

Web 2.0 – Salzburg im Brennpunkt der Medien

Impulsreferat am 28.07.2007

Eine Weiterverbreitung und Weiterverwendung der in diesen Unterlagen enthaltenen Inhalte, über die innerbetriebliche Verwendung hinaus, ist ohne die ausdrückliche und schriftlich erteilte Genehmigung von Knallgrau New Media Solutions GmbH nicht gestattet.

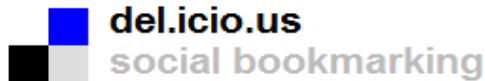
Alle Rechte vorbehalten.

Das Web 2.0



Quelle: <http://6billionothers.org>

Web 2.0 ist ...



50 Mio Blogs;
50.000 Postings
pro Stunde



Vom Consumer
zum Prosumer



YouTube: 40+ Mio
Videos/Woche,
65.000 neue
Videos täglich

Accenture sucht 150
neue Mitarbeiter -
via Blogs

Google.com kauft
YouTube für USD
1,65 Mrd

Broadcasting
vs.
Conversation



Rupert Murdoch
zahlt USD 580
Mio für MySpace

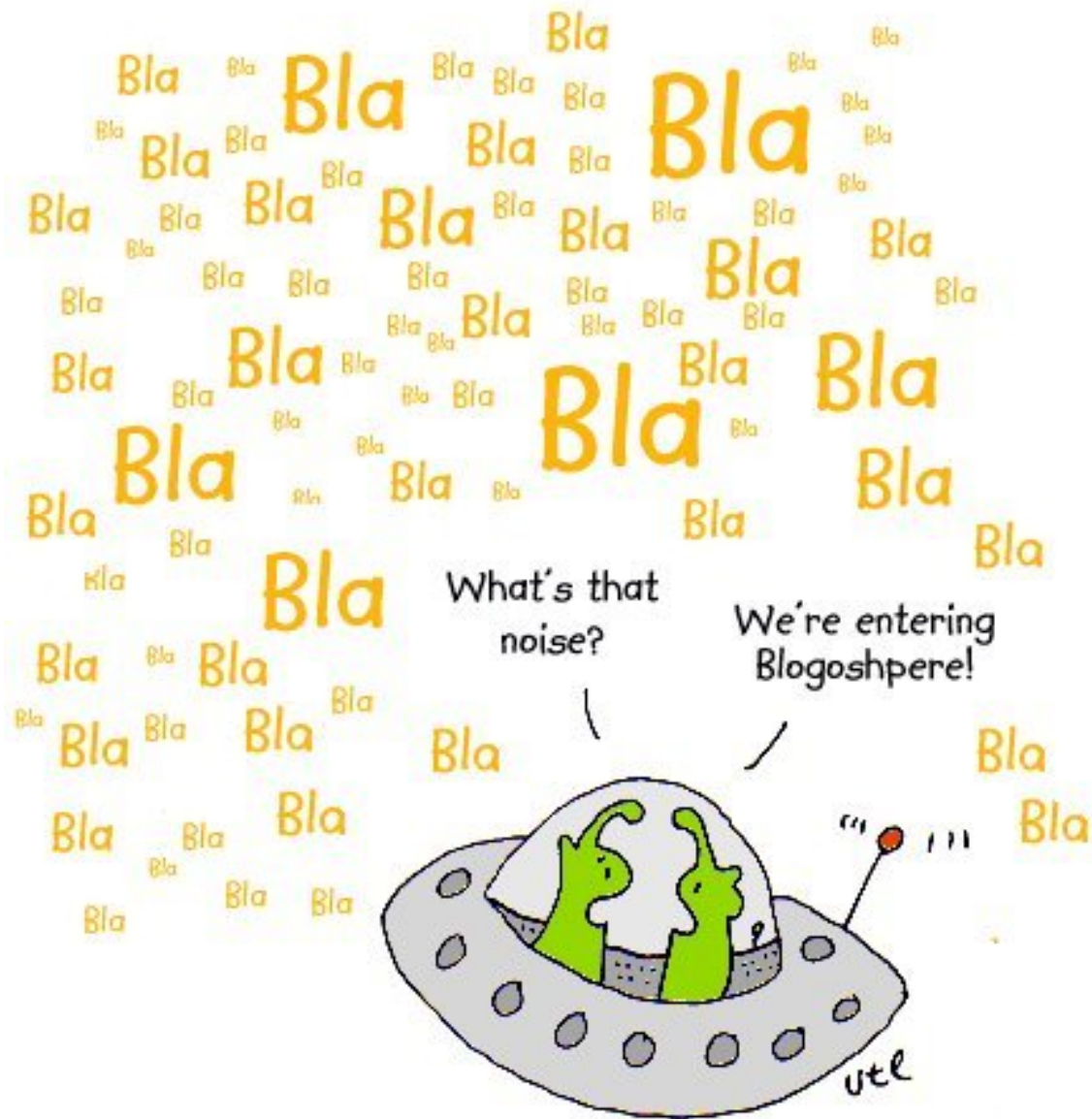


„Nicht Informationen
sind knapp sondern
Aufmerksamkeit“

Das Youniversum



Reinier Evers "Youniversum" in: GDI Impuls, Frühling 2007, S. 8ff



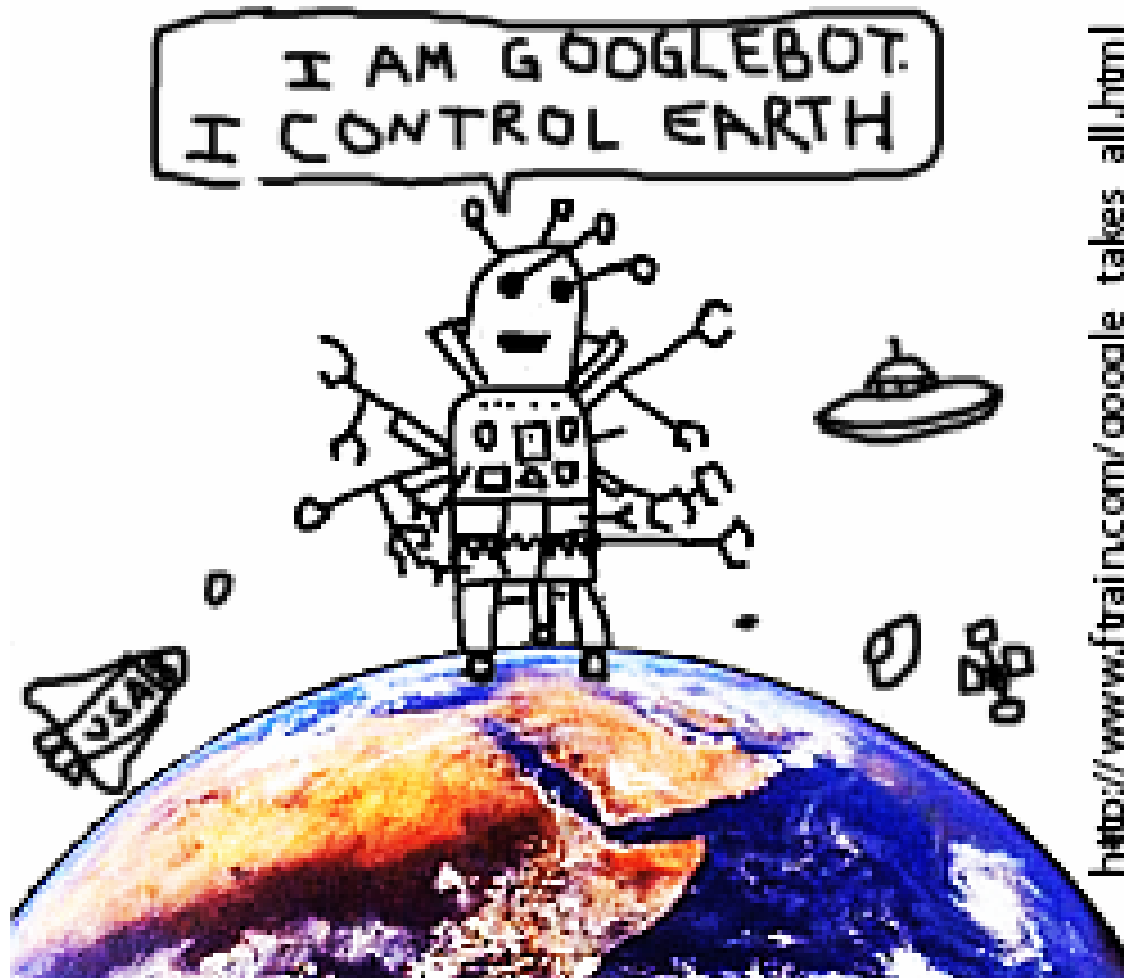
Das neue Web 2.0 ist ein permanentes Gespräch

Marken und Medien übergeben Ihre Deutungshoheit an den aktiven Kunden

Nutzer glauben Nutzern mehr als Unternehmen und Meinungen sind spannender als Fakten

„Die Welt hat eine Dichte erreicht, in der die Tat unmittelbar zum Täter zurückkommt.“

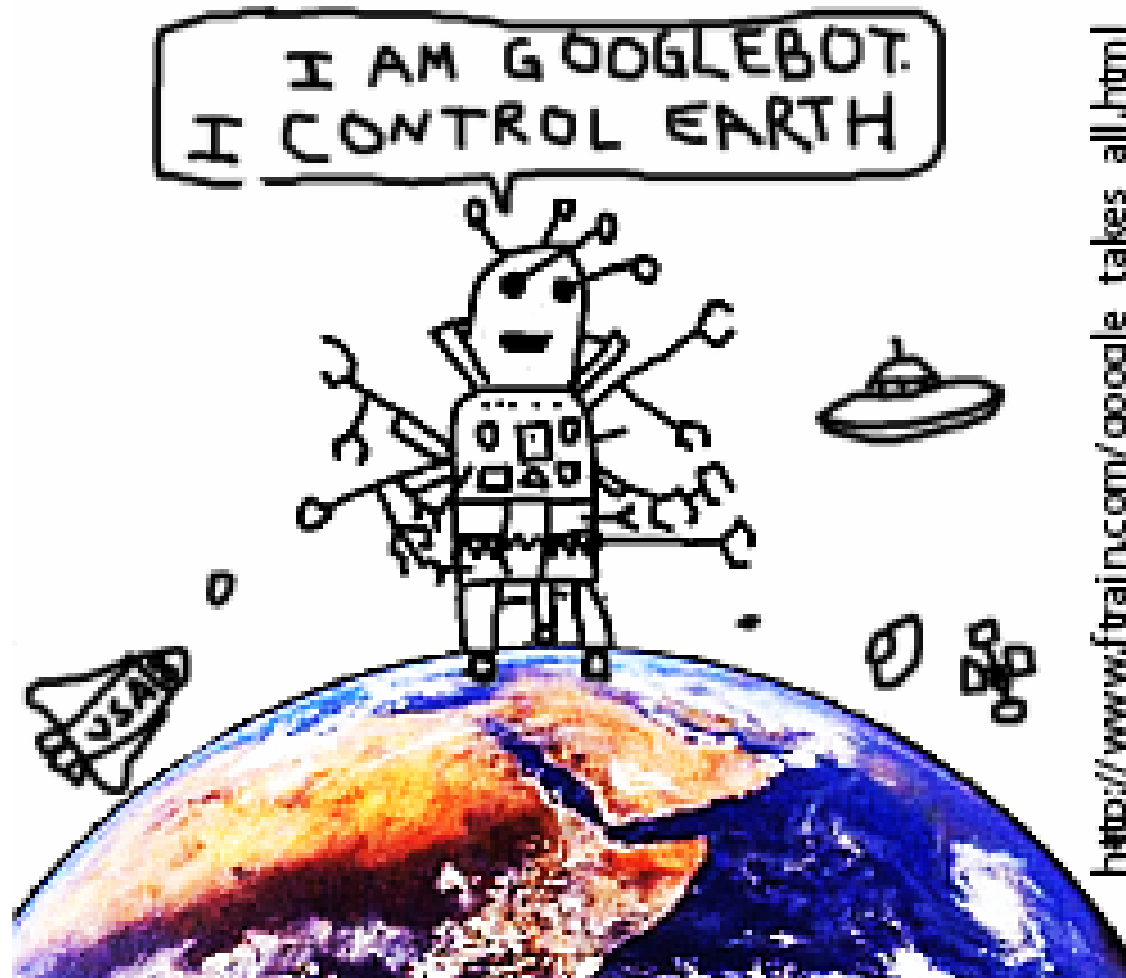
Peter Sloterdijk



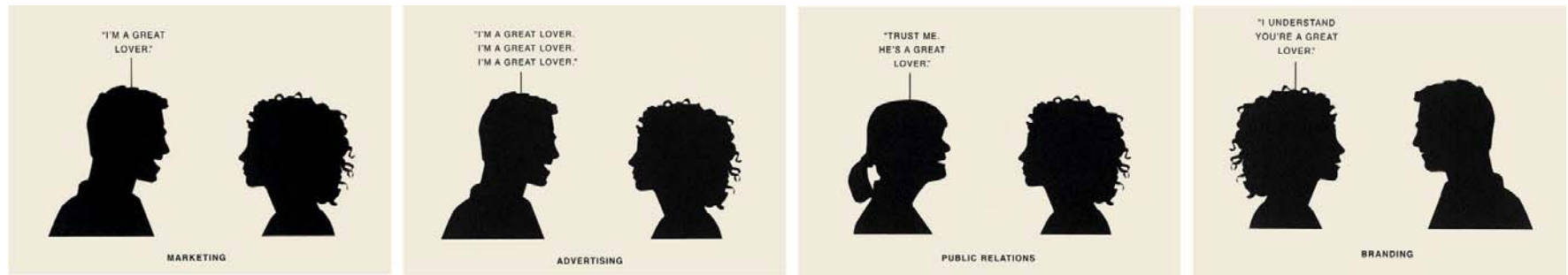
http://www.ftrain.com/google_takes_all.html

Ignorieren geht nicht - Kontrolle ist eine Illusion





Marketing, Werbung, PR und Branding



http://adsoftheworld.com/blog/ivan/2007/apr/11/the_difference_between_marketing_pr_advertising_and_branding

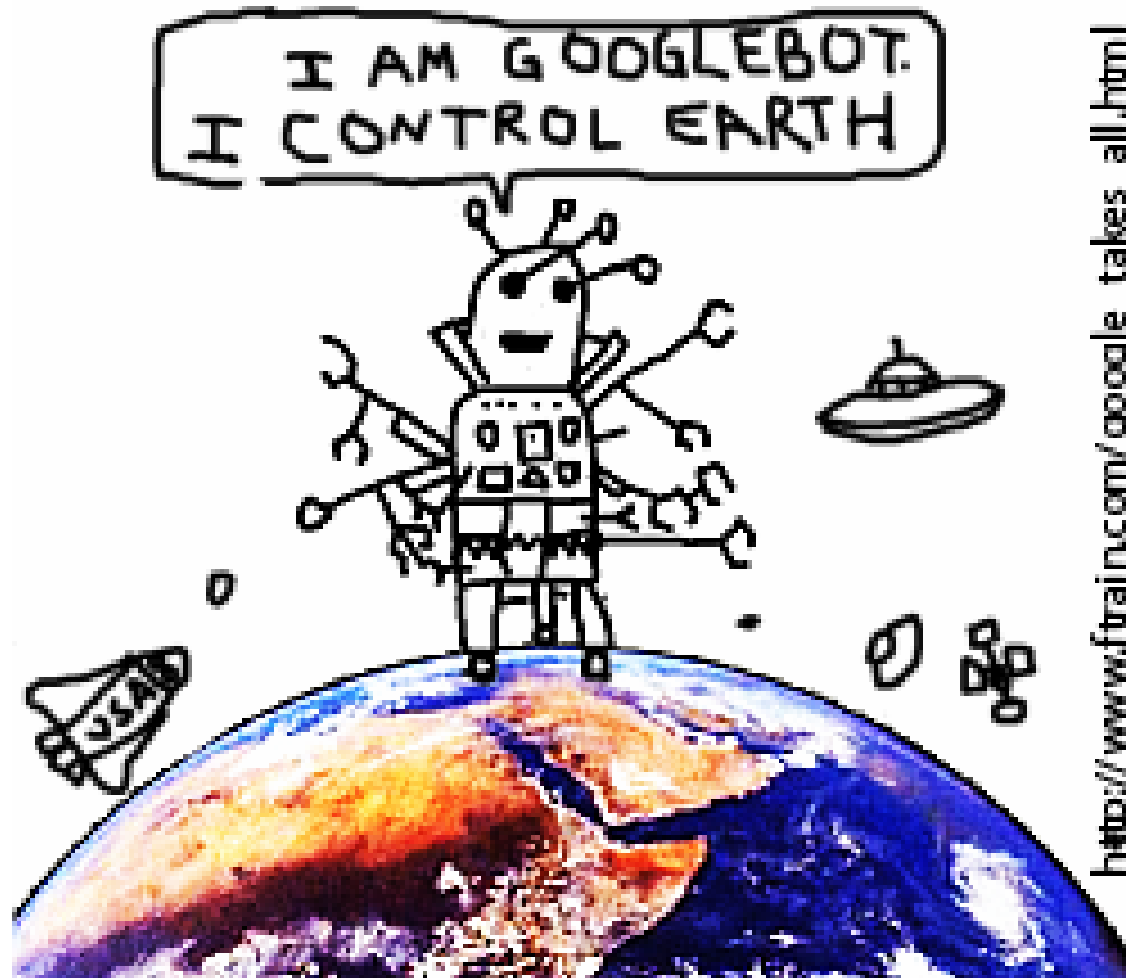
Im neuen Social Web schwimmen Marketing, Werbung, PR und Branding.

Jeder spricht mit jedem, der Konsument mutiert zum Prosument, aus dem passiven Couch-Potato wächst der aktive Mouse-Potato.

Grafik nach: http://adsoftheworld.com/blog/ivan/2007/apr/11/the_difference_between_marketing_pr_advertising_and_branding

**Das Unternehmen ist nackt.
Und wer keine Kleidung
trägt, sollte besser gut in
Form sein.**

Don Tapscott



http://www.ftrain.com/google_takes_all.html

Wohin geht die Reise?



Enterprise 1.0

Mitarbeiterbeurteilung

Hierarchie statisch

Maschine

Lektion

Macht

Herrschaftswissen

Broadcast

Angstkultur

Enterprise 2.0

Peer review

Reputation dynamisch

Organismus

Reflexion

Kompetenz

Transparenz

Dialog

Vertrauenskultur

Wem nützt das alles?



Coca-Cola – „Weallspeakfootball“ WM 2006

Rich Media Event-Blogplattform für die Fußball WM 2006: **WASF**

- » hohe internationale Reichweite
- » Besucher von 148 Ländern
- » 56% Traffic aus den USA ohne direkte Vermarktung
- » virale Verbreitung!
- » 350+ etablierte Medien berichten: Businessweek, USA Today, BBC, TIMES, Handelsblatt u.v.m.

The screenshot shows the Weallspeakfootball blog platform interface. At the top, there is a header with the site name "WEALLSPEAKFOOTBALL" and a Coca-Cola logo. Below the header is a navigation bar with flags representing various countries. The main content area is divided into several sections:

- PRO BLOGGERS:** This section features two featured bloggers. On the left is LYSSA, with a post titled "TWO FINALES AND A PARTY!" dated 7/9/06 4:57 PM. On the right is GABEMAC, with a post titled "WORLD CUP IN 5 LANGUAGES AN..." dated 7/3/06 7:01 AM.
- OTHER PRO BLOGGERS AND GUESTBLOG:** This section lists other contributors: ANIL (6/9/06 to 6/16/06), GABEB (7/1/06 to 7/10/06), TEAM (6/9/06 to 7/10/06), and GUESTBLOG (6/9/06 to 7/10/06).
- RECENT IMAGES:** A grid of small images showing various football-related scenes.
- RECENT VIDEOS:** A list of video posts, including "Marking Berlin" by gabeb, "Last Night's mobile phone footage" by gabeb, and "paint" by Jimmy.
- RECENT PODCASTS:** A list of podcast posts, including "AROUND THE CUP SEMIFINALS PREVIEW" by Sportsau, "AROUND THE CUP QUARTERFINALS PREVIEW" by Sportsau, and "AROUND THE CUP DAY 18" by Sportsau.

At the bottom of the interface, there are two buttons: "APPLICATION CLOSED" and "Get the weallspeakfootball.com button for your weblog".

Antworten

dieter.rappold@knallgrau.at

Knallgrau New Media Solutions

Pezzlgasse 7/1

1170 Wien

<http://www.knallgrau.at>

