

## Inhalt

<b><u>Online-Geschäftsmodelle in der Diskussion</u></b>	3
Micropayments und Paid Content	3
Micropayment-Systeme als Rettung für Journalismus?	5
Online-Paymentsysteme	5
Problematik	6
Freiwillige Nutzerbeiträge und „Crowdfunding“	6
Unterstützung einzelner Medienunternehmen oder Angebote	7
Content-Unterstützungsfonds für eine Vielzahl an Websites	7
Digitale Lesegeräte als Plattform für Paid Content	9
Kindle besticht durch einfachen Zugang zu Content	9
Kindle-Zeitungen und Zeitschriften werden angenommen	10
Kindles Geschäft und das Geschäftspotenzial für Zeitschriften	11
Weitere digitale Lesegeräte	13
Der Markt für E-Readers kommt	14
Neue Wege zu Werbekunden	15
<b><u>B2B-Fallstudie FindLaw – Rechtsangebot mit diversifiziertem Geschäftsmodell</u></b>	16
Angebot für Juristen und Konsumenten	16
Geschäftsmodelle	17
Werbung und Lead Generation	17
Online-Verzeichnisse	17
Legal Connection Matching Service	18
Traditionelle Onlinewerbung: Displaywerbung, Textlinks, Jobbörse	18
Sponsored Content	19
E-Commerce und Bezahlangebote	19
Dienstleistungen – Marketingservices und Website Development	19