

---

# **Web-Dogmen: Die Abrechnung 2007**

**These 1:  
„Web 2.0 betrifft nur die Großen“**



# Web 2.0: Wikipedia-Definition

---

- „Der Begriff ‚Web 2.0‘ beschreibt eher vage eine veränderte Wahrnehmung und Benutzung des Webs. Hauptaspekt aus organisatorischer Sicht: Inhalte werden nicht mehr nur zentralisiert von großen ‚Medien‘ erstellt und an die Massen verbreitet, sondern auch von unabhängigen Leuten, die sich untereinander vernetzen. Typische Beispiele hierfür sind Wikis, Weblogs sowie Bild- und Videoportale und Tauschbörsen.“



# Die zwei Grundprinzipien

---

- Internetanwendungen, die ausschließlich im Internet laufen und über einen **Browser** zugänglich sind. Weitere Software muss nicht installiert werden.
- Die User bestimmen die Inhalte bzw. bringen Inhalte ein bzw. sind Mitgestalter und erstellen „**User Generated Content**“ bzw. **Social Software**: Community, Forum, Blog, Wikis, Tagging, Links.
- Schlagworte: Kollektive Intelligenz, Long Tail



# Wenn...

---

- ...Google für YouTube 1,65 Mrd. \$
- ...NewsCorporation für MySpace für 580 Mio. und
- ...Holtzbrinck geschätzte 85 Mio. EUR für die Studentengemeinschaft StudivZ...
- ausgeben, dann sind die alten New Economy-Zeiten mit ihrem Gigantismus nicht mehr weit...





# STUDIVERZEICHNIS

[einloggen](#) [immatriculieren](#) [hilfe](#)

Bist Du schon drin?



E-mail:

Passwort:

[Einloggen](#)

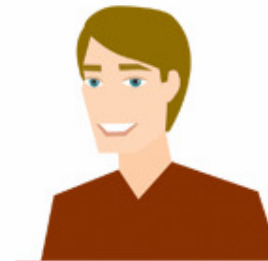
Noch kein Account?

[Immatriculieren](#)

Schreibverbot auf allen Pinnwänden - für dich erst recht!

## Jetzt kostenlos anmelden!

- Finde andere Studenten an Deiner Hochschule!
- Finde alte Freunde wieder!
- Finde heraus, wer wen, über wen kennt!
- Finde Partner für Sport, Lernen und Freizeit!
- Finde heraus, was für Leute in Deinen Lehrveranstaltungen sitzen!
- Vergiss keine Geburtstage mehr, automatische Geburtstagserinnerung!



**Immatriculieren**  
[ Jetzt einschreiben ]

**Was bringt mir das?**  
[ Entdecke die Möglichkeiten! ]

# Zum Beispiel StudiVZ

---

85 Mio. € für eine Community:

- ...die gerade ein Jahr alt war,
- ... deren Werbeumsätze in keinem Verhältnis zum Kaufpreis standen,
- ... das komplett kostenfrei ist...
- Ist das nicht ein bisschen viel???



# Zum Beispiel StudiVZ: Kaufbegründung

---

- Michael Grabner: „Etwa drei Prozent aller Studenten sind ‚Zeit‘-Abonnenten und rund sieben Prozent aller Studierenden lesen die ‚Zeit‘. Zu StudiVZ hingegen gehen 70 Prozent aller Studenten in Deutschland. Ich frage Sie: Was wäre ein Printmedium wert, das von 70 Prozent der Studenten gelesen wird?“
- Stefan von Holtzbrinck: „Wenn bei einer Plattform wie StudiVZ täglich 90 Millionen Mal geklickt wird, kann man davon ausgehen, dass diesen Interessen bestimmte Bedürfnisse folgen – auch nach Inhalten und Services.“





## Einzigartige Suchfunktionen

- Finden Sie neue Vertriebskanäle, Mitarbeiter und Jobs
- Finden Sie schnell die richtigen Entscheidungsträger
- Erreichen Sie Ansprechpartner tausender Unternehmen

### XING - Globales Networking für Geschäftsleute

Jeder kennt jeden über 6 Ecken. Mit XING können Sie das aktiv erleben und mitgestalten - weltweit in 16 Sprachen. Sind Sie schon dabei?

**Jetzt anmelden**

Sie sind bereits Mitglied bei XING/openBC?

**Benutzername**

**Passwort**

Auf diesem Computer automatisch einloggen

**Login**

[Login vergessen?](#)



### Professionelles Kontakt-Management



### Business-Beschleuniger



# Zum Beispiel XING

---

- Die größte Business-Community Europas
- 2003 gegründet, seit 2004 mit Venture Capital finanziert
- Mit 1,5 Mio. Mitglieder, davon ca. 100.000 im kostenpflichtigen Premiumbereich, größte Business-Community in Europa
- Umsatz 2006: 6 Mio. EUR, werbefrei!
- Seit Ende 2006 börsennotiert, Kapitalisierung: 150 Mio. EUR.





Suche im Magazin:  Suchbegriff

[Registrieren](#)

[Home](#) | [Magazin](#) | [Forum](#) | [Shop](#) | [Services](#) | [Chats](#)

[Häufige Fragen](#) | [Hilfe](#)

Sie sind derzeit **nicht** angemeldet | [Anmelden](#)

urbia nach Alter

- Kinderwunsch
- Schwangerschaft
- Baby
- Kleinkind
- Kindergartenalter
- Kids
- Jugendliche

Weitere Themen

- Erziehung
- Partnerschaft
- Gesundheit
- Freizeit & Urlaub
- Finanzen
- Familienleben
- Hochzeit

E-Mail-Newsletter

Abonnieren Sie den

Freitag, 18. Mai 2007

[Neu bei urbia? Hier klicken!](#)

Willkommen bei urbia!



GLUTEN-UNVERTRÄGLICHKEIT

Zöliakie: Wenn Getreide krank macht

Mindestens bis zum siebten Lebensmonat sollten Kinder keine glutenhaltigen Breie bekommen. Was es mit dem Klebeeiweiß im Getreide und der genetisch bedingten Zöliakie auf sich hat, lesen Sie hier. [mehr...](#)

HEBAMME GABRIELE HESSE IM INTERVIEW

Jede Geburt ist eine Wundertüte

Sie weiß Antwort auf alle Fragen, und das zu jeder Tages- und Nachtzeit: die Hebamme. Was sonst noch zu ihren Aufgaben gehört und was ihren Job so spannend macht, erfahren Sie im urbia-Interview mit Gabriele Hesse. [mehr...](#)



ANZEIGE

Ernährung während der Schwangerschaft

Schwangere und Frauen mit Kinderwunsch sollten frühzeitig für eine ausreichende Versorgung mit Folsäure und Jod sorgen. So können sie Krankheiten und



urbia Empfehlung



Jetzt bei Tchibo:

[Umstandsmode](#)  
z.B. Jeans Denim Blue  
€ 14.99

[Weitere Produkte ...](#)

Aktuell bei urbia

ANZEIGE

Ihre Meinung ist uns wichtig!



Mitmachen und 99 x gewinnen!

**Aptamil**

Fertig

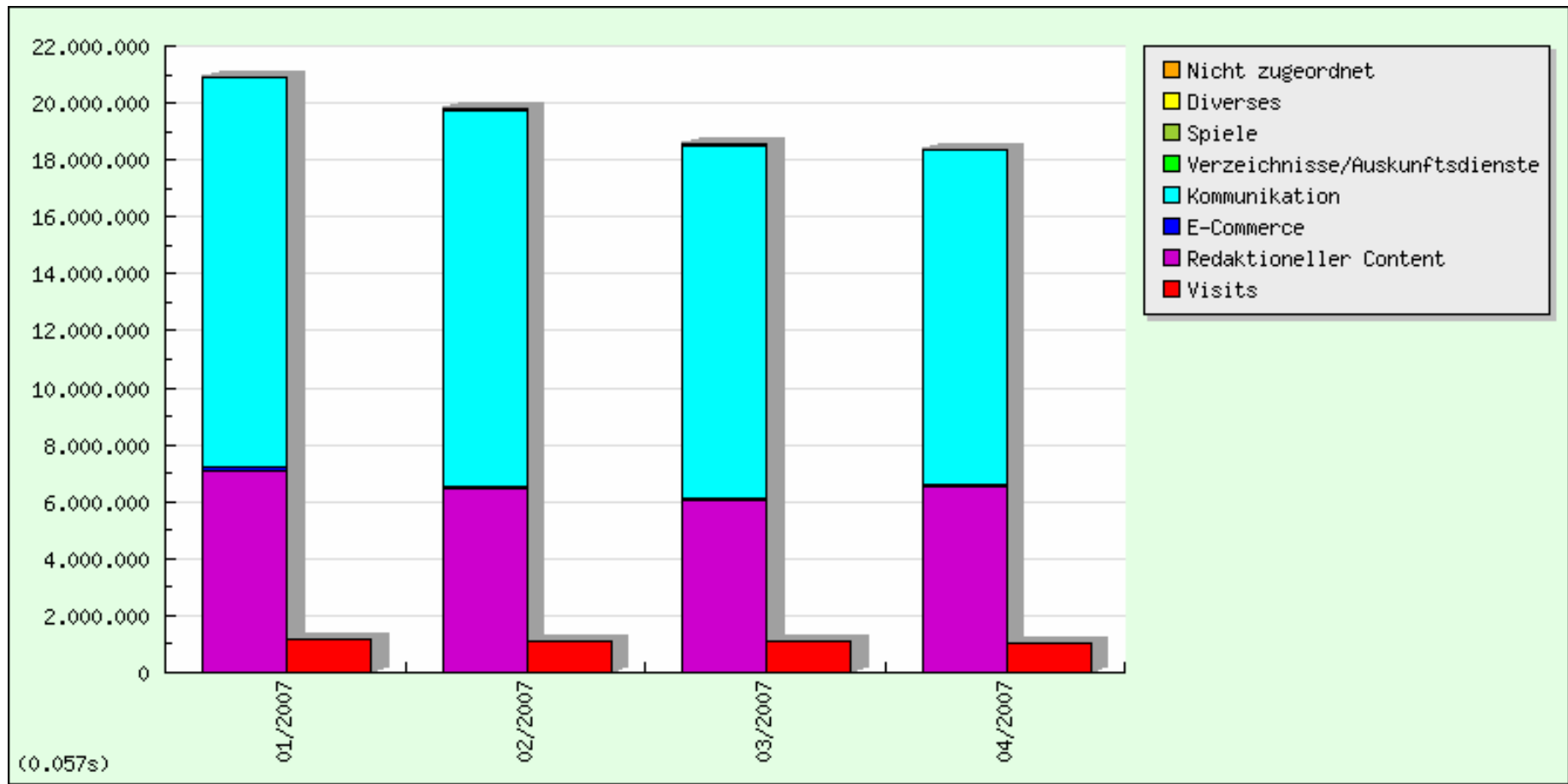
# Zum Beispiel Urbia

---

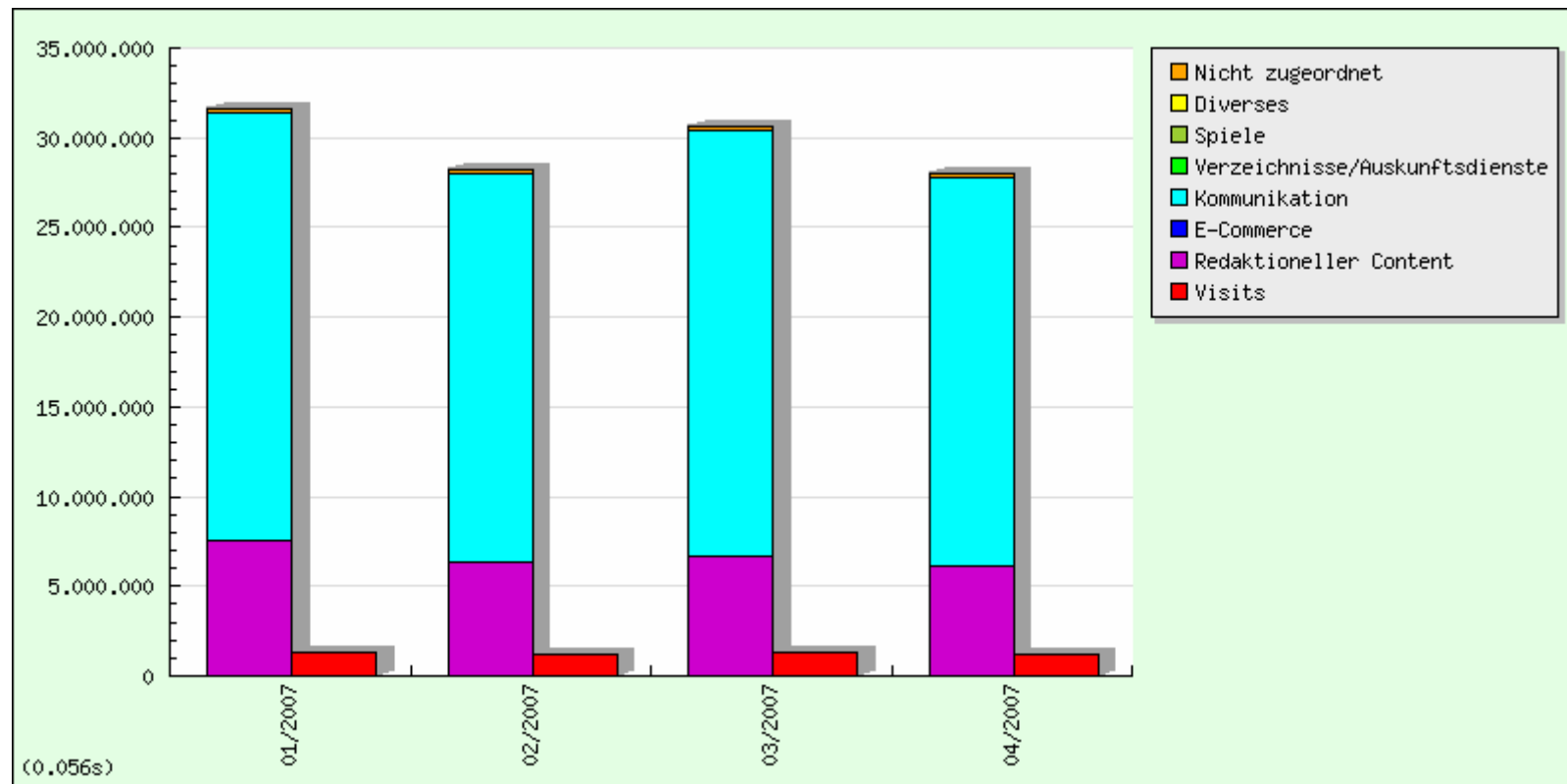
- Urbia ist die größte Community für Eltern
- Kunstname, kein Verlagshintergrund
- Das wird geboten:
  - Hunderte Artikel mit zu Familienthemen
  - 42 Diskussionsforen zu speziellen Themen und die Möglichkeit, dort gezielte Fragen zu stellen
  - Etwa 40 teils interaktive Services mit einem hohen Nutzwert
  - Einen Shop mit Produkten rund um die Familie
  - Chats zum Austausch, zum Beispiel über Schwangerschaft oder Kinderwunsch
  - Eine Suchmaschine für das Forum und eine für unsere Fachartikel, die durch Eingabe eines Stichwortes schnell und genau das gesuchte Thema auf den Bildschirm bringen



# Zugriffe bei Eltern.de



# Urbia.de: Mehr Zugriffe als Eltern.de



# Beispiel IDG

---

- Pat McGovern, CEO von IDG:  
„Früher setzten wir für einen neuen Printtitel im IT-Segment Investitionen von fünf bis acht Millionen Dollar an. Bei einem Online-Angebot können wir eine vernünftige Website mit einigen Grundfunktionen schon für 150.000 Dollar auf die Beine stellen.“

Quelle: werben & verkaufen Nr. 18/2007, S. 56



# Web 2.0-Anwendungen als Massenmedien

---

- Über die Hälfte (54%) der deutschen Internetnutzer besuchten im Februar 2007 Web 2.0 Websites, wie eine Sonderanalyse des Marktforschungsinstituts Nielsen//NetRatings zeigt.
- Damit sind diese Sites, bereits fast so beliebt wie Finanzsites (57% Reichweite) und ebenso beliebt wie Reisewebsites (53% Reichweite).
- Die Zahl der Nutzer (Unique Audience) auf Web 2.0 Websites ist zwischen Februar 2006 und Februar 2007 um 32% auf 19,7 Millionen gestiegen.
- Page Views kletterten im selben Zeitraum sogar um 77% auf 2,1 Milliarden und die auf diesen Sites verbrachte Zeit wuchs um 48% auf durchschnittlich 45 Minuten pro Monat.



# Web 2.0: Konsequenzen für Verlage

---

- Kernziele von Web 2.0 stimmen mit Verlagszielen überein:
  - Reichweite in der Zielgruppe
  - Informationsversorgung
  - Profilgenerierung
- Zielgruppenmitglieder kennen sich gut aus und starten ein Web-Business.
- Die Einstiegsbarrieren sind so niedrig wie nie zuvor: Technik wird immer günstiger und leistungsfähiger.
- Noch nie war es so leicht, so viele Menschen zu erreichen. Das Internet skaliert wesentlich besser als Print. Die Betreibergröße koppelt sich vom Erfolg ab.





# Herausforderungen und Chancen für Verlage

---

- Jeder Verlag kann Web 2.0-Ansätze nutzen.
- Mancher Verlag ist überrascht, was seine Leser schon alles im Netz machen.
- Die Herausforderung liegt in erster Linie im „neuen Denken“, also im veränderten Bewusstsein.
- Medienmarken bieten eine exzellente Ausgangsbasis
- Verlag hat mehr Marketingpower als rein virtuelle Wettbewerber (er muss sie nur nutzen...)
- Vom Content-Publisher zum Community- und Network-Organizer!



# Warum Verlage sich mit Web 2.0 schwer tun

---

- „Es lässt sich nicht rechnen“: Kalkulation wie bei bisherigen Verlagsprodukten funktioniert nicht
- Oft geringe Risikobereitschaft
- Wenig Web 2.0-Kompetenz
- Wenig oder keine (Multi)Mediakompetenz (Video)
- Keine (oder nur schlechte) Erfahrungen mit zahlungspflichtigen Services
- Traditionelles „Verlegerdenken“: Autor/Redakteur – Produkt – Leser



# Warum Verlage sich mit Web 2.0 schwer tun

---

- Zu geringe Kenntnisse über das Informations- und Kommunikationsverhalten der Zielgruppen
- Angst bzw. Unsicherheit über Kontrollverlust
- Probleme, Communities zu kommerzialisieren
- Probleme bei der organisatorischen Einordnung
- Planungsdenken:
  - Was wir nicht planen können, machen wir nicht
  - Mangelnde Geschwindigkeit und Flexibilität



# Ein Verleger als Vordenker

---

- Der Begriff wurde Web 2.0 wurde mitgeprägt durch Tim O'Reilly, dessen Aufsatz „What Is Web 2.0“ (auf Deutsch) zurecht Kultstatus besitzt.
- „Native Web-2.0-Firmen genießen den natürlichen Vorteil, dass sie zuvor keine alten Muster, Geschäftsmodelle und Einnahmequellen loswerden müssen.“



---

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ehrhardt F. Heinold

Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH BDU

Behringstraße 28a

22765 Hamburg

Telefon: + 49 40 3986620

Fax: + 49 40 39866232

Internet: [www.hspartner.de](http://www.hspartner.de)

Blog: <http://publishing-business.blogspot.com>

E-Mail: [ehrhardt.heinold@hspartner.de](mailto:ehrhardt.heinold@hspartner.de)

