15
6. Die „Hoheit-über-Endgeräte“-These.....	16
7. Ausblick	18

^{*} Überarbeitete Fassung eines Referates, das der Verfasser auf der vom Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln in Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Medien NRW veranstalteten Tagung „Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien“ am 17. November 2010 in Düsseldorf vorgetragen hat.