

Horizont - de		Print	
Medientyp:	Zeitschrift	Gedr. Auflage:	22277
Erscheinungsdatum:	06.11.2008	Verk. Auflage:	15214
Seite:	27	Verbr. Auflage:	20852
		Reichweite:	87035

Web 2.0 bleibt umstritten

Experten diskutieren die Chancen von **Communities** kontrovers

Online-Communities wie StudiVZ gelten als Klickmaschinen, tun sich in der Vermarktung ihrer Reichweiten aber nach wie vor schwer. Auf verschiedenen Panels der Medientage München wurden die wirtschaftlichen Perspektiven von sozialen Netzwerken kontrovers diskutiert.

„Die Vermarktung von Social Communities steckt noch in den Kinderschuhen“, stellte Isabell Wagner, Geschäftsführerin des Onlinevermarkters Bigmouth Media, fest. Noch wisse niemand, wie man diese Netzwerke monetarisieren könne. Vor allem das Fehlen einheitlicher Standards erschwere die Vermarktung, sagte Ralf

Schengber von der Beratungsagentur Schengber & Friends: „Community-Marketing ist nach wie vor individuell.“

Werbekunden scheuen Web-2.0-Seiten zudem wegen des nur schwer kontrollierbaren Umfelds. Professionelle Inhalte werden daher gegenüber User Generated Content wieder an Bedeutung gewinnen. „Edel-Content wird wichtiger“,

so die Prognose von Sevenload-Gründer Ibrahim Evsan. Insgesamt gehe der Trend zu intelligenter, kontextrelevanter Internetwerbung: „Smart Advertising ist die Zukunft der Onlinewerbung“, ist sich Trendforscher Daniel Bischoff vom Think Tank Trend One sicher. **DH**

→ thema
medientage