

Die Perspektiven von oneview



» oneview stellt sich kurz vor

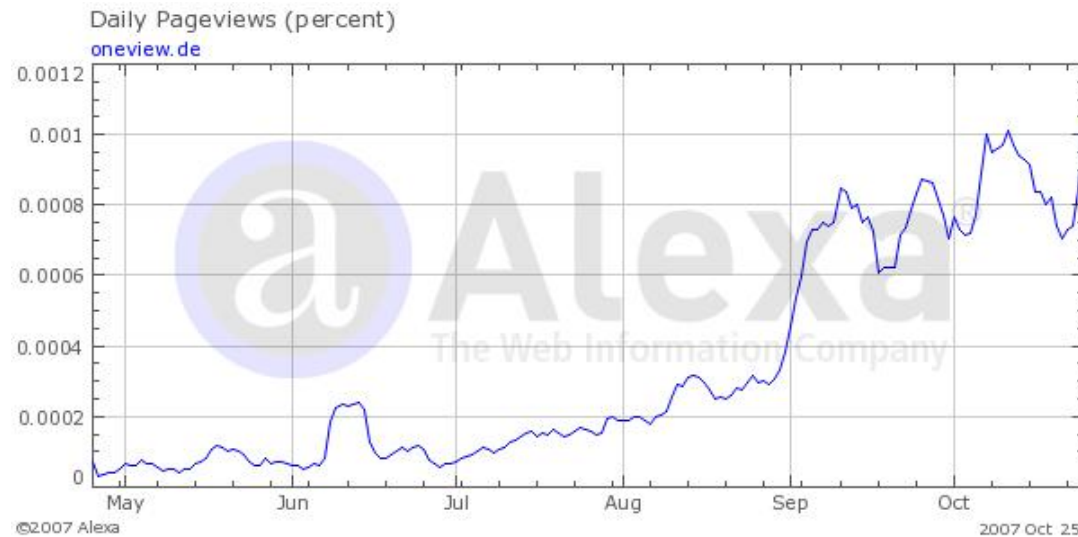
- » Von oneview 1.0 nach 2.0
- » Online Dschungel
- » Nutzen aus User Perspektive
- » Nutzen aus Site-Owner Perspektive
- » Umsetzung
- » Geschäftsmodelle



Dein Online-Gedächtnis, mit dem du dir alles merken kannst

Fakten:

- » oneview ist eine sog. Social Bookmarking Plattform
- » ca. 5 Millionen Links von über 78.000 registrierten Mitgliedern
- » Starkes Wachstum seit dem Relaunch im Juli 2007
 - » 1,5 Millionen PI's und über 500.000 Single-Visits im September



- » oneview stellt sich kurz vor
- » **Von oneview 1.0 nach 2.0**
- » Online Dschungel
- » Nutzen aus User Perspektive
- » Nutzen aus Site-Owner Perspektive
- » Umsetzung
- » Geschäftsmodelle



Online Bookmarking – Idee geboren in der Ära des Blue Screens

- » oneview 1.0 - Start 1998
 - » Datensicherheit stand damals im Vordergrund
 - Erste Ansätze von Social Search
 - » über 250.000 Mitglieder in 14 Ländern
 - » ASP Lösungen für Unternehmen
 - » Gewinner von vielen Preisen
- » nach Platzen der Blase wurde oneview 1.0
Anfang 2002 in den „Winterschlaf“ gesetzt



oneview Awards

- » Horizont, 1999
- » Spiegel, 1999
- » impulse, 1999
- » Netinvestor, 2000
- » Max, 2000
- » Net-Business, 2000
- » Best in eBusiness Award, 2000
- » Kölnische Rundschau, 2000
- » com!online, 2000
- » Wirtschaftswoche, 2000
- » Internet World, 2001
- » Tomorrow, Best of Multimedia, 2001
- » Netinvestor, 2001
- » Internet Magazin, 2000
- » ct', 2002



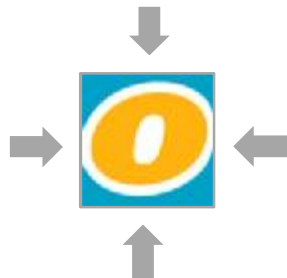
oneview 2.0 – neue Visionen, neues Konzept, neues Team

- » Trend zu elektronischen Empfehlungen
 - » von der Produktempfehlung zur Informationsempfehlung (Abrufbar zu jeder Zeit an jedem Ort)
- » Suchmaschinen – Fakten heute
 - » Eine Suchmaschine kann nur so gut sein, wie die zu indexierende Webseite
- » Die Zukunft der Suche liegt in der Verbindung von Mensch und Maschine
 - » Spannend: Menschen klassifizieren, filtern, empfehlen, veredeln
- » Die Parameter der digitalen Zukunft - „Vertrauen & Empfehlungen“
- » oneview verbindet Menschen mit und über Informationen
 - » Soziale Vertrauens- und Empfehlungsnetzwerke



Zentrale Funktion ist das „merken“

Produkte, Videos, Webseiten, Artikel, Bilder,
Informationen, Tipps, Events, Locations....



- » Online Bookmarking
- » Social Bookmarking
- » Social Shopping
- » Social News



Social Search



Man merkt erst wie nützlich „merken“ ist, wenn man etwas vergessen hat.

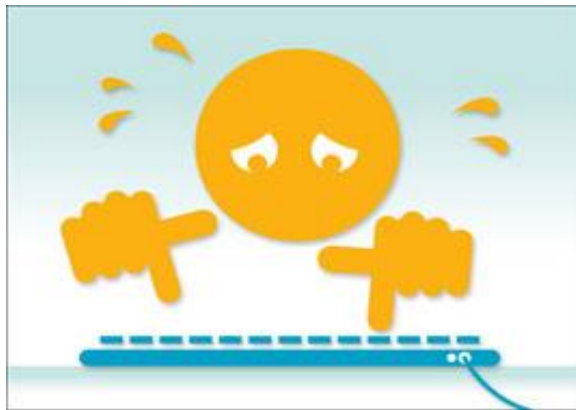


- » oneview stellt sich kurz vor
- » Von oneview 1.0 nach 2.0
- » **Online Dschungel**
- » Nutzen aus User Perspektive
- » Nutzen aus Site-Owner Perspektive
- » Umsetzung
- » Geschäftsmodelle



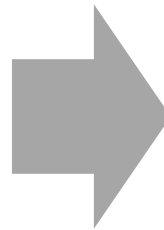
Der Online Dschungel – ein Informations-Dickicht

- » Exponentielles Wachstum an » Informationen
 - » Webseiten
 - » multimedialen Inhalten
- » Wo sind die Perlen im Netz?
- » Perlen finden, die nicht im Google Index sind (Deep Web)
- » Gute Informationen – schlechte Informationen (Webseiten)
 - » Treffer durch Suchmaschinenoptimierung
 - » Willkür des PageRanks – Entscheidet das Kapital eines Unternehmens über Top-Treffer?
 - » Wie finde ich richtig – eine wissenschaftliche Herausforderung



Perlen im Dschungel entdeckt man mit den Augen von vielen

» Empfehlungen von Freunden
Kollegen
Experten

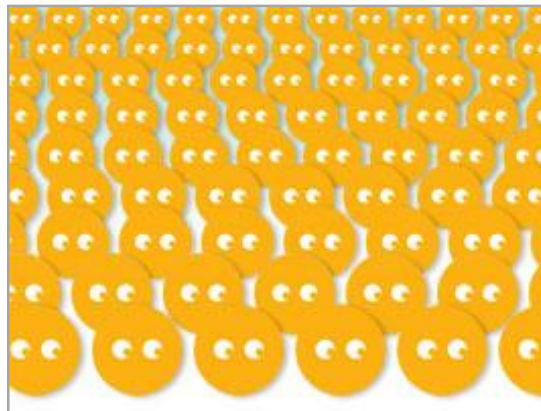


Vertrauensvoll
Zeitsparend
Spannend
Unterhaltsam

» Gespräche / Empfehlungen / Tipps

» am Stammtisch und in der digitalen Welt – im kollektiven Online-Gedächtnis

» empfehlen, diskutieren, kommentieren, veredeln



- » oneview stellt sich kurz vor
- » Von oneview 1.0 nach 2.0
- » Online Dschungel

» Nutzen aus User Perspektive



- » Nutzen aus Site-Owner Perspektive
- » Umsetzung
- » Geschäftsmodelle

Sich einfach alles merken in der digitalen Welt

Persönlicher Mehrwert:

- » Eigene Suchmaschine
- » Empfehlungen & Tipps
- » Spaß & Unterhaltung
- » Freundschaften
- » Info-Mashups
- » Orts- und Device unabhängiger Zugriff
- » Vom Wissen anderer profitieren



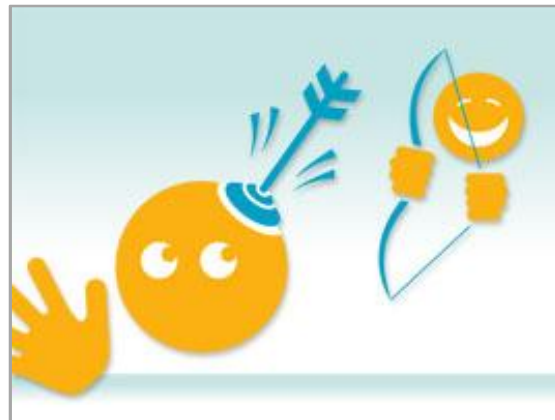
- » oneview stellt sich kurz vor
- » Von oneview 1.0 nach 2.0
- » Online Dschungel
- » Nutzen aus User Perspektive



- » **Nutzen aus Site-Owner Perspektive**
- » Umsetzung
- » Geschäftsmodelle

Social Bookmarking sollte eine starke Säule in Ihrem Marketing-Mix sein

- » Empfehlungsmarketing – Ermöglichen Sie „empfohlen“ zu werden
- » Kunden- und Leserbindung – Wer etwas abspeichert, das er „gut findet“, kommt wieder!
- » Nutzen Sie die Möglichkeiten „viraler“ Plattformen
 - » Bieten Sie Ihren Usern / Lesern die Möglichkeit sich schnell und überall ihre Inhalte zu „merken“!
 - » Zusätzlicher Traffic als Alternative zu Google & Co.



Aufklärung über die Vorteile von
Social Bookmarking sollte ein
gemeinsames Ziel sein!



Pessimismus bremst Innovation

- » 1999 glaubte keiner daran, das z.B. Staubsaugerbewertungen im Internet bei der Kaufentscheidung von großer Relevanz sein würden...
- » In ein paar Jahren werden Menschen wahrscheinlich nur noch auf Link-Empfehlungen nach sozialen Kriterien vertrauen, weil es immer schwieriger sein wird dem Netz und vor allem Google zu vertrauen...



- » oneview stellt sich kurz vor
- » Von oneview 1.0 nach 2.0
- » Online Dschungel
- » Nutzen aus User Perspektive
- » Nutzen aus Site-Owner Perspektive
- » **Umsetzung**
- » Geschäftsmodelle

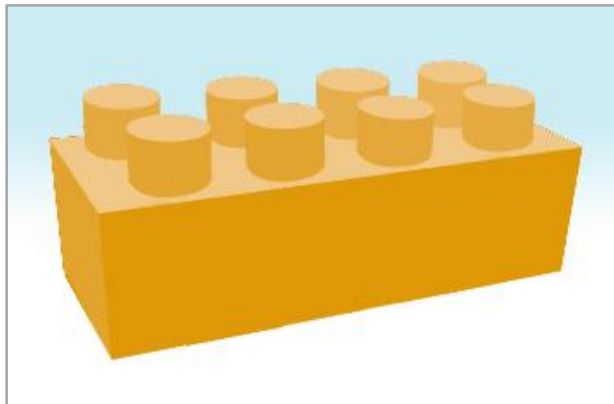


Verteilte, serviceorientierte Architektur

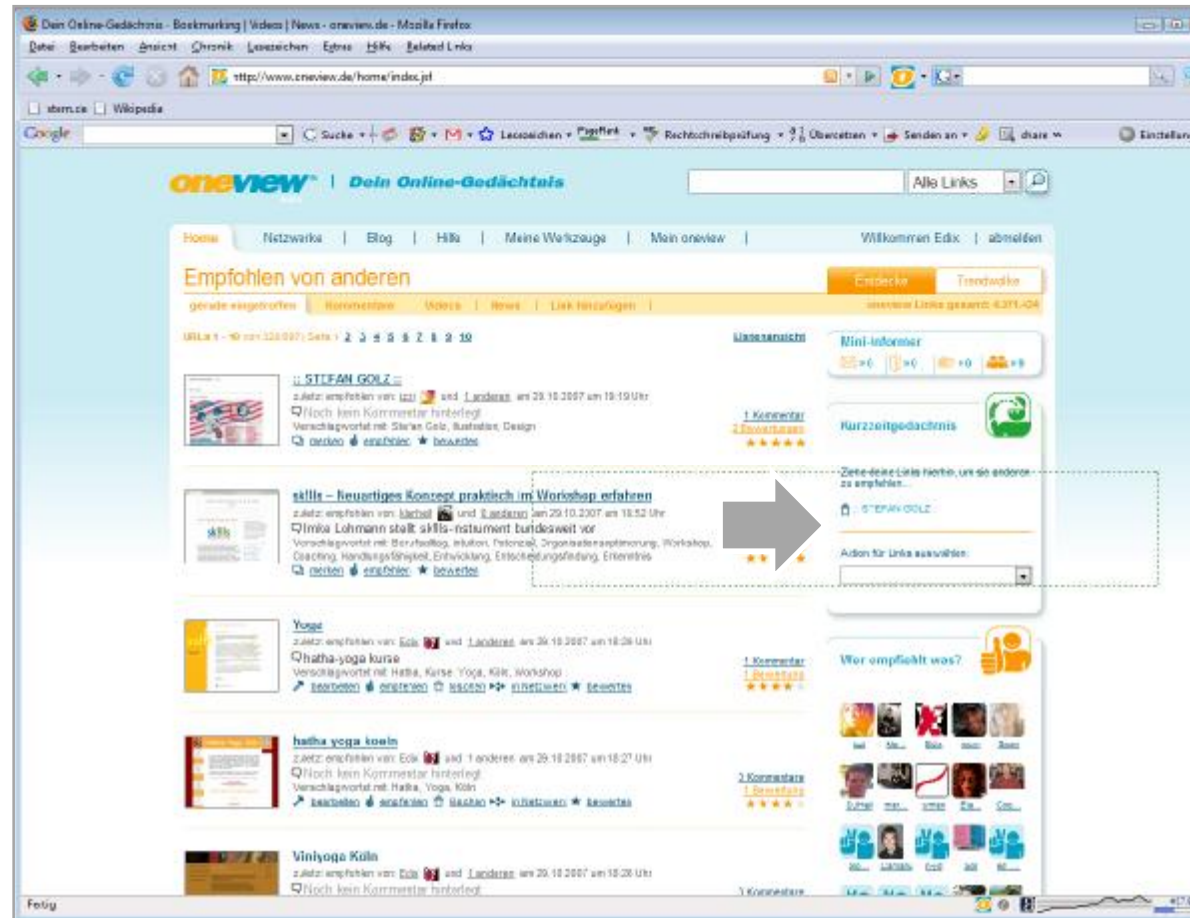
» oneview ist ein Lego-Kasten mit vielfältigen Bausteinen

Die Voraussetzung für „Verteilung“:

- » „Widgets“
- » vertikale, dezentrale Suchmaschinen
- » Web Services



Das Kurzzeitgedächtnis – einfach nützlich



- » oneview stellt sich kurz vor
- » Von oneview 1.0 nach 2.0
- » Online Dschungel
- » Nutzen aus User Perspektive
- » Nutzen aus Site-Owner Perspektive
- » Umsetzung
- » **Geschäftsmodelle**



Seien Sie kreativ!

Heute:

- » personalisierbare Werbung
 - » in Kürze: Social Marketing Produkt (so wie oneview Social Marketing versteht)

Morgen:

- » Web Services im B2B
- » Premium Dienste für User und Werbetreibende
- » Marktforschung

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Carl-Marcus Rudert
Geschäftsführer

oneview GmbH
Amsterdamer Str. 192
D-50735 Köln

Telefon: +49 (221) 258 99 66-0
Fax: +49 (221) 258 99 66-9
marcus.rudert@oneview.com
www.oneview.de



So sehen andere uns » www.very.tv/verychannel » Suchwort: oneview