

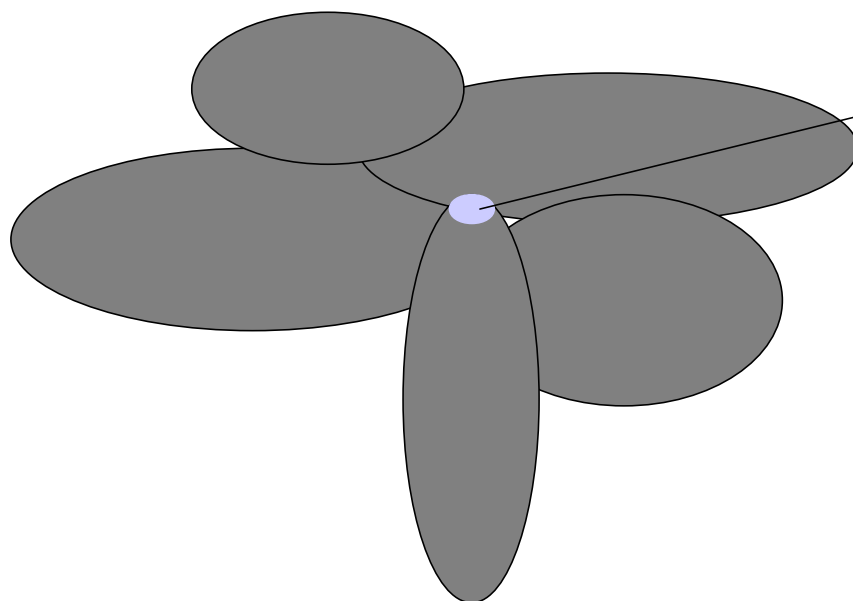


Erfolgsfaktoren digitaler Medienkonvergenz

Internet Summit Austria 2005

Robert Fahle
23. November 2005

Handy	PC	Car Audio	ipod
DSL-PC	MP3-Player Handy	STB	Notebook
UMTS-Notebook	CD	Memory stick	?



**Das konvergente
Medienprodukt ?**

KONVERGENZ

Fernsehen

Online

Teletext

Mobile

Broadband

iTV

Radio/Audio

Promotion

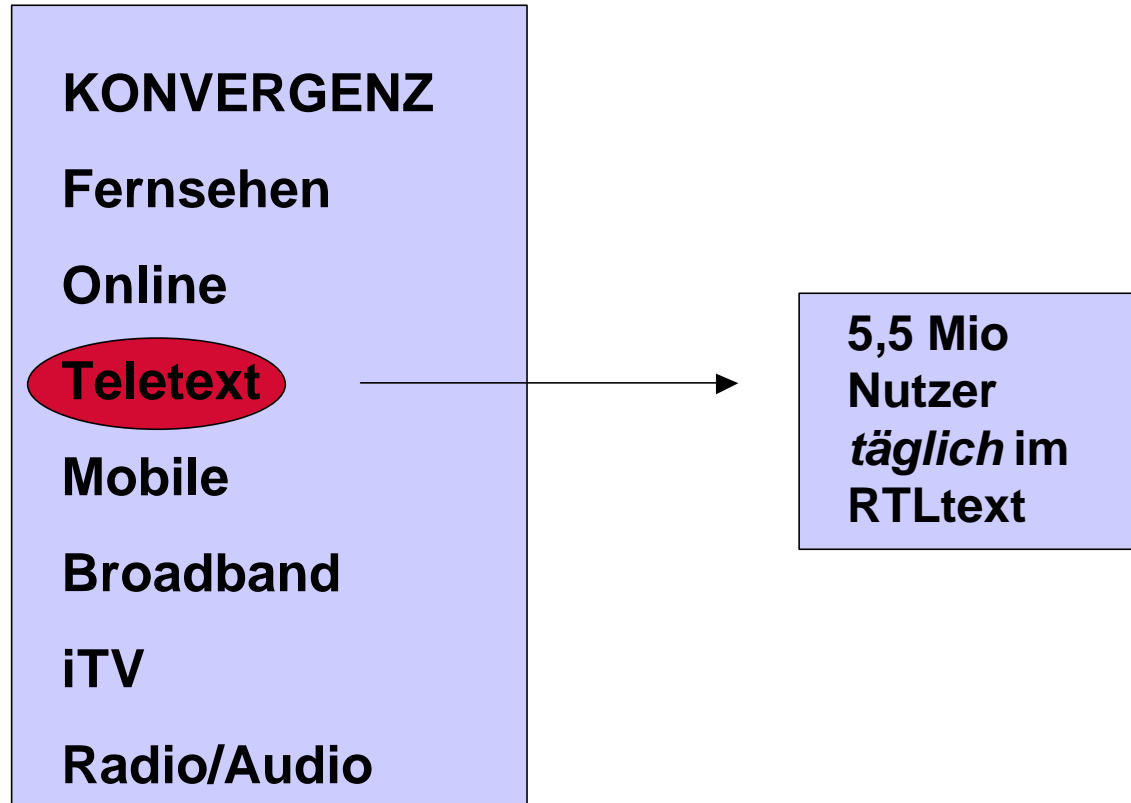
Usability

**Attraktivität
der Inhalte**

**RTL.de: 6,1 Mio
Unique User im
Monat**

**RTL.de/vip.de
wetter.de
sport.de
GZSZ.de:**

**423 Mio Page
Impressions im
Monat**



1

GZSZ TV-Serie
Traumpartner TV
TV-Quiz
Wer wird Millionär
DSDS-Show

+

1

als Mobile TV-Kanal
mit SMS/MMS-Fenster
mit Live-TV-SMS-Quiz
mit Java-Handy-Game
mit Teletext-Karaoke

=

MUTMACHER

44 min Web-Nutzung am Tag

50% Penetration Web vs 90 % TV

DSL: 9 von 35 Mio

25 Mio haben online gekauft

Online-Werbung:

- Jährlich 30 % plus

- Werbe-Anteil gerade mal 3 %

Triple-Play

als

Produkt:

Der

Konsument

entscheidet

Business-Modell

PAY

ABO

WERBUNG

FREE

Mobile TV

UMTS

DVB-H

DMB

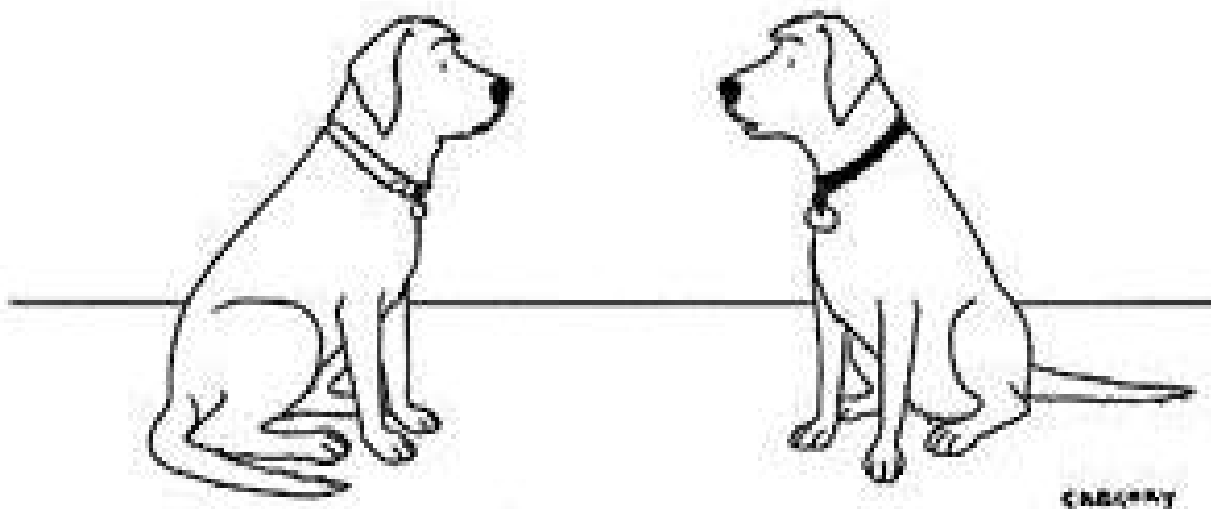
DSL-TV & WLAN

Jeden Tag
entstehen im
Internet geschätzte
30.000 neue **Blogs**
(Web-Tagebücher)

50 Millionen
Amerikaner haben
sich im 1. Quartal
2005 in Blogs
umgeschaut

Quelle: Newcom Score Study

© Cartoonbank.com



"I had my own blog for a while, but I decided to go back to just pointless, incessant barking."

*Published in The New Yorker
September 12, 2005
By Alex Gregory*

April 2005 :

**15 German
podcasts**

October 2005 :

**497 German
podcasts**

Quelle: ipodder.org

Am 12. Oktober
hat der Apple-
Media-Store
seinen WEB-
Pforten geöffnet:

Drei Wochen
später betrug die
Zahl der verkauf-
ten Videos:
1 Million
(je 1,99 US-Dollar)

Topseller:
TV-Serien & TV-
Trailer

Web 1.0 vs Web 2.0 ?

DoubleClick --> Google AdSense

Akamai --> BitTorrent

Britannica Online --> Wikipedia

personal websites --> blogging

page views --> cost per click

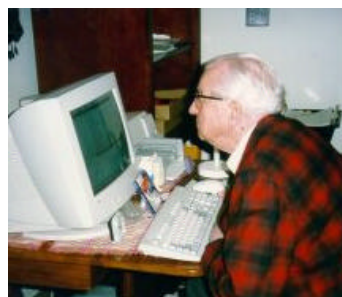
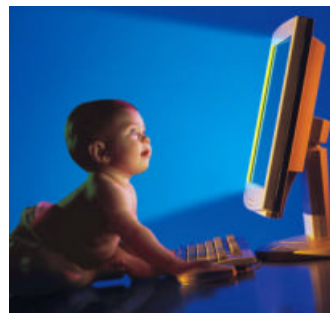
Publishing --> participation

content management systems --> wikipedias

Stickiness --> syndication

Quelle: O'Reilly Media, Inc. 2005

Ziehen 44 Prozent aller Jugendlichen das Internet dem TV vor? Oder nutzen sie beide Medien gleichzeitig?



Das größte absolute Wachstum der Zielgruppe selbst liegt in der Zielgruppe ab 65 Jahre – machenn wir morgen Senioren-Internet?

Joseph Weizenbaum

Wissenschaftler
am renommierten
US-Forschungs-
institut
Massachusetts
Institute of
Technology (MIT)



Robert Fahle

RTL Interactive

Mail: Robert.Fahle@rtl.de

Tel.: 0221-780-0