

Inhalt:

Lizenzvereinbarung.....	2
Copyrightvermerk.....	3
Vorwort von Prof. Dr. Peter Glotz.....	4
1. Executive Summary.....	7
2. Einleitung – <i>Paid Content</i> und <i>Paid Services</i>	9
3. Vorgehensweise und Methodik bei der Analyse.....	13
4. Definition und Klassifikation digitaler Inhalte und digitaler Services.....	16
4.1 Definitionen.....	16
4.2 Klassifikation.....	17
5. Marktanalyse <i>Paid Content</i> und <i>Paid Services</i> in Deutschland.....	23
5.1 Marktentwicklung.....	23
5.2 Marktkennzeichen.....	28
6. Analyse und Kennzeichen von Geschäftsmodellen für <i>Paid Content</i> und <i>Paid Services</i> in einzelnen Marktsegmenten.....	50
6.1 Arts & Media.....	52
6.2 Business.....	61
6.3 Computers.....	72
6.4 Games.....	83
6.5 Home.....	95
6.6 News.....	104
6.7 References.....	116
6.8 Society.....	126
6.9 Adult.....	135
6.10 Shopping.....	144
7. Zentrale Ergebnisse der Studie.....	156
8. <i>Paid Content</i> – <i>Paid Services</i> : Aktuelle Trends und Ausblick.....	159
Referenzen.....	162
Die Autoren.....	163
Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen.....	164
FIRSTGATE Internet AG.....	166