

08.11.2007 - 13:40 Uhr

Podiumsdiskussion vom 7. November 2007 an der ETH Zürich: Wie verdient man über das Internet Geld

Zürich (ots) -

300 Personen fanden sich am 7. November bei der vom StartZentrum Zürich und Business Tools organisierten Podiumsdiskussion zum Thema "Erfolgreiche Internet-Geschäftsmodelle" an der ETH Zürich ein. Unter der Leitung von Marc Hamburger, CEO des StartZentrum und Business Tools, diskutierten Nicolas Berg, Business Angel, mehrfacher Gründer, Country Manager Xing, Reto Hartinger, Internet Briefing, Insider Management, Mitgründer search.ch, Markus Popp, Mitgründer tilllate.ch und Roland Zeller, Gründer travelwindow.ch.

Was bedeutet Erfolg im Internet? Wie beginnt man ein Geschäft auf dem Internet? Bei diesen Eingangsfragen stellt sich schnell heraus, dass der Firmenaufbau im Internet zuerst über eine möglichst grosse Anzahl User geht. Nur wenn genügend interessierte User angelockt werden können, kann ein Ertragsmodell mit Premium Angeboten oder mit Werbung in einer zweiten Phase aufgebaut werden. Es gibt allerdings auch Ausnahmen, die schon sehr früh ein Ertragsmodell hatten und ertragreich arbeiteten, wie dies z. Bsp. bei Xing der Fall war.

Zuerst wurden die Geschäftsmodelle der "Dinosaurier des Internets" diskutiert: Portale, Suchmaschinen und "Paid Content". Bei Suchmaschinen (z. Bsp. www.google.ch) besteht sowohl ein gutes Ertragsmodell wie auch ein hohes User-interesse. Bei Portalen (wie www.bluewin.ch) ist eine hohe User-Frequenz und Brand-Name vorhanden, aber ohne eine Wandlung mit Web 2.0 sieht die Zukunft eher schwierig aus. Noch geringere Zukunftschancen werden bei den "Paid Content" Modellen (wie www.tagesanzeiger.ch) gesehen: User sind nicht bereit, die Katze im Sack zu kaufen, die Anzahl von kostenpflichtigen Angeboten geht zurück.

Aktuell im Trend liegen e-commerce Angebote wie Marktplätze (www.ricardo.ch), Preisvergleiche (www.comparis.ch, www.travel.ch) und e-Produkte (www.salesforce.com). Diese Bereiche weisen hohe Zuwachsraten auf und weisen weiteres Wachstumspotenzial auf, insbesondere mit Web 2.0 Ansätzen wie User Generated Content, also Inhalten die von den Usern erstellt werden. So werden z. Bsp. bei bedfinder.com die Hotels von den Usern bewertet. Auch dem Bereich "Software as a Service" (SAAS) werden hohe Wachstumsraten vorausgesagt.

Ein weiterer Trendbereich sind die Communities (www.tilllate.com, www.netmoms.de) sowie die Social Networks (www.xing.com, www.facebook.com). Bei beiden Geschäftsmodellen funktioniert die Ertragsmechanik über Dienstleistungsverkauf sowie Werbung gut, sie wachsen weiterhin in einem relativ hohen Rhythmus. Zusätzliche Attraktivität verleiht die Verknüpfung von der virtuellen und der realen Welt, wie sie z. Bsp. [tilllate](http://tilllate.com) exemplarisch macht (Veranstaltungskalender, effektive Veranstaltung, Fotos der realen Welt).

Bei Videoplattformen wie www.youtube.com besteht noch kein Ertragsmechanismus, das nachträgliche Einführen von Werbung hat sich bisher als schwierig erwiesen. Hier spielt bei der Bewertung vor allem das Zukunftspotenzial, einerseits welche Dienste zusätzlich angeboten werden können, andererseits die Möglichkeiten von profil-, kontext- und positionsorientierter Werbung.

In Zukunft werden User für Angebote vermehrt zur Kasse gebeten. Werbung wird bei vielen Internet-Angeboten ein Pfeiler in der

Ertragsmechanik bleiben, aber sie wird in Zukunft hilfreicher und gezielter angeboten werden und so den User unterstützen statt ihn zu langweilen.

Eine Übersicht über die Internet-Geschäftsmodelle sowie Fotos der Veranstaltung sind unter www.startzentrum.ch/presse abrufbar.

Kontakt:

Marc Hamburger
CEO
StartZentrum Zürich
Binzstrasse 18
8045 Zürich
Tel.: +41/44/455'60'60
E-Mail: marc.hamburger@startzentrum.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100013388/100548688> abgerufen werden.