

internet World Business - de		Print	
Medientyp:	Fachpresse-Spezial	Gedr. Auflage:	17654
Erscheinungsdatum:	19.01.2009	Verk. Auflage:	6081
Seite:	6	Verbr. Auflage:	17007
		Reichweite:	

GASTKOMMENTAR

Krisenherd Web 2.0?

Sevenload-Gründer Ibrahim Evsan glaubt an die Innovationskraft deutscher Start-ups

Die gesamte Internetbranche wird von neuer Technologie und unbändiger Innovationskraft geprägt. Web 2.0 fasziniert immer mehr Menschen. Doch im neuen Jahr befindet sich die gesamte Entwicklung dieses innovativen Marktsegments in einer besonderen Phase. Der Markt bereinigt sich jedoch auf ganz natürliche Weise. Gerade jetzt sind potenzielle Investoren und Käufer durch die Finanzkrise verunsichert, unzählige Start-ups werden mit dem existenziellen Aus konfrontiert und der gewünschte Exit muss in diversen Businessplänen überdacht werden. Ist der Aufschwung 2.0 trotz der drohenden Rezession nicht schon gelungen? Das Internet kann sich dem Schweinezyklus nicht entziehen.

Das jüngste Beispiel von Robert Basic, Deutschlands bekanntestem Blogger, demonstriert in den Medien eindrucksvoll, dass über Monetarisierung von nutzergenerierten Inhalten in wirklich allen Kreisen insgeheim nachgedacht wird: Sogar der Exit wird über eBay gesucht. Basic bot vor einigen Tagen sein Weblog „Basic Thinking“ auf der Auktionsplattform zum Verkauf an. Was danach für das Web-2.0-Produkt kommt, vermag niemand zu deuten.

Einschlägige Erfolge

Aller Krisenkritik und den anonymen Unkenrufen zum Trotz sprechen mittlerweile zahlreiche Medienmacher von den einschlägigen Erfolgen von Web 2.0: Die Produkte und Dienstleistungen dieser kreativen Ideenschmiede haben das Potenzial,

ein monetäres Massenphänomen zu werden. Während ein reines Copycat-Produkt einst noch als Marktneueinsteiger eine Chance hatte, werden es junge Anbieter 2009 viel schwerer haben, den Markt zu dominieren oder sich einen eigenen Markt zu schaffen. Blickt man über den Teller- rand, werden neben den etablierten Anbietern vor allem aus Nischenprojekten Dienste für Spezialisten geschmiedet.



Ibrahim Evsan,

Gründer und Chief Technology Officer des Social Media Network Sevenload.de, publiziert seine Ideen zur Medienwelt in seinem Blog
 ■ www.ibrahimevsan.de

Hierfür sind die Nutzer bereit zu bezahlen. Die Unverzichtbarkeit von Xing im bewusst offen gehaltenen Kontaktmanagement ist ein Beispiel für die wohl gelungenste Monetarisierung von nutzergenerierten Inhalten aus Social Networks. Doch weitere Premiumdienste werden folgen, weil die Anbieter über eigene Geschäftsmodelle nachdenken müssen. Das Kommunikationstool Twitter steht genauso wie Facebook oder StudiVZ vor dieser Herausforderung. Der Nutzungs-Peak trotz der ersten öffentlich bekannt gewordenen Sicherheitsprobleme ist für Twitter noch lange nicht erreicht. Der Microblogging-Dienst muss sich von einem freien Angebot zu einer mit Premiumfunktionen veredelten Dienstleistung mausern, ohne dass die bisherigen Nutzer eingeschränkt

werden. Doch Premiumdienste sind nur ein kleiner Teil des Pakets, mit dem Web-2.0-Anwendungen auf unternehmerischer Ebene den Aufschwung erleben werden. Dieses Jahr sind Trends gefragt, an denen sich die Branche orientieren kann.

Eindrucksvolle Innovationskraft

Zusammenfassend lässt sich am Web-2.0-Markt beobachten, dass die Innovationskraft der deutschen Start-ups und Unternehmen viel eindrucksvoller in Szene gesetzt wird als noch vor wenigen Monaten. Die Optimierung von APIs/Schnittstellen zur Erschließung des mobilen Sektors und von Cross-site-Applikationen wird sich für jedes Web-2.0-Angebot zu einem enorm wichtigen Faktor entwickeln. Bedarf für solche Funktionen ist definitiv auf Anwenderseite vorhanden, aber auch im B2B-Sektor gegeben.

Die wichtigsten Trends für 2009 sind außerdem Videoblogs, Online Games, Education-on-Demand, HD-TV Online, Cloud Computing, Consumer Communities und Micropayment-Systeme. Auch die Anbieter, die nicht ausschließlich dem einzelnen Nutzer ihre Aufmerksamkeit gewähren und sich auf die Dienstleistung am Markeninhaber konzentrieren, werden als Sieger am Ende des Jahres gekürt werden.

Neben den klar ersichtlichen Geschäftsmodellen werden die Web-2.0-Unternehmen aber auch Services rund um ihr eigenes Angebot anbieten. In vielen Bereichen kann dabei Geld verdient werden: Facebook beispielsweise könnte Server vermieten, StudiVZ bietet Bilderdruckservices an und Google könnte Weltprovider werden. In diesem Jahr wird man die Krise im Web 2.0 abwenden. ■