



---

# Google, Blogs, Wikis

**Welche neuen Herausforderungen  
gibt es für Publisher durch Web 2.0?**





# Kurze Vorstellung

---

- Ehrhardt F. Heinold, Geschäftsführer der Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung
- 1995 gegründet
- Auf die Verlagsbranche und Neue Medien spezialisierte Unternehmensberatung
- Dienstleistungen:
  - Consulting
  - Weiterbildung
  - Studien/Marktuntersuchungen/Website-Analysen
  - Mergers & Acquisitions





---

# „Alles ist auf dem Prüftstand“

Dr. Bernd Kundrun,  
Vorstandsvorsitzender, Gruner + Jahr

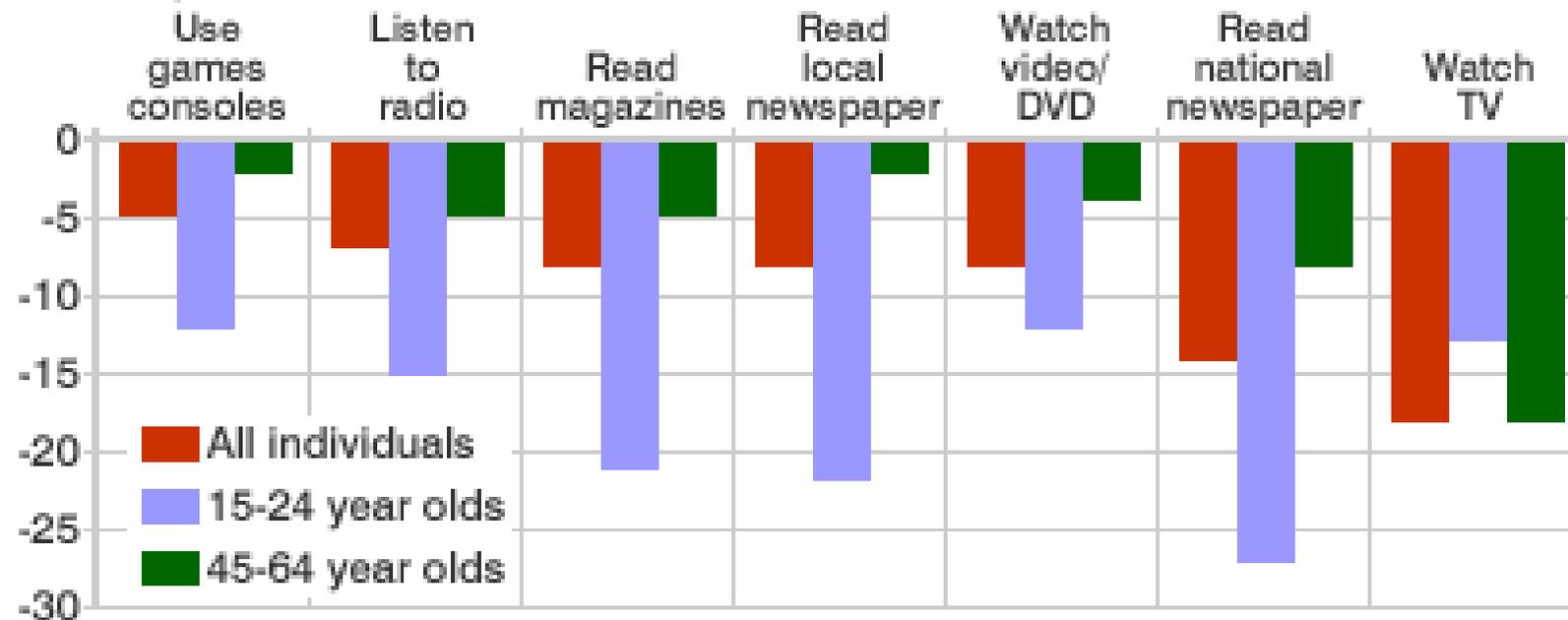


# Die traditionellen Medien verlieren Nutzer



## REDUCED CONSUMPTION DRIVEN BY NET USE

% of respondents



Source: Ofcom

- Änderung des Medienverhaltens in Großbritannien 2005 - 2006
- Jährliche Studie der Ofcom

Quelle: Ofcom / [BBC News](#)



# Das Medienverhalten ändert sich



- The "networked generation" is driving a radical shift in media consumption, says UK telecoms regulator Ofcom.
- Sixteen to 24 year olds are spurning television, radio and newspapers in favour of online services, says the regulator's study.
- The 2006 Ofcom report also found that increasingly households are turning to broadband and digital TV.
- Seventy percent (16 – 24, compared to 41% of the general population) have used some kind of social networking site, such as MySpace, and one in five have their own website or blog.
- The reduced consumption of other media, such as newspapers, magazines and radio, amongst this age-group compared to the general population, has also thought to have been driven by the net.

Quelle: Ofcom / [BBC News](#)



# Web 2.0: Das Trendthema erreicht die Verlagswelt



- 2004 als Motto für eine Konferenz geprägt, inhaltlich vor allem durch den amerikanischen Verleger Tim O'Reilly gefüllt.
- Die einzelnen Elemente von Web 2.0 sind nicht neu, aber die massenhafte Nutzung und die vereinfachte Technologie geben der Entwicklung eine neue Dynamik.
- Viele halten das Thema für einen „Hype“, aber bei genauerer Betrachtung ist es eine sehr große Herausforderungen für Verlage.



# Noch mehr Herausforderungen für Verlage

---



- Zu dieser neuen Dimension des netzbasierten Kommunikation gehören auch Entwicklungen im kommerziellen Bereich.
- Globale Internetbrands nutzen Web 2.0 für ihr Wachstum. Google: Blogs, digitale Contents, Fotos, Mail...
- Amazon: Vermarktet auch digitale Contents
- Ebay: auf dem Weg zum digitalen Flohmarkt?
- Google: Wachsende Anzeigenumsätze durch genau Zielgruppenansprache





---

# Herausforderungen

Warum Verlage handeln müssen





# Weblogs

---

- *Weblogs sind Internettagebücher, die von ihren Autoren mit webbasierter Software erstellt werden.*
- Weblogs übernehmen journalistische Funktionen.
- Beispiele dafür sind u.a. Berichte aus Krisengebieten, bei denen Weblogger schneller und besser informierten als klassische Medien.
- Weblogs werden exzellent von Suchmaschinen gefunden und sind deshalb für den User zum Teil präsender als Zeitungen.
- Weblogs sind eine Herausforderung für alle Verlage, die von aktuellen News leben.



# Wikis

---

- Wikis sind Sammlungen von Webseiten zu bestimmten Themen. Sie sind ideal, wenn viele User Inhalte systematisch erschließen wollen.
- Jeder User kann Inhalte beisteuern, Wikis sind sehr einfach zu bedienen.
- Bekanntestes Beispiel ist Wikipedia, eine weltweit in vielen Sprachen verfügbare Enzyklopädie.
- Die Qualitätskontrolle erfolgt durch die Community.
- Wikis sind eine Herausforderung alle Verlage, die von systematischer Contentaufbereitung leben (wie Lexikonverlage, Fachverlage).



# Communities

---

- Communities sind freiwillige Zusammenschlüsse von Usern zu bestimmten Themen.
- In Communities werden Erfahrungen getauscht. In vielen Bereichen, z.B. im Software-Bereich, sind Communities für viele User die erste Anlaufstelle für Fragen.
- Communities können Fachinformationen ersetzen.
- Bei Werbefinanzierung bieten sie zudem exzellente Zugänge zu Interessenten.





# Google

---

- Google ist mehr als eine Suchmaschine. Für Verlage bietet sie Herausforderungen in zwei Bereichen.
- Eine wachsende Zahl von Usern „googelt“ als erstes, wenn sie Informationen suchen. Trotz aller beklagten Unzulänglichkeiten hilft Google millionenfach jeden Tag.
- Google erhält immer mehr Geld für seine Werbeleistung, weil die User sich durch ihre hier von selbst outen. Google dreht somit das klassische Werbemodell um, bei dem ein Unternehmen eine Zielgruppe sucht (Mediaplanung): Hier findet ein Kunde eine Werbung. Dies gilt bis hin zu fachlichen Zielgruppen.
- "Google has created a revenue stream from being the card catalog or the newsstand, not the magazine“, Pat Kenealy, CEO von IDG



# Google, Amazon, Ebay

---

- Access schlägt Content
- Nicht nur Google steht für das Modell „Access“, das der amerikanische Autor Jeremy Rifkin im Jahr 2000 in einem aufregenden Buch ausführlich beschrieben hat. Danach wird Zugang zu Informationen wichtiger als der Besitz, und zwar Zugang zu Wissen, zu Märkten, zu Zielgruppen (wie das Beispiel von Ebay eindrucksvoll zeigt).
- Verlage werden so zu (austauschbaren?) Content-Lieferanten, die um die Gunst der Accessprovider buhlen (wie schon im us-amerikanischen Buchhandel geschehen, der von zwei Ketten dominiert wird).



---

# Was Verlage tun sollten

Crossmediale und kommunikative  
Markenführung und  
kundenorientierte Wertschöpfung





# Verlage reagieren

---

- „SZ: Das heißt, Gruner + Jahr ist kein Verlag mehr, sondern ein Multi-Mediahaus?
- Dr. Bernd Kundrun, Vorstandsvorsitzender:  
Wir sind ein Haus der starken und inspirierenden Medienmarken. Wandert die Aufmerksamkeit der Leser ab, ist unsere Marktstellung bedroht. Die Chance liegt darin, dass die höchste Glaubwürdigkeit bei Informationen, Unterhaltung, Beratung und Inspiration vielfach bei unseren starken Zeitschriftenmarken zu finden ist. Dies muss durch multimediale Möglichkeiten angereichert werden. Wir müssen die Zielgruppen einladen und sie journalistisch so gut versorgen, dass die uns irgendeiner user-generated Website vorziehen.... Alles ist auf dem Prüfstand.“

*Quelle: SZ vom 23./24.09.2006, S. 21*





# Verlage (re)agieren

---

- Gruner und Jahr (u.a. Stern, Geo, Brigitte) baut seine Zeitschriften in Richtung Web 2.0-Aktivitäten aus.
- Unter dem Motto „Expand your brand“ werden die Printmarken multimedial erweitert.
- Weblogs, Podcasts, Videocats ... gehören jetzt zur Konzernstrategie.





# Beispiel Gruner und Jahr

---

„Interviews, Klangbilder aus fernen Ländern, Hörrätsel und vorgelesene Reportagen – das bietet seit März 2006 GEOaudio, das Podcast-Programm von GEO.de, mit wachsender Resonanz. "Wir haben alle Angebote durchforstet und waren überrascht, dass ausgerechnet eine Königsdisziplin von GEO noch gar nicht besetzt ist: der Bereich Reise", so GEO.de-Redaktionsleiter Jens Rehländer. "Für dieses Segment haben wir dann GEOaudio entwickelt." Innerhalb der internen G+J-Initiative "Expand your brand" ist GEOaudio eines der beispielhaften Innovationsprodukte von GEO.“





# Verlage reagieren

---

- Murdochs News Corporation kauft die Community MySpace für knapp 600 Mio. EUR
- MySpace war eine der größten Communities, in denen private User Profile posten und miteinander kommunizieren.
- Grund für die Akquisition dürften vor allem die Userprofile gewesen sein.
- Frage: Wie passen eine freie Community und ein kommerzielles Interesse zusammen?





# Die Zeit

---

- Die Zeit arbeitet mit Blogs:
  - Von Redakteuren
  - Von Dritten: „Das Meckerblog beobachtet ZEIT online: Was macht die Redaktion falsch, was sollte sie besser machen? Der Autor ist unabhängiger Journalist.“
- Im „Premiumbereich“ werden ausgewählte Beiträge von professionellen Sprechern vorgelesen bzw sind als mp3-Datei downloadbar.
- Im Bereich Debatte diskutieren Leser in Foren.
- Die Zeit ist auf dem weg zur crossmedialen, interaktiven (=kommunikativen, user-unterstützen) Marke.



Dienstag, 27.6.2006

USGEBLOGGT



Blog-Friedhof — Hier ruhen Weblogs, an denen wir zu en Lebzeiten Freude hatten. Alles ist endlich >>

zeige

Über 10 Mio. neue und gebrauchte Bücher.

**KLICKEN SIE HIER**

**ZEIT ONLINE**

WEBLOGS

Suche

OK

RUBRIKEN

WEBLOGS

Alles wird gebloggt!

Meinungen und Notizen, Links und Kommentare, Bilder, Töne, Sensationen

DIE REDAKTION EMPFIEHLT

ZEITansage

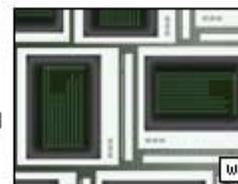
Das Fenster in die Redaktion von ZEIT online >>

WM-Fieber II > Bobic bloggt > WM-Fieber >

Meckern — Das "Meckerblog" beobachtet ZEIT online: Was macht die Redaktion falsch, was sollte sie besser machen? Der Autor ist unabhängiger Journalist. >> Stifte gesucht > Alt-Texte > Delkiat, verehrte Damen >



BlogRuf — Nico Brünjes, Nico Shimmels und Falk Lüke schreiben über das Blogleben, das Onlineuniversum und den ganzen Rest. >> Hallo liebe taz > Lesestoff der letzten Tage > Darf so jemand bloggen? >



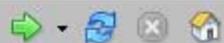
Fundsachen — Seit 1996 Diverses aus dem Internet >> Spielzeugwerbung, 70-er Jahre > Art in Cities > Websites as Graphs >



Wissenschaftskarriere?



Das Karriereportal der Wissenschaft



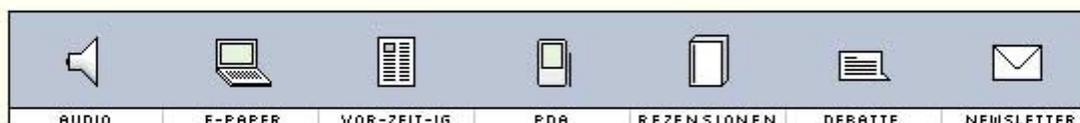
# PREMIUM

[AUDIO](#) [E-PAPER](#) [VOR-ZEIT-IG](#) [PDA](#) [REZENSIONEN](#) [DEBATTE](#) [NEWSLETTER](#)

ZEIT.DE

## Liebe Leserin, lieber Leser,

Sie suchen tiefgründige Informationen, umfassenden Service, exklusive Angebote und spannende Diskussionen? - Der Premiumbereich von ZEIT.de bietet Ihnen noch mehr:



### REGISTRIEREN SIE SICH KOSTENLOS UND UNVERBINDLICH

Nutzen Sie die kostenfreien Angebote und testen Sie die kostenpflichtigen eine Woche gratis

[REGISTRIEREN](#)

### ABONNIEREN SIE ZEIT.DE PREMIUM

Für 7 € im Monat oder 30 € im halben Jahr alle Premiumangebote

[REGISTRIEREN](#)

### REGISTRIEREN ALS ZEIT-ABONNENT

Sie besitzen bereits ein Abo der gedruckten ZEIT und möchten sich für Premium anmelden

[REGISTRIEREN](#)

### LOG-IN

Sind Sie schon registriert, gelangen Sie hier in den Premiumbereich

[LOG-IN](#)

### PREMIUM

[REGISTRIEREN](#)  
[ZUGANGSCODE](#)  
[EINGEBEN](#)

### MEINE DATEN

[DATENSCHUTZ](#)  
[AGB](#)

### HILFE

[PASSWORT](#)  
[VERGESSEN](#)

### LOG-IN

**DIE ZEIT**

**DIE ZEIT 3 x gratis**  
und freier Zugang zu  
Premium!  
[Bestellen Sie hier >>](#)

\* Abonnenten der Print-Ausgabe DIE ZEIT können den Premiumbereich gratis nutzen. Auch die Teilnahme an der Debatte und der Bezug der Newsletter setzen eine Registrierung im Premiumbereich voraus, bleiben aber kostenlos.

# Rowohlt: Web 2.0-Buchmarketing

---



- Der Rowohlt Verlag nutzt die neuen Möglichkeiten für das Marketing.
- Podcasting als Unterstützung junger Autoren, die mit klassischer Werbung so nicht unterstützt worden wären.
- Weblogs von Autoren als Kundenbindung.
- Community zur Kundenbindung (Kinderbereich).
- Newsletter zur Generierung von Kundenkontakten.





# Deutschland - Eine Lesereise

HOME ARCHIV SUCHE RSS ZEIT.DE ZEIT.DE WEBLOGS

## DER AUTOR

Jan Weiler



### Biographie

1967 in Düsseldorf geboren, arbeitete er zunächst als Texter in der Werbung, bevor er die Deutsche Journalistenschule in München absolvierte. Seit 1994 in der Redaktion des SZ-Magazins tätig, leitete er dieses 2000 - Anfang 2005 als Chefredakteur (gemeinsam mit Dominik Wichmann). Jan Weiler lebt mit seiner italienischen Frau und zwei Kindern in Ambach.

## DAS PROJEKT

### Deutschland - Eine Lesereise

Jan Weiler geht ab dem 12. September auf Lesereise in Deutschland. Er wird seinem Bestseller Beine machen und euch in vielen Buchhandlungen mit Antonio bekannt machen.

WeilersWunderland ist das Tagebuch über seine Erlebnisse in allen Ecken Deutschlands - eine Woche vor der Wahl, eine Woche nach der Wahl und er wählt selbst die Themen ganz nach gusto...

Die Leser erfahren regelmäßig über mindestens 8 Wochen

22.11.2005

## Wiesbaden. Naturgeile Ukrainerinnen in chinesischen Restaurants

Bin schon wieder in Mainz, diesmal um nach Wiesbaden umzusteigen. Mainz! Drehscheibe des nationalen Bahnverkehrs. Wenn man wenig später auf dem Wiesbadener Hauptbahnhof ankommt, fühlt man sich augenblicklich wie Ulrich Mathes in einem Nazi-Film. Man bekommt ganz hohle Wangen in dieser Zeitmaschine von einem Bahnhof. Sollten die auch nicht renovieren, die Ankunftshalle. Sie ist so schön verrostet und das große Schild, das von der Decke hängt und auf dem „Wiesbaden“ steht, sieht genauso aus wie in einem Kriegsfilm von Bernd Eichinger. Ahhh, endlich angekommen! Fronturlaub!

In Wiesbaden gibt es natürlich eine Menge zu sehen. Eine riesige evangelische im neugotischen Stil und komplett aus rötlichen Ziegeln erbaute Kirche, die zumindest von außen ziemlich was her macht. Vor diesem kremlartig auffälligen und Marktkirche genannten Gotteshaus bauen sie den Weihnachtsmarkt auf. Bald ist es wieder soweit.

Ich werde einen Monat nur Crêpes mit Nutella und Bananenscheiben essen und mich fragen, wer eigentlich diese Tonnen von muffelnden Bienenwachskerzen kauft!?

Höchstwahrscheinlich Nüsse knackende Omis und Raucher von mit Honig parfümiertem Pfeifentabak, also Honigafficionados.

### Weiterlesen

Weiler um 15:25 |

TrackBack (0) | Kommentieren | Artikel versenden

## KALENDER

November 2005

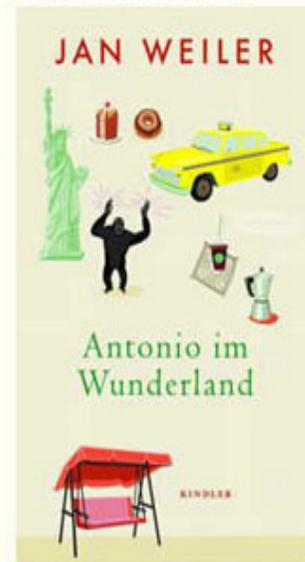
Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
		01	02	03	04	05
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

< Zurück

Vor >

## DAS BUCH

Weiler, Jan  
**Antonio im Wunderland**



21.11.2005

## Bad Kreuznach. Gehen Sie nicht bei der Telekom ins Internet, aber ruhig mal in die Zanzibar

Der Taxifahrer in Bad Kreuznach dreht beinahe durch, als ich ihn frage, ob er für Mainz oder Kaiserslautern ist. Schon wieder so ein irrer Lokalpatriot. Er sei natürlich für Kaiserslautern und es gebe nun ein paar Verräter, die zu Mainz übergelaufen seien, aber die seien verrückt. Es eine sie hier in Kreuznach eigentlich nur der gemeinsame Hass auf die Frankfurter. Am Samstag spielen Mainz und Frankfurt in der Bundesliga gegeneinander. Es wird mit Krawallen gerechnet. Irgendwie kommen mir die Pfälzer ein bisschen vor wie die berühmten Gallier aus dem kleinen Dorf in Frankreich. Immer von Feinden umzingelt und hungrig nach deftigem Essen.



# Podcasting

## NEON Ab Heute im Handel

[Home](#) | [Login](#) | [Registrieren](#) | [Artikel schreiben](#)

Die Links aus dem Heft



**NEON**

- > Das Magazin
- > Empfehlen
- > Redaktion
- > Blattkritik
- > Newsletter
- > Abonnieren
- > Mediadaten
- > T-Shirt
- > Gewinnspiel

Wollt ihr was trinken?

Das nächste Heft: am 22.11.05

- > Alle Foren
- > Alle Themen & Experten
- > Beruf & Ausbildung
- > **Entertainment**
  - > Comedy
  - > Computerspiele
  - > Fernsehen
  - > Film
  - > Hörbücher & Hörspiele
  - > Internet
  - > Kunst
  - > Literatur
  - > Musik
  - > Presse
  - > Radio
  - > Sport
  - > Stars
  - > Theater & Show
- > Haushalt & Finanzen
- > Kaufen
- > Körper & Gesundheit
- > Liebe, Sex, Gefühle
- > Politik & Gesellschaft
- > Suche

ANZEIGE



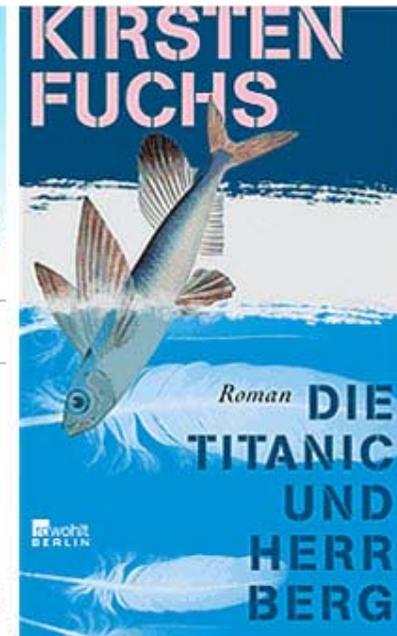
### DIE TITANIC UND HERR BERG

Roman von Kirsten Fuchs

#### Unrettbare Träumerin trifft einsamen Zyniker

Eine provokante Liebesgeschichte voller Sprachwitz - die aus beiden Perspektiven erzählt wird: Die der jungen, phantasievollen Tanja, die sich ihre Welt täglich neu erschafft und an die Liebe glaubt. Und die des alternden Zynikers Peter Berg, der sich schon längst keine Illusionen oder Hoffnungen mehr genehmigt. Als Sachbearbeiter des Sozialamtes genehmigt er dafür täglich tausend traurige Anträge. Doch eines Tages tritt Tanja strahlend in sein Büro, die Zeit der Trübsal scheint vorbei...

[mehr >>](#)



[ANSICHT BUCHRÜCKEN](#)

[BUCH BESTELLEN](#)

#### DIE AUTORIN

Kirsten Fuchs, die jüngste unter den Veteranen der Berliner Lesebühnen und Siegerin des Open Mike 2003, ist nicht nur eine begnadete Wortschöpferin, sondern auch eine faszinierende Erscheinung: Wer immer ihr und ihren Texten begegnet, ist nachhaltig verzaubert.

[mehr >>](#)



#### HÖRBAR



"Erst habe ich es geschrieben. Dann wurde es sogar gedruckt. Dann habe ich Teile daraus in ein Mikrofon gelesen und es wurde sogar aufgenommen."

[Leseprobe als MP3 anhören >>](#)

# Heutige Wertschöpfungskette Verlag



## Inhalte (alle Medienarten):

- Beschaffen und / oder
- Erstellen
- Aufbereiten
  - Kundenorientiert
  - Medienorientiert
  - Vermarktungsorientiert
  - Wettbewerbsorientiert
- Vermarkten



