

Analyse der WEB.DE AG



WEB.DE AG



WEB.DE

WEB.DE – Portal der Zukunft?

Firmengeschichte

Produkte und Kunden

Marktposition

Konkurrenz

Börsensituation

Wirtschaftliche Entwicklung

Resümee

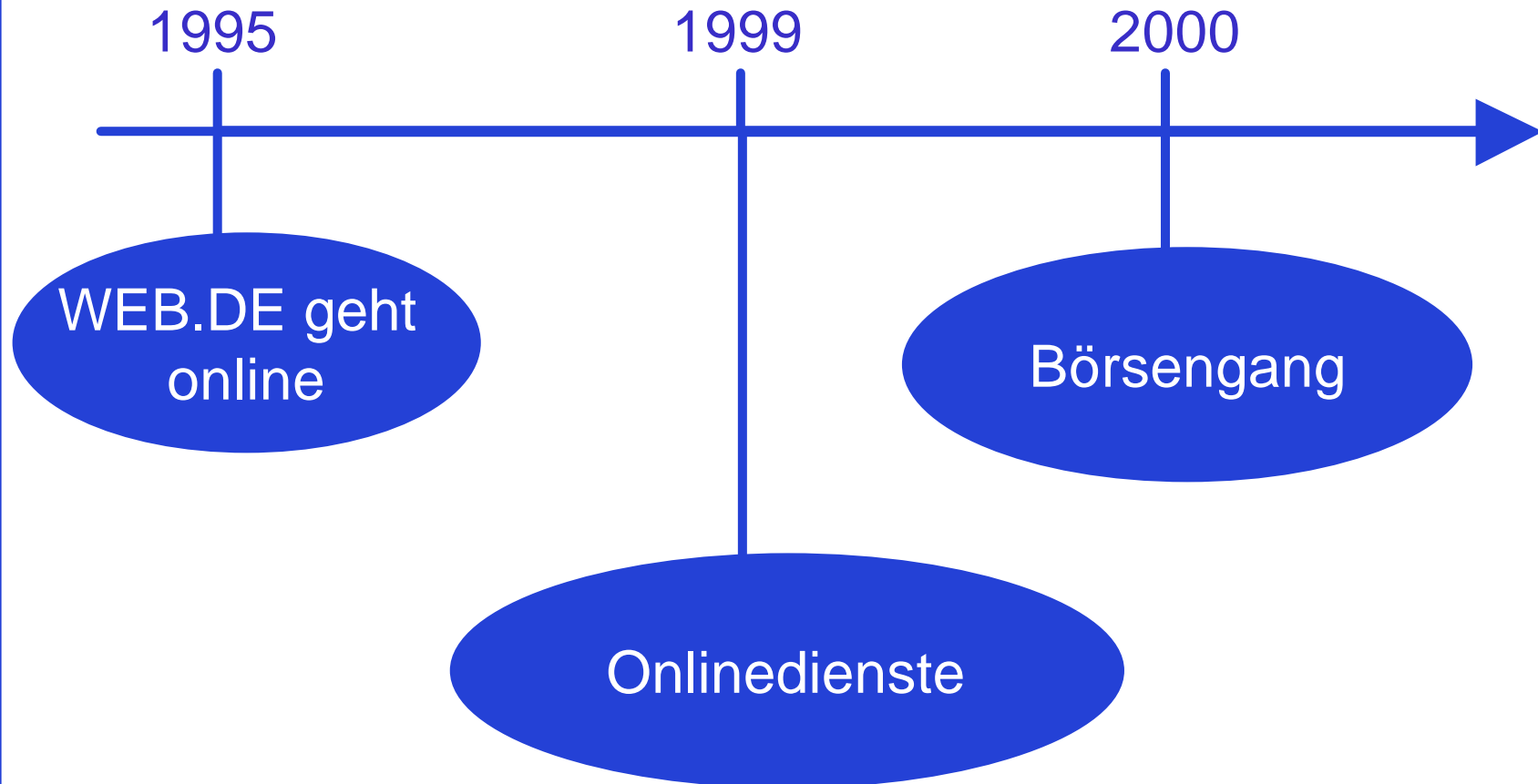
?????

WEB.DE

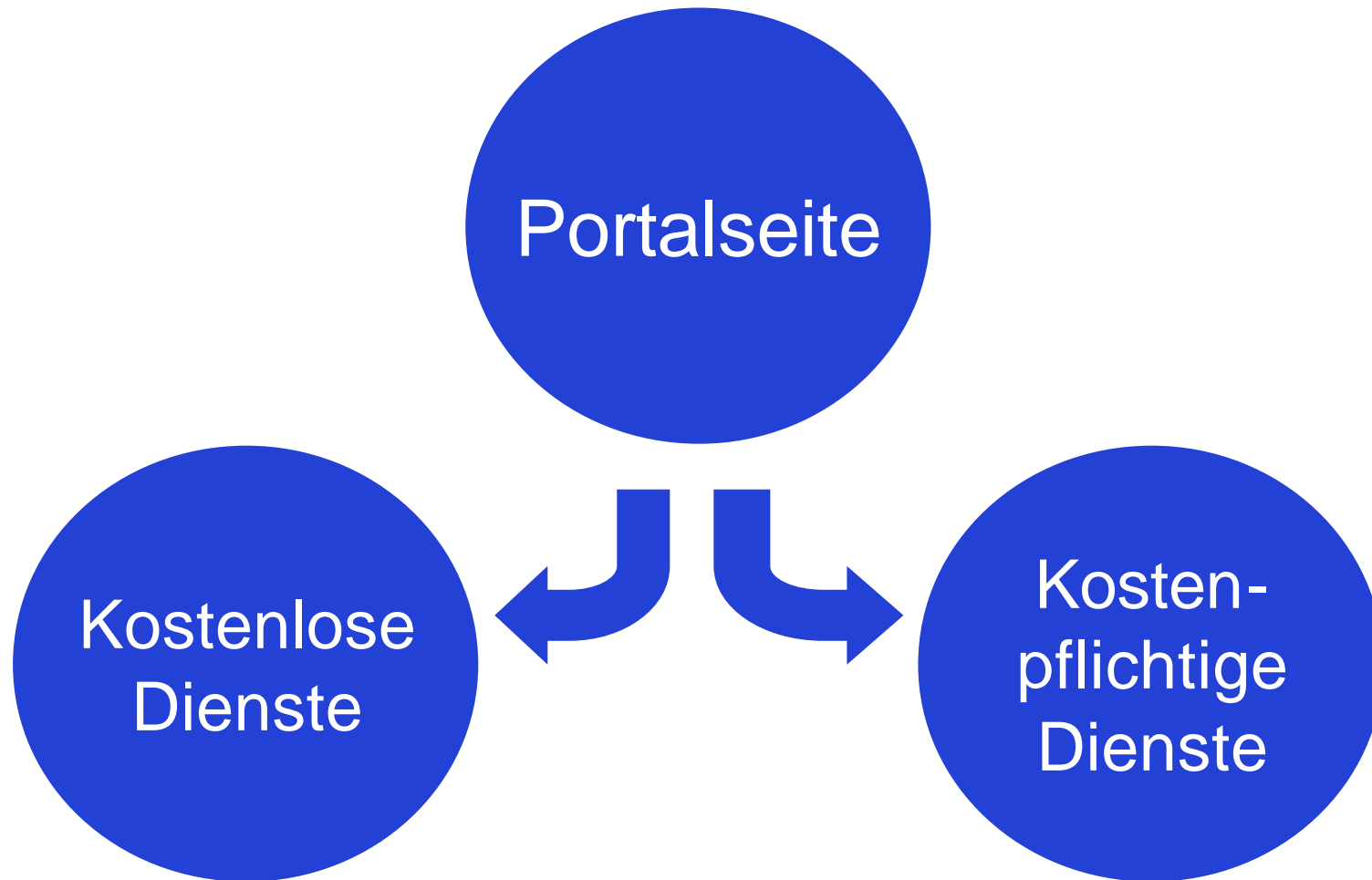
—

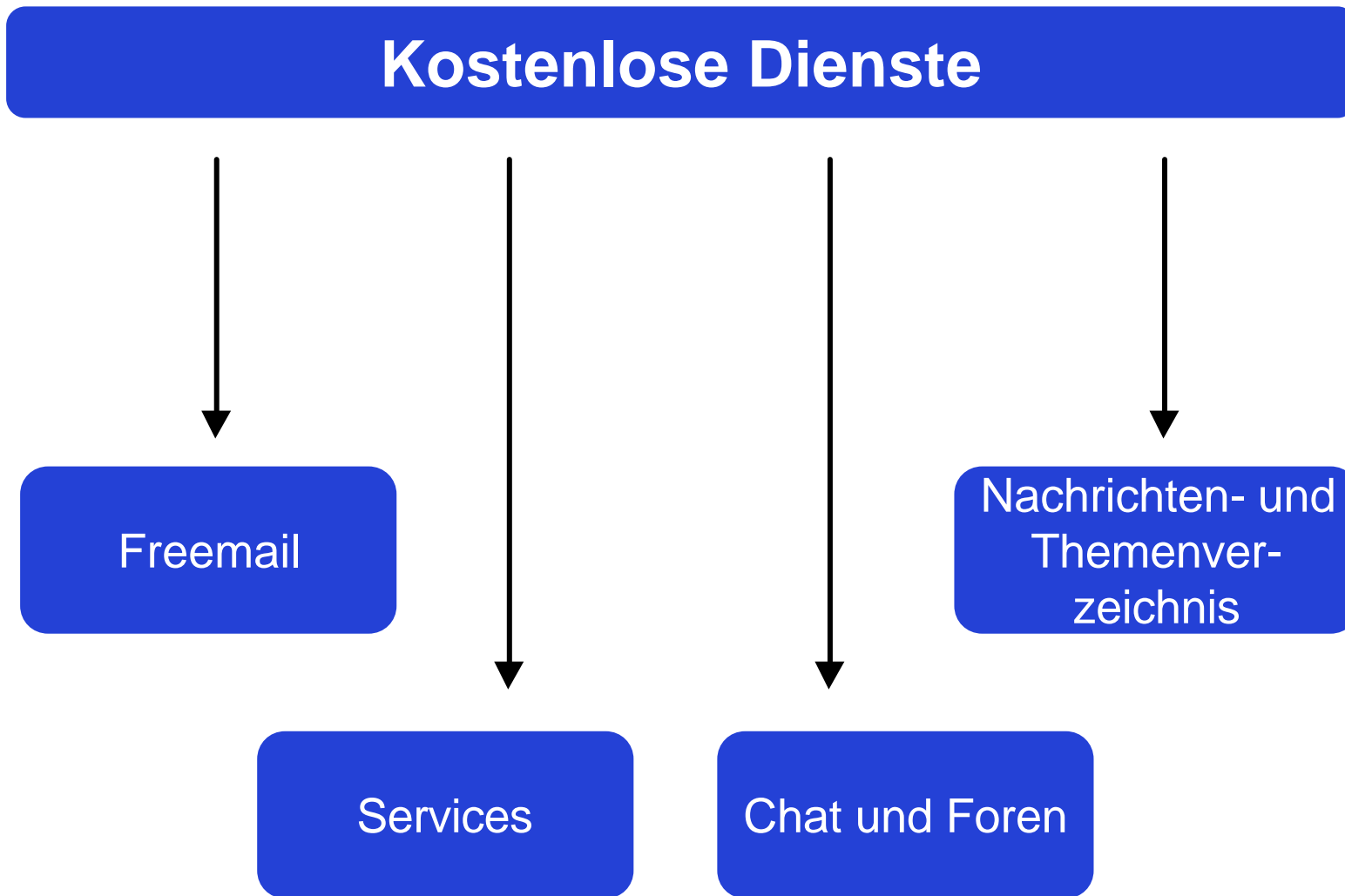
Portal der Zukunft?

Firmengeschichte

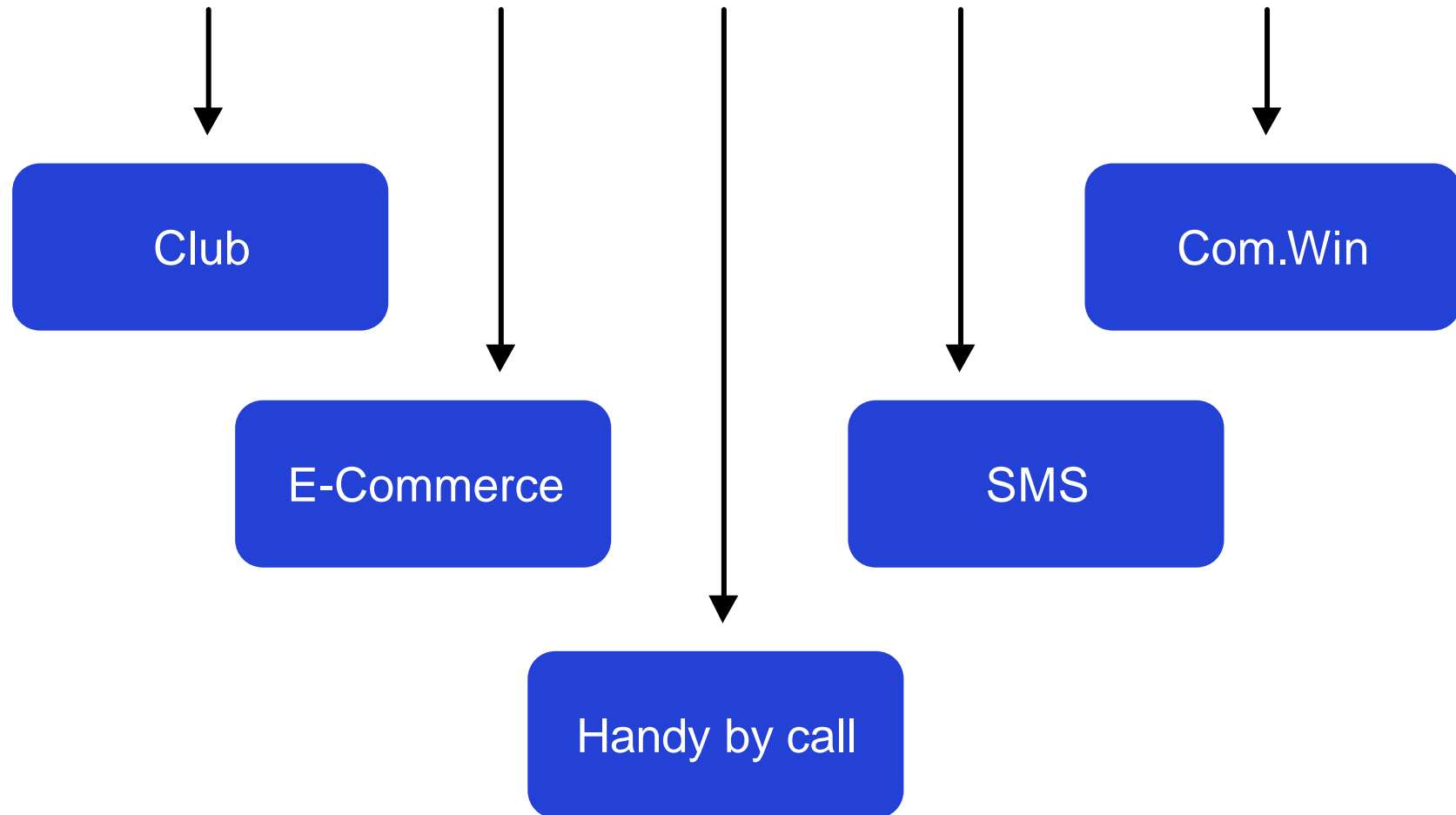


Produkte





Kostenpflichtige Dienste



Produkte: Com.Win

Versuch, zahlungswillige
Kunden an sich zu binden

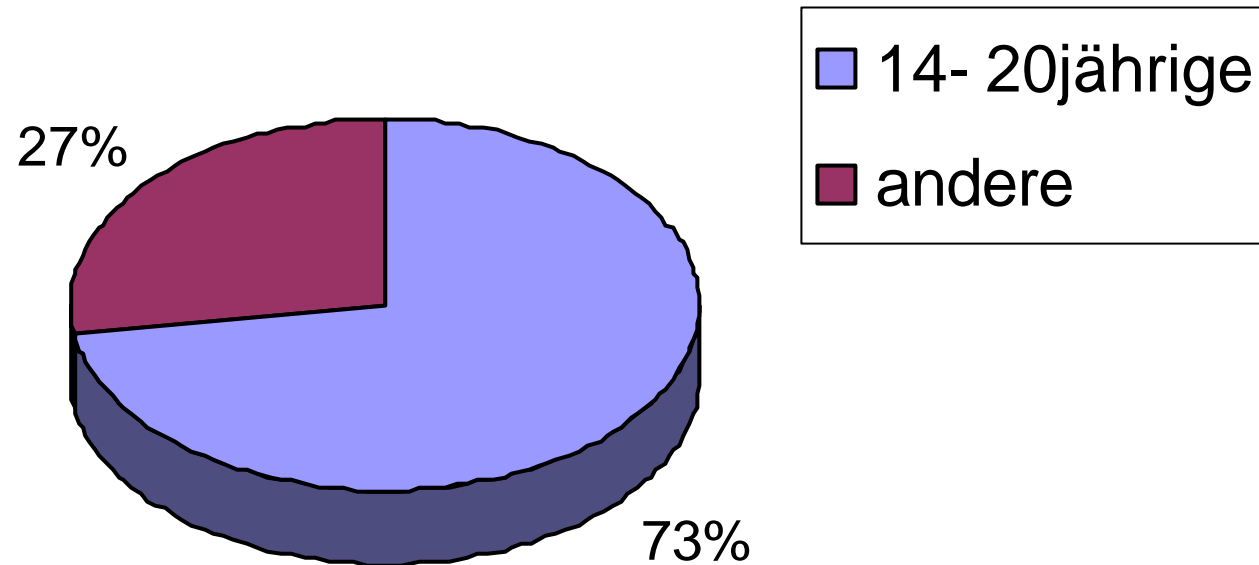
Vorsprung vor Mitbewerbern
bei Kommunikation

Keine zugrunde liegende
technische Innovation



? Fraglich, ob Kunden
Produkt annehmen werden

Typischer WEB.DE-Kunde¹



- Sowohl männlich als auch weiblich
- Ist mit WEB.DE zufrieden

¹Quelle: Eigene Umfrage

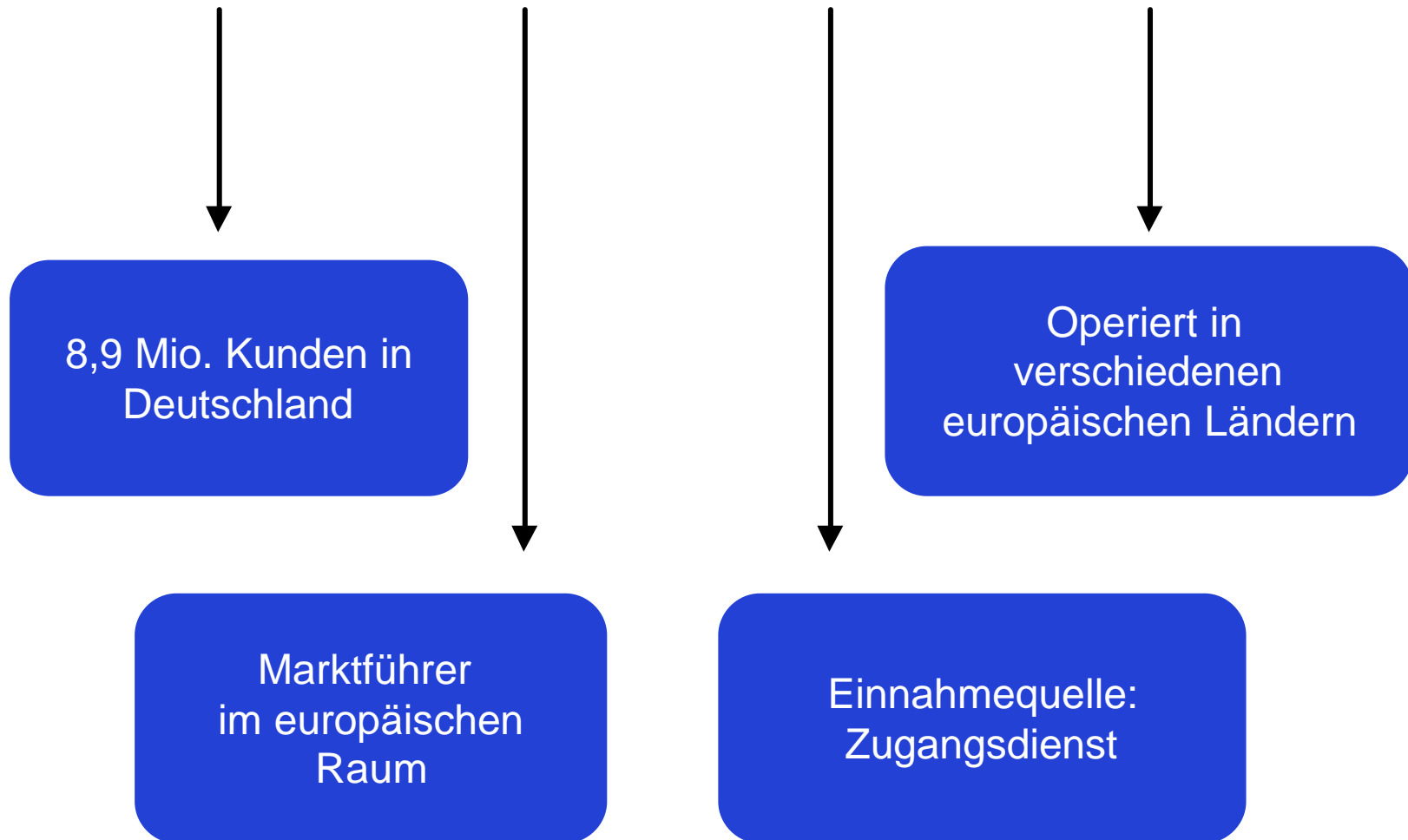
Marktposition



größtes konzern- und
providerunabhängiges
Unternehmen in
Deutschland

zweitgrößtes Internet-
portal in Deutschland

Konkurrenz: T- Online



Charakteristika

T-Online

- dominiert das Zugangsgeschäft
- Neue Zugangstechnologien
- nutzt Vertriebsapparat von T-COM, T-Mobile und T-Systems
- ? stärkt Vertrauen der Nutzer
- ? Qualitätsimage
- ? Kostenvorteile im Marketing

WEB.DE

- bietet keinen Zugangsdienst an
- provider- und konzern-unabhängig
- müssen eigene Vertriebsstruktur aufbauen
- ?? großer Teil des Budgets wird in Marketing investiert

Konkurrenz: GMX

13 Mio. Mitglieder-
Accounts

Operiert in
verschiedenen
europäischen Ländern

100-prozentige Tochter
der United
Internet AG

Einnahmequellen aus:
a) Werbung
b) E- Commerce
c) kostenpflichtige Dienste

Vergleich GMX - WEB.DE

GMX



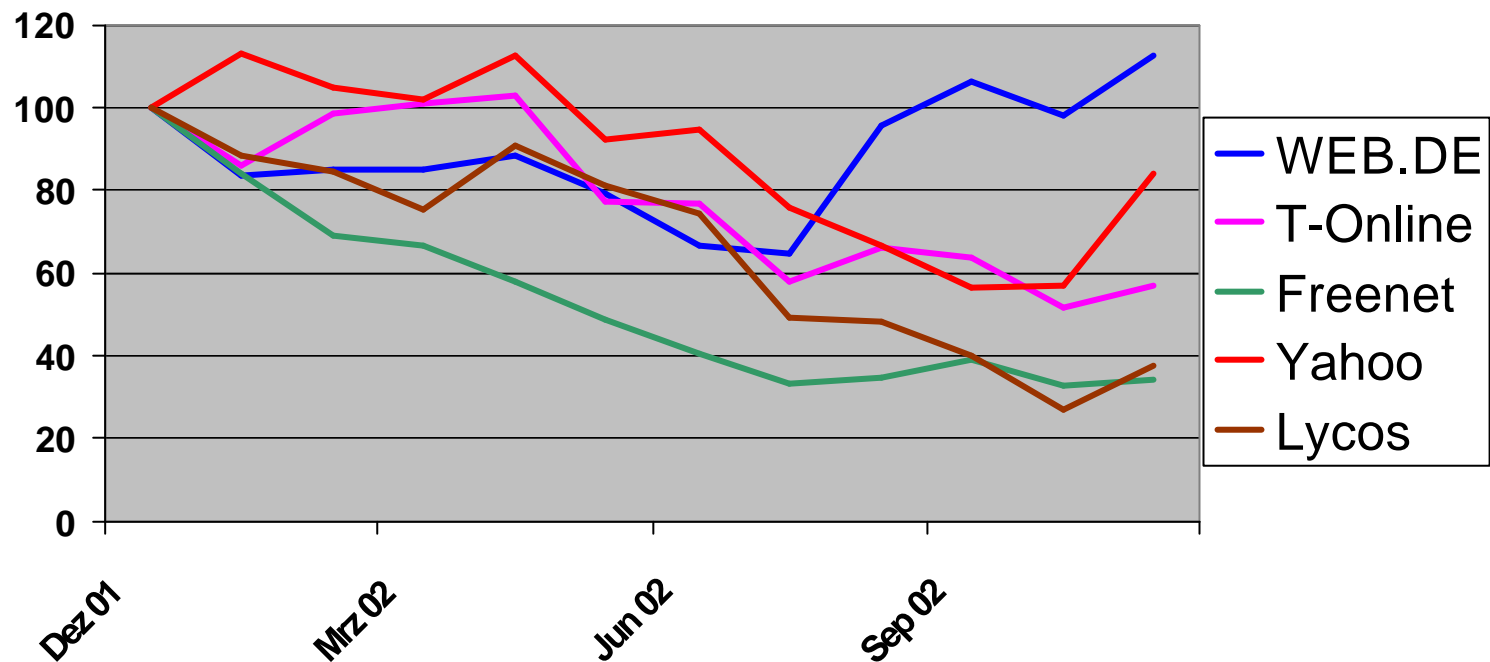
WEB.DE

- 13 Mio. Mitgliederaccounts
(mehrfache Registrierung möglich)
- Clubkonzept
 - ? teilweise bessere Konditionen
als WEB.DE
- Technologieschwächen

- 12 Mio. Mitgliederaccounts
(namentliche Registrierung)
- Clubkonzept
 - ? vielfältigeres Angebot als
GMX
- gut entwickelte Technologie

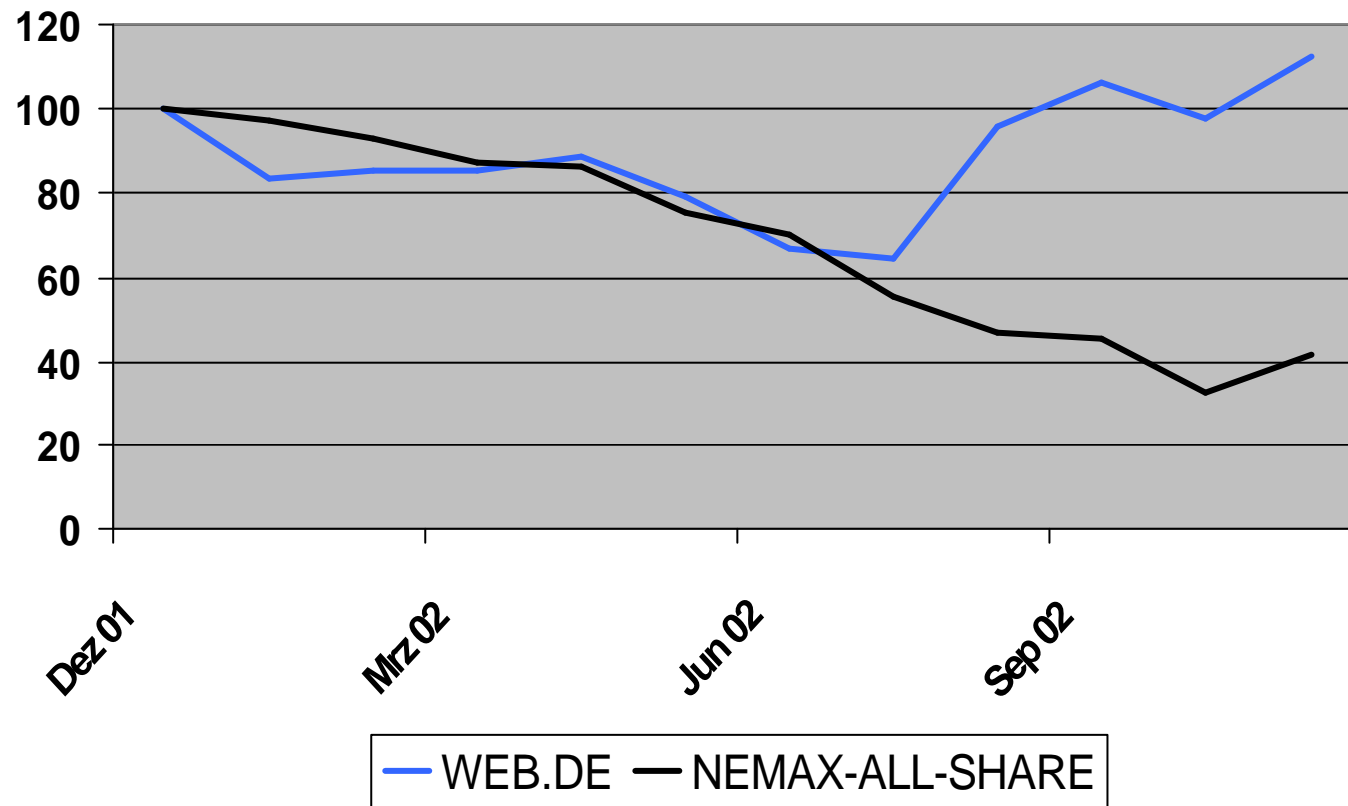
Entwicklung Aktienkurs – Vgl. Konkurrenz

prozentualer Verlauf

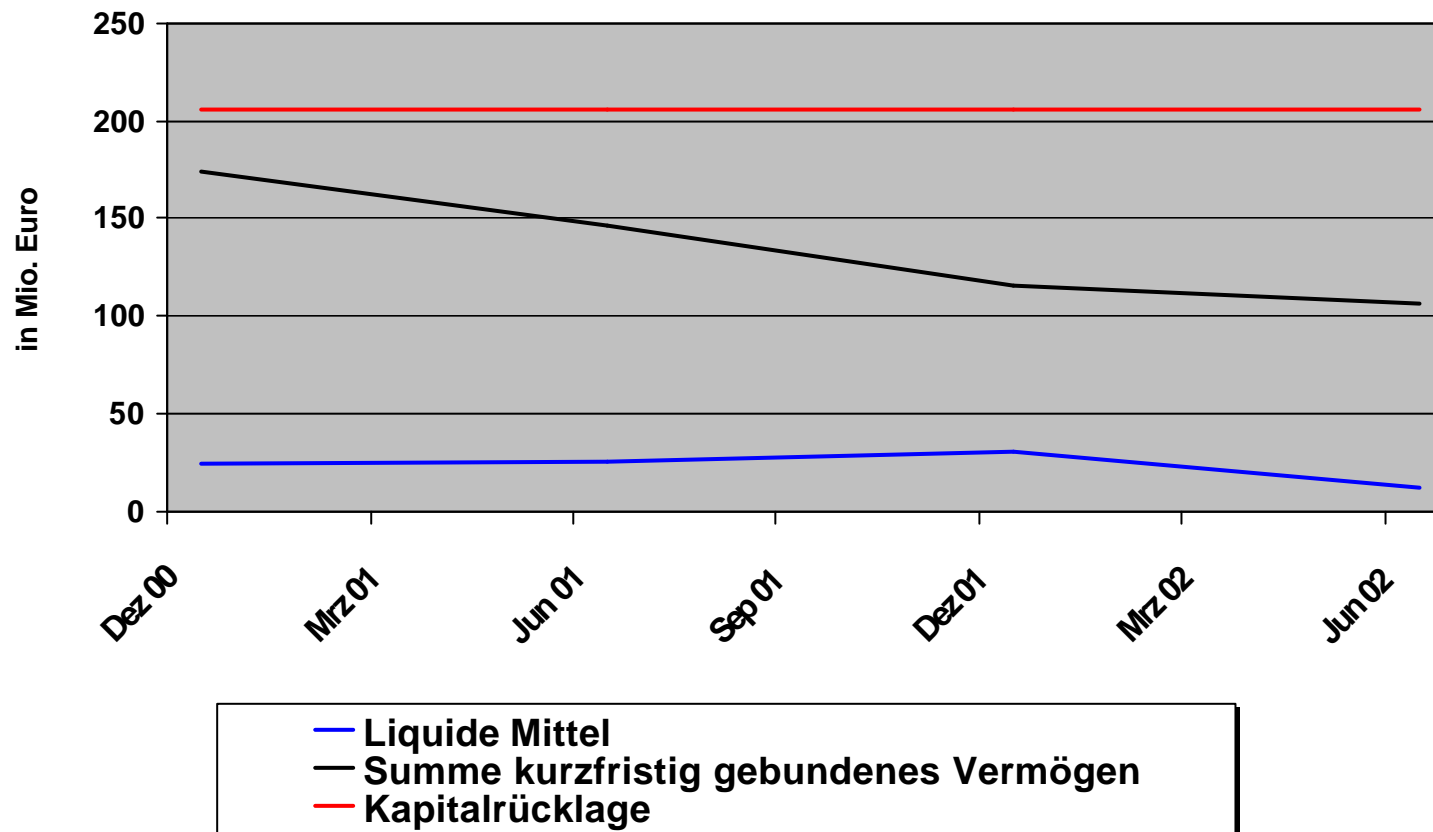


Entwicklung Aktienkurs - Vgl. NEMAX

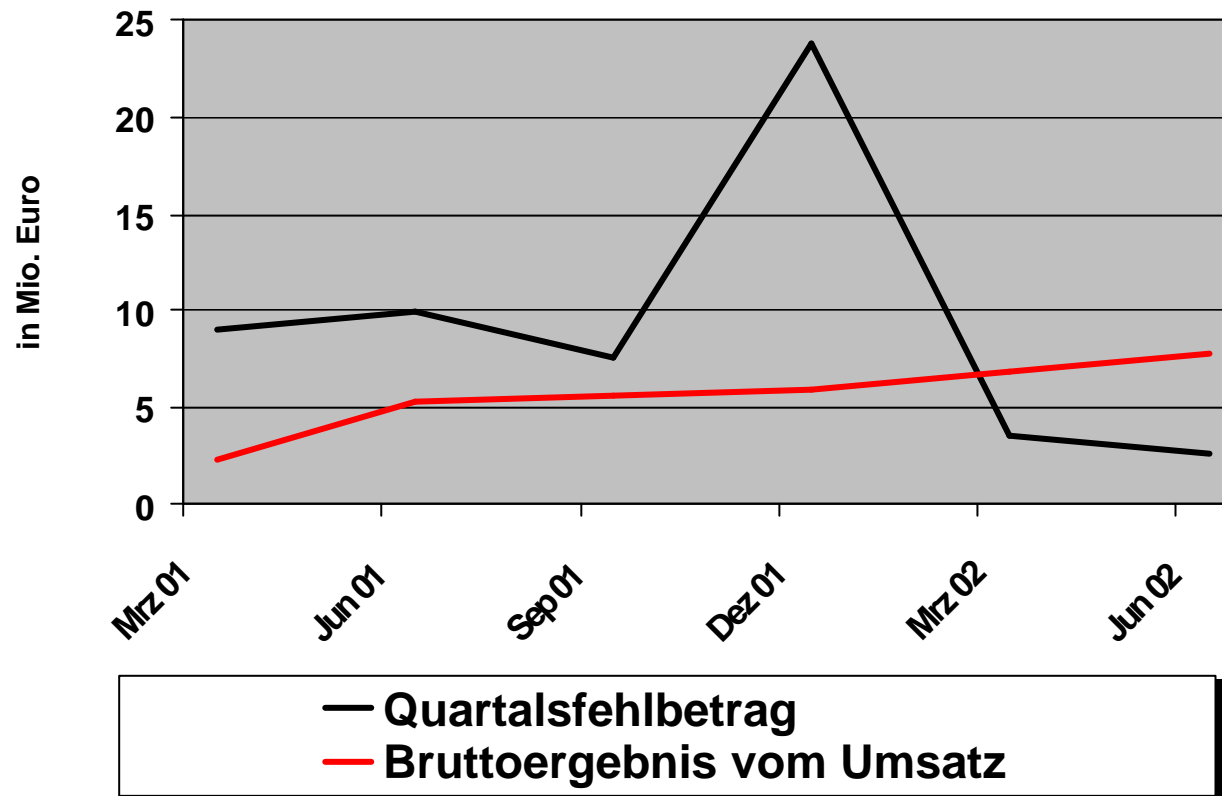
prozentualer Verlauf



Vorhandene Mittel



Gewinn- und Umsatzentwicklung



Prognose

WEB.DE



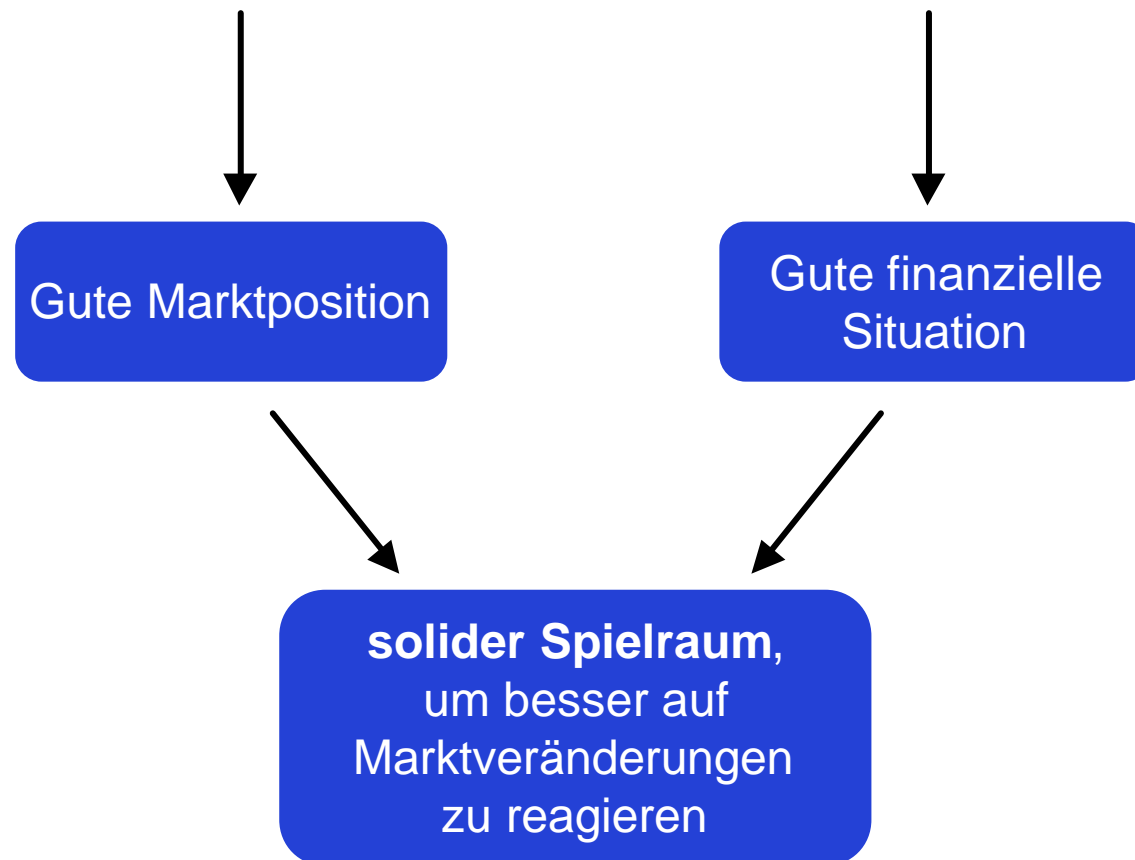
Break-Even:
Viertes Quartal 2002

Real Case



Break-Even:
Erstes Quartal 2003

WEB.DE – Portal der Zukunft?

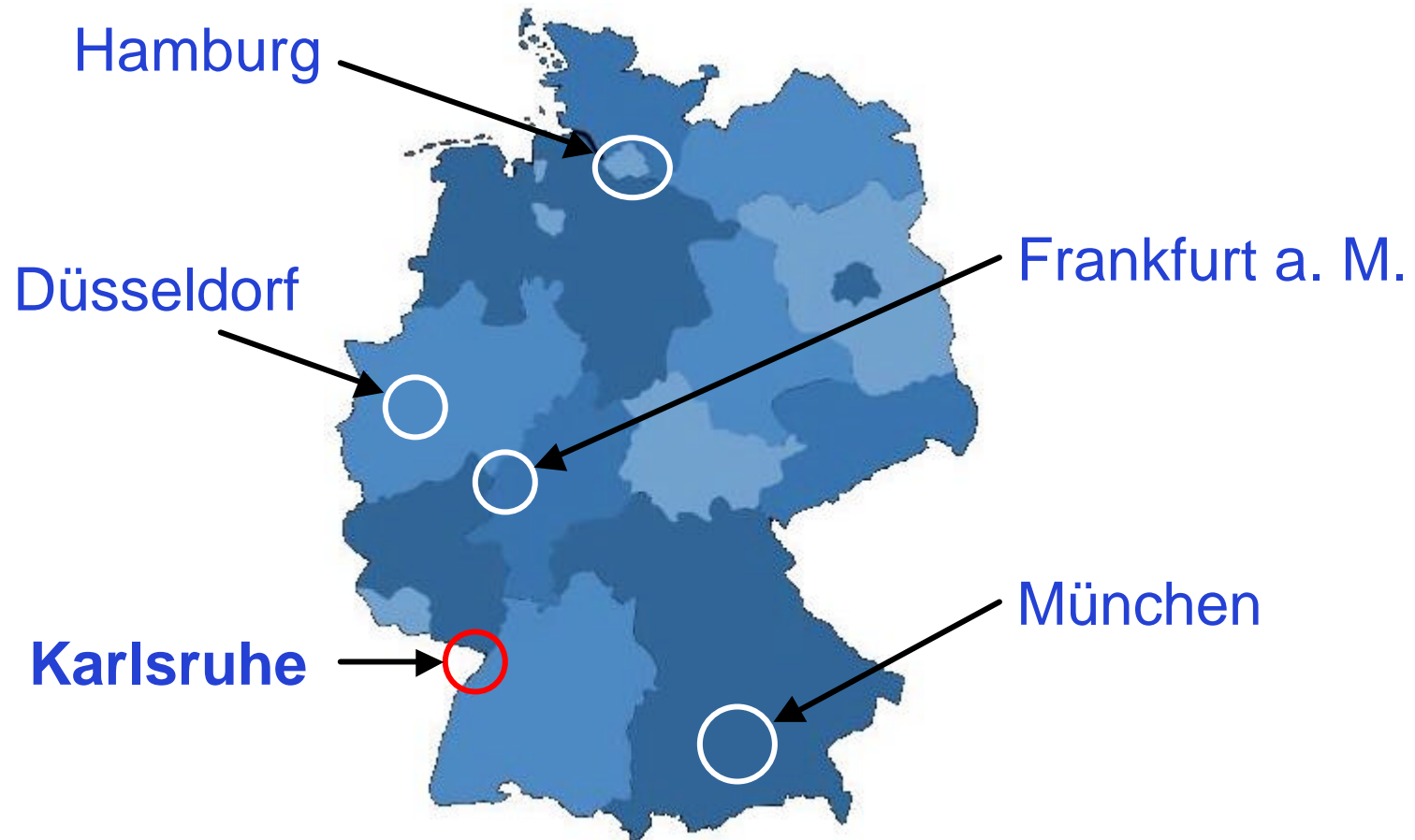


WEB.DE – Portal mit Zukunft!



– Backupfolien –

Standorte

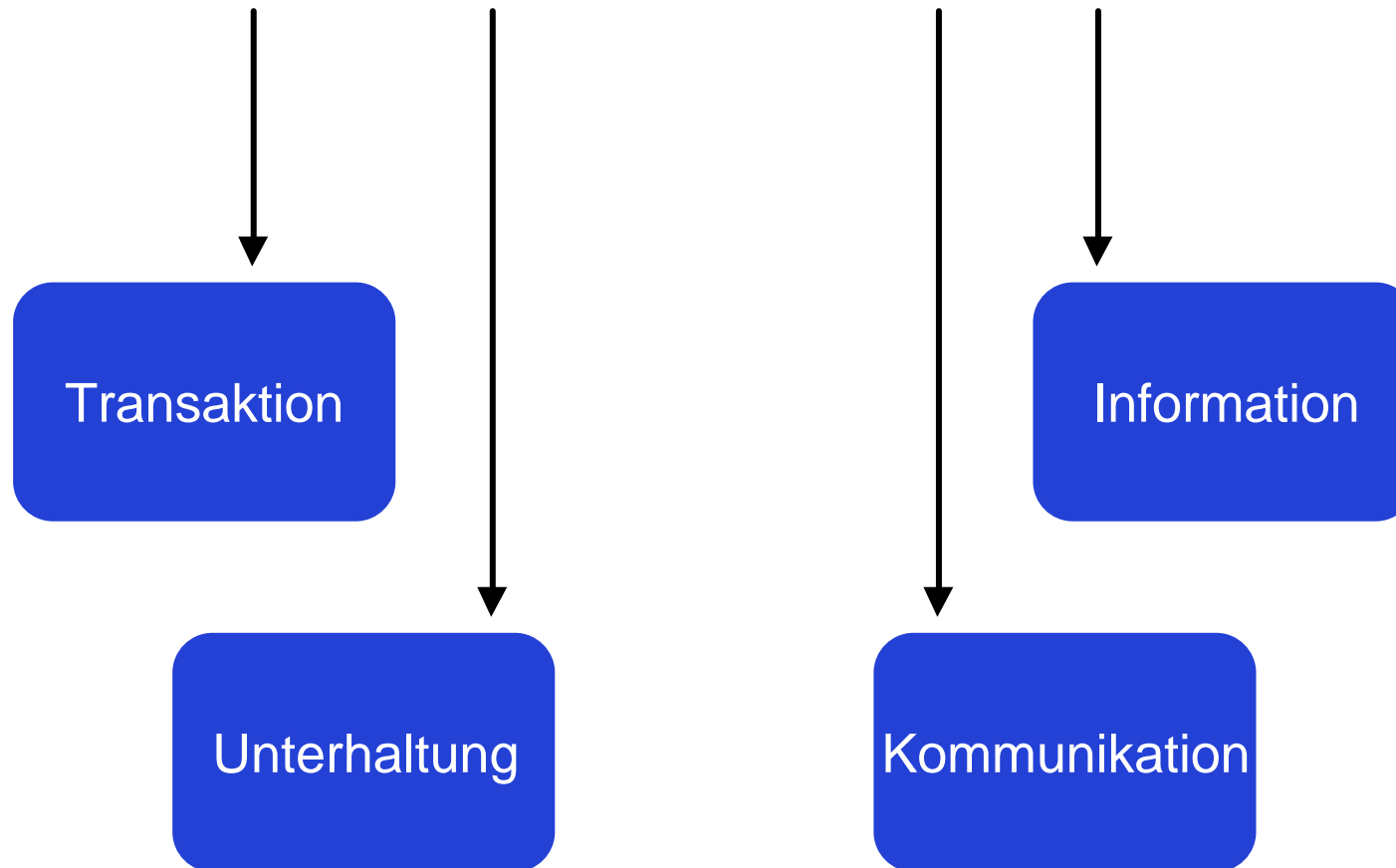


Beteiligungen

WEB.DE ist beteiligt an

- more.de (Betreiber von online-Marktplätzen)
- VoIP (technisches Unternehmen)
- BTV (Fernsehsender)

Commerce-Möglichkeiten des Internets

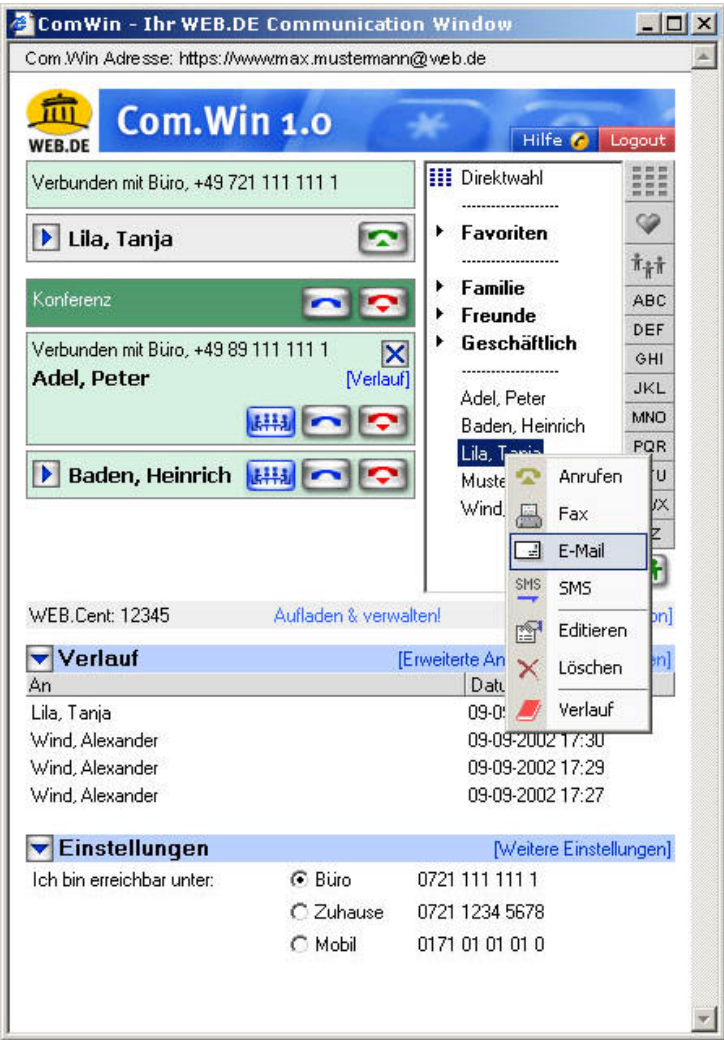
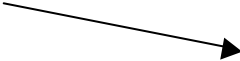


Horizontale und vertikale Portale

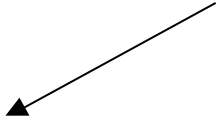
- horizontale Portale
 - Sammel- und Kategorisierungsfunktion
 - Bsp: Web.de, Yahoo.com, Altavisa.com
- vertikale Portale
 - spezielle Themen und Interessen
 - Bsp: Onvista.de, Eventim.de

Produkte: Com.Win

Intuitive
Oberfläche



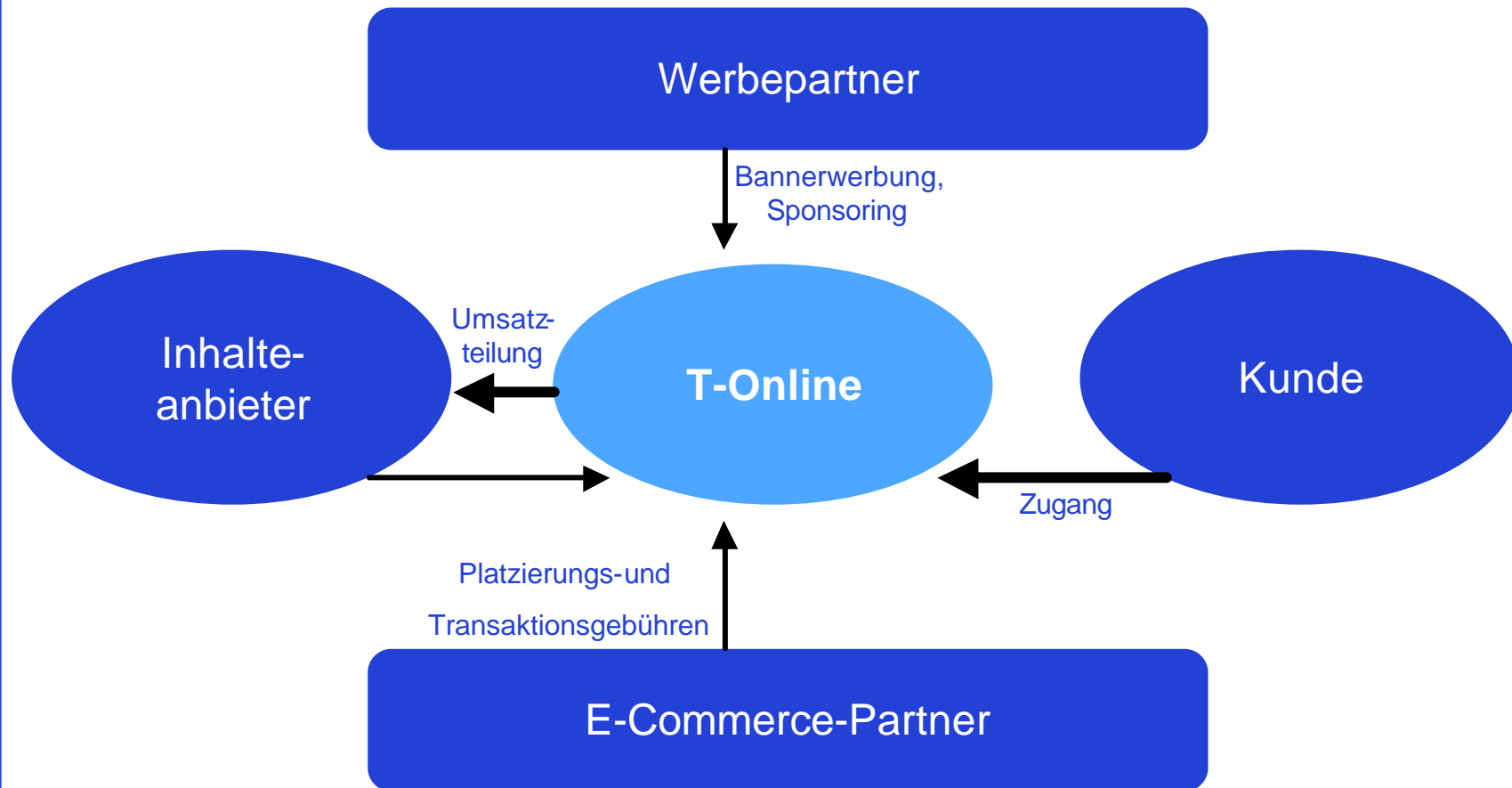
Gemeinsame
Schnittstelle



Marketingpartner

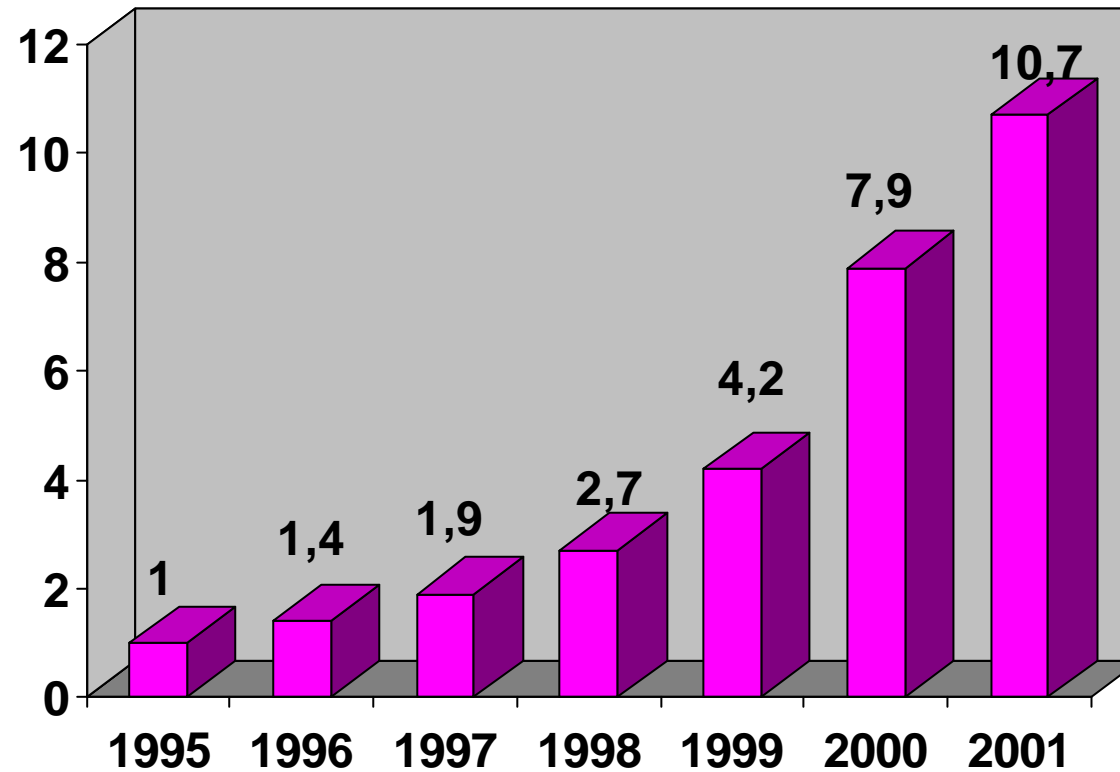
- Credit Suisse Group
- American Express
- DiBa - Allgemeine Deutsche Direktbank
- .comdirect)
- 1&1

T-Online: Geschäftsmodell



Quelle: Geschäftsbericht 2001

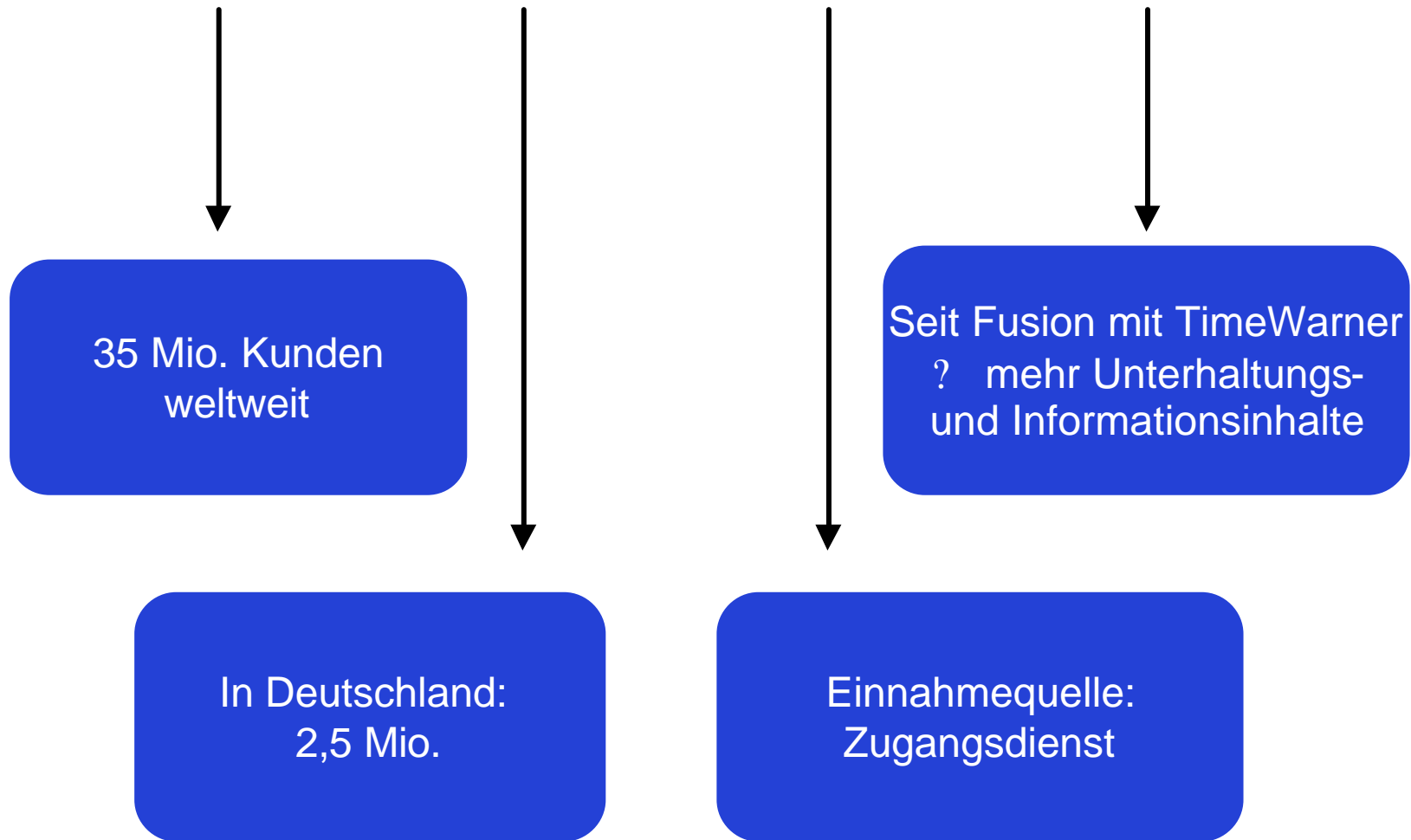
T-Online: Teilnehmerentwicklung¹



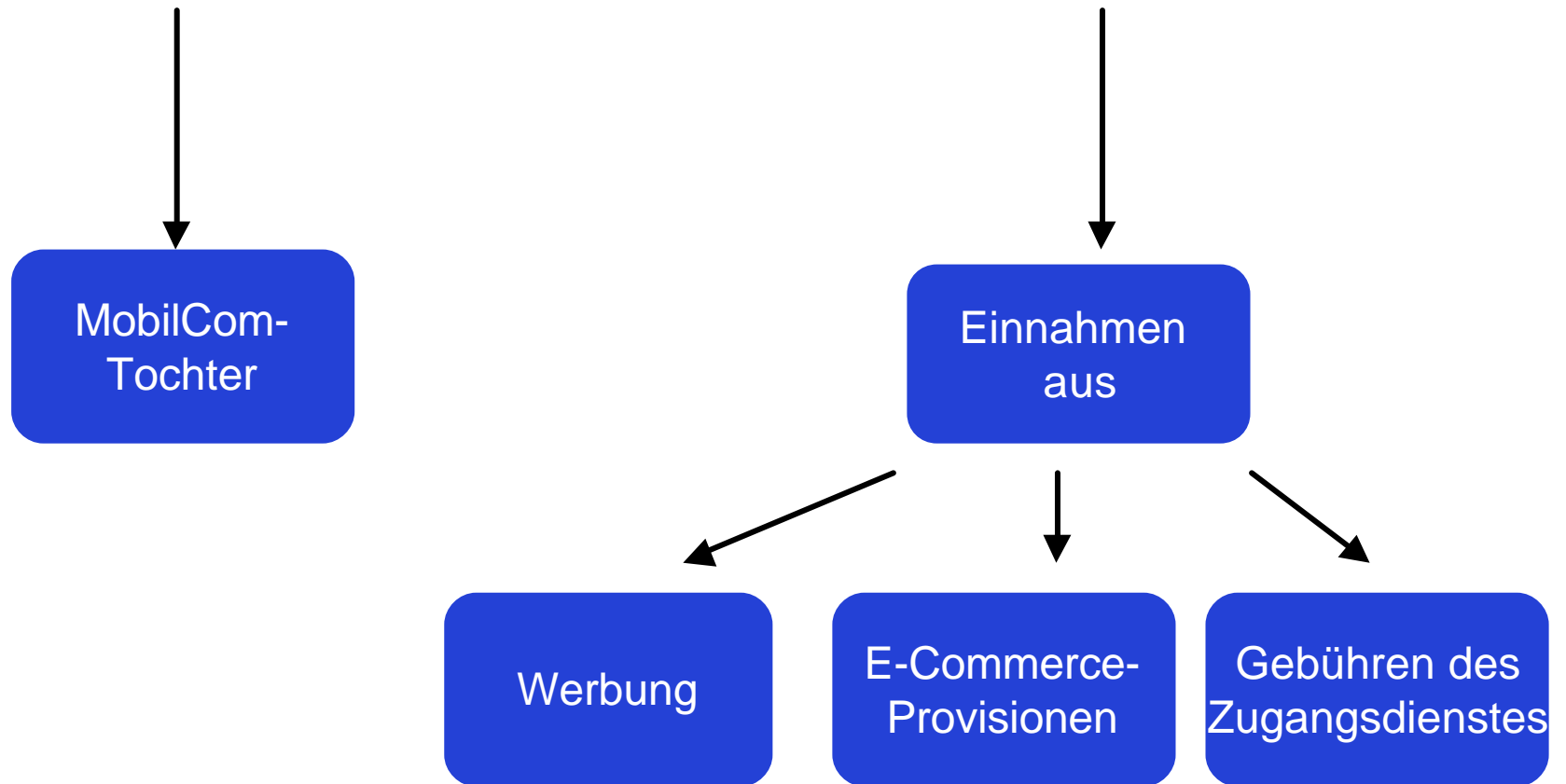
Quelle: Geschäftsberichte

¹international

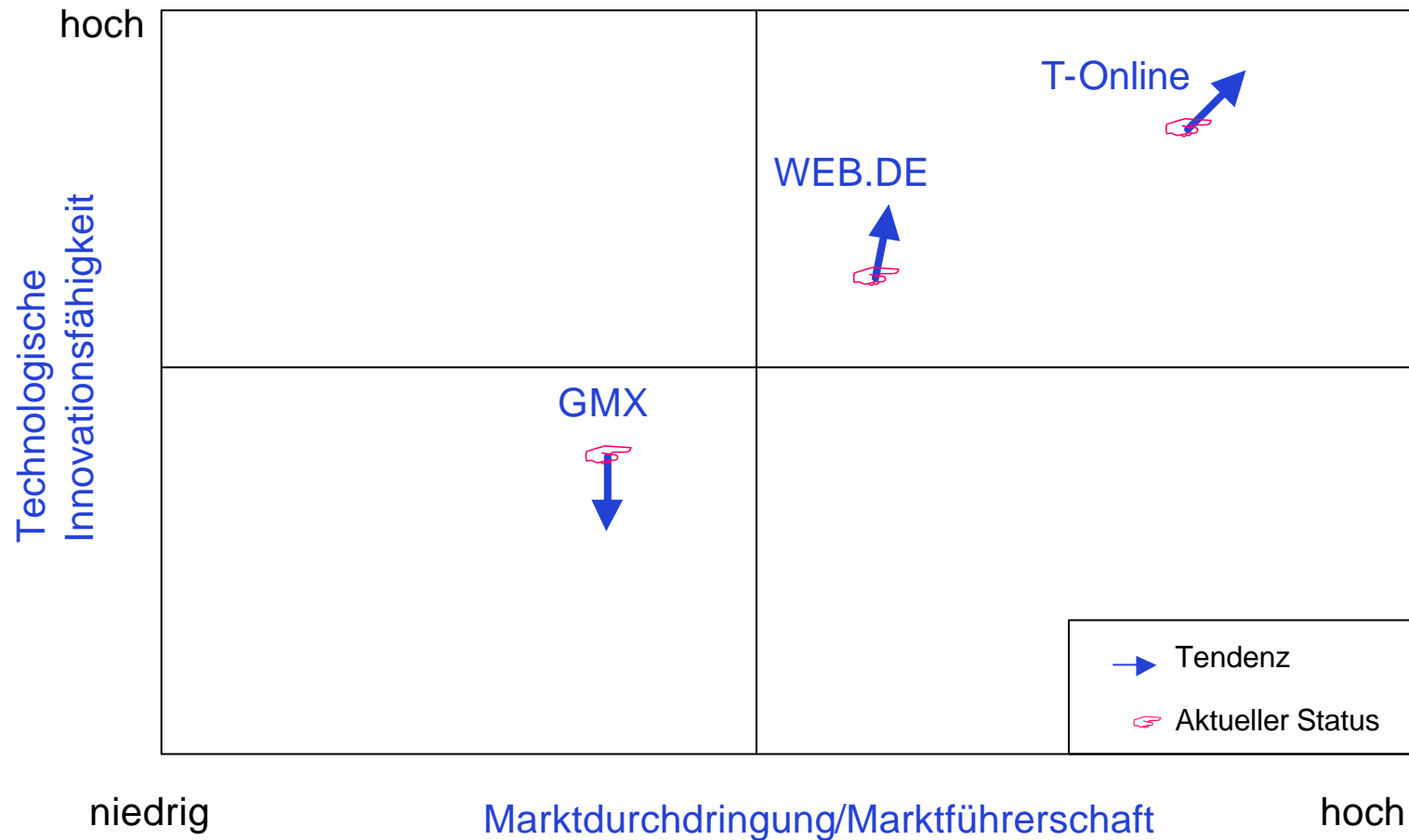
Konkurrenz: AOL



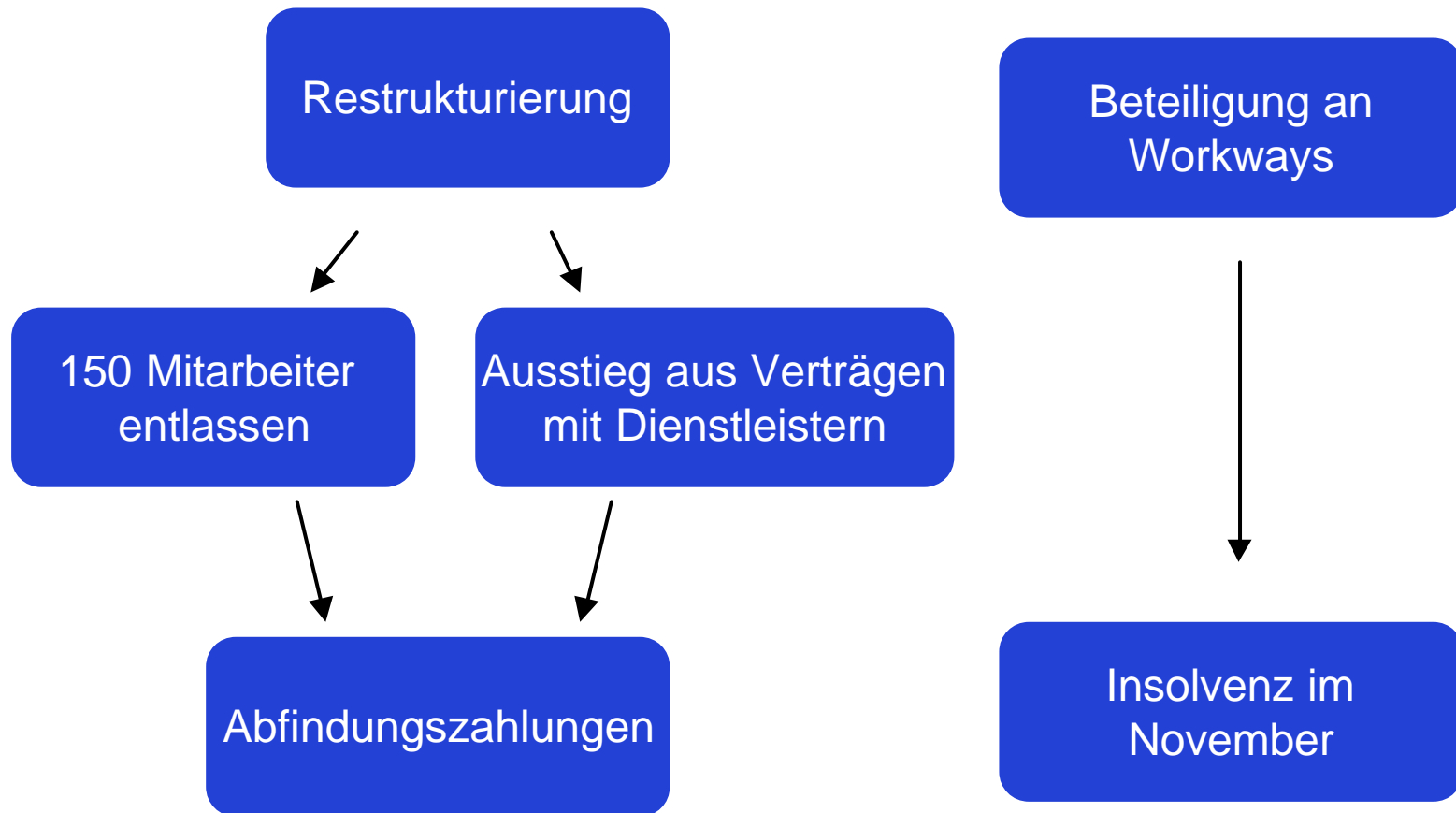
Konkurrenz: Freenet



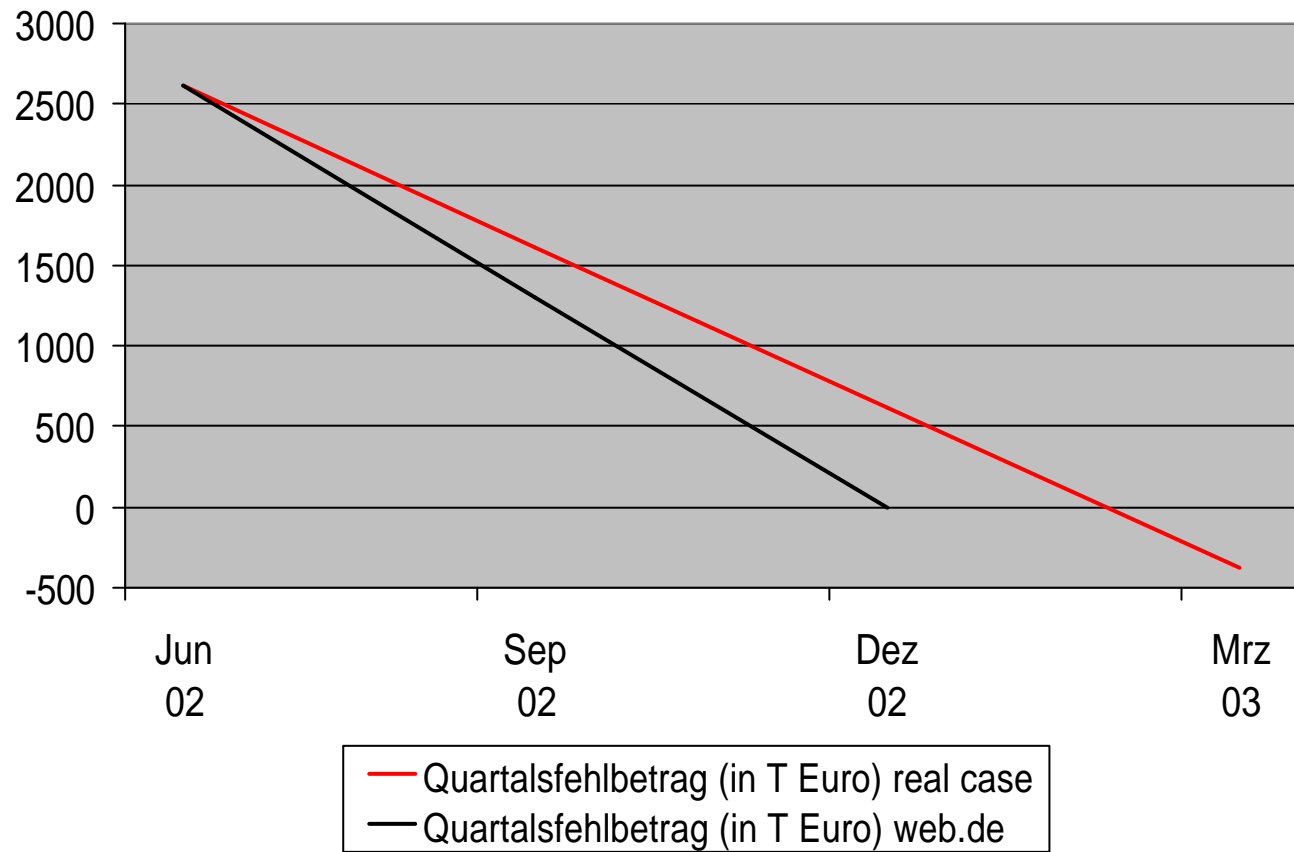
Echo des Marktes



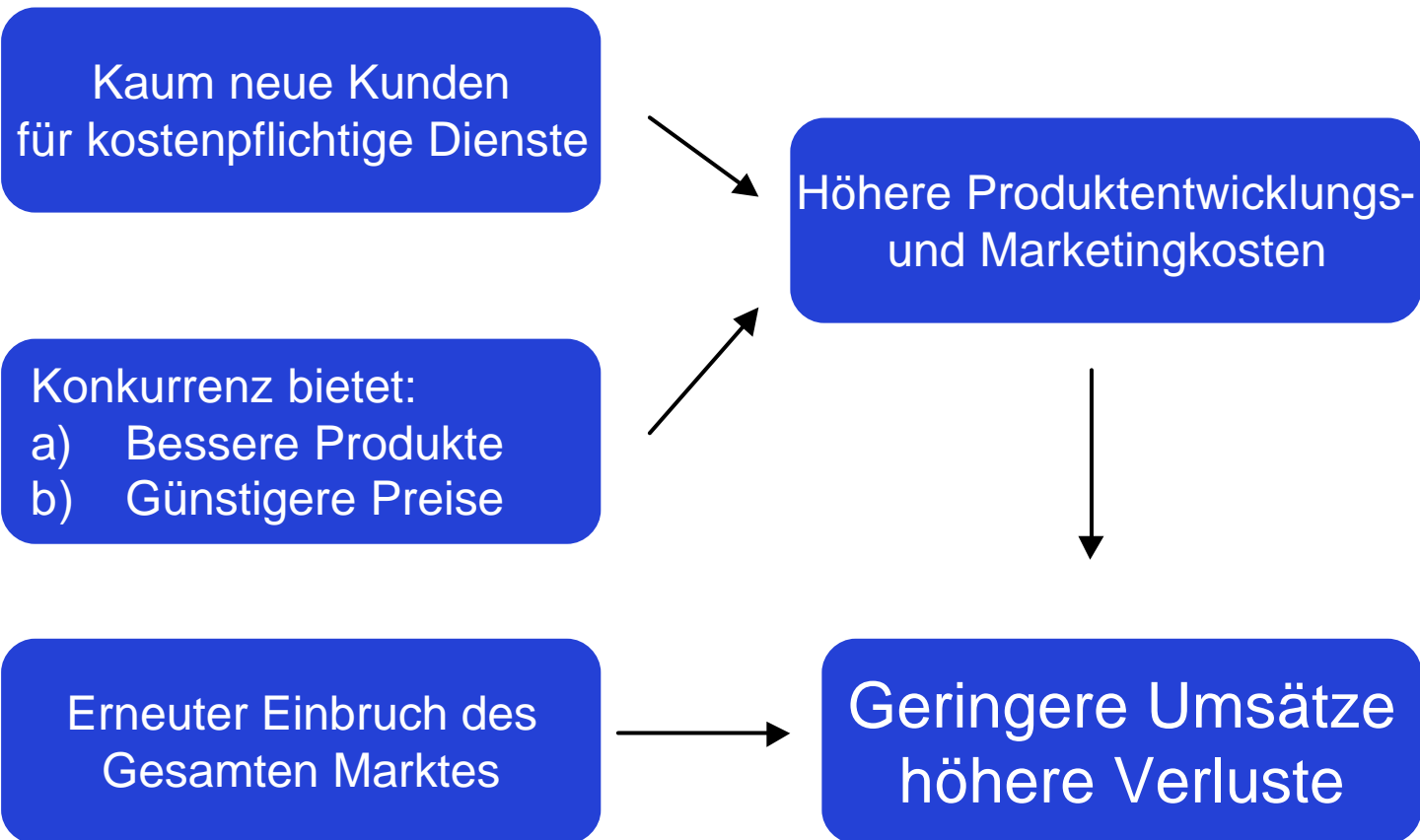
4. Quartal 2001



Prognose



Worst Case



Verbindlichkeiten

