



## **Web 2.0 – Business der New Generation Internet** **BITKOM Innovationsforum**

Social Network Plattformen, wie YouTube, MySpace oder Flickr haben weltweit das "Web 2.0" geprägt. Mittlerweile steht hinter dem Begriff eine ganz neue Generation von Internetdiensten, die Nutzungsverhalten und Businessmodelle im Internet maßgeblich beeinflussen. Was macht solche Dienste erfolgreich? In den Vorträgen werden neben Business- und Kapitalisierungsmodellen solcher Angebote auch Möglichkeiten der Vermarktung, der Startfinanzierung und der technischen Umsetzung (Social Software) vorgestellt.

**Mittwoch, 24.10.2007 | München | SYSTEMS | Halle A2 | Stand 301**

Moderation und Ansprechpartner: Florian Koch  
BITKOM | Bereichsleiter Digitale Medien und E-Dienste | [F.Koch@bitkom.org](mailto:F.Koch@bitkom.org) | 0151 / 148 248 28

Assistentin: Anja Last  
BITKOM | Assistentin Digitale Medien und METORA | [A.Last@bitkom.org](mailto:A.Last@bitkom.org) | 030 / 27576-239



**Felix Haas**  
CEO  
amiando AG

---

## **Umsatzgenerierende Mehrwertdienste – Wie verdient man Geld im Web 2.0**

Beginn: **11.00 Uhr**

Social Networks im Internet ziehen immer mehr Menschen an. Viele entsprechende Angebote weisen als Folge hiervon stetig steigende Benutzer- und Besucherzahlen aus. Doch wie können diese steigenden Reichweiten auch auf die Umsatzentwicklungen übertragen werden? Das klassische primäre Finanzierungsmodell von Internetangeboten – die Werbung – kommt in ihrer heutigen Form in Social Networks an ihre Grenzen. In diesem Vortrag werden anhand der Technologie-Angebote der amiando AG exemplarisch mehrwertschaffende Umsatzmöglichkeiten vorgestellt.

---

## **Das Web 2.0 und die Werbung – adäquate Lösungen für Advertiser und Publisher**

Beginn: **11.30 Uhr**

Über die Potentiale des Web 2.0 für kommerzielle Werbung sind sich Werbetreibende wie Website-Betreiber sehr wohl bewusst. Dennoch umtänzeln sich beide Parteien zaghaft ohne wirklichen Mut zu gemeinsamen Konzepten. Wieder einmal geben die User mit der Verschiebung Ihrer Nutzungspräferenzen zu Mitmach-Websites den Takt vor. Zeit sich mit den Vorbehalten und Anforderungen beider Seiten auseinander zu setzen und sinnvolle Konzepte an den Start zu bringen. Je eher desto besser, denn dieses Mal erwarten die Investoren einen schnell sichtbaren Erfolg der meist werbefinanziert geplanten Start-ups.



**Oliver Busch**  
Managing Director für  
Deutschland, Österreich,  
Schweiz  
ad pepper media GmbH



**Martin Weber**

General Partner/  
Managing Director  
Holtzbrinck Ventures GmbH

---

### Was macht Web 2.0 Unternehmen für New-Media Investoren interessant?

Beginn: **12.00 Uhr**

Das Internet verändert das Kommunikations- und Medienkonsumverhalten nachhaltig. Die Medienwirtschaft steht vor einem großen Umbruch. Diese Herausforderung bietet zahlreiche Chancen für junge Unternehmen. Was macht eigentlich Web 2.0 Unternehmen so interessant für Nutzer, Investoren und Strategische Käufer?

---

### Enterprise 2.0 und Social Software: Was kann Technologie – und was nicht.

Beginn: **12.30 Uhr**

Welche Anwendungen gibt es für Social Software in Unternehmen?

Was bedeutet Social Software für Content Management und andere Systeme?

Was muss Technologie können, um mehr Kreativität, Innovationsfähigkeit und Partizipation zu unterstützen?

Was sind die Trends und Entwicklungen?



**Dr. Willms Buhse**

Mitglied der Geschäftsleitung  
Products & Marketing  
CoreMedia AG



**Christian Lautner**

Geschäftsführer  
imedo GmbH

### Web 2.0 meets Gesundheitswesen

Beginn: **13.00 Uhr**

imedo ist eine der ersten Gesundheitscommunities Deutschlands und hat sich seit der Ideenfindung Anfang 2007 rasant verbreitet. Christian Lautner wird einen groben Abriss der wesentlichen Entwicklungsschritte der jungen healthcommunity geben (Idee, Teamfindung, Finanzierung, Umsetzung) und über die Bedeutung des Internets in der Gesundheitskommunikation sprechen.