

KURZFASSUNG

Geschäftsmodelle im Web 2.0

Autor: Tom Alby

Zahlreiche Geschäftsmodelle basieren auf der Monetarisierung durch Werbung. Das Geldverdienen durch Bannerwerbung ist um einiges einfacher geworden als zu Zeiten der New Economy. Heute existieren Services wie Google AdSense die dafür sorgen, dass auf jeder einzelnen Seite eines Webangebots automatisch die passende Werbung angezeigt wird. Die Werbeprogramme übernehmen die Abrechnung, die Kommunikation mit den Werbetreibenden sowie die Technik. Dennoch ist es nicht ganz einfach, mit Werbung im Netz Geld zu verdienen. Das gelingt nur, wenn die Webseite Besucher anzieht, die auf die Werbung klicken und dann auch noch bereit sind zu kaufen. Signifikante Werbeeinnahmen erreichen heute vor allem jene Seiten, die „qualifizierten Traffic“ haben, also Besucher die tatsächlich Interesse an dem haben was in der Werbung angeboten wird. Die Kontextsensitivität ermöglicht die gezielte Ansprache jeder noch so kleinen Zielgruppe, und zwar auch von Werbetreibenden, die nicht über große Budgets verfügen.

Im Kontext von Web 2.0 wird gerne vom Long Tail gesprochen. Das beschreibt die im Internet bestehende Chance, Nischenprodukte besser zu verkaufen als im klassischen Handel. Der Begriff bezieht sich auf die aus der Statistik bekannte Pareto-Kurve. Die Kurve fängt hoch an, sinkt schnell ab und schleicht dann lange (Long Tail) knapp über der Abszisse entlang. Dieses lange Ende besteht nur aus einem kleinen Teil aller Produkte, alle zusammen machen jedoch einen beachtlichen Gesamtumsatz aus. Beispiel für die Dimension des Long Tail ist Ebay: Es gibt fast nichts, was nicht auf Ebay angeboten wird. Das Geschäftsmodell von Ebay basiert darauf, dem Long Tail eine Handelsplattform zu bieten.

Werbung ist also nicht das einzige Geschäftsmodell im Web 2.0. Andere Plattformen sind dadurch erfolgreich, dass sie eine neue Art von Interaktion ermöglichen. Die Netzwerkplattform Xing bietet nützliches Kontaktmanagement und verdient durch Clubbeiträge Geld. Amazon ist nicht nur Händler, sondern verfügt auch über eine umfassende Datenbank von Artikelbewertungen. Entscheidend ist, dass diese Daten, bei Xing genau wie bei Amazon, von den Nutzern selber eingegeben wurden. Das Geschäftsmodell basiert darauf, dass diese Daten einzigartig sind und umso wertvoller werden, je mehr sie genutzt werden.

Falls es auch eine Blase 2.0 geben wird, wird diese kleiner sein als die der New Economy. Die nötigen Einsätze, um ein Web-Business an den Start zu bringen sind geringer als Ende der 90er Jahre. Nutzer, Programmierer und Unternehmer verfügen dafür heute über weit mehr Erfahrung. Gleichzeitig vermischen sich die Grenzen zwischen Web und anderen Applikationen. Internetfähige mobile Geräte und erträgliche Tarife bieten die Chance in Bereiche vorzudringen, die ihm zuvor verwehrt blieb. Das iPhone ist nur ein Vorbote dessen was kommen wird, das Web 3.0 wird neue Applikationen ermöglichen, die Raum für neue Geschäftsmodelle bieten.