

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1 Einleitung	1
1.1 Motivation und Ausgangslage.....	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung	2
1.3 Eingrenzung	3
1.4 Lösungsweg und Aufbau - Forschungsdesign	5
1.5 Methoden der Arbeit	5
2 Technologische Grundlagen des elektronischen Papiers	7
2.1 Materialtechnologische Grundlagen und Charakteristika.....	8
2.1.1 Elektrophoretische Technologien.....	8
2.1.1.1 Elektronisches Papier von E Ink	9
2.1.1.2 Elektronisches Papier von Gyricon Media.....	14
2.1.1.3 Weitere Forschungsarbeiten.....	15
2.1.2 Elektrochrome Technologien	15
2.1.3 Electrowetting-Technologien	17
2.1.4 Konkurrierende Technologien.....	18
2.1.5 Entwicklung der Backplane	19
2.2 Zusammenfassung wesentlicher Materialcharakteristika.....	20
2.3 Anwendungspotential des elektronischen Papiers	20
2.3.1 Großflächige Displays.....	23
2.3.2 Kleinflächige Displays	23
2.3.3 Farbige und flexible Displays	24

3	Strategische Relevanz einer Elektronischen Zeitung	25
3.1	Die Zeitung	25
3.1.1	Der Presse- und Zeitungsbe­griff	27
3.1.1.1	Technischer Zeitungsbe­griff	29
3.1.1.2	Die Zeitung als Institution	29
3.1.1.3	Konstituierende Merkmale der Zeitung	30
3.1.1.3.1	Aktualität	30
3.1.1.3.2	Universalität	30
3.1.1.3.3	Publizität	31
3.1.1.3.4	Periodizität	31
3.1.2	Arten von Zeitungen	32
3.1.3	Geschichte der Zeitung	33
3.1.3.1	Beginn der Zeitungsgeschichte	34
3.1.3.2	Aufkommen der Tageszeitung	35
3.1.3.3	Weiterentwicklung zum Massenmedium	37
3.1.3.4	Entwicklung der Zeitungsgestaltung	40
3.1.4	Die öffentliche Aufgabe der Zeitung	41
3.1.5	Qualitätskriterien für Zeitungen	42
3.1.6	Glaubwürdigkeit der Zeitung	43
3.1.7	Stärken und Schwächen der Zeitung	44
3.1.7.1	Die Zeitung als Informationsträger	45
3.1.7.2	Die Zeitung als Werbeträger	45
3.1.7.3	Der Zeitungsverlag	45
3.1.8	Branchenanalyse	46
3.1.8.1	Das Rieplsche Gesetz	48
3.1.8.1.1	Der Lesermarkt	48
3.1.8.1.2	Der Werbemarkt	49
3.1.8.2	Trends auf dem Zeitungsmarkt	49
3.1.8.3	Leser-Blatt-Bindung bei Zeitungsverlagen	50

3.2	Die Internetzeitung.....	52
3.2.1	Begriffsabgrenzung.....	52
3.2.2	Eigenschaften der Internetzeitung.....	53
3.2.3	Vor- und Nachteile der Internetzeitung.....	54
3.2.4	Technische Medienkonvergenz und Elektronische Zeitung.....	55
3.3	Die Elektronische Zeitung.....	57
3.3.1	Funktionalität einer Elektronischen Zeitung.....	57
3.3.2	Nutzenpotential der Elektronischen Zeitung.....	59
3.4	Nutzungsverhalten der Rezipienten.....	61
3.4.1	Gebrauch der traditionellen Papierzeitung.....	61
3.4.2	Nutzenvergleich unterschiedlicher Zeitungsvarianten aus Rezipientensicht... 64	
3.4.2.1	Traditionelle Papierzeitung.....	64
3.4.2.2	Online-Ausgabe.....	67
3.4.2.3	Digitale Edition.....	70
3.5	Die Elektronische Zeitung als Lösungsweg.....	74
3.5.1	Leser für die Elektronische Zeitung.....	74
3.5.2	Funktionalitätsvergleich verschiedener Zeitungsvarianten unterwegs.....	77
3.5.3	Risiken und Chancen einer Elektronischen Zeitung.....	79
3.5.3.1	Risiken.....	79
3.5.3.2	Chancen.....	79
3.5.4	Aspekte der Einführung einer Elektronischen Zeitung.....	80
3.5.5	Die Elektronische Zeitung und das Push-Pull-Paradigma.....	83
3.5.5.1	Effektivitätsorientierte Paradigmen.....	84
3.5.5.1.1	Das Konzept des Markt- bzw. Nachfragesogs („market pull“)... ..	85
3.5.5.1.2	Das Konzept des Technologiedrucks („technology push“)... ..	88
4	Modifikation der Wertschöpfungskette eines Zeitungsverlags.....	93
4.1	Darstellung der derzeitigen Wertschöpfungsstrukturen.....	93
4.1.1	Inhaltegenerierung.....	96
4.1.2	Redaktion.....	97

4.1.2.1	Redaktionssysteme	97
4.1.2.2	Ziele des Einsatzes von Redaktionssystemen	97
4.1.2.3	Derzeitige Anforderungen an Redaktionssysteme	98
4.1.2.4	Anbieter von IT-Systemen für Zeitungsverlage	100
4.1.2.5	Funktionalität von Redaktionssystemen	101
4.1.2.6	Die Architektur von Redaktionssystemen	103
4.1.3	Komposition	104
4.1.4	Druck	106
4.2	Anpassung der Wertschöpfungsstrukturen bei elektronischen Medien, insbesondere der Elektronischen Zeitung	106
4.2.1	Personalisierung und Modularisierung von Inhalten und Werbung	107
4.2.2	Aktualisierbarkeit	108
4.2.3	Verknüpfung multimedialer Inhalte	109
4.2.4	Interaktive Elemente in der Nutzung	110
4.2.5	Funktionalitätsunabhängige Einflußfaktoren für die Verlagssysteme	110
4.3	Sonstige erfolgskritische Aspekte für eine Elektronische Zeitung	111
4.3.1	Schaffung von Standards	112
4.3.2	Beachtung der Richtlinien der IVW	113
5	Technische Distribution	115
5.1	Analyse derzeitiger Internetzeitungen	115
5.1.1	Rhein-Zeitung Online	115
5.1.2	Handelsblatt	116
5.1.3	Financial Times Deutschland	117
5.1.4	Newsstand	117
5.1.5	NewspaperDirect	118
5.1.6	Satellite Newspapers	119
5.1.7	Zwischenfazit	120
5.2	Datenübertragungskkanäle für die Inhalte der Elektronischen Zeitung	121
5.2.1	GSM, GSM+GPRS	122

5.2.2	UMTS.....	123
5.2.3	WLAN.....	124
5.2.4	WiMAX.....	125
5.2.5	DVB	126
5.2.6	Bluetooth.....	127
5.2.7	Dockingstation	129
5.2.8	Zwischenfazit	130
5.3	Point of Sale	134
5.3.1	Öffentlicher Raum.....	134
5.3.2	Private Umgebung.....	137
5.3.3	Intermediär	137
5.3.4	Zwischenergebnis.....	138
6	Betriebswirtschaftliches Distributionsmodell	141
6.1	Beteiligte im Distributionsmodell	142
6.1.1	Zeitungsverlage	142
6.1.2	Endgerätehersteller.....	143
6.1.3	Werbekunden	146
6.1.4	Softwareanbieter.....	146
6.1.5	Netzwerkbetreiber	147
6.2	Distribution im Abonnement-Segment	147
6.2.1	Fallstudie Mobilfunk.....	148
6.2.2	Anforderungen an ein Distributionsmodell für die Elektronische Zeitung....	150
6.2.3	Szenarioentwurf	152
6.2.3.1	Erlösstrukturen von Zeitungsverlagen	152
6.2.3.1.1	Erlöse auf dem Lesermarkt	154
6.2.3.1.2	Erlöse auf dem Werbemarkt.....	154
6.2.3.1.3	Erlöse auf dem Inholdemerkat	155
6.2.3.2	Die Erlösstruktur einer Tageszeitung.....	155
6.2.3.2.1	Vertriebs Erlöse	156

6.2.3.2.2	Werbeerlöse.....	157
6.2.3.2.3	Zusammenfassende Einschätzung zur Erlössituation	159
6.2.3.3	Kostenstrukturen von Zeitungsverlagen.....	160
6.2.3.3.1	Kosten der technischen Herstellung.....	160
6.2.3.3.2	Kosten der Redaktion.....	163
6.2.3.3.3	Kosten des Vertriebs	164
6.2.3.3.4	Kosten im Anzeigenbereich	167
6.2.3.3.5	Sonstige Kostenbereiche	168
6.2.3.4	Zusammenfassende Darstellung von Erlös- und Kostenseite	169
6.2.3.5	Quantifizierung der Kostenreduzierungspotentiale bei Einführung einer Elektronischen Zeitung	169
6.2.3.6	Realisierung eines Subventionsmodells	175
6.2.3.6.1	Szenario 1.....	176
6.2.3.6.2	Szenario 2.....	177
6.2.3.6.3	Szenario 3.....	178
6.3	Distribution im Einzelverkauf-Segment.....	178
6.3.1	Umsetzung.....	178
6.3.1.1	Aufbau von Kooperationen.....	178
6.3.1.2	Der Virtuelle Kiosk.....	180
7	Fazit.....	183
	Literaturverzeichnis.....	187

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-A: Technologie-Lebenszyklus	2
Abbildung 1-B: Aspekte der Einführung einer Elektronischen Zeitung	3
Abbildung 1-C: Gesamtgesellschaftlicher Bezugsrahmen	4
Abbildung 2-A: Frühe Designstudie einer Elektronischen Zeitung	7
Abbildung 2-B: Funktionsweise des elektronischen Papiers von E Ink	9
Abbildung 2-C: Ansteuerung der Bildpunkte über eine Aktiv-Matrix-Backplane	10
Abbildung 2-D: Vergleich der Displaystrukturen von passiven LCD-Displays und elektronischem Papier	11
Abbildung 2-E: Vergleich reflektierender Displaymedien bei einem Betrachtungswinkel von 0° und verschiedenen Lichteinfallwinkeln	12
Abbildung 2-F: Polymer Vision / Philips Prototyp PV-QML5	13
Abbildung 2-G: Sony LIBRIé eBook	14
Abbildung 2-H: Funktionsweise des elektronischen Papiers von Gyricon Media	15
Abbildung 2-I: Funktionsweise eines elektrochromen Displays	16
Abbildung 2-J: Demonstrator der Siemens AG für ein elektrochromes Display	17
Abbildung 2-K: Entwicklungsstufen des elektronischen Papiers	22
Abbildung 3-A: Dreiecksbeziehung werbefinanzierter Medien	26
Abbildung 3-B: Relevante Teilbereiche eines werbefinanzierten Zeitungsmarktes	27
Abbildung 3-C: Mediengattungen	27
Abbildung 3-D: Unterscheidungskriterien für Zeitungen	32
Abbildung 3-E: Qualitative Bewertung der Zeitungen	42
Abbildung 3-F: Glaubwürdigkeit der Medien	43
Abbildung 3-G: Begriffsabgrenzung Internetzeitung	53
Abbildung 3-H: Designstudie einer Elektronischen Zeitung	57
Abbildung 3-I: Designstudie einer Elektronischen Zeitung	59
Abbildung 3-J: Was in der Zeitung interessiert	61
Abbildung 3-K: Nutzung von Digitalen Editionen nach Tageszeiten	72
Abbildung 3-L: Nutzung einer traditionellen Papierzeitung nach Tageszeiten	73

Abbildung 3-M: MedienNutzerTypen	74
Abbildung 3-N: Markt- und technologieorientierte Formulierung von Innovationsfeldern	85
Abbildung 3-O: Innovationsfeldauswahl anhand des „Pull“-Paradigmas	86
Abbildung 3-P: Vorgehen anhand des „push“-Paradigmas	90
Abbildung 4-A: Die Wertkette nach Porter und deren Übertragung auf die Zeitung	94
Abbildung 4-B: Grobstruktur eines Verlagssystems.....	96
Abbildung 4-C: Basisfunktionen in Redaktionssystemen.....	101
Abbildung 4-D: Schematische Architektur eines Redaktionssystems und Erweiterung durch die Elektronische Zeitung.....	103
Abbildung 4-E: Produktionszyklus einer Tageszeitung.....	104
Abbildung 4-F: Produktionsablauf einer traditionellen Papierzeitung	105
Abbildung 5-A: PrintToScreen Document Display-Architektur	119
Abbildung 5-B: Beispiel für eine Dockingstation.....	129
Abbildung 6-A: Pressevertrieb in Deutschland.....	141
Abbildung 6-B: Technologieakzeptanz-Lebenszyklus	145
Abbildung 6-C: Erlösquellen für Zeitungsverlage	153
Abbildung 6-D: Durchschnittl. Erlösstruktur einer Abonnementzeitung in Deutschland	156
Abbildung 6-E: Anzeigen-Auflagen-Spirale.....	158
Abbildung 6-F: Durchschnittl. Kostenstruktur einer Abonnementzeitung in Deutschland ...	160
Abbildung 6-G: Durchschnittl. Struktur der Kosten der technischen Herstellung einer Abonnementzeitung	161
Abbildung 6-H: Kooperationsnetz einer Zeitung	179

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2-A: Vergleich reflektierender Displaymedien bei einem Betrachtungswinkel von 0° und einem Lichteinfallwinkel von 45°	11
Tabelle 2-B: Vergleich des Stromverbrauchs von Displaymedien	12
Tabelle 3-A: Unterscheidungsmerkmale für Tageszeitungen und Zeitschriften	28
Tabelle 3-B: Anzahl und Auflagenhöhe von Zeitungen 2004	33
Tabelle 3-C: Wichtigste Verlagsorte deutscher Zeitungen im 17. Jahrhundert	35
Tabelle 3-D: Die ältesten noch bestehenden Zeitungen in der Bundesrepublik Deutschland	36
Tabelle 3-E: Auflagen und Titelzahl von Zeitungen	39
Tabelle 3-F: Glaubwürdigkeit der Werbung in den Medien	44
Tabelle 3-G: Ausgaben und Auflagen nach Vertriebsformen	47
Tabelle 3-H: Lesefrequenz und Lesedauer	62
Tabelle 3-I: Vergleich verschiedener Zeitungsvarianten	78
Tabelle 5-A: Übersicht über die betrachteten Formate	120
Tabelle 5-B: Übertragungsgeschwindigkeit und Teilnehmergewindigkeit bei UMTS	123
Tabelle 5-C: Fazit Datenübertragungskanäle	131
Tabelle 5-D: Zwischenfazit Points of Sale	139
Tabelle 6-A: Auswirkungen der Einführung einer Elektronischen Zeitung auf Erlöse und Kosten eines Zeitungsverlages	169
Tabelle 6-B: Bezugspreisübersicht westdeutscher Abonnementzeitungen	170
Tabelle 6-C: Vertriebs Erlöse einer repräsentativen Abonnementzeitung	171
Tabelle 6-D: Erlösstruktur einer repräsentativen westdeutschen Abonnementzeitung	171
Tabelle 6-E: Ermittlung der Gesamtkosten einer repräsentativen Abonnementzeitung	172
Tabelle 6-F: Kostenstruktur einer repräsentativen Abonnementzeitung	172
Tabelle 6-G: Ermittlung des Einsparpotentials einer repräsentativen Abonnementzeitung ..	173
Tabelle 6-H: Herstellungskosten einer repräsentativen Abonnementzeitung	174