

2.5 Zusammenfassung Ertragsmodelle

Die virtuelle Ökonomie im Web generiert die Erträge aus virtuellen Geschäften. Die Gewinnmaximierung steht nicht überall im Vordergrund, denn ein großer Teil der Aktivitäten hat keine ökonomische Zielrichtung im klassischen Sinne. Das Web ist als **Verbindungsplattform** für Wissenschaftler auf einem militärisch motivierten Netzwerk entstanden. Ein großer Teil der Web-Aktivitäten wird ohne Gewinnstreben aufrechterhalten. Trotzdem müssen auch für diese Fälle Erträge erwirtschaftet werden, um anfallende Kosten zu decken.

Erträge sind Vergütungen, im Web-Business werden immer virtuelle Leistungen vergütet. Entweder sind es unmittelbar **virtuelle Güter**, wie digitale Downloads, Nutzungszeiten und Zugangsgebühren oder Vermittlungen physischer Güter, wie Aufträge, Bestellungen oder Buchungen. Die Vergütungen werden direkt an den Leistungserbringer oder den Betreiber einer Marketing- oder Vermittlungsplattform gezahlt. Je nachdem werden **direkte** und **indirekte Ertragsmodelle** unterschieden. Die Übergänge zwischen den beiden Formen sind fließend. Je größer die Plattformen sind, desto mehr Varianten werden in beiden Bereichen realisiert. Die etablierten Medienkanäle der Zeitschriften lassen einen Download von Beiträgen gegen direkte Vergütung zu und vermarkten die Besucherfrequenz gegen Klickgebühren. Ein Hersteller kann in seinem Webshop Aufträge für physische Produkte entgegennehmen und für seine Partner auf der Website werben, was zu indirekten Erträgen führt.

Die eigene Segmentierung der Zielgruppe wird in der Quintessenz monetarisiert. Die Verlinkung wird umso Ertrag bringender verwendet und zu einem entsprechend höheren Preis verkauft, je besser sie auf den Abnehmer eingestellt ist. Mit jeder Stufe, die der Interessent auf der Konversionspyramide des Abnehmers erreicht hat, erhöht der Anbieter den Wert seines Interessentenpotenzials.

Der Interessent bewegt sich zwischen dem Extrem des gänzlich unbekanntem Surfers und des konkreten Käufers. Am unteren Rand sind schlecht segmentierte Klicks eines beliebigen Verzeichnisses positioniert, die sich nur zu einem geringen Preis anbieten lassen, denn auf der Zielseite werden viele Besucher abspringen – sie finden den erwarteten Nutzen nicht. Ein **Broker** oder eine **Buchungsplattform**, die konkrete Geschäfte vermittelt, wird akquirierte Aufträge gegen eine hohe Provision verkaufen können, da der vermittelte Interessent praktisch auf der letzten Stufe der Konversionspyramide übergeben wird.

Broker vermitteln
konkrete Geschäfte