

OU: Sie können und müssen wieder lernen, auf „Augenhöhe“ zu kommunizieren, sie müssen darüber hinaus digitale Medien und Geräte möglichst intensiv selbst nutzen, um ein Gespür dafür zu bekommen, was dort eigentlich „geht“, und im Zweifelsfall sollten sie wieder einmal ins Zimmer ihrer Kinder schauen, um zu lernen, wie die mit den Möglichkeiten digitaler Medien und vernetzter Kommunikation umgehen. Das alles nicht nur zu wissen, sondern zu leben, ist sicher die beste Vorbereitung auf die Zukunft.



Fotografieren Sie dieses Bild mit Ihrem Mobiltelefon und einem QR-Reader. Sie gelangen zum Original-Interviewstream.
<http://qr-mmk.de/49>

4. Statements des Buchautors über soziale Netzwerke für das Wirtschaftsressort DIE WELT.

Interview mit Prof. Gerald Lembke, Duale Hochschule Baden-Württemberg, am 01.03.2011 um 15.30 Uhr, geführt von Florian Rinke, DIE WELT, Wirtschaftsressort

Über die Entwicklung sozialer Netzwerke in Deutschland

„Seit einigen Monaten ist festzustellen, dass die Nutzerzahlen in den B-Portalen stagnieren. Viele Nutzer gehen dafür jedoch in die beliebten und prominenten Portale, die A-Portale, hinein. A-Portale sind zum Beispiel Facebook und Xing, B-Portale etwa die VZ-Netzwerke, Wer-kennt-Wen oder Lokalisten.“

„Die Gründe, warum die Entwicklung der sozialen Netzwerke stagniert, sind vielfältig. Ein wesentlicher Faktor ist jedoch, dass die großen Netzwerke bislang immer noch kein Geschäftsmodell auf die Beine stellen konnten. Auch bei Facebook ist die Einnahmequelle ja bislang ganz trivial: Werbung. Daher bleibt es die größte Herausforderung für Portalbetreiber, mit ihren Angeboten Erlöse zu erzielen.“

„Das Geld, das die Holtzbrinck-Gruppe für StudiVZ ausgegeben hat, werden sie wohl nicht wieder hereinbekommen.“

„Man kann Portale nicht einfach kopieren, denn warum sollte der Nutzer dann auch noch in dieses weitere Portal hineingehen? All diese Angebote werden wahrscheinlich nie über die Deckungsbeiträge hinauskommen.“

Über täuschende Nutzerzahlen

„Viele Nutzer bleiben gleichzeitig jedoch in den alten Portalen registriert. Die Nutzerzahlen bleiben daher hoch, die Interaktivität sinkt jedoch.“

„Die Löschquote von Karteileichen liegt weit unter einem Prozent. Ein Grund ist einerseits die Bequemlichkeit der Menschen, andererseits machen es die Betreiber einem auch nicht einfach, die Accounts vollständig zu löschen.“

„Bei den VZ-Portalen sind die absoluten Zahlen in den jüngeren Zielgruppen weiterhin hoch. Ältere Menschen erreicht man hingegen weniger. Die White-Label-Lösung, bei der man für eine Zielgruppe eine Lösung entwickelt und diese dann auf andere Zielgruppen reproduziert, funktioniert eben nicht immer. Auch das Manager Magazin hat von der

VZ-Gruppe ja so eine Lösung gekauft und kopiert. Doch auch die dort entstandene ‚manger-lounge‘ läuft meines Wissens nach nicht so erfolgreich.“

„Die meisten Menschen werden ihr individuelles Engagement auf wenige Portale beschränken. Mehr als drei bis fünf Portale aktiv zu halten, ist allein vom Zeitaufwand her kaum zu leisten.“

„Das erlebe ich auch immer wieder bei meinen Studenten, die hauptsächlich bei Facebook aktiv sind. Erst wenn es für sie beruflich interessant wird, gehen sie dann auch zu Xing. In den VZ-Portalen passiert bei denen nicht mehr viel.“

Über erfolgreiche Modelle im Bereich sozialer Netzwerke

„Ausnahmen gibt es natürlich immer. Xing ist inzwischen ganz gut unterwegs, doch auch dort hat man am Anfang vieles falsch gemacht. Es wurde viel experimentiert und wohl auch Geld versenkt, doch inzwischen läuft das Geschäft. Der Erfolgsfaktor ist dabei natürlich, dass die Zielgruppe von Xing sehr eingrenzbar ist und man mit einem funktionierenden Portal zur richtigen Zeit am richtigen Ort zur Stelle war.“

„Xing bleibt minimalistisch, was die Nutzungsmöglichkeiten angeht. Dafür machen sie die Dinge, die sie machen, dann gut.“

„Grundsätzlich muss eine Konsummasse bereit sein, für Dienste zu bezahlen. Das ist den VZ-Portalen nie gelungen. Xing hat es hingegen anders gemacht und von Anfang an Geld genommen.“

„Auch Partnervermittlungsseiten funktionieren einwandfrei, weil sie ein tragendes Geschäftsmodell haben. Ich habe beispielsweise Parship bei der Gründung beraten und war erstaunt über die unglaubliche Vermittlungsquote. Bei anderen Diensten wie Neu.de oder eDarling ist das nicht anders.“

„Früher ging man zu Tanzabenden in die Kneipe, heute geht man in die Portale. Es gibt inzwischen ja sogar schon Seiten, auf denen sich Menschen zu einem Seitensprung verabreden können.“

„Im menschlichen Dasein geht es nur um wenige Bedürfnisse: Ein sicheres Einkommen, die Partnersuche und Familiengründung und die Pflege sozialer Kontakte. All das sind ursprüngliche menschliche Bedürfnisse, die jetzt allerdings auch digital befriedigt werden können.“

Über eine mögliche Bereinigung des Marktes

„Eine Bereinigung braucht ein Überangebot und ich bin mir nicht sicher, ob wir dies schon haben. Ich sehe auf der Anbieterseite noch viel Potenzial.“

„Klar ist jedoch, dass irgendwann eine Bereinigung kommen und es Übernahmen geben wird. Auch Facebook wird nach seinem Börsengang mit seinem Kapital sicherlich auf Einkaufstour gehen.“

Zu Problemen, valide Daten über soziale Netzwerke zu gewinnen

„Wir haben immer wieder mal Stichprobenuntersuchungen durchgeführt, indem wir Nutzer befragt haben. Die Ergebnisse sind allerdings selten repräsentativ.“



Fotografieren Sie dieses Bild mit Ihrem Mobiltelefon und einem QR-Reader. Sie gelangen zum Original-Bertrag auf DIE WELT.
<http://qr-mmk.de/50>