

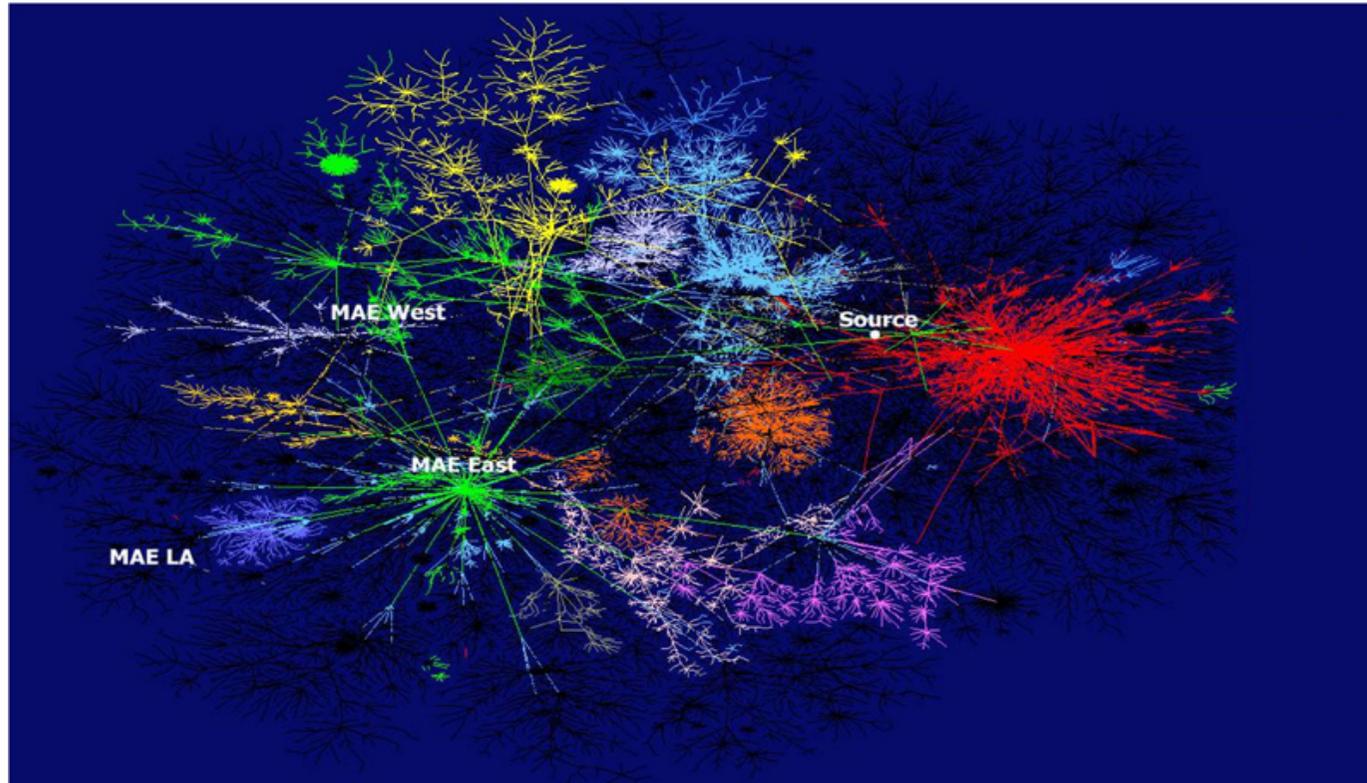
Web 2.0 + E-Business 2.0: It's All About Change!



„You Ain't Seen Nothing, Yet!“



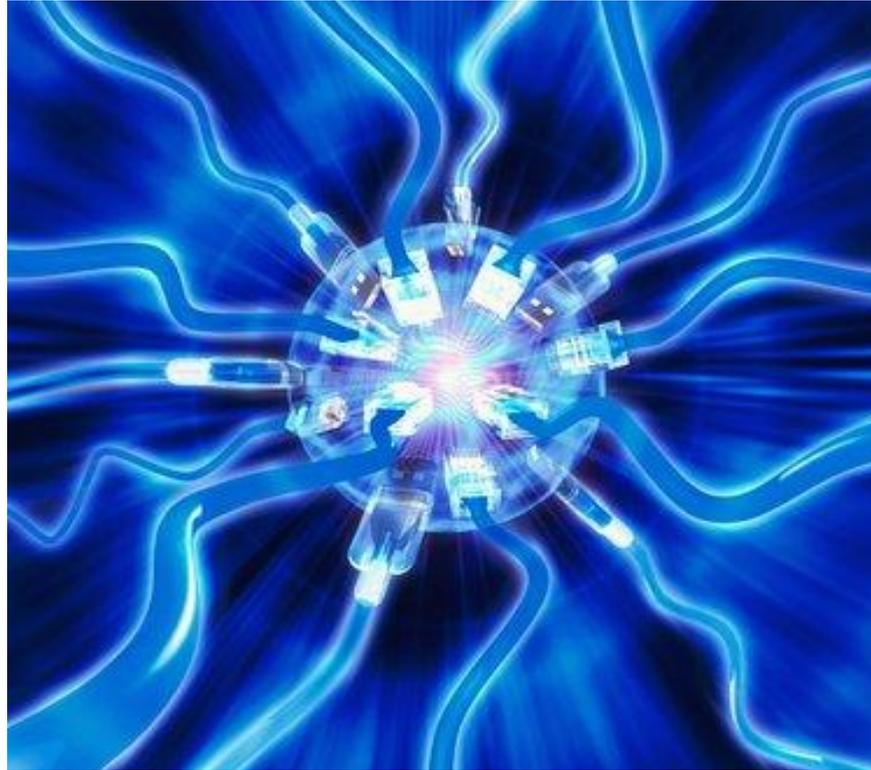
Change:



Eine **digitale** Infra-Struktur!



Change:



Eine **digitale** Basis-Technologie!



Change:



Ein digitaler Wirtschaftszweig!

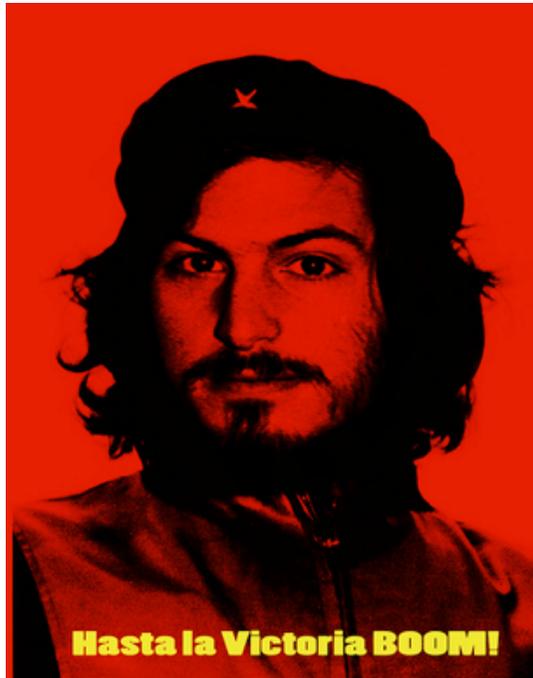


Das Internet - eine „permanente Revolutionsmaschine“?

Web 2.0

Network Economy

Enterprsie 2.0



Social Software

Cloud Computing

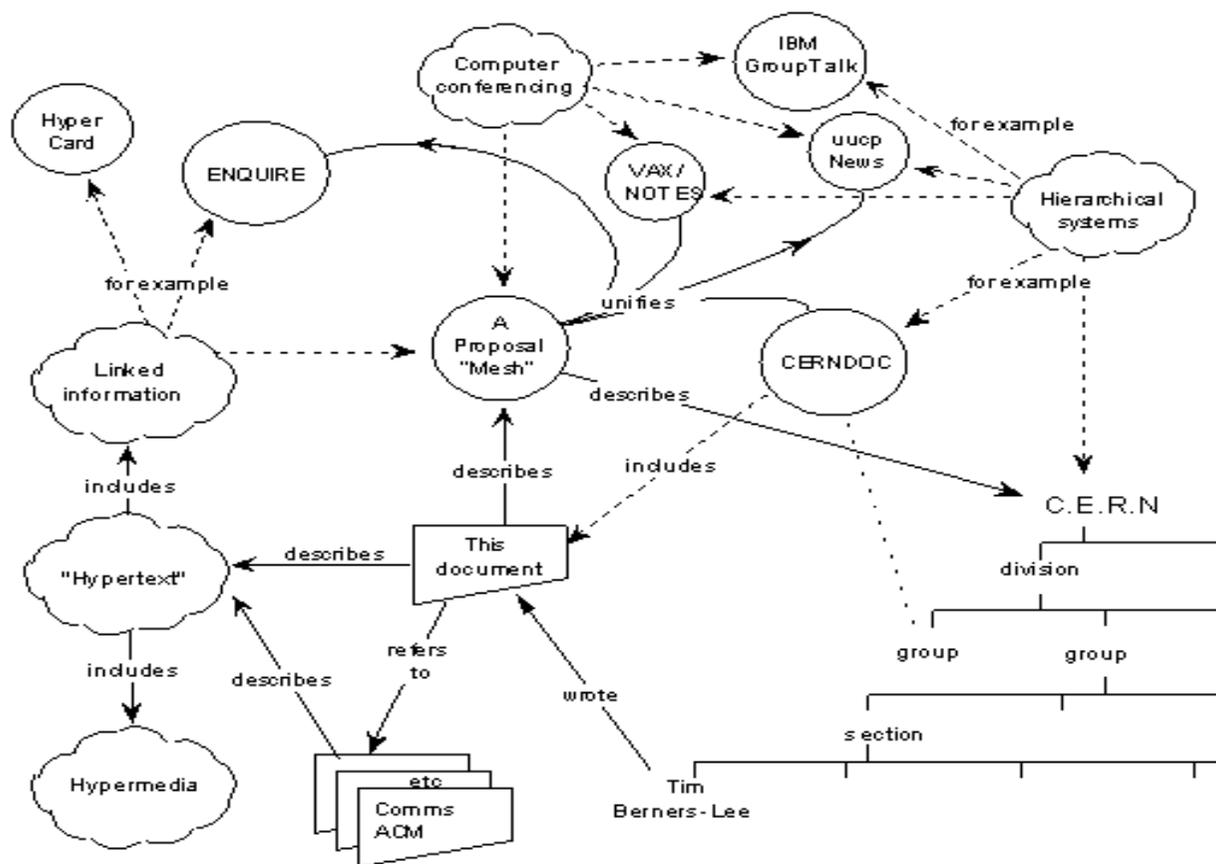
Social Networks

Ja, aber auf einer festen Basis!



„The Web brings the working of society closer to the working of our minds.“

Tim Berners-Lee



Eine Rückblende:

Das Internet

Traditionelle Massenmedien:
1 Sender -> ∞ Empfänger

Internet :
 ∞ Sender/Empfänger:
1 Nutzer <-> 1 Nutzer

Ein Massenmedium „neuen Typs“



1. **Ein Hyper-Medium** (Hyper-Card, Hyper-Links ...)
2. Ein **“interaktives”** und **personalisiertes** Medium (mehr als ein Mausklick!)
3. **“Web 2.0”**: Das Potential wird Realität!



Die große Preisfrage:

Wie lässt sich hier Geld verdienen?



Internetnutzung nach Altersgruppen:

- Die Internetnutzung nimmt in allen Altersgruppen zu.
- Größter Zuwachs bei 60- bis 69-Jährigen.

Jahr	14 - 29 Jahre	30 - 49 Jahre	50+ Jahre
2008	91,3%	81,5%	40,3%
2009	94,5%	85,0%	44,9%

E-Commerce in Deutschland:

- 08: 36 Mio. Käufer => 31 Milliarden €
- 14: 44 Mio. Käufer => 44 Milliarden €
- Zuwachs/Jahr = +7%

Aber: Welche (Mehrwert-)Dienste bringen Deckungsbeiträge?



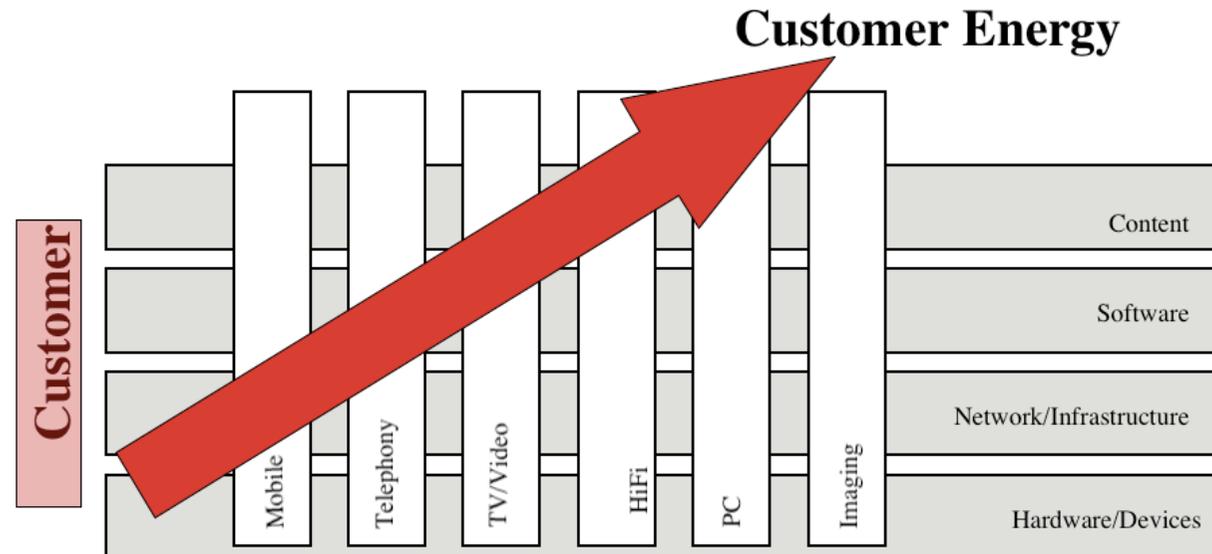
Antwort: Die Dienste, die der Nutzer/Kunde wirklich braucht!



**Mehrwert Dienste Heute =
Dienst am Kunden (mehr als „IT-Service“)!**



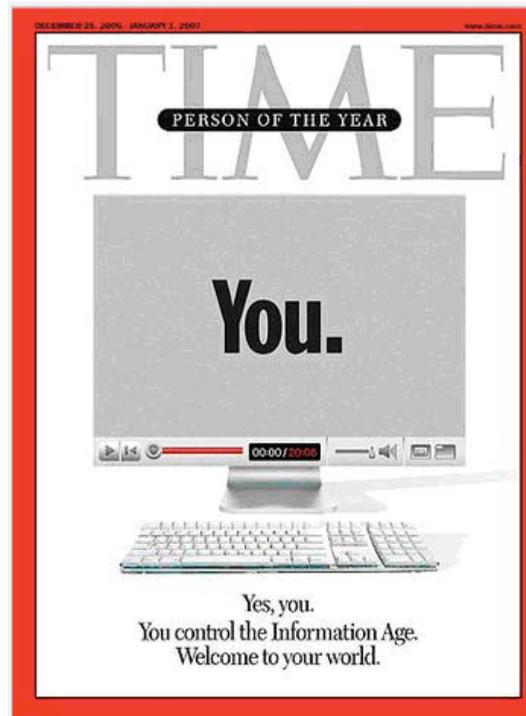
Die neue Rolle des Nutzers in der digitalen Wirtschaft:



- Wertschöpfungsbereiche + Branchen = **Digitale Wertschöpfungs-Matrix**
- Nur der Nutzer/Kunde hat Zugang zu allen Segmenten!
- Unternehmen müssen lernen durch die "Kundenbrille" zu sehen!



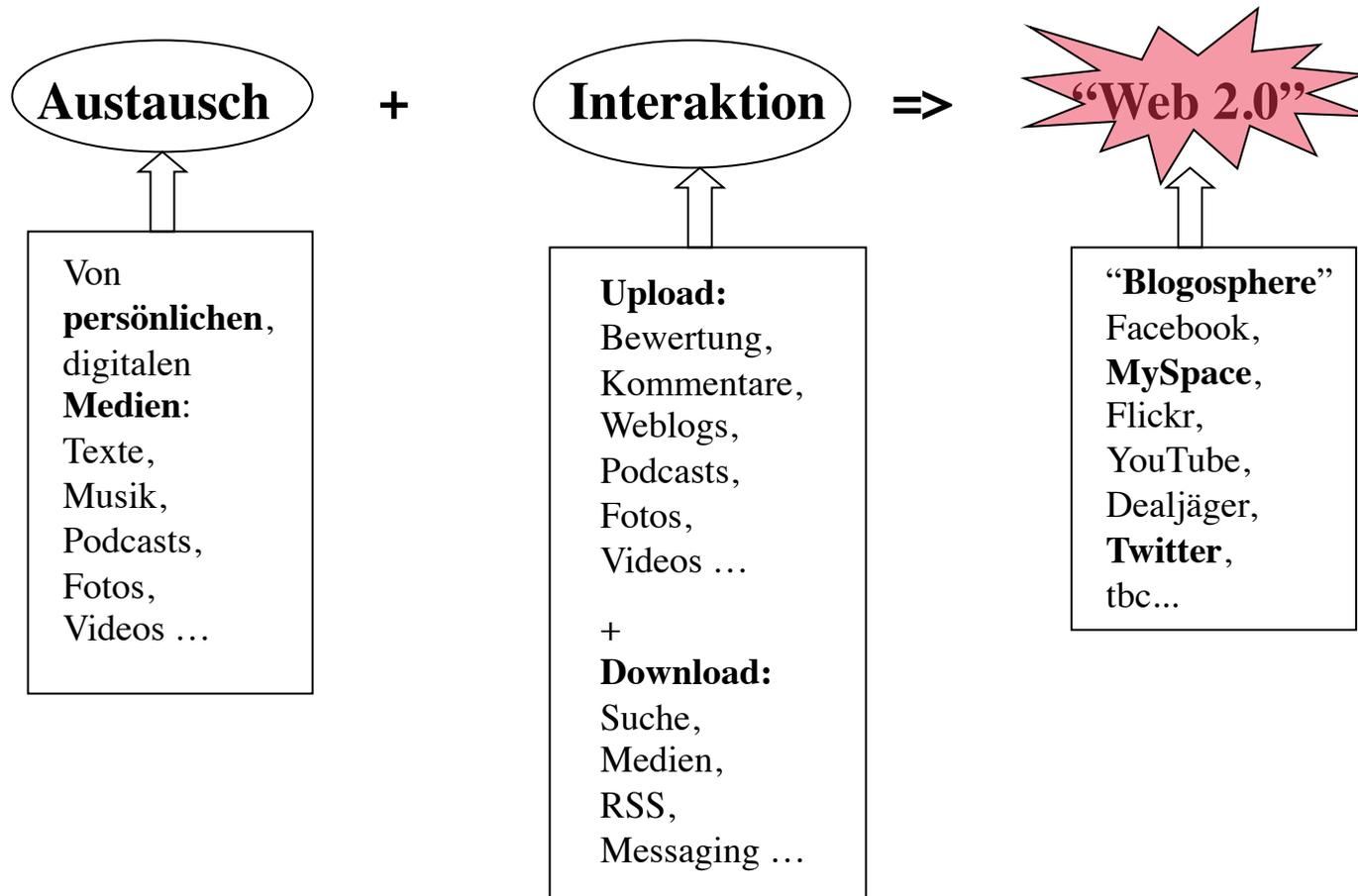
Die neue Macht der Kunden/Nutzer ist unübersehbar geworden :



“Du”/Nutzer = Treiber und Lenker der Internet-Entwicklung!



“Web 2.0”: Die Grundlagen



Erfolgsgeheimnis: Links, Tags, Pings => **“Social Networks”!**



“Interactive Knowledge Communities”

The image is a collage of several web and social media interfaces. At the top left is the Dealjaeger.de website with a search bar and navigation links. Below it is a Twitter interface showing a tweet composition box and a feed of tweets. To the right is a user profile for 'ossiu' with statistics and a list of tweets. On the far right is a vertical sidebar with various categories like 'NEHMENS-PROFILE' and 'AGE ZUM NACHHÖREN'. At the bottom left is a screenshot of the CommuNote website, which appears to be a community or knowledge-sharing platform. The background of the collage features a blue and white digital data pattern.

Offene Plattformen zum Austausch von Wissen!



Offene Plattformen einer radikal neuen Mediennutzung!

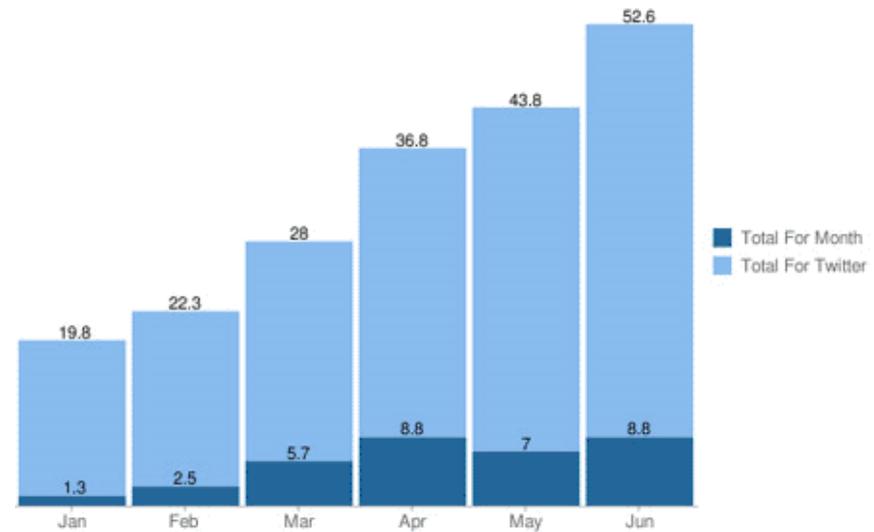
9. June 20: Wounded Girl Dying [GRAPHIC CONTENT]

WARNING: The following video is very graphic, disturbing, and involves the death of an Iranian woman.

DO NOT WATCH unless you feel capable AND are old enough.



Twitter User Registrations, Jan to Jun, 2009
(In Millions)

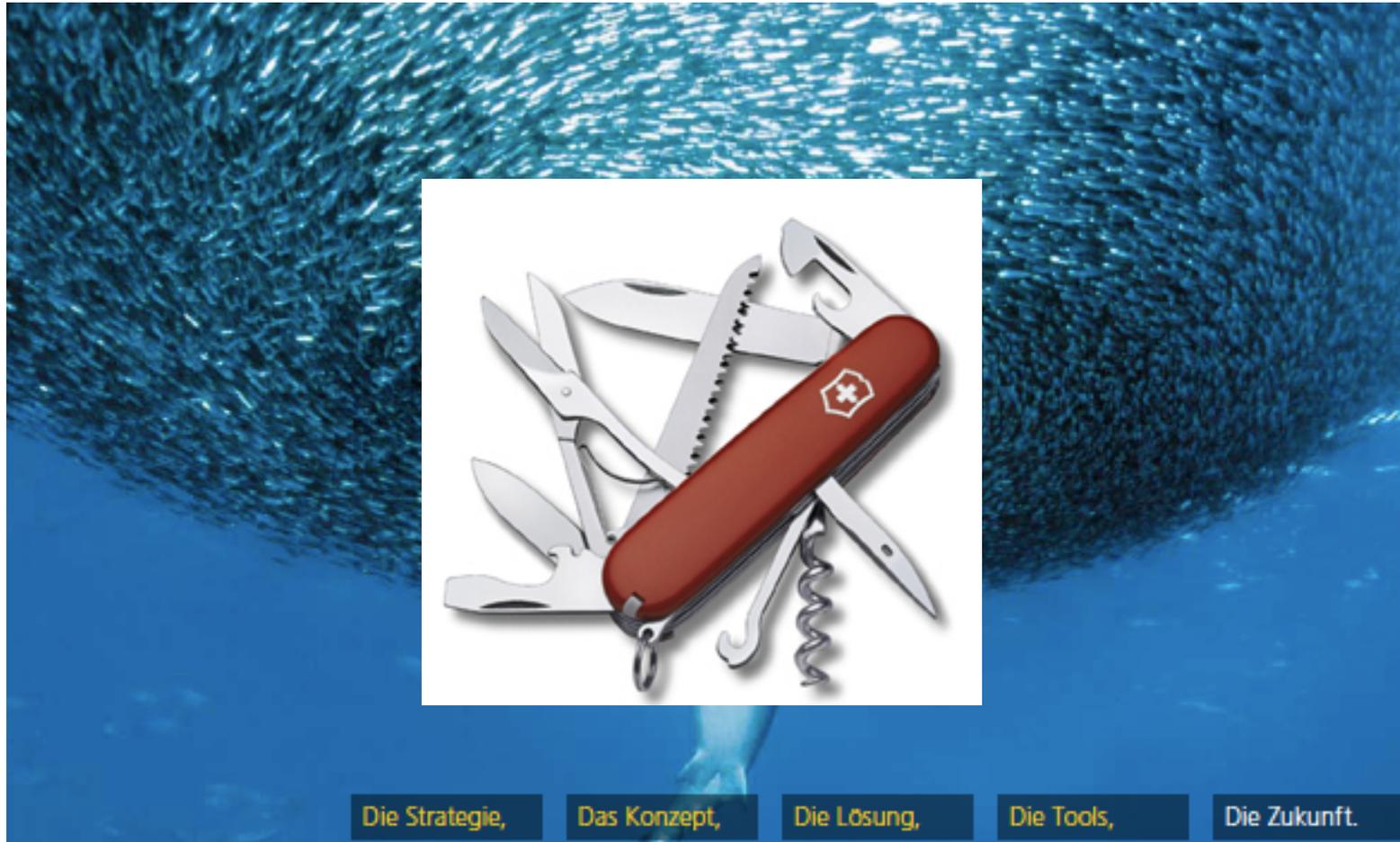


„Nicht der einzelne Tweet ist bemerkenswert, sondern die Art und Geschwindigkeit mit der News sich hier verbreiten.“

Clay Shirky



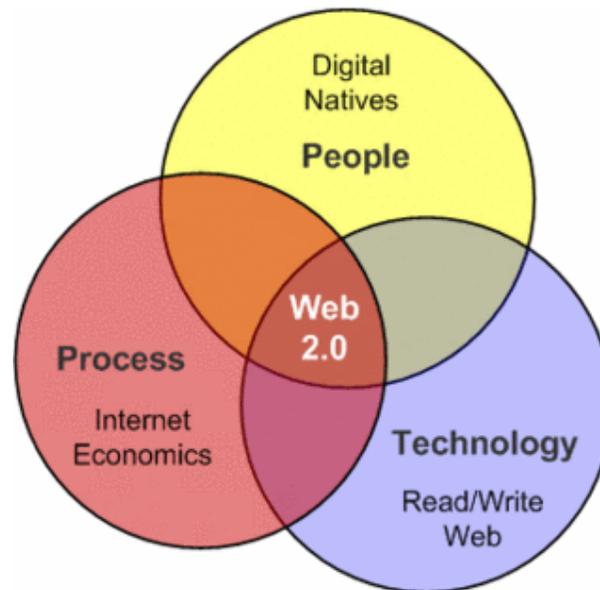
Social Software:



Das „Schweizer Messer“ der Veränderung!



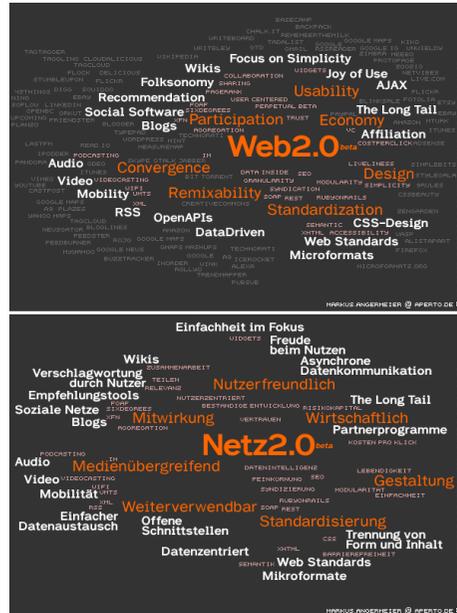
IT-Entwicklung “Web 2.0-style”:



Basis: Open Standards, Open Source, Open Platforms!



“Web 2.0” ist ...



- **Keine** neue Technologie (obwohl die notwendig ist!)
- **Kein** neues Geschäftsmodell (obwohl man Geschäfte damit machen kann!)
- **Kein** neuer Design-Trend (obwohl man einen erkennen könnte!)

... sondern neuer ein Lifestyle!



Und Web 2.0 ist erfolgreich:

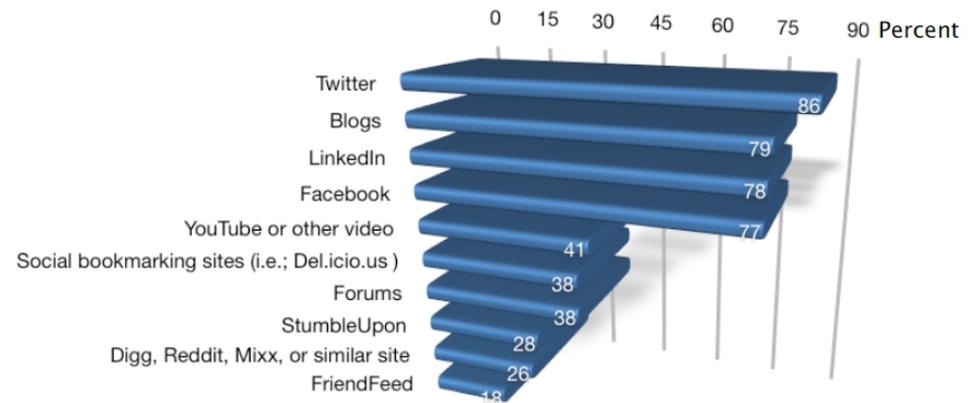
Web 2.0 schlägt Web 1.0

Veränderung der Reichweite (4. Quartal 2008 gegenüber 4. Quartal 2007 in Prozentpunkten)¹⁾

	Web 2.0	Web 1.0	Reichweite in %
Wer-kennt-wen	10,2		13,7
Mein VZ	7,8		7,8
Stayfriends	5,7		12,5
Facebook	4,8		6,0
MSN		4,2	25,4
Studi VZ	1,2		12,7
Myvideo	0,8		16,8
Myspace	0,7		11,7
	-0,7	GMX	20,2
	-0,7	T-Online	36,9
	-1,1	Clipfish	5,2
	-2,3	1 & 1	5,9
	-2,4	AOL	10,8
	-2,6	Yahoo	24,6
	-2,6	Web.de	30,9
	-3,3	Freenet.de	9,3

¹⁾ Reichweite: Anteil aller Internetnutzer in Deutschland, die eine Internetseite besuchen. Quellen: Agof; Nielsen Online; Unternehmen / F.A.Z.-Grafik Walter

Commonly used social media tools

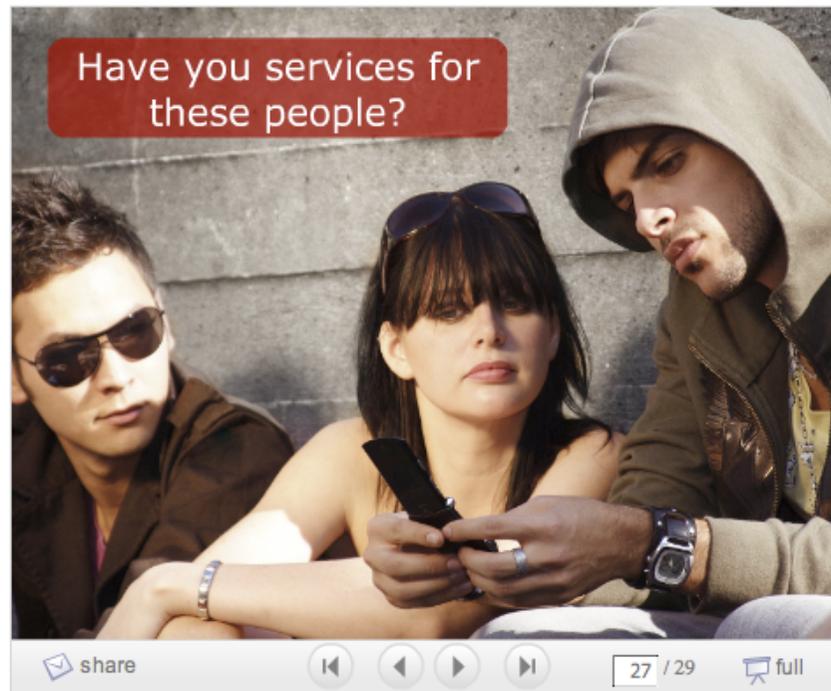


Source: Social Media Marketing Industry Report © 2009 Michael A. Stelzner

Bei Nutzern wie bei Unternehmen im Web!



Sie stehen heute vor der Frage:



Wie können wir diesen Lifestyle am besten „bedienen“?



Antwort:

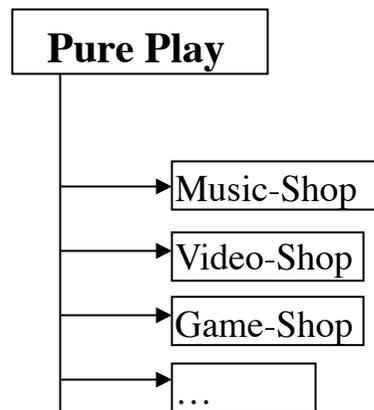


Durch die Nutzung des „Netzwerk-Effekts“!

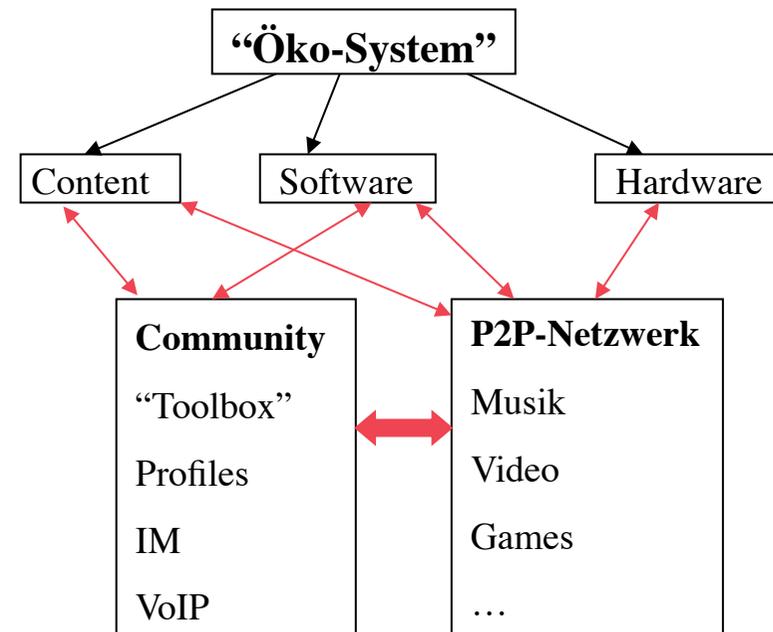


Web 2.0: Vom “Pure Play” zum “Digitalen Öko-System”

Traditioneller E-Commerce:



Web 2.0: “Social (E-) Commerce”:

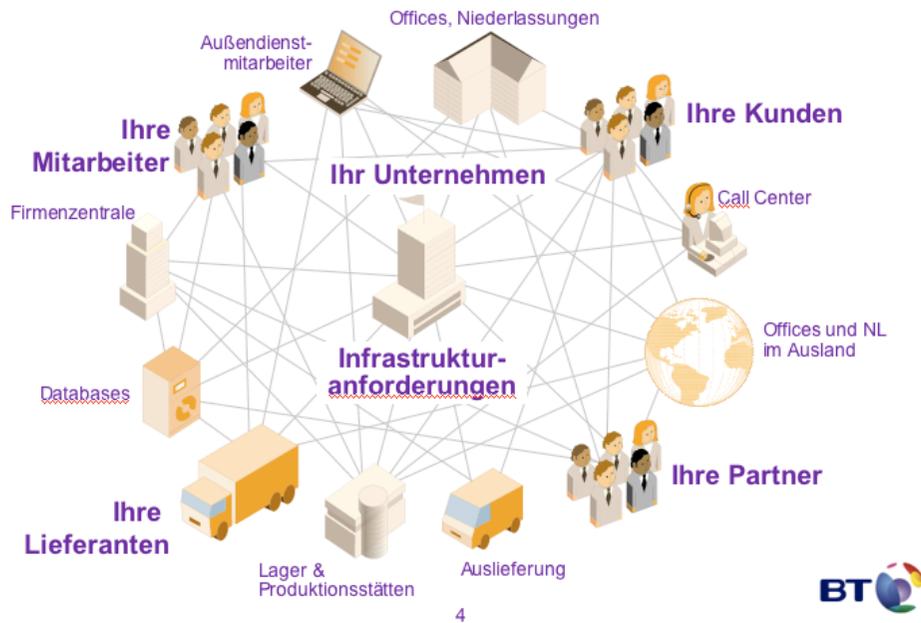


... und zur “Network Economy” (Bob Metcalfe)

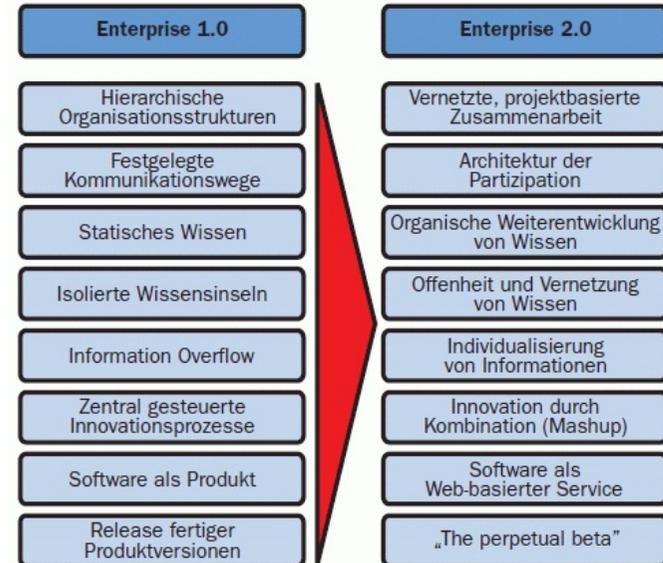


Das Digitale Öko-System:

Die digital vernetzte Wirtschaft



Web 2.0 auf dem Weg ins Unternehmen



Quelle: Berlecon

Von „Open Source“ zu „Open Everything“!

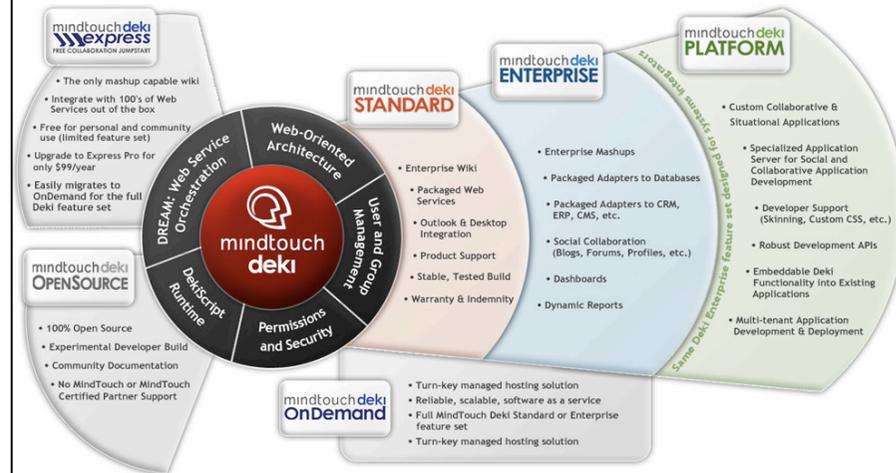


Der ‘Kategorische Imperativ’ für das E-Business heute:

Network - Peer - Share !!!



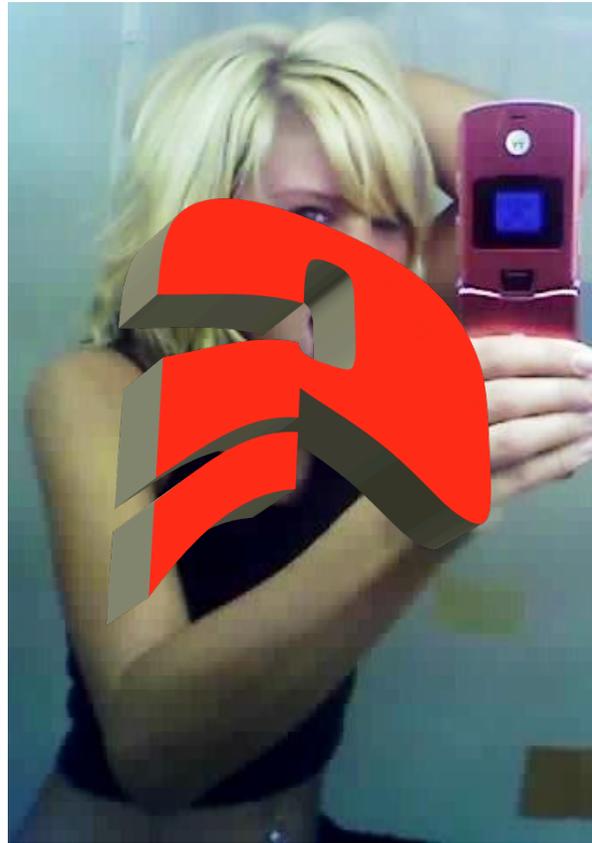
Eine Digitale (Aus-)Tauschwirtschaft:



„Wikinomics“!



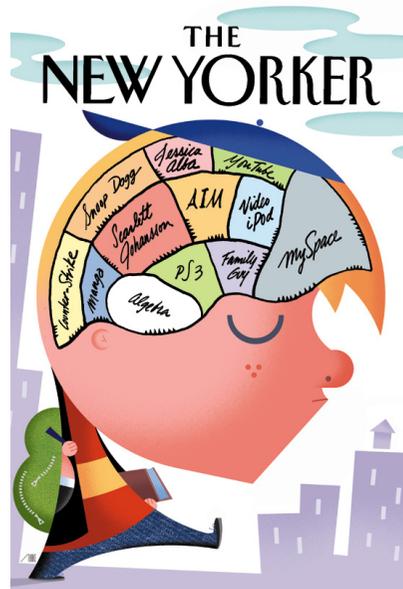
Wer betreibt diese Entwicklung?



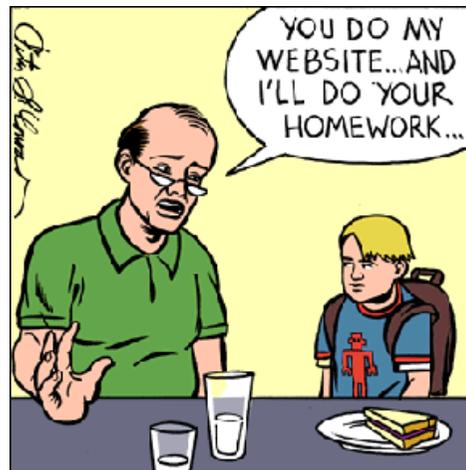
„Digital Natives“ - eine Neue Generation von Nutzern + Kunden!



Web 2.0 ist ein “Digitaler Lifestyle” ...



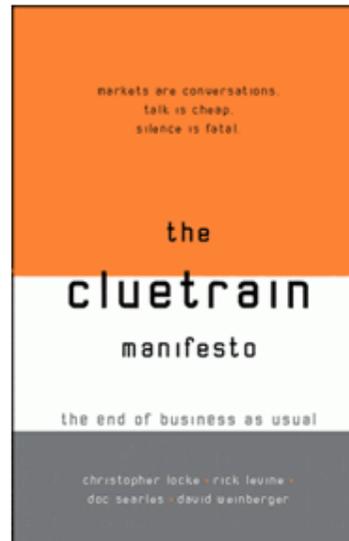
... von und für “Digital Natives”



... fremd und exotisch für “Digital Immigrants”



“Wir sind keine ‘Zielgruppe’ - wir sind Menschen. Kommt endlich damit klar!”

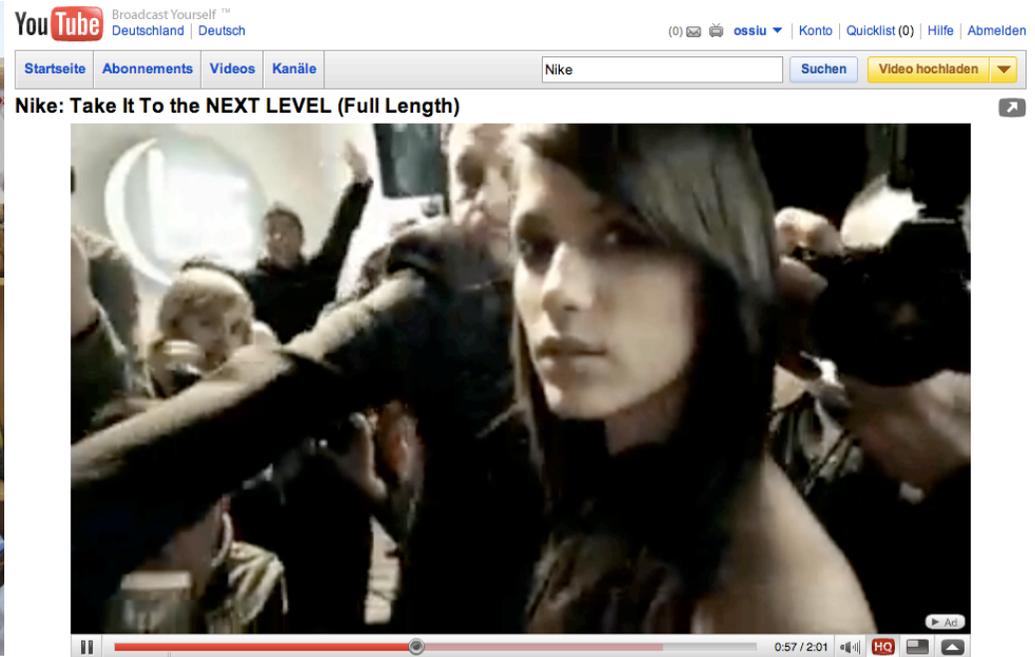


A powerful global conversation has begun. Through the Internet, people are discovering and inventing new ways to share relevant knowledge with blinding speed. As a direct result, markets are getting smarter—and getting smarter faster than most companies.

www.cluetrain.com



„Märkte sind Konversationen“ (Cluetrain Manifesto)



Und: „Marken sind Menschen“ (Jeff Jarvis: WWGD)

„Das Internet ist DAS Medium zum Trend.“ (Spiegel, 17/07)



Disruptive Medienentwicklung:



„Wenn Sie keine Ahnung haben, wovon die Rede ist, sollten Sie mal wieder ins Zimmer Ihrer Kinder schauen.“ (FTD, 1. 2. 08)



“Social Networks”: Persönliche Medien + Meinungsaustausch

The image shows a collage of digital content. At the top left is the XING logo and navigation menu. To its right is the MyVideo website interface. Overlaid on the center is an infographic titled "Internetgeneration fordert neue Medien ein".

Internetgeneration fordert neue Medien ein

Wunsch Die 14- bis 32-Jährigen wollen am liebsten selbst aussuchen, welche Computer und Programme sie an ihrem Arbeitsplatz nutzen. Das lässt allerdings kaum ein Unternehmen zu.

Am Arbeitsplatz eingeschleppte Anwendungen in %

Anwendung	in %
alternative Browser*	60
Handy/Smartphone	51
Instant Messaging	41
Office-Anwendungen**	39
Open-Source-Programme	39
Wikis, E-Whiteboards	36
Social Networks	35

* Firefox, Opera etc. ** webbasierend

Selbsthilfe Viele jüngere Mitarbeiter bringen einfach ihre privaten Computer mit ins Büro – und arbeiten damit, weil sie das Vertraute vorziehen.

The infographic also includes a Twitter feed on the left and a Facebook interface on the right, both showing user profiles and posts.

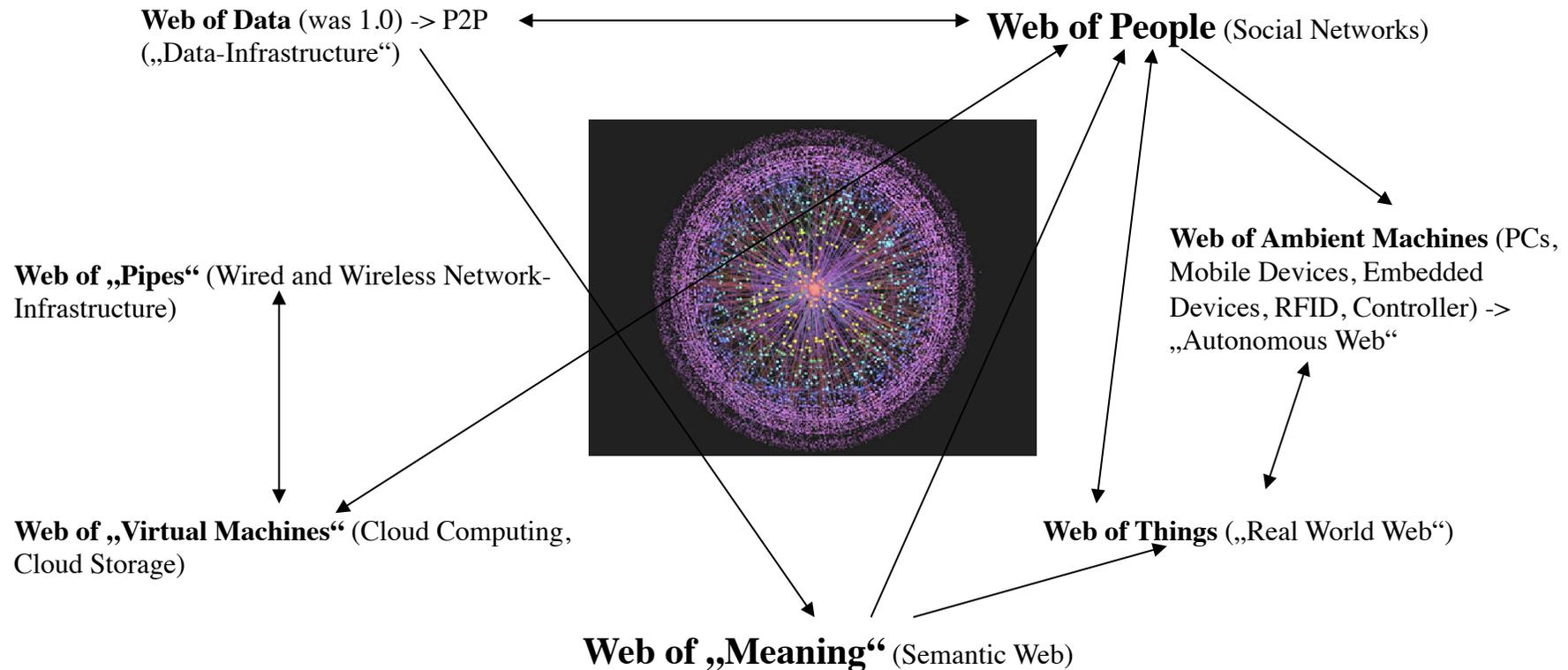
- **50% der deutschen Internet-Nutzer nutzen Social Networks**
- **Unter den Top 5 aller deutschen Websites sind 3 Social Networks**
- **28,5 Mio. Nutzer sahen 3,5 Milliarden Online-Videos in 12/08**



Internet-Endgeräte:



Trends of Internet Development: Netzwerk-Effekte!



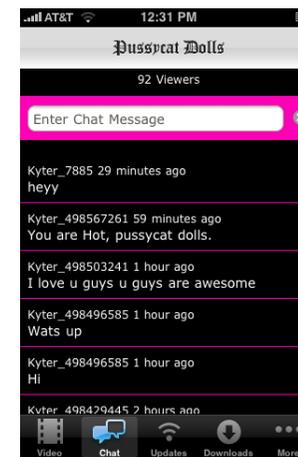
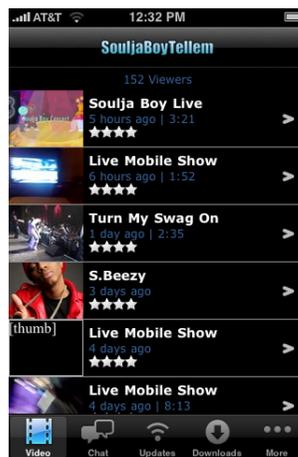
... All have different capacities, bandwidth-requirements, levels of interactivity, time to market ...



Trend "Mobile Internet":



10,4 Mio. Nutzer in D 2008!

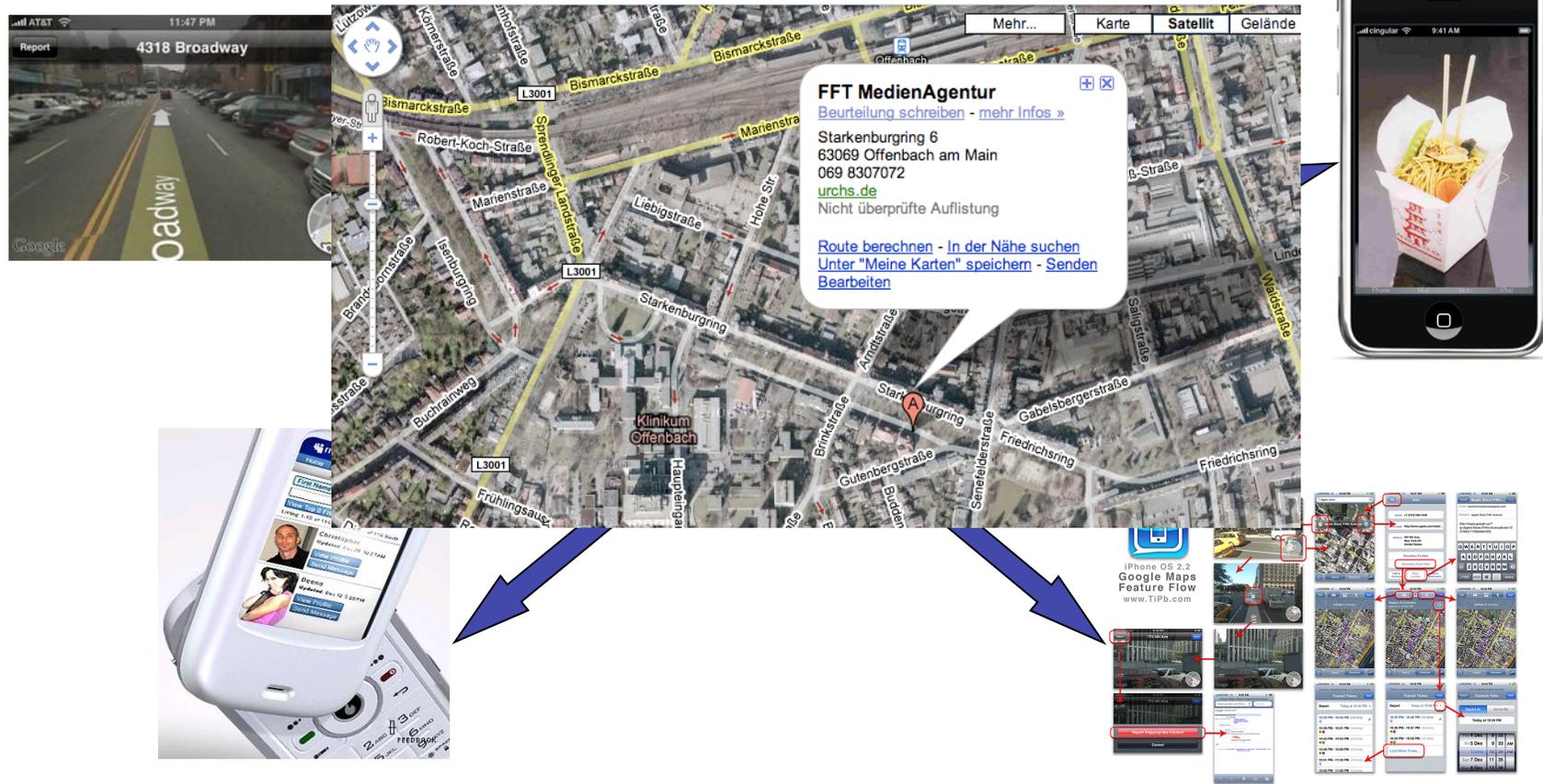


„Mobile Web“: multimedial, sozial + interaktiv!



Web 2.0 - The Next Generation!

Mobile Social Networks:



Nutzer + Inhalte “reisen” durch die Netze: The “Real World Web”!



Web 2.0 - The Next Generation!

Data Portability:



„Meine Daten gehören mir!“

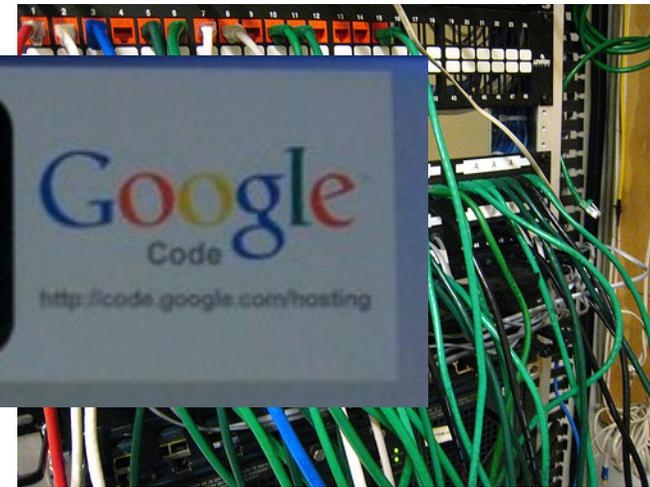


Web 2.0 - The Next Generation!

„Cloud“-Computing:



My other computer
is a data center

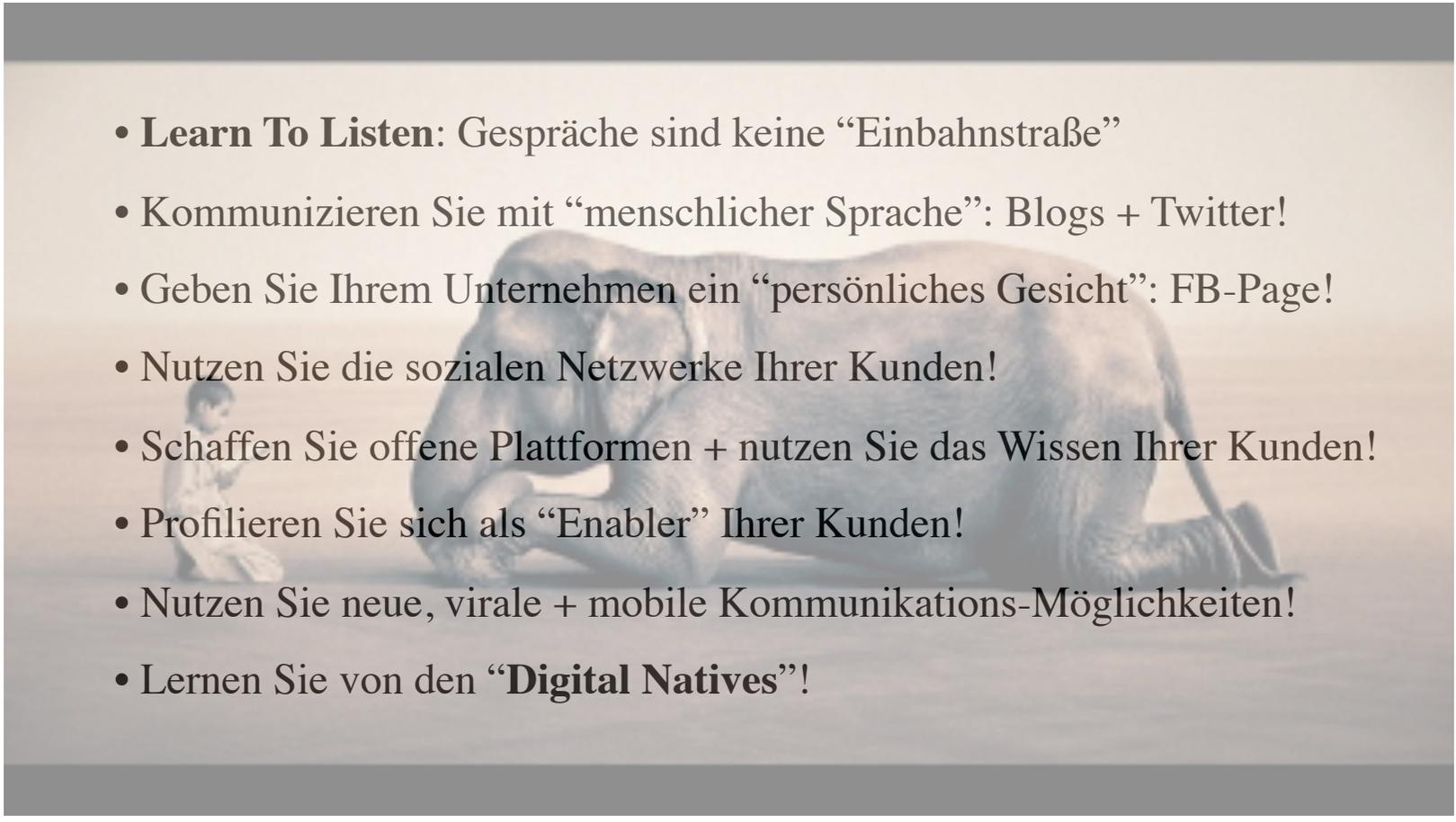


Google
Code
<http://code.google.com/hosting>

„It’s the Network (Economy), Stupid!“



Basis Digitaler Erfolge - Eine “Digitale” Strategie:

- 
- **Learn To Listen:** Gespräche sind keine “Einbahnstraße”
 - Kommunizieren Sie mit “menschlicher Sprache”: Blogs + Twitter!
 - Geben Sie Ihrem Unternehmen ein “persönliches Gesicht”: FB-Page!
 - Nutzen Sie die sozialen Netzwerke Ihrer Kunden!
 - Schaffen Sie offene Plattformen + nutzen Sie das Wissen Ihrer Kunden!
 - Profilieren Sie sich als “Enabler” Ihrer Kunden!
 - Nutzen Sie neue, virale + mobile Kommunikations-Möglichkeiten!
 - Lernen Sie von den “**Digital Natives**”!



Danke!

Kontakt:

ossi@urchs.de

www.urchs.de



