

Presseinformation

Noch kein Ende der Kostenlos-Kultur im Internet in Sicht

- **84 Prozent der Internetnutzer möchten nicht für Online-Artikel zahlen**
- **Zahlungsbereitschaft steigt mit Bildungsniveau stark an**
- **Kauf einzelner Artikel beliebter als Flatrate**

Berlin, 11. Oktober 2009

Nur 16 Prozent der deutschen Internetnutzer sind grundsätzlich bereit, für onlineveröffentlichte Artikel zu zahlen. Das hat der Webmonitor von BITKOM und Forsa ergeben. „Bislang gibt es kaum eine Zahlungsbereitschaft für Nachrichten, Berichte und Reportagen im Internet“, sagte BITKOM-Vizepräsident Achim Berg. „Die Anbieter sind gefordert, mit intelligenten Geschäftsmodellen dazu beizutragen, dass auch im Internet nach und nach eine Bezahl-Kultur heranwächst.“ Derzeit finanzieren sich die Nachrichtenportale im Internet vor allem über Werbung. In den vergangenen Jahren sind diese Einnahmen stark gestiegen. BITKOM erwartet, dass der Online-Werbemarkt dieses Jahr erstmals die Marke von 1,5 Milliarden Euro überschreiten wird. Berg: „Es sollte aber gelingen, auch im Internet durch den Verkauf einzelner Artikel, von Dossiers oder über Flatrates kostenpflichtige Angebote zu etablieren und damit gerade für den Qualitätsjournalismus ein zweites finanzielles Standbein aufzubauen.“

Hoffnungsvoll stimmt Berg, dass die Zahlungsbereitschaft unter den höher Gebildeten bereits heute recht gut entwickelt ist. Während unter den Bundesbürgern mit Hauptschulabschluss lediglich fünf Prozent bereit sind, für Artikel im Internet zu bezahlen, ist es jeder vierte mit Abitur (27 Prozent). Ebenfalls überdurchschnittlich aufgeschlossen sind die 18- bis 29-Jährigen. Fast jeder Fünfte (19 Prozent) dieser Altersgruppe würde für journalistisch aufbereitete Artikel im Internet zahlen. Berg: „Für viele Unter-30-Jährige ist das Zahlen von Kleinbeträgen im Internet absolut normal. Sie laden sich schon jetzt kostenpflichtige Musik oder Zusatzprogramme für Mobiltelefon, MP3-Player oder PC herunter.“

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
Tel.: +49.30.27576-0
Fax: +49.30.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Christian Hallerberg
Pressesprecher
Public Sector & Neue Märkte
Tel.: +49.30.27576-119
Fax: +49.30.27576-400
c.hallerberg@bitkom.org

Florian Koch
Bereichsleiter
Digitale Medien & E-Dienste
Tel.: +49.30.27576-249
Fax: +49.30.27576-400
f.koch@bitkom.org

Präsident
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
August-Wilhelm Scheer

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Noch kein Ende der Kostenlos-Kultur im Internet in Sicht

Seite 2

Entscheidend für die Attraktivität der Bezahl-Angebote sind angemessene Preise. Die Grenze liegt bei 1 Euro, wie der BITKOM-WebMonitor belegt: Bis zu 10 Cent pro Artikel würden 93 Prozent der grundsätzlich Zahlungsbereiten ausgeben, bis zu 1 Euro ist es immerhin noch mehr als jeder Zweite (56 Prozent). Bei höheren Preisen finden sich kaum noch Zahlungswillige.

Zeitungsverlage erzielen heute den Großteil ihrer Verkaufserlöse mit Abonnements. Dieses Geschäftsmodell lässt sich allerdings nicht ohne weiteres aus der realen Welt ins Internet übertragen, wie die Befragung zeigt. Jeder achte Internetnutzer (12 Prozent) akzeptiert den kostenpflichtigen Einzelabruf. Eine Journalismus-Flatrate, also das regelmäßige Überweisen einer monatlichen Pauschale, würden hingegen nur 4 Prozent nutzen wollen. Lediglich für eine sehr kleine Gruppe kommen beide Bezahlvarianten infrage.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.300 Unternehmen, davon 950 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software, IT-Services und Telekommunikationsdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungspolitische Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.