

Präsentation Internet-Briefing 6. November 2007



Weiterverwendung mit Quellenangabe
«maz/Bernet-Studie Web 2.0»

www.bernet.ch/studien
www.maz.ch

Für die Untersuchung wurden im August und September 2007 die Kommunikationsstellen der grössten Schweizer Unternehmen, öffentlichen Verwaltungen, Verbände und NGO online befragt. Die repräsentativen Ergebnisse basieren auf den Antworten von 104 Organisationen.

Initiant und Ko-Autor: marcel.bernet@bernet.ch
Partner: heiner.kaeppli@maz.ch
Projektleitung: Guido Keel kegu@zhaw.ch

1

A hand in a dark suit sleeve holds a red circular icon with a white cross (Swiss flag) above a black computer monitor on a stand.

**Web 2.0
in der Schweiz:**

- Studie
- Fazit
- Best Practice

2

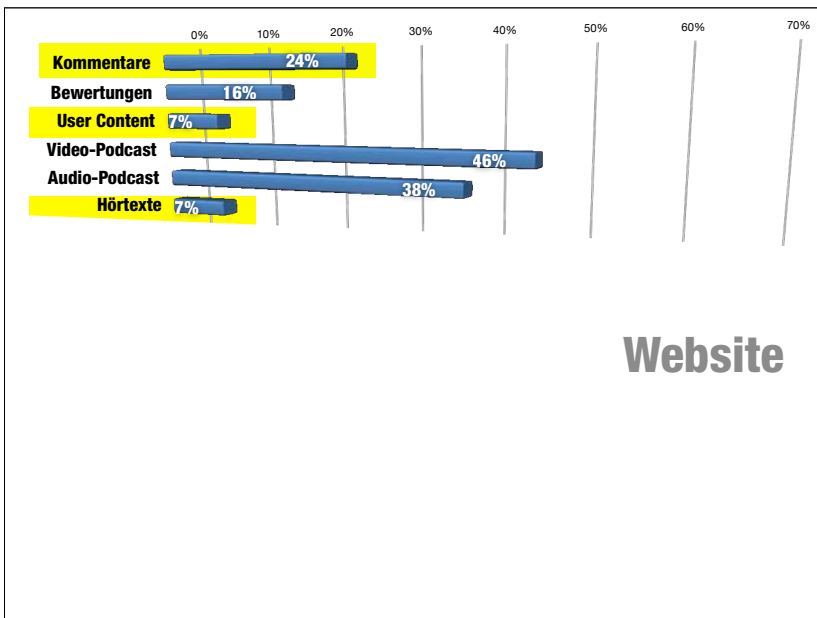
**Web 2.0: Online-Kommunikation
«Mitmach-Web»**
Weblog, Wiki, Kommentare,
benutzergenerierte Inhalte,
Austauschplattformen, RSS,
Podcast, Virtuelle Welten

A large black and white steamship with three funnels, sailing on a dark sea. The name "TITANIC 2.0" is written on the side of the hull.

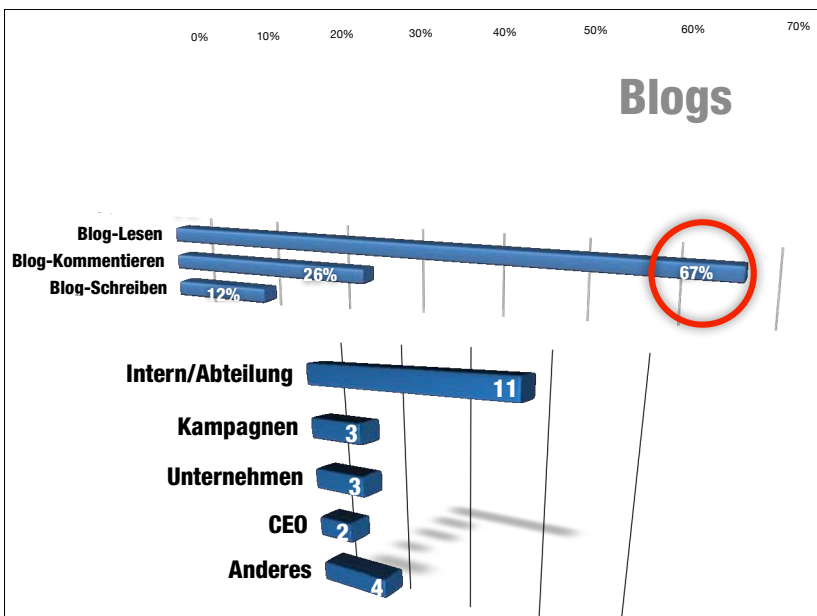
3



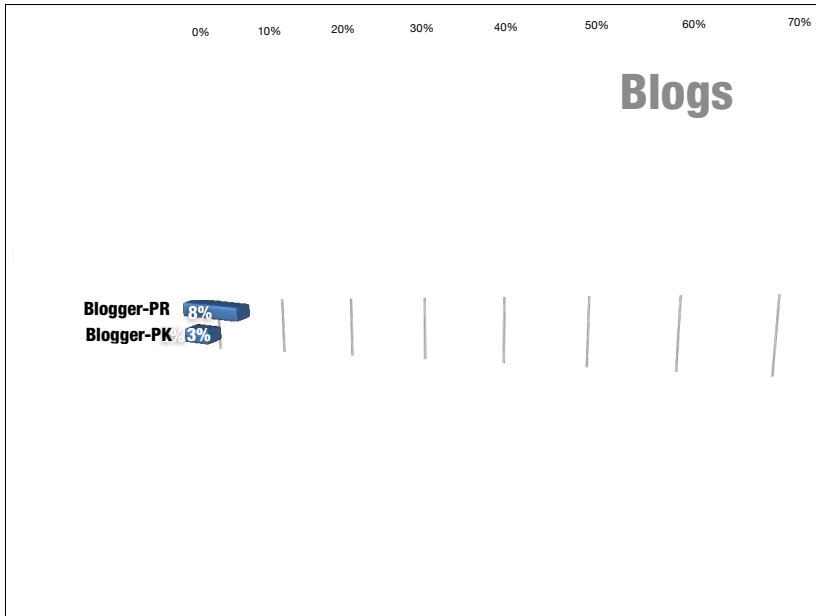
4



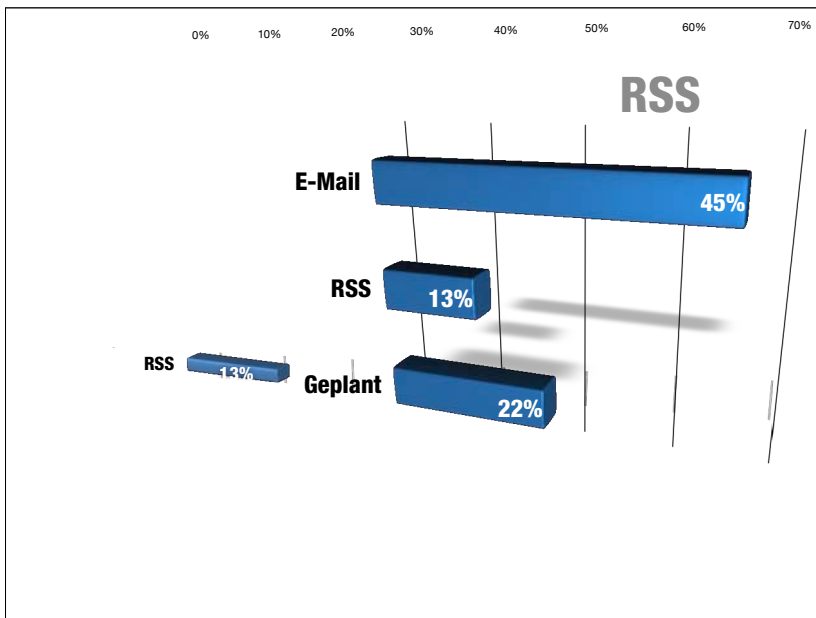
5



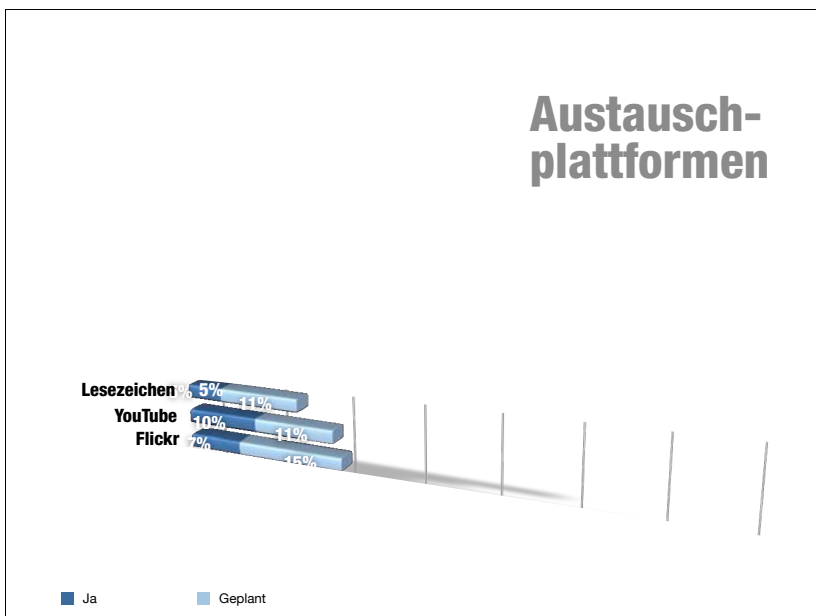
6



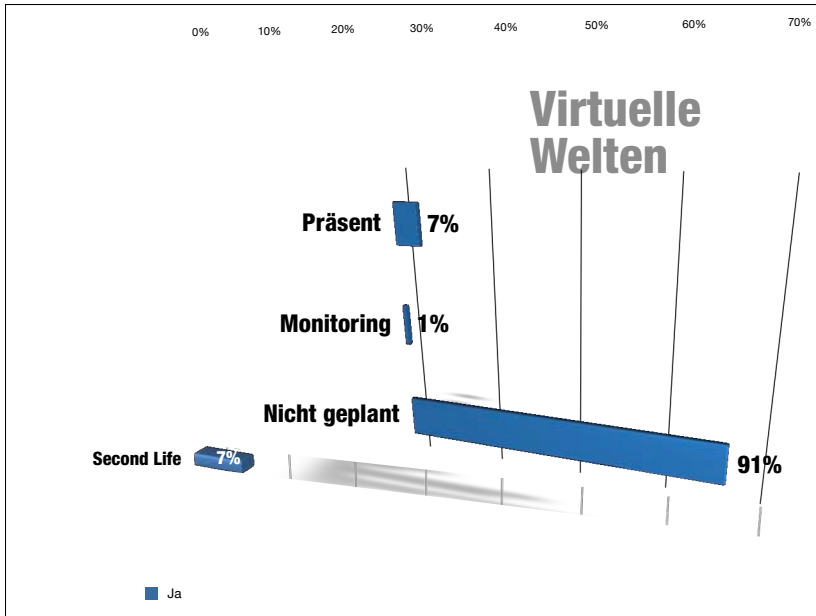
7



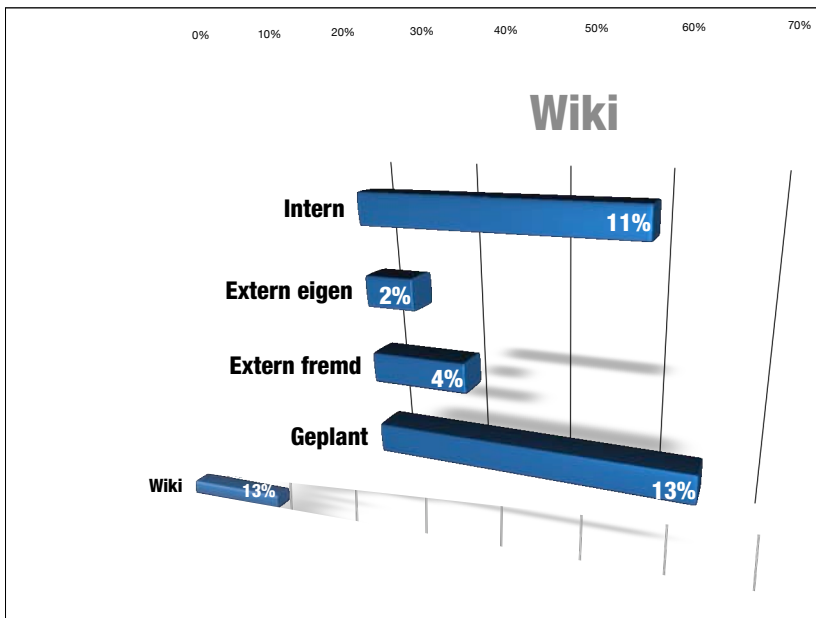
8



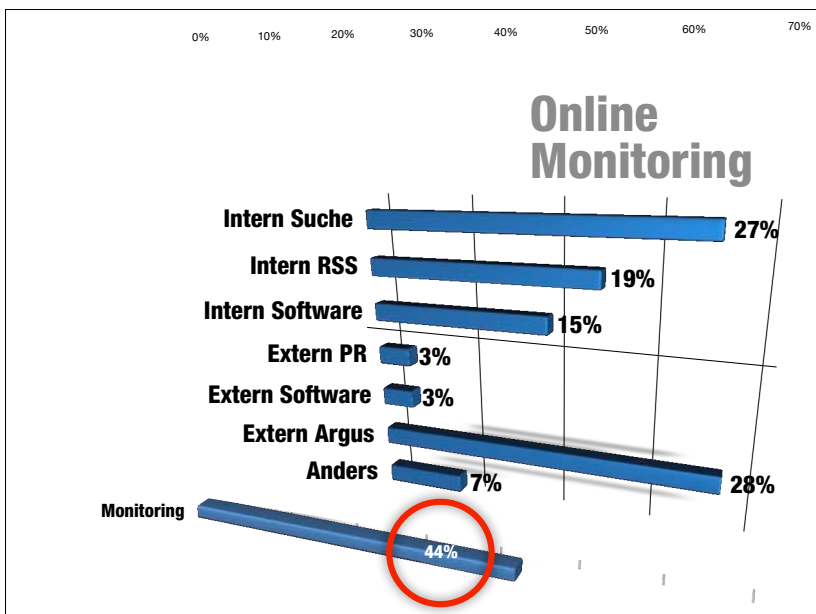
9



10



11



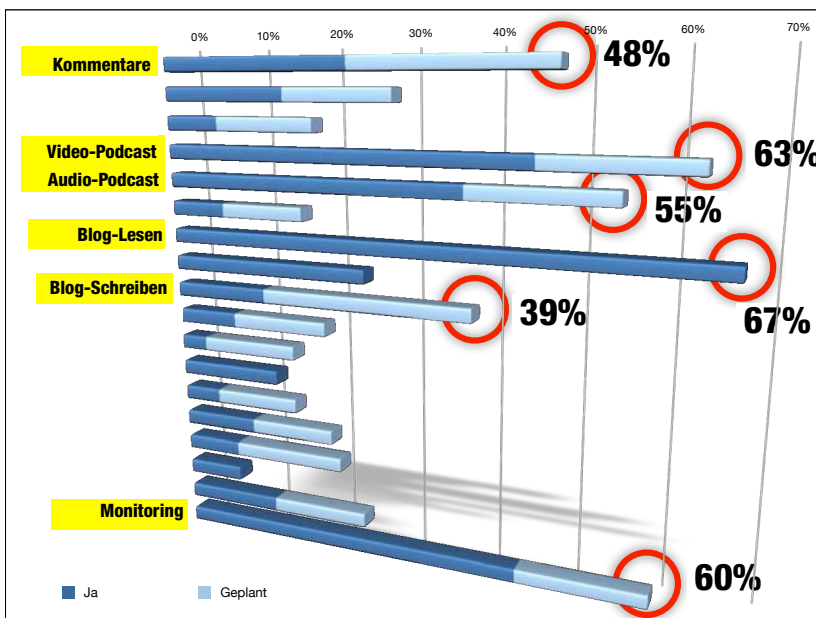
12

Was tun andere?

«Ja/Geplant»

Business Relevanz?

13



14

Web 2.0 in der Schweiz:

- Studie
- Fazit
- Best Practice

15

- **Web 2.0 wird langsam Realität**
- **Lesen ja, mitmachen weniger**
- **Pragmatisch, Nutzenorientiert**
- **Intern testen (Wiki, Blog)**
- **Austauschplattformen vielleicht**
- **Second Life Nein**



16

A hand in a dark suit sleeve holding a red circular icon with a white Swiss cross. In the background, a black computer monitor is visible on a stand.

**Web 2.0
in der Schweiz:
-Studie
-Fazit
-Best Practice**

17

A dark sky with several birds in flight. In the foreground, the silhouettes of industrial chimneys are visible.

**Monitoring ausbauen
Blogs bedienen
Aktualität + Abo
Wiki + Blogs intern
Neue Online-Dialogkultur**

18

Online-Newsplattform

„Der Dialog mit dem Publikum ist heute ein Muss“

Bis März 2008 will Tamedia zusammen mit der einverleibten Espace Media Gruppe und mit den Basler Zeitung Medien die grösste Schweizer Internet-Nachrichtenplattform realisieren. Ein Interview mit dem Projektleiter Res Strehle. Von Nick Lüthi.



Klartext: Unter welcher Dachmarke wird die Nachrichtenplattform lanciert?

RES STREHLE: Es gibt keine neue Marke. Eine solche neu einzuführen, würde der Kernidee der Anbindung an die regionalen Medien widersprechen. Die Newsplattform wird über die bekannten Adressen der beteiligten Medien erreichbar sein.

Klartext: Sie wollen zwar die Grössten sein, deklarieren das aber nicht. Woher diese Zurückhaltung?

STREHLE: Wir diskutierten, das Ganze unter einem eigenständigen Namen laufen zu las-

sen. 2008 ründ dreissig neue Redaktionsstellen. Wir können also eindeutig mehr bieten als bisher: vermehrt journalistische Eigenleistungen und nicht nur Agenturnmeldungen oder Zeitungsartikel, wie dies heute weitgehend der Fall ist. Zudem bietet uns die Plattform crossmediale Möglichkeiten, da ja auch TV- und Radiosender Teil des Angebots werden. Auch optisch soll das Publikum merken, dass es sich auf der grössten Internet-Nachrichtenplattform der Schweiz befindet. Damit meine ich eine einheitliche Grundstruk-

Klartext: Wie eng wird das neue Netzangebot mit der Pendlerzeitung „News“ verbunden?

STREHLE: Nicht anders als mit den übrigen Medien. Ebenso wie der Tagi und die anderen Zeitungen wird die Online-Präsenz der Pendlerzeitung Teil des Netzwerks.

Klartext: Nach welchen Kriterien suchen Sie

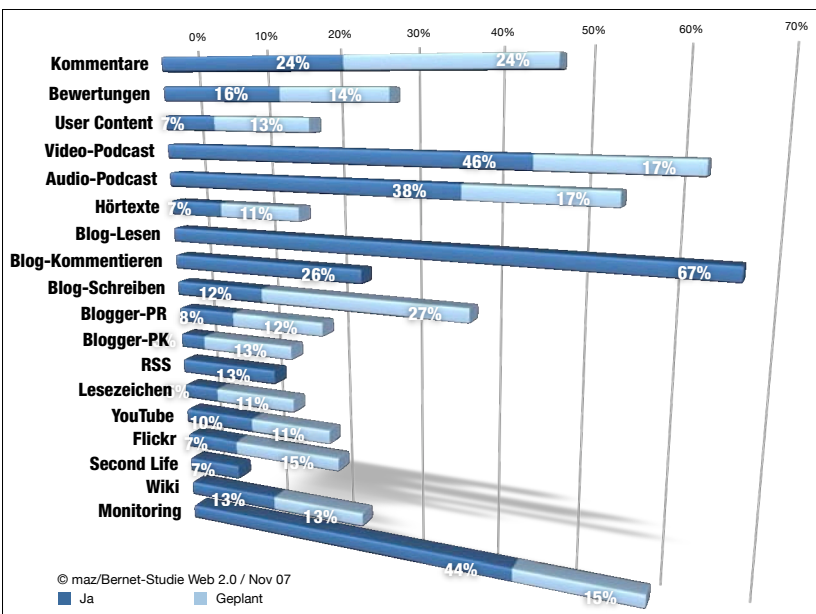
19

«Es reicht nicht, einfach nur technische Lösungen bereitzustellen. Die müssen betreut werden.»

Res Strehle, Tamedia/Espace/Basler Zeitung Medien, Oktober 2007



20



21