

Lässt sich im Web 2.0 Geld verdienen?

Diese Frage scheint ja nicht nur in der Finanzbranche wichtig zu sein. Schließlich war der Erfolg im Internet noch vor einigen Jahren totgeglaubt. Die Blase von bis dahin äußerst erfolgreichen Online-Unternehmen war geplatzt. Shop-Systeme gingen pleite, große Internetportale und Online-Plattformen warfen keine Gewinne mehr ab. Zahlreiche Unternehmen hatten sich mit Ihren Investitionen in virtuelle Startups verspekuliert und dabei anscheinend aufs falsche Pferd gesetzt. Doch nur wenige Jahre später steht eine neue Generation in den Startlöchern.

So beschreibt „Web 2.0“ zum einen die nahezu revolutionäre Entwicklung des Internets seit dem Jahr 2004: Ausschlaggebend war die rasante Verbreitung der sogenannten „Weblogs“, auch als „Blogs“ abgekürzt. In diesen Online-Journalen veröffentlichen Blogger regelmäßige Beiträge, die rückwärts chronologisch geordnet und mit Hilfe von so genannten RSS-Feeds abonniert werden.

Zum anderen bezeichnet „Web 2.0“ eine ganze Fülle von Funktionen, die von der Beteiligung durch Internet-User leben. „User Generated Content“ (zu Dt. „Inhalte, die von den Benutzern bereit gestellt werden“) ist das Zauberwort, das aus dem bisher passiven und konsumorientierten Web eine Plattform zur aktiven Teilnahme macht. „Web 2.0“ wird deshalb auch als „Mitmach-Web“ bezeichnet.

User Generated Content begründet das „Mitmach-Web“

Das Online-Lexikon Wikipedia ist ein gutes Beispiel für solche Anwendungen, ebenso wie die Bookmark-Sammlung Mister Wong oder die Videoplattform Youtube. Hier können die User ihre eigenen Texte, Videos und Produkte veröffentlichen und sich mit Gleichgesinnten vernetzen.

Ein wesentlicher Vorteil der neuen Internet-Generation besteht darin, den eigenen Onlineauftritt unkompliziert und kostengünstig gestalten und verwalten zu können. Dank einer benutzerfreundlichen Oberfläche werden nach der einmaligen Installation weder teure Software noch Programmier-Kenntnisse gebraucht, um aktuelle Inhalte zu veröffentlichen.

Die starken Verbindungen innerhalb der so genannten „Blogosphäre“ helfen Unternehmen, sich aktiv zu vernetzen und dadurch auch von Suchmaschinen schnell gefunden zu werden. Darüber hinaus führt die Auflistung in Social Bookmark Verzeichnissen oder anderen Diensten zu einer erhöhten Wahrnehmung. Der Networking-Gedanke wird durch die Funktionen von „Social Software“ stark erleichtert.

Ein wesentliches Merkmal insbesondere von Weblogs ist die Möglichkeit für den Dialog mit Kunden. Über eine Kommentarfunktion können User ihre Meinung zu Produkten und Angeboten mitteilen. Dadurch sind ein zielgerichteter Vertrauensaufbau und eine spezifische Öffentlichkeitsarbeit möglich, die wiederum für Mund-zu-Mund-Propaganda sorgt.

Reputationsaufbau durch Social Media Anwendungen

Nicht zuletzt steigert die Nutzung moderner und innovativer Medien das Image eines Unternehmens. Wer will schon gerne die Chance verpassen, vorne mit dabei zu sein? „Web 2.0“ bietet die Möglichkeit, im Werbedschungel schneller und effektiver voran zu kommen. Doch im Gegensatz zur ersten Internet-Generation scheint die Weiterentwicklung des Internets nun stark genug zu sein, auch nachhaltigen Erfolg zu garantieren.

(3200 Zeichen)

Dies ist ein Auszug aus dem neuen Buch von Thomas Kilian „Der Igel-Faktor“: Erfolgreiche Neukunden-Gewinnung im Internet ist kein Märchen. Denn wie bei der Geschichte vom Hasen und vom Igel gelingt es manchen Unternehmen, sich auch mit geringem Budget professionell online zu positionieren. Thomas Kilian zeigt Ihnen in diesem Buch, wie Sie im „virtuellen Steckrübenfeld“ gefunden werden, ohne dabei – wie der Hase – aus der Puste zu kommen. Denn nur mit pfiffigen Ideen und dem richtigen Gespür können Sie im Netz Geld verdienen.

"Spannender Wettlauf um neue Kunden im Internet."

"73 Runden voller Überraschungen auf dem virtuellen Steckrübenfeld."

"Leicht zu lesen - noch leichter zu verstehen."

Weitere Informationen zum Buch und Bestellmöglichkeit unter www.igel-faktor.de.

256 Seiten, zahlreiche Abbildungen, Schaubilder und Checklisten
24,80 Eur[D] / 25,60 Eur[A] / 37,90 CHF UVP
ISBN-13: 978-3-938358-86-3

Buchcover, Illustrationen und Autorenfotos in hoher Auflösung:
www.igel-faktor.de/igel-faktor/buchcover

Thoxan GmbH
Thomas Kilian
Am Bahndamm 6
32584 Löhne-Gohfeld

Tel. 05731 982 98 60
Fax 05731 982 98 61

Info@Thoxan.com
www.Thoxan.com

Thomas Kilian leitet eine Werbeagentur in Ostwestfalen und hat sich auf die Neukunden-Gewinnung im Internet spezialisiert. Der studierte Germanist hat ein Faible für Neue Medien, professionelle Texte und freches Marketing.