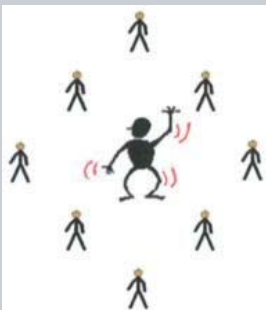


Web 3.0

Unterstützung für Marketing und Vertrieb im Maschinen- und Anlagenbau

VDMA Verlag GmbH
Stefan Prasse
02.11.2009

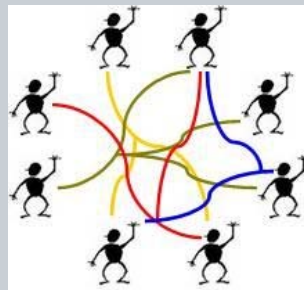
Web 1.0



Wenige Bearbeiter,
die Inhalte einstellen

Viele passive Nutzer

Web 2.0

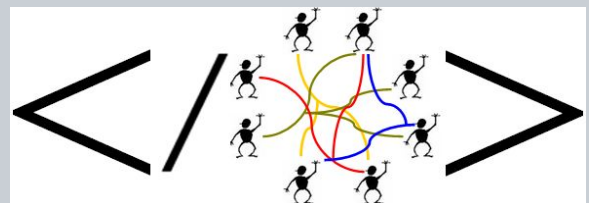


Viele Nutzer erstellen,
bearbeiten und vertei-
len Inhalte

Nutzer vernetzen sich
untereinander

Interaktive Anwendungen

Web 3.0



Die Qualität vorhandener
Information soll auf seman-
tischer Ebene verbessert
werden

Was ist Semantik, und wer oder was „macht“ sie?

Semantik = Bedeutung eines Begriffes

Maschinen erkennen lediglich aneinandergereihte Zeichen (z.B. L-A-G-E-R)
=> Die Bedeutung der Zeichen bleibt ihnen verborgen (Kugellager/Hochregallager?)

Die Lösung: Den Informationen werden Meta-Informationen hinzugefügt, die den eigentlichen Informationen mehr Bedeutung verleihen

Dies kann zum Beispiel durch Software-Werkzeuge geschehen, welche es erlauben, Informationen zu Produkten (halb-)automatisch zu klassifizieren

Durch diese Klassifizierung können Informationen besser zugeordnet und nachfolgend aufgefunden werden

Keine Zukunftsmusik, sondern Realität (Beispiel Webshops):



GoodRelations Ontology

○ Ontology Description	
○ Classes (27)	ActualProductOrServiceInstance
○ Properties (62)	acceptedPaymentMethods
- Annotation (1)	relatedWebService
- Object (28)	acceptedPaymentMethods
- Datatype (33)	amountOfThisGood
○ Individuals (43)	AmericanExpress

Weitere Einsatzgebiete: Verknüpfung mit CRM

Welche Konsequenzen hat Web 2.0 / 3.0 für das Marketing?

Pull statt Push

„letting go“

Beobachten sozialer
Netzwerke als Pflicht-
aufgabe

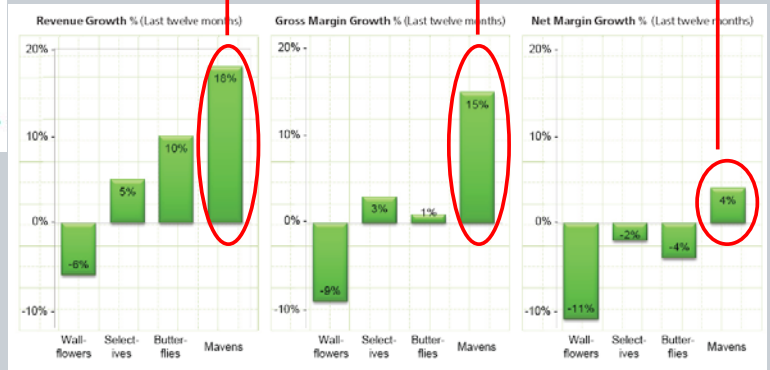
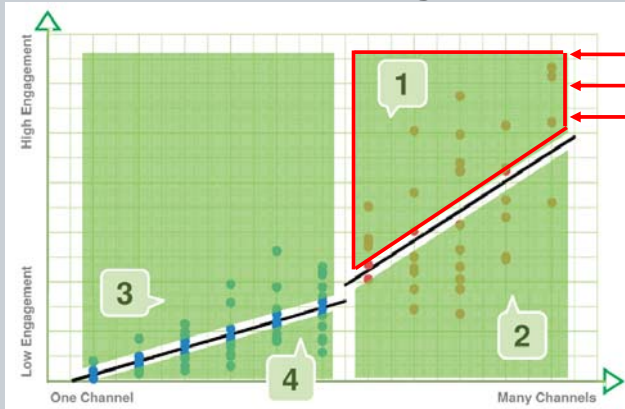
Erzeugen von semantisch
relevantem Content als
Wettbewerbsvorteil

Aus Search Engine
Optimization wird Semantic
Web Optimization

Was ist Social Media?

- Blogs
- Branded social network/community
- Content distribution to other sites (e.g. Facebook Connect, ShareThis, etc)
- Discussion forums
- External social network presence (e.g. Facebook, MySpace)
- Flickr / Photobucket
- Innovation hubs (e.g. centralized customer community to create innovation)
- Wikis
- Ratings and reviews
- Twitter
- YouTube

Zusammenhang zwischen Einsatz von Social Media und Unternehmenserfolg



Quelle:
ENGAGEMENTdb
Ranking the Top 100 Global Brands

Zusammenhang zwischen Einsatz von Social Media und Unternehmenserfolg – Maschinenbau unterrepräsentiert

CATERPILLAR® Online Community

Announcements: Welcome to the Caterpillar On-line community! This is a new online forum where electric power professionals can exchange information, find answers, and get expert advice from their peers in the Power Generation field.

Help us grow the Caterpillar Community: Invite a Friend

Do you have a question for Caterpillar? Contact Us

Search: [User Search](#) [Advanced](#)

Browse Items

Title	Posts
Introduction	2 items
Welcome	5
Online Community Feedback and Suggestions	44
Electric Power Generation Discussion	5 items
BLOG: Power Perspectives	28
POWER PERSPECTIVES ELECTRIC POWER GENERATION BLOG	
Power Generation: Site Design, Installation, and Connection	166
Power Generation: Product Operation and Maintenance	136
Power Generation: Regulations, Standards, and Safety	61

Top Tags

- genset
- generator
- heat
- install
- maintenance
- methane
- of oil
- Power recovery
- SIGNG
- the
- ter to water with
- view at

Top Kudoed Posts

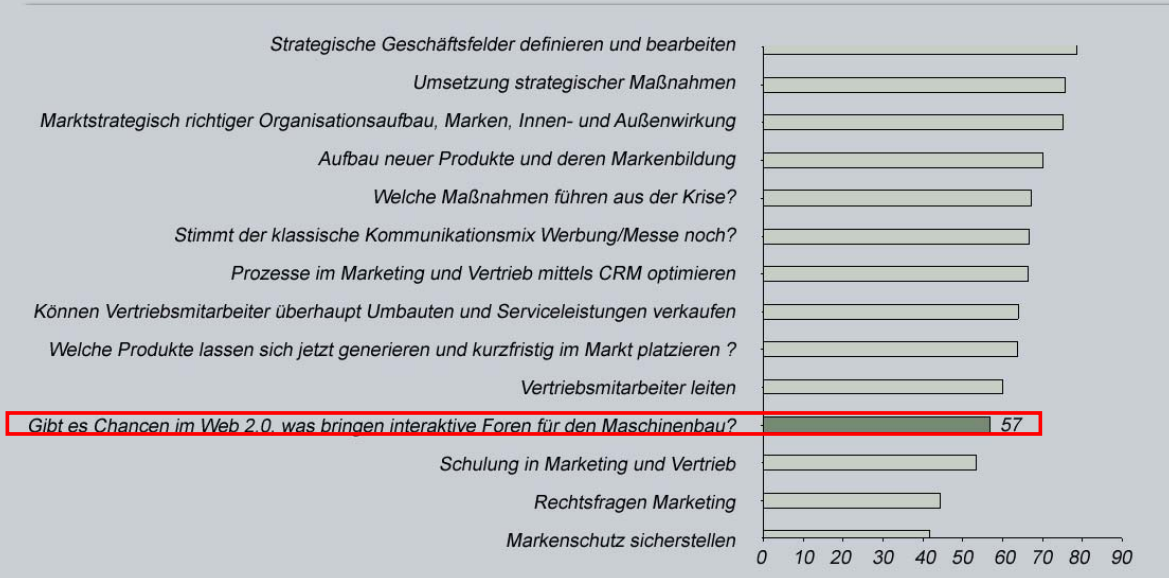
Time Range: Day Week Month 6 Months Year All

- go to the next link: 5
- Re: Gensets & Transformers: 4
- Re: biodiesel = green?: 4
- Re: waste heat recovery: 4
- Re: Arc flash: 3

Top Kudoed Authors

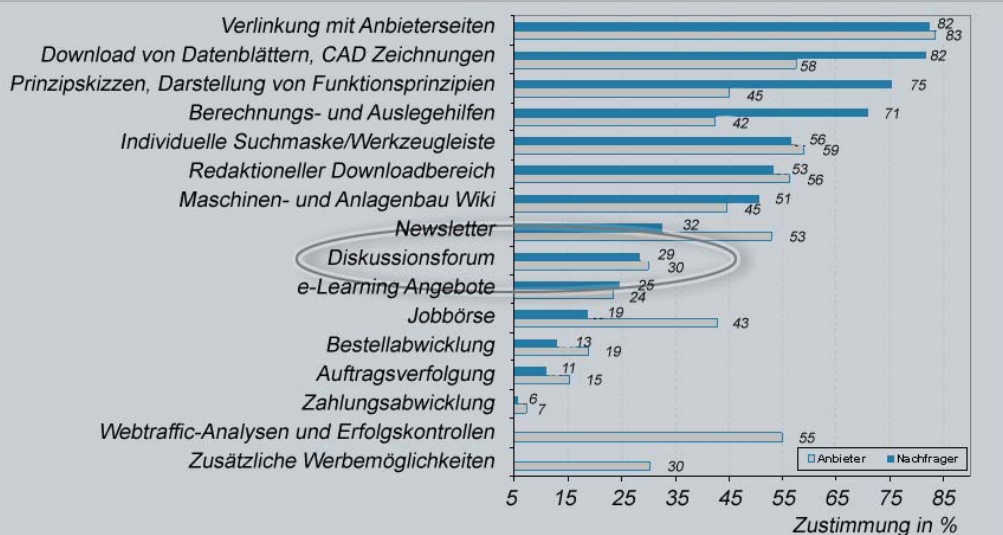
Time Range: Day Week Month 6 Months Year All

Wenig Interesse für Social Media im Marketing



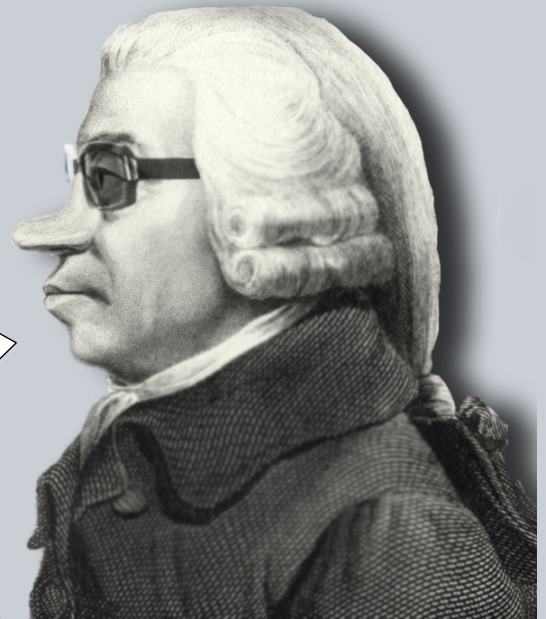
Quelle: VDMA e.V. Themenumfrage für Marketingtagung 2009, Basis 84 Fragebögen, befragt wurden Marketing-verantwortliche aus dem Maschinen- und Anlagenbau

Welche Dienste sollten auf der (idealen Maschinenbau-)plattform2010 zu finden sein?

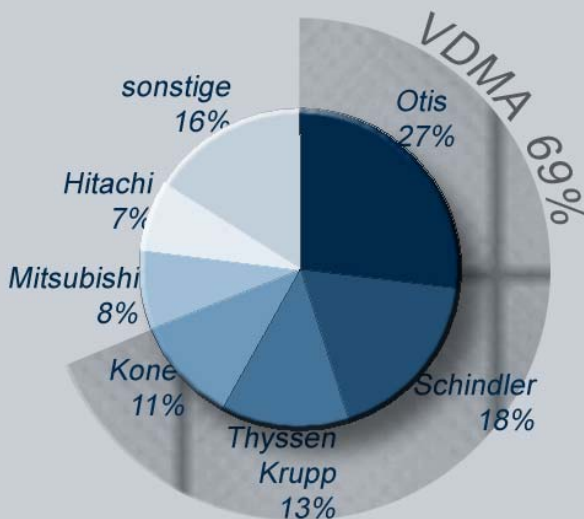


Quelle: VDMA e.V./TU München 2008, Studie Plattform 2010, N = 371, davon 217 Anbieter und 154 Nachfrager

"People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or in some contrivance to raise prices."

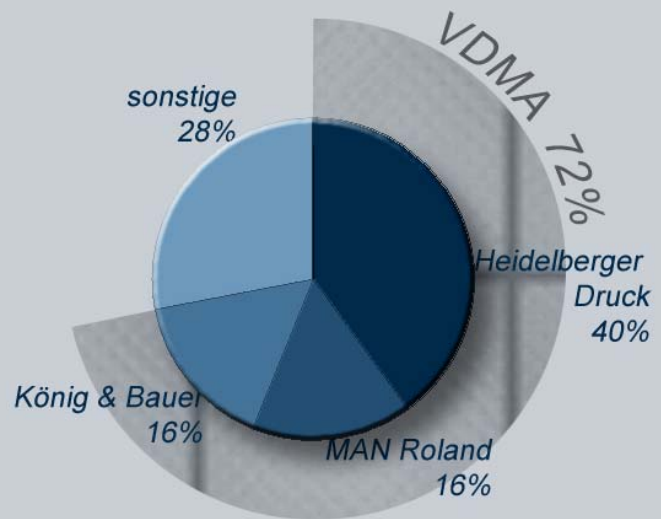


Adam Smith (1723 – 1790)



Weltmarkt für Aufzüge und Fahrtreppen

Quelle: Handelsblatt 22.02.2007



Weltmarkt für Bogenoffset-Druckmaschinen

Quelle: Frankfurter Börsenzeitung 17.04.2007

„Ungestört sein“ ist u.U. wichtiger als man denkt

Motive für den Besuch von VDMA Veranstaltungen (Reihenfolge nach Wichtigkeit)

Fachliche Anregung 1	Neue Ideen 2	Kontakte 3	Einblicke in Unternehmen 4	Kosten 5	Ungestört sein 6
----------------------------	-----------------	---------------	----------------------------------	-------------	---------------------

Bewertung der Umsetzung durch den VDMA

Ungestört sein 1	Kosten 2	Kontakte 3	Fachliche Anregung 4	Einblicke in Unternehmen 5	Neue Ideen 6
---------------------	-------------	---------------	----------------------------	----------------------------------	-----------------

Quelle: Auswertung telefonische Mitgliederbefragung Juli/August 2005

„Innovation ist ein wesentliches Qualitätsmerkmal unserer Produkte und ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. [...] Rund 60 Prozent aller Produkte, die wir anbieten, sind jünger als drei Jahre.“

Dirk Wember, Geschäftsführer Haas Schleifmaschinen GmbH

Quelle: Markt und Mittelstand, 11/2008)



www.automationbc.de – open beta seit 12 Monaten



- 31 Gruppen
- 1.139 registrierte Nutzer
- 67 Gruppenbeiträge

Die größten Gruppen

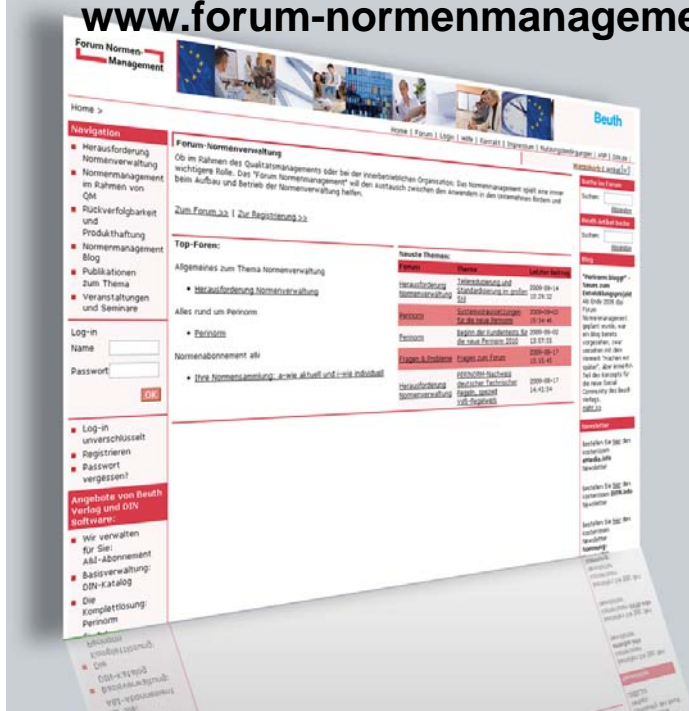
Geschäft generieren	42 Mitglieder
Motion Control	38 Mitglieder
automationBC Beratung & Support	29 Mitglieder
Marketing und Vertrieb	22 Mitglieder
:K >Konstruktion >Design >Komponenten	17 Mitglieder

Die Aktivsten Gruppen

automationBC Beratung & Support	18 Artikel
Motion Control	8 Artikel
Marketing und Vertrieb	7 Artikel
:K >Konstruktion >Design >Komponenten	5 Artikel
logistik journal	4 Artikel

Stand 19. August 2009

www.forum-normenmanagement.de (Beuth Verlag)



- 147 registrierte Nutzer, davon 3 online

Wozu Web 3.0?

Was bringt mir das?

Warum für das Marketing?

Wozu Web 2.0?

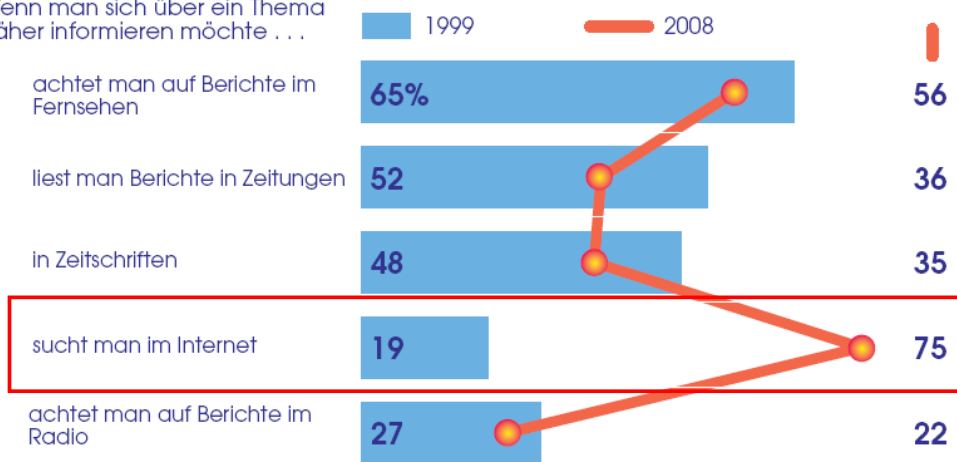
Warum für den Vertrieb?



Informationsverhalten bei aktiviertem und strukturiertem Informationsbedarf

20 - 29-Jährige

Wenn man sich über ein Thema näher informieren möchte . . .



Basis: Gesamtdeutschland, Bevölkerung von 20 bis 29 Jahren
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 1999 und 2008

Die Informationsquellen der Oberschicht (Top 10): Internet und schwerpunktmäßig Print

Es informieren sich über Themen,
die näher interessieren, durch -



Web 2.0

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse (AWA) 2007

© IfD-Allensbach

Vertrauen ist gut – Empfehlung ist besser

facebook, amazon.com, WIKIPEDIA, frag-mutti.de, schülerVZ, studivZ, XING, HOLIDAYCHECK, ciao! co.uk

Und was heißt das für den Maschinenbau?

facebook Home Profile Friends Inbox Stefan Prasse Settings Logout

TRUMPF

Wall Info Discussions Photos

Markus Deutsch Hi , i'm Markus and i'm working at TAT
October 14 at 7:23pm · Report

Chris Ruffner
New 3030
We had a repair tech in from TRUMPF 2 weeks ago and he was telling us ab TruLaser3030 that is coming out...VERY upgraded, all linear movements, v screen with intergrated keyboard. They actually had to Detune it so it w...t
September 30 at 11:38pm · Participate

Kimi Amex R i'm from indonesia.....
programmer truTops.
September 30 at 6:25pm · Report

Tansu Ozcelebi Hi, Trumpf 3050, 4030, 6KW, 5KW, 4 KW
Trumabend
September 22 at 11:25pm · Report

Sezer Horata yeni
sezer
Length: 1:45

Information
Category: Business - Employment & Work
Description: TRUMPF PUNCH & LAZER
Privacy Type: Open: All content is public.

Members
6 of 208 members See All
Paul Knapp Kerry Allen Dave Mckimm

facebook Home Profile Friends Inbox Stefan Prasse Settings Logout

Schaeffler France

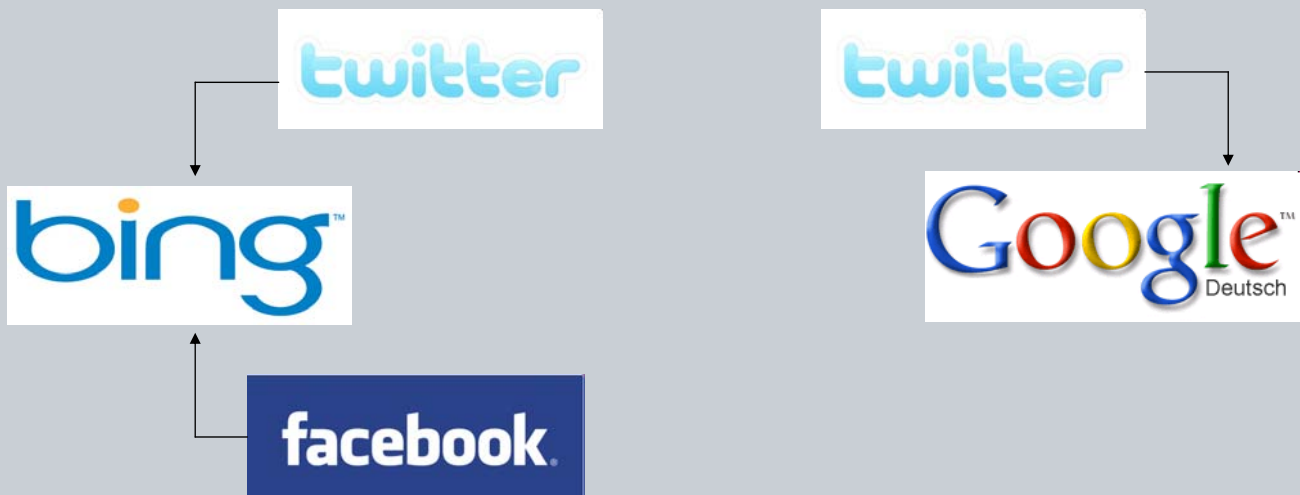
Wall Info Discussions Photos

Schaeffler France has no recent posts.

Information
Category: Business - Employment & Work
Description: Pour nous regrouper :o)
Privacy Type: Open: All content is public.

Members
6 of 21 members See All
Nicolas Di Fonzo Yerrick Pfardt Hilton Garden Inn Pineville

Wie kommen Leute heute auf Ihre Website – und damit zu Ihren Produkten?



Und wie kommen Leute morgen auf Ihre Website – und damit zu Ihren Produkten?

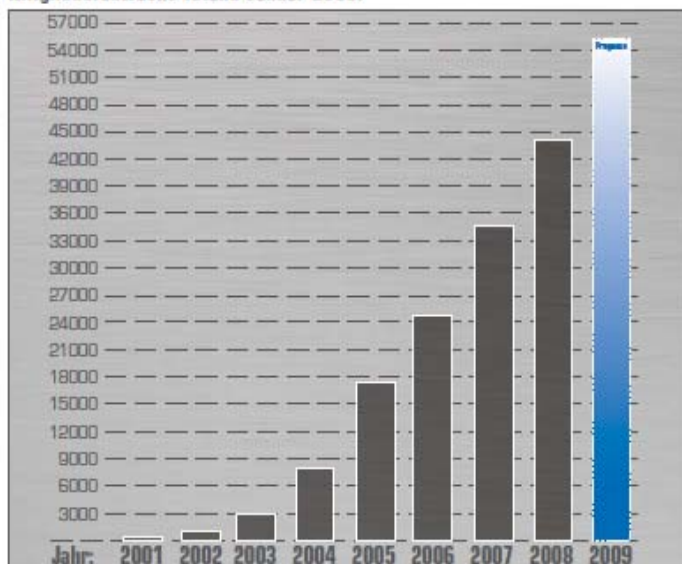
www.cnc-arena.de



- Steuerung
- Bohren
- Drehen
- Fräsen
- Schleifen

www.cnc-arena.de

Mitgliederzuwachs (Stand Januar 2009)



- 49.500 registrierte Mitglieder
- 120.000 Fachbesucher / Monat
 - 53% community, 47% neue Nutzer
- 1.100 Neuregistrierungen/Monat
- 115.000 Fachbeiträge
- 200 Diskussionsforen
- Verweilzeit 6 min (40 sec)

www.cnc-arena.de

187 Foren im Überblick:

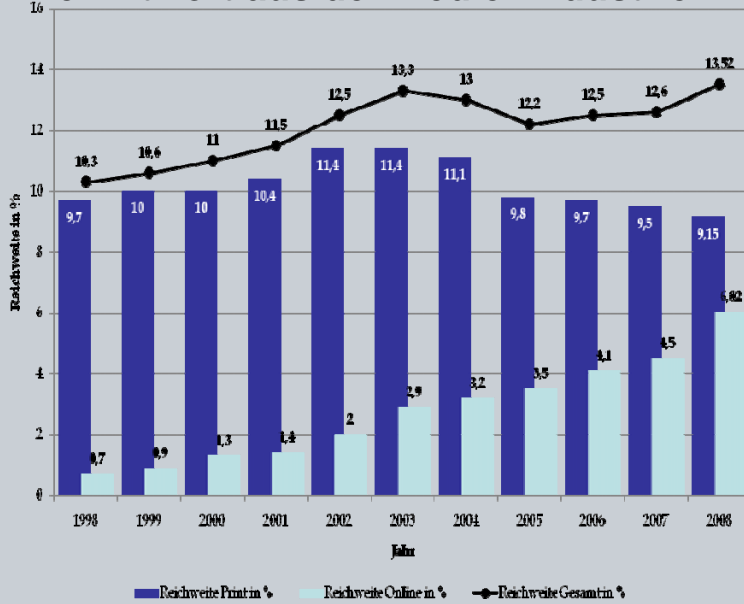
Foren-thema:	Forenanzahl:
• CAM-Software	37
• CAD-Systeme	12
• CNC-Steuerungen	17
• Technik-Software	06
• Werkzeugmaschinen	42
• Werkzeuge	02
• Werkstoffkunde	01
• Verfahren / Technologien	10
• Messtechnik	02
• Spanntechnik	02
• Automation	01
• CNC-Arena NewsCenter	01
• CNC-Freeware-Arena	01
• CAD/CAM-Kopplung	01
• CAD-Datenaustausch	01
• DNC DirectNumericalControl	02
• Datenbanken	02
• Arbeitssicherheit / Umweltschutz	03
• Reparatur- und Instandhaltung von CNC-Maschinen	02
• Auftrags- und Lohnfertigung	02
• CNC-Arena Stellenmarkt	05
• CNC-Arena Marktplatz	02
• Aus- und Weiterbildung	06
• CNC-Fachliteratur	02
• Witze, Sprüche und Anekdoten	03
• CNC-Arena Veranstaltungen	07
• Sonstiges	12
• CNC-Arena Support	03

- Breites Themenangebot im Bereich Metallbearbeitung
- Schnelle Reaktion auf Anfragen
- Moderation mit hoher Qualität
- Nutzerbindung und Wachstum

Die CNC-Community lebt – nicht nur virtuell



Warum jetzt in Social Media investieren? Eine Antwort aus der Medienindustrie

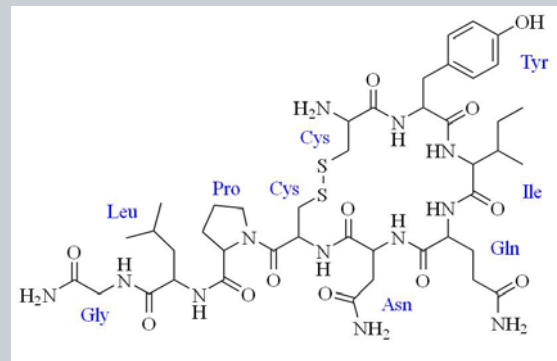
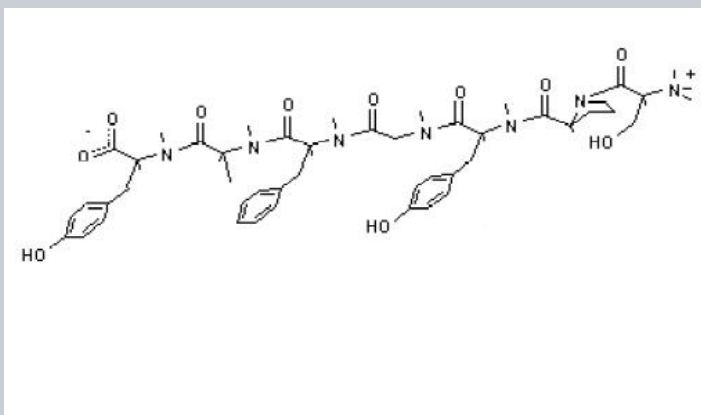


Spiegel Online:

Start 1994

Break-even 2005

Zum Schluss ...



ein wenig Biologie

Vielen Dank!

Stefan Prasse
stefan.prasse@vdma.org
Tel. 069 – 6603 – 1292
Fax 069 – 6603 – 2292

VDMA Verlag GmbH
Lyoner Str. 18
60528 Frankfurt am Main