

# Content-Management-Systeme

Dipl.-Inform. Roman Jansen-Winkeln

Vorlesung 11: Geschäftsmodelle im Internet

# Inhalt und Organisation

# Brockhaus

Papier ist tot!  
Es lebe das Internet?

# 200 Jahre Brockhaus-Enzyklopädie



**1805:**

Friedrich Arnold Brockhaus gründet in Amsterdam die Verlagsbuchhandlung „Rohloff & Co.“

**1805:**

Friedrich Schiller stirbt

**1808:**

Auf der Leipziger Messe erwirbt Brockhaus das „Conversations-Lexicon“

1. Auflage 1796–1808: „Conversations-Lexicon“, 6 Bände und 2 Supplementbände

2. Auflage 1812–1819: „Conversations-Lexicon“, 10 Bände

Quelle: [www.brockhaus.de/files/jubilaeum\\_6.pdf](http://www.brockhaus.de/files/jubilaeum_6.pdf)

## FTD-SERIE Agenda

Die große Magazingeschichte zu aktuellen Ereignissen.

weitere Folgen:

Brockhaus-Wissen war Macht

Diese Serie als RSS-Feed abonnieren

40 Bewertungen



Agenda

## Dossier Brockhaus-Wissen war Macht

von Lutz Knappmann und Jennifer Lachman

Der gedruckte Brockhaus ist tot. Das traditionsreiche Nachschlagewerk soll künftig nur noch im Internet existieren. Doch dort lauern längst potente Konkurrenten.

Quelle: [www.ftd.de/technik/medien/internet/316389.html](http://www.ftd.de/technik/medien/internet/316389.html)

## Vorankündigung

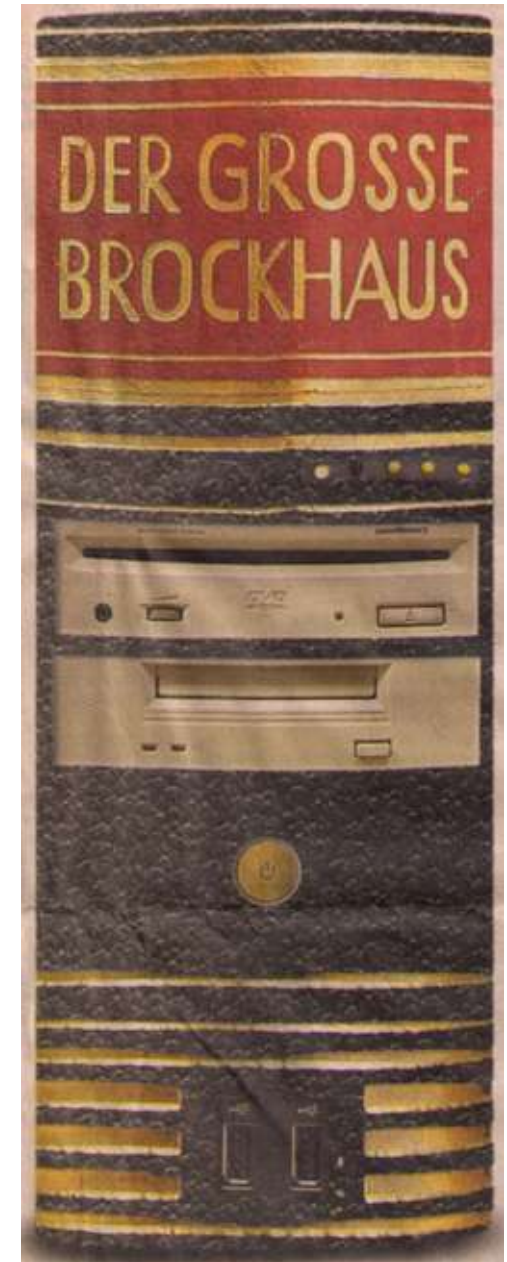
**Kostenloses Onlineportal startet im April**

Unter [www.brockhaus.de](http://www.brockhaus.de) wird zum 15.4.2008 ein umfangreiches kostenloses Lexikonportal online gehen. »Brockhaus online« liefert relevante und geprüfte Informationen aus allen Wissensgebieten und wird auch in der multimedialen Ausstattung neue Maßstäbe setzen. Das einzigartige Wissensangebot versteht sich als Wissensnavigator im Internet. Das Wissensportal bietet neben den erweiterten Inhalten der »Brockhaus Enzyklopädie« auch zahlreiche weitere Lexika und Inhalte des Verlags. Seien Sie gespannt!

Quelle: [www.brockhaus.de](http://www.brockhaus.de)



Quelle: Titelseite FTD 13.2.2008



# 200 Jahre Brockhaus-Enzyklopädie

- Bisheriges Geschäftsmodell

- 24.500 Seiten für ca. 2.500 EUR; 1,70m Lexikon,
- 21. Auflage 2006; Zielaufgabe 20.000 Flop
- Art-Edition 2007; Limitiert auf 999 zu 5.000 EUR Flop
- Bibliographisches Institut Mannheim; ca. 100 Mio EUR Umsatz p.a.
- Umsatzanteil Brockhaus und Duden: 60% auf 20%
- Erwartete Verluste: 4-5 Mio EUR p.a.

- Neues Geschäftsmodell

- Alle Inhalte kostenlos online
- Reine Finanzierung durch Werbung
- FTD sagt auf Titelseite: Zweifel am neuen Geschäftsmodell.  
„Brockhaus werde es schwer haben, eine für Werbende interessante Reichweite zu erzielen“

# Homo Oeconomicus

Was ist der Preis?

# Exkurs: Preis

- Was bestimmt den Preis?

# Exkurs: Preis

- Was bestimmt den Preis?
  - Die Bereitschaft des Kunden den Preis zu zahlen
  - Die Bereitschaft des Lieferanten für den Preis zu liefern

# Exkurs: Preis

- Was bestimmt den Preis?
  - Die Bereitschaft des Kunden den Preis zu zahlen
  - Die Bereitschaft des Lieferanten für den Preis zu liefern
- Die zentralen Fragen lauten:
  - Was ist einem Kunden das Produkt wert?
  - Kann der Lieferant es zu diesem Preis erstellen/beschaffen?

# Exkurs: Preis

- Beispiel Brockhaus:
  - Enzyklopädie ist Kunden keine 2.500 EUR wert
  - Wikipedia ist ein „kostenloses“ Komplementärangebot
  - Schlechtere Qualität von Wikipedia wird von Kunden akzeptiert
  - Lieber kostenloses Online-Angebot als kostenpflichtiges Angebot
  - Lieber kostenpflichtig Print als kostenpflichtig Internet
- Andere Verlagserfahrungen: Juris und Haufe
  - Premium-Inhalte sind Geld wert
  - Starke Nachfrage nach Online-Inhalten
  - Juristen: Am Liebsten Kombination aus Print und Internet.
  - Personaler: Lieber Internet als Print

# Wovon möchte Brockhaus leben?

Wie finanziert man im Internet?  
Was kostet das Internet?

# Einnahme-Quellen im Internet

- Inhalte verkaufen, Paid Content
  - Verlagsinhalte: Lexikon, Zeitung, Analysen, ...
  - Mediale Inhalte: Musik, Videos, Bilder
- Werbung
  - Werbeflächen bereitstellen und
  - Links zu Werbenden schalten
- Provision
  - Entgelt, wenn Links genutzt werden
  - Anteil, wenn Geschäfte vermittelt werden.

# Paid Content

- Sehr guter Einsatz für Content-Management-Systeme
- Online-Shop, der auch die Inhalte liefert
- Kern-Technologie
  - Web-Server für Content: HTML, PDF, Musik, Video, Bilder
  - Sichere Regelung für Benutzer-Zugriff
  - Bezahlung- und Freischaltfunktionen
- Wichtige Kompetenz
  - Lizenz- und Nutzungsrechte
  - Integration mit Abrechnungs- und Rechte-Systeme

# Paid Content

- Beispiel: Financial Times Deutschland
  - Trennung von Print- und Online-Redaktion
  - Zugriff auf Print-Content kostenpflichtig
  - Tageszugang: 2,20 für 10 Artikel innerhalb 24 Stunden
  - Dauerzugang: für Print-Abonnenten kostenlos
- Beispiel: Juris, Saarbrücken
  - Größte Juristische Online-Datenbank für Gesetze und Urteile
  - Buchverlag vor allem mit Sekundär-Literatur: Kommentare, Themen
  - Online-Abonnements für Themengebiete
  - JurisDAV = Rechtsprechung, Bundesgesetze und Literaturnachweise  
SingleUser 800 EUR p.a. + Einzelgebühren 1 EUR – 25 EUR.

# Paid Content

- Beispiel: musikload.de
  - Musik: ab 0,50 EUR; Ø 1-2 EUR;
  - Vorteil: Einzeltitel; sofort verfügbar
  - Klare Rechte:
    - Album: 12 Titel, 1:12:35 h
    - Qualität: 128 kbit/s
    - Rechte: unbegrenzt kopieren, 10 x brennen, unbegrenzt abspielen
- Analog iTunes
  - 0,99 EUR pro Song, 9,99 EUR pro Album
  - AAC-Kodierung 128 kBit/s, 256 kBit/s
  - Unbegrenzt brennen, unbegrenzt IPOD, mit/ohne DRM
- Nokia + Warner kommen 2008 mit Pauschalangeboten


# Werbung Technik

- Website stellt Werbeplatz zur Verfügung
  - Banner
    - In allen Websites
  - Keywords
    - Ursprünglich nur in Suchmaschinen und Katalogen
    - Mit Google auch in Content-Websites
- AdServer: WebServer für Werbe-Einblendungen
  - Werbeseite ruft AdServer auf und identifiziert sich
  - Optional wird gezielte Werbung abgerufen
  - AdServer wählt Werbeinhalt aus und stellt bereit
  - AdServer protokolliert Nutzung und Klicks
- CMS stellt Portlets für Werbung bereit

# Werbung Technik - Banner

- Bannertypen sind definiert:
  - Statische Banner (GIF)
  - Animierte Banner (GIF)
  - Rich-Media-Banner
  - Streaming-Banner
  
  - HTML-Banner
  - Nano-Site-Banner
  - Transactive-Banner
  
  - Pixel-Banner
- Powerlayer: Pop-Up-Banner, die sich über den Inhalt legen.

# Werbung Technik - Banner

- Banner = Grafik oder Animation mit Link zum Werbenden
- Bannergrößen sind normiert:
  - Rectangles and Pop-Ups
    - 300 × 250 Medium Rectangle, 250 × 250 Square Pop-Up,  
240 × 400 Vertical Rectangle, 336 × 280 Large Rectangle  
180 × 150 Rectangle, 400 × 400 Superstitial / Flying Layer / AdLayer
  - Banners and Buttons
    - 468 × 60 Full Banner, 234 × 60 Half Banner, 88 × 31 Micro Bar  
120 × 90 Button 1, 120 × 60 Button 2, 120 × 240 Vertical Banner  
125 × 125 Square Button, 728 × 90 Leaderboard / Superbanner / Supersize
  - Skyscrapers
    - 160 × 600 Wide Skyscraper, 120 × 600 Skyscraper, 300 × 600 Half Page Ad
  - Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) Normgrößen
    - 468 × 60, 234 × 60, 156 × 60, 130 × 80, 137 × 60, 80 × 80, 88 × 31
  - Weblogs mit Microbutton
    - 80 × 15 Pixel, z.B.  Geschäftsmodelle, Finanzierung

# Werbung Technik - Keywords

- 4-zeilige und 2-zeilige Textanzeigen
- deutlich als Anzeige markiert
- Anbieter: Google, Yahoo!, (MSN)

The screenshot shows a Google search interface with the search term 'Webvisitenkarte' entered. Below the search bar, there are options for search location: 'Das Web' (selected), 'Seiten auf Deutsch', and 'Seiten aus Deutschland'. The search results are displayed in a two-column layout. The left column contains several search results, including advertisements for STRATO Webvisitenkarte, 1GB E-Mail, and Webhosting, as well as organic results for 'Webvisitenkarte | Internetvisitenkarte' and 'STRATO AG - Domains - Produkte'. The right column contains advertisements for 'Webhosting und Domain', 'Hosting & Domain ab 1.69€', 'Homepage Baukasten', 'WebSpace mit Extra-Power', and 'Die erste Webseite'. The bottom right corner of the page features the watermark 'tzweiss.com'.

**Google** Webvisitenkarte  [Erweiterte Suche](#) [Einstellungen](#)  
Suche:  Das Web  Seiten auf Deutsch  Seiten aus Deutschland

**Web** Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 30.100 für **Webvisitenkarte**. (0,20 Sekunden)

**STRATO Webvisitenkarte** Anzeigen  
[www.strato.de/homepage](http://www.strato.de/homepage) Homepage-Pakete für 0€\* mtl. in der 1. Laufzeit sichern - Nur bis 29.02

**1GB E-Mail nur 0,55 €/M.**  
[www.df.eu](http://www.df.eu) POP3, Webmail, Spam-/Virenschutz, Autoresponder, Forwarder, uvm.

**Webspace ab 1.49 €**  
[www.yellowhost.de](http://www.yellowhost.de) eigene Domain, PHP und MySQL WebMail, bereits inklusive

**Webvisitenkarte | Internetvisitenkarte**  
Wir erstellen Ihnen eine repräsentative **Webvisitenkarte**, bzw. Internetvisitenkarte Ihrer Firma. Der preiswerte Einstieg ins Internet mit unserer ...  
[www.ewd-concept.de/webvisitenkarte-internetvisitenkarte.html](http://www.ewd-concept.de/webvisitenkarte-internetvisitenkarte.html) - 18k -  
[Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

**STRATO AG - Domains - Produkte**  
Lassen Sie mit den STRATO **WebVisitenkarten** Ihrer Kreativität freien Lauf. Dank vieler Top-Features gelangen Ihnen mühelos anspruchsvolle Designs.  
[www.strato.de/webhosting/domains/domains.html](http://www.strato.de/webhosting/domains/domains.html) - 42k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

**Ollis Web-Visitenkarte**  
Die persönliche Visitenkarte von Oliver Braun, Student, geboren am 18.06.1972 in Kreuztal, aufgewachsen in Niederkassel Rheidt Mondorf, wohnhaft in Berlin ...  
[www.oliver-braun.de/](http://www.oliver-braun.de/) - 7k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

**TAUTOLOGIX Webvisitenkarte**

Anzeigen

**Webhosting und Domain**  
5000 MB Webspace 100000 MB Traffic  
Confixx3 PHP, MySQL, 4,99 €/mtl.  
[Webhostingvergleich.de/Hosting](http://Webhostingvergleich.de/Hosting)

**Hosting & Domain ab 1.69€**  
inkl Domain, Traffic, PHP, CGI, Mysql, POP3, Confixx 3 Pro u.v.m.  
[Speicherhosting.com/HostingProvider](http://Speicherhosting.com/HostingProvider)

**Homepage Baukasten**  
Nur vier Schritte. 500 Vorlagen, inkl Domain & Speicherplatz: 2,99 €  
[www.chillydomains.de](http://www.chillydomains.de)

**WebSpace mit Extra-Power**  
Premium Webhosting inkl. Domain  
Homepage-Provider kostenlos testen!  
[Power-Netz.de](http://Power-Netz.de)

**Die erste Webseite**  
Mit allen Infos auf einer Website gelingt der Einstieg ins Internet  
[www.strich-sieben.de](http://www.strich-sieben.de)

tzweiss.com

# Werbung Technik – Banner + Keywords

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the website 'netzwelt.de'. The browser's address bar shows the URL 'http://www.netzwelt.de/divxvideo/index.html'. The website's navigation menu includes categories like 'Software', 'Computer', 'Drucker/Netzwerk', 'Handy/PDA', 'MP3', 'Video', 'Foto', 'Gaming', 'Internet', and 'Forum'. The 'Video' category is highlighted. Below the navigation, there are several advertisements for video-related services: 'Video Buster', 'Filme einfach ausleihen.', 'AVS Video Converter', and 'Dvd Player'. A search bar is visible with the text 'Sie sind hier: Home > Video - DVD-Player, Kurzfilme, DivX, XviD und Co.' and a search button. On the right side, there is a large advertisement for a PC with the text 'BESTANGEBOT! 100% Leistung ...im becom PC mit Intel® Core™2 Quad Prozessor!'. Below this, there is a section titled 'Wir stellen ein (m/w)' listing various job openings such as 'PR Manager', 'Redakteur', 'Volontär', and 'Praktikanten'. At the bottom, there is a section for 'Kurzfilme' featuring a red devil character. The browser's status bar at the bottom shows 'Fertig' and '23.703s 5/10'.

Video - DVD-Player, Kurzfilme, DivX, XviD und Co. - Mozilla Firefox

http://www.netzwelt.de/divxvideo/index.html

netzwelt

Kostenlosen Newsletter abonnieren  
Podcast/Podcast für iTunes  
News als RSS-Feed  
Netvibes-Universe

Software Computer Drucker/Netzwerk Handy/PDA MP3 **Video** Foto Gaming Internet Forum

Sie sind hier: Home > Video - DVD-Player, Kurzfilme, DivX, XviD und Co. Suche

**Video Buster**  
Filme für Alle! Online DVD-Verleih, Video on Demand und Videothek.  
www.VideoBuster.de

**Filme einfach ausleihen.**  
... und nie wieder Nachgebühren! DVD Verleih 14 Tage gratis\*  
www.glorimedia.de

**AVS Video Converter**  
Umwandeln, bearbeiten, DVD brennen avi dvd mpeg mp4 wmv 3gp mov divx  
www.avs4you.com/AVS-Video-Cc

**Dvd Player**  
Marken DVD Player und Rekorder. Online versandkostenfrei bestellen!  
www.bader.de

Google-Anzeigen

Weiterempfehlen Leserbrief

**Video - DVD-Player, Kurzfilme, DivX, XviD und Co.**

Im Netzwelt-Video-Bereich finden Sie aktuelle Neuigkeiten über das digitale Fernsehen (DVB), Internetfernsehen, die verschiedenen Video-Codexs und DVD-Hardware. Seit man DVDs und Videos auch per Online-Verleih oder Streaming-Service bequem nach Hause bestellen kann, wächst auch hierzulande das Interesse an der Kombination Film & Internet.

**VIDEODIENSTE** | Internetfernsehen | Video-on-Demand | Videothek

KANN VOD DEM NORMALEN FERNSEHEN DIE STIRN BIETEN?  
**Video-on-Demand-FAQ: Alle Fakten zum Online-Filmkauf**

Video on demand ist im Kommen: Statt DVDs in der Videothek auszuleihen oder im Laden zu kaufen, können Internetnutzer bei immer mehr Anbietern Spielfilme, Dokumentationen oder Serien einfach und bequem online abrufen. Um den Einstieg in die Online-Filmwelt zu erleichtern, beantwortet netzwelt die häufigsten Fragen zu Video on demand. [weiter >](#)

SO EINFACH WIE DER GANG ZUR VIDEOTHEK UM DIE ECKE  
**Online-Ausleihe: Apples iTunes-Videothek im Test**

**Wir stellen ein (m/w)**

- ▶ PR Manager (netzwelt und akuma)
- ▶ Redakteur Computer-Hardware (netzwelt)
- ▶ Redakteur Drucker/Netzwerk (netzwelt)
- ▶ Redakteur Fotografie (netzwelt)
- ▶ Volontär Audio/Video (netzwelt)
- ▶ Volontär Computer-Hardware (netzwelt)
- ▶ Content-Manager (akuma)
- ▶ Community-Manager (akuma)
- ▶ Praktikanten (netzwelt und akuma)

**Kurzfilme**

**BESTANGEBOT!**  
**100% Leistung**  
...im becom PC mit Intel® Core™2 Quad Prozessor!  
Besser bestellen bei

intel Core 2 Quad Quad-core. Unmatched.

atzweiss.com

Fertig 23.703s 5/10

# Vermietung von Werbeflächen

1. Auswertung Zugriffszahlen ==> Attraktivität
2. Auswahl der Werbeformen: Werbeplätze und -positionen
3. Preisfindung
4. Auswahl möglicher
  1. Online-Vermarkter (externe Vermarktung)
  2. Werbekunden (eigene Vermarktung)
5. Kontinuierlich Werbung akquirieren und verrechnen
6. Werbeschaltung
  1. AdServer des Online-Vermarkters blendet Werbung ein
  2. Eigener AdServer blendet Werbung ein

# Maßzahlen für Werbung

- PageImpressions, PIs,
  - Früher auch PageViews, Seitenabrufe
- Ad-Impression = Abrufe/Anzeige einer einzelnen Werbung
- Visits = Besuche
  - Besucher der Website, unabhängig von Verweildauer und Seitenaufrufen
- Hits = Anfragen
  - Abrufe von Seiten und Seitenteilen, z.B. Bildern, iframes, ...
- Conversion, Conversion-Tracking
  - Erfolgreiches führen von Surfern zu einem Zielpunkt (Aktion)
  - Startseite --> Verkauf, ... --> Adressformular, ... --> Download
  - Google-analytics definiert Conversions-Ziele, verfolgt sie und wertet Benutzerverhalten aus.

# Abrechnungsmodelle

- Tausender-Kontakt-Preis, TKP, Cost per Mille, CPM, 1.000 Einblendungen, 1.000 Ad-Impression
  - Werbender zahlt, wenn Werbung angezeigt wird
  - Einnahmen:
    - Layers: 5 EUR pro 1.000 Einblendungen
    - Banner: 0,05 - 1,00 EUR pro 1.000 Einblendungen
- AdClick, AdView, Pay/Cost-per-Click, PPC, CPC
  - Werbender zahlt, wenn Surfer auf Werbung klickt
  - Einnahmen:
    - 0,05 – 0,75 EUR pro Klick,
    - Durchschnitt 0,08 – 0,10 EUR pro Klick

# Abrechnungsmodelle

- Pay per Sale, Cost per Order, PPS, CPO
  - Werbender zahlt, wenn ein Verkauf zustande kommt.
  - Einnahmen:
    - Absolute oder relative Abrechnung, Mixed-Modelle
    - United Domains: 3 EUR pro Domain
    - CPASE zahlt pro Web-Master Fixum + 5% vom Umsatz
- Pay per Lead, Cost per Lead, PPL, CPL,
  - Vergleichbar CPO mit frei vereinbarten Zielen bzw. Conversions
  - Conversions: Kundenadresse, Angebotsanfrage, Download, ...
  - Typischerweise beim Affilinet-Marketing
- Pay per Time, Cost per Time
  - Werbender mietet Werbefläche für eine feste Zeitdauer
- Verhältnis: Website-Einnahmen / Werbendekosten = 50%-70%

# Vermietung von Werbeflächen – Web 1.0

- Typischer Web-1.0-Ansatz:
  - Lohnt sich nur bei hochfrequentierten Websites
  - Punkt-zu-Punkt-Verträge sind aufwändig
- Selber vermarkten oder Externen Vermarkter engagieren
  - Externer Vermarkter ab 1.000.000 Pis
  - Einnahmen deutlich höher, TKPs:
    - Vollbanner: Automotive 15–40 EUR, Business/Finance 30–60 EUR  
News/Culture 8–20 EUR, Sports 10–20 EUR, Technology 20–60 EUR
    - Button: 5-26 EUR, Textlink: 20-60 EUR, Newsletter: 25-50 EUR  
PopUp: 40-120 EUR, Skyscraper: 50-120 EUR, Interstitial: 70-140 EUR

# Vermietung von Werbeflächen – 2.0

- Typischer Web-2.0-Ansatz:
  - Erschließe „The Long Tail“
  - Automatisiere Zuordnung von Tausenden Werbenden und Websites
- Google: AdWords und AdSense

# Mieten von Werbeflächen – AdWords

- Werbende:
  - Reservieren sich Keywords, z.B. „Druckautomatisierung“, „Bremscheiben“, „Webvisitenkarte“
  - Schalten 4-zeilige Textwerbung
  - Bieten einen maximalen CPC oder CPM: 0,01 – 5,00 EUR  
z.B. Druckautomatisierung: 0,01 EUR, Bremscheiben: 1,00 EUR
  - Legen Tages- und Monats-Limits fest
- Google:
  - Blendet bei Suche nach Keyword die Anzeige (rechts) ein
  - Maximal 9 Anzeigen pro Seite
  - Auktions-Sortierung nach PPC/CPM-Angeboten
  - Werbender zahlt minimal nötigen Preis
- Abwicklung 100% automatisch

# Mieten von Werbeflächen – AdWords

- AdWords-Werbung erscheint je nach Suchbegriff

- Bei Google-Suchen
- In anderen Suchmaschinen



- AdWords-Werbung erscheint je nach Seiteninhalt

- In großen Google-Partnersites
- In „The Long Tail“  
Kleine Websites mit „AdSense“



- Analyse des Seiteninhalts durch Google-Suchmaschine
- Reichweite laut Google: 80% des „aktiven“ Internets

# Vermieten von Werbeflächen – AdSense

- Website mit Werbefläche
  - Bindet Aufruf zu Google-AdSense ein
  - Stellt Inhalt bereit
  - Filtert Anzeigen, z.B. von Konkurrenten, heraus
  - Nutzt „Alternative Anzeigen“, wenn nichts zum Inhalt passt
- Google
  - Analysiert den Inhalt der WebSite
  - Sucht passende AdWords-Anzeigen
  - Verrechnet CPC- oder CPM- Anteil an WebSite-Betreiber.
  - Auszahlung ab 100 Dollar

# Vermieten von Werbeflächen – AdSense

- Informationen zur Selbstvermarktung:
  - <http://www.gutestun.org>:  
Informationen zu sehr vielen Vermarktungs-Programmen
  - <http://adwords.google.de>, <http://www.google.de/adsense>:  
Informationen vom Marktführer
  - [http://searchmarketing.yahoo.com/de\\_DE/](http://searchmarketing.yahoo.com/de_DE/):  
Bietet Alternative für Werbende

# Werbefinanzierter Brockhaus

Geschäftsmodell des neuen Brockhaus

# Geschäftsmodell Neuer Brockhaus

- Wie könnte ein Businessplan für Brockhaus aussehen
- Einnahmeziel
  - Laut FTD sollten in 2 Jahren 20.000 Exemplare zu 2.500 EUR plus 1.000 Exemplare zu 5.000 EUR verkauft werden.
  - = 55.000.000 EUR in 2 Jahren
  - = rund 2.000.000 EUR pro Monat
  - = rund 75.000 EUR pro Tag
- Einnahme(Klicks)
  - $Einnahmen = \text{Klicks} * \text{TKP} / 1.000 + \text{Klicks} * \text{Klickrate} * \text{CPC}$
  - 5 EUR TKP: 15.000.000 Klicks/Tag; 750.000 Klicks/Std.
  - 50 EUR TKP: 1.500.000 Klicks/Tag; 75.000 Klicks/Std.
  - 50 EUR TKP + 1% Klickrate 1 EUR CPC:  
1.250.000 Klicks/Tag 62.500 Klicks/Std.

# Rückblick

Was haben Sie gelernt?

# Rückblick – Behandelte Themen

- Definition und Übersicht CMS
- CMS Zope/Plone
  - Benutzung / TTW-Customizing / Templates / Programmierung
  - CMS-interne Suche / Internationalisierung / AJAX
- Betrieb von CMS
  - HTTP / ZEO /Load-Balancing / Caching / Live-Staging
- Suchmaschinen
  - Arbeitsweise / SEO / Barrierefreiheit
- Web 2.0 – Social Software
- Finanzierung von Websites