

Paid Services

Wechseln zu:[Navigation](#), [Suche](#)

Inhaltsverzeichnis

- 1 Definition
- 2 Merkmale für Paid Services
- 3 Anwendung
- 4 Beispiele für Paid Services
- 5 Abrechnungsarten
- 6 Quellen
 - 6.1 Bücher
 - 6.2 Links
- 7 Siehe auch

1 Definition

Mit Paid Services wird das kostenpflichtige Angebot und die kostenpflichtige Bereitsstellung digitaler Services in digitalen Medien bezeichnet.

2 Merkmale für Paid Services

Im Gegensatz zu [Paid Content](#) handelt es sich hier um Dienste die von einem Online-Anbieter angeboten werden. Die folgenden drei Merkmale dienen hier als Identifizierungsmerkmal.

Es handelt sich um Paid Services wenn folgendes erfüllt ist:

- eine Weitergabe des Dienstes an andere Benutzer ist nicht möglich (personalisierter Dienst)
- der Dienst nicht lagerfähig ist,
- der Service in Interaktion von Anbieter und Nachfrager geschieht.

3 Anwendung

In den meisten Fällen erfolgt der Verkauf von [digitalen Produkten](#) über [CM-Systeme](#). Die zweite Möglichkeit besteht darin sich die [digitale Produkte](#) über kostenpflichtige Kurzmitteilungen vom Anbieter auf das Mobilfunkgerät schicken zu lassen. Dies könnten zum Beispiel Klingeltöne, Bilder oder Handygames sein.

4 Beispiele für Paid Services

Digitale Services umfassen dabei Services wie Dating Services, SMS Services oder auch Online Spiel Services. Ein anderes Beispiel hierfür wäre die Nutzung des Ebay-Auktionsplattform. Der Verkäufer zahlt für das Anbieten seiner Produkte bei Ebay eine Angebotsgebühr. Die Angebotsseite wird von

Nutzer erstellt aber von Ebay veröffentlicht.

5 Abrechnungsarten

Pay-per-Use (Bezahlung bei Benutzung): Eignet sich für alles, was nicht oft gebraucht wird. Z. B. Testberichte und Beratung. Oder Themen aus Recht und Gehalt.

Abonnement: Eignet sich für Gaming und Erotik oder für Themen aus dem täglichen Leben oder des Lebensstils.

Pay-per-Time (Bezahlung nach Nutzungsdauer/Zeit): Wird gerne für SMS bzw. Chat verwendet. Allerdings ist diese Art der Abrechnung bei den Nutzern nicht sehr beliebt.

Generell gilt, mehrere Abrechnungsverfahren anzubieten bringt mehr Kunden, da User eher mal mal mehr Geld für die Pay-per-Use-Methode ausgeben, als sich per Abo auf längere Zeit zu binden.

6 Quellen

6.1 Bücher

[Florian Stahl, Fabian Siegel, Studie "Paid Content – Paid Services, Analyse des deutschen Marktes und der Erfolgsfaktoren von 280 Geschäftsmodellen", ISBN: 3835000454, November 2005](#)

6.2 Links

[Studie "Deutschland Online 2", November 2004](#)

[Studie Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V., "Paid Content - Der Markt für Online-Inhalte", Januar 2003](#)

7 Siehe auch

[Paid Content](#)

[Content-Management](#)

[Content-Management-System](#)

[E-Commerce](#)

Dieser Artikel ist [GlossarWiki-konform](#).

In diesem Artikel sollten die Quellenangaben überarbeitet werden.
Bitte die Regeln der [GlossarWiki-Quellenformatierung](#) beachten.

Kategorie:

[Content-Management](#)

Diese Seite wurde zuletzt am 18. Dezember 2006 um 15:30 Uhr bearbeitet.
Inhalt verfügbar unter [CC BY-SA 4.0](#).

