



**We manage information & catch (e)motion**

**User Generated Content in der Unternehmenskommunikation**

**Hendrik v. Beust**  
**Leiter Entwicklung und Strategie**

## Crossmediale Mehrwertkommunikation

Kommunikationsberatung

Kommunikationskonzepte

Kommunikationslösungen

**Interaktive  
Bewegtbildkommunikation**

- Corporate TV
- Händler- und Kundenkommunikation
- Onlinekommunikation
- Imagefilme

**Marketing-  
kommunikation**

- klassische Werbung
- Corporate Publishing
- Direktmarketing/Vkf
- Eventkommunikation

**Public  
Relations**

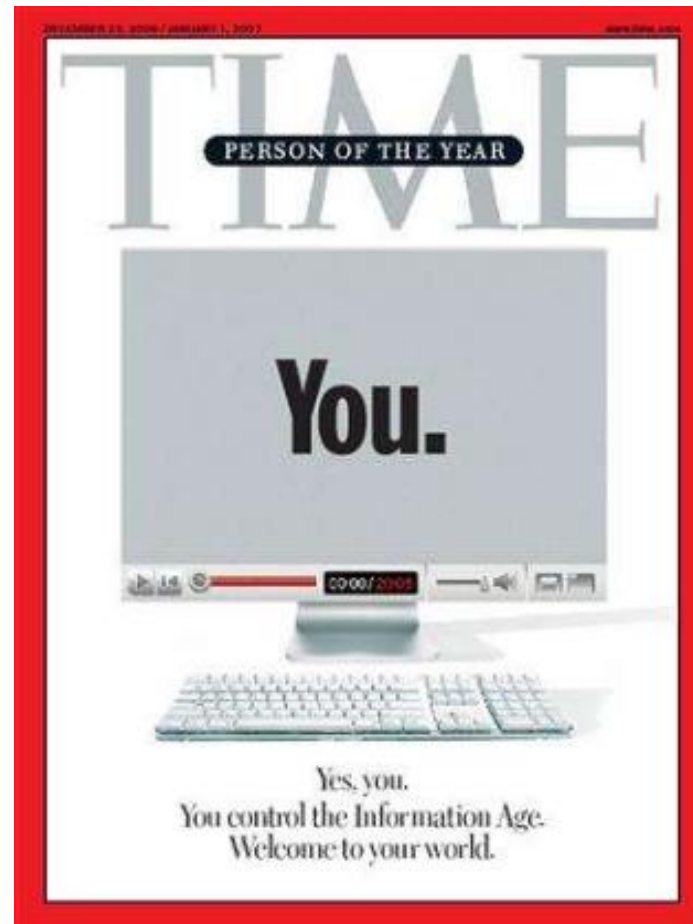
- Unternehmens- und Mitarbeiterkommunikation
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Themensetting Print/TV)
- Journalistenplattfom Tvservicebox

**ICOM GmbH**

- **Kommunikations-beratung und -controlling**

**On air new media  
GmbH**

- **Regional-TV im Triple-Play-Netz**



## Was ist User Generated Content?

- Inhalte werden von einer Teilmenge der Rezipienten erstellt
- Rezipienten / Ersteller agieren (über Inhalte) miteinander
- Motto von Youtube.com bringt es auf den Punkt: Broadcast Yourself

Typische Varianten: Blogs, Videos, Communities (Facebook etc.), Lexika, Webverzeichnisse und Social Bookmarking

### **Kritik am Begriff und am Konzept**

- Es gibt Beobachter, die UGC als Fortschreibung der zunehmenden Fragmentierung der Medien betrachten, nicht als ein radikal neues Phänomen
- andere: UGC sei spätestens mit der Verbreitung des Internets nichts Neues mehr

Beides ist richtig, aber unerheblich: neue Qualität und Quantität

## im Mainstream angekommen

- Youtube.com: 100 Mio. Videoabrufe/Tag, >65.000 neue Videos/Tag
- Myspace.com: > 70 Mio. registrierte Benutzer, >75.000 Gruppen  
je nach Statistik meistbesuchte Seite überhaupt
- Clipfish: 6,5 Mio. Videoabrufe/Tag, ~ 7.000 neue Videos/Tag

Nutzen?

Verschiedene Anwendungsbeispiele für UGC

- UGC und die darum geschaffenen Communities dienen hier als Mittel zum Zweck: Reichweite für Werbung schaffen
- Clipfish und Myvideo.de sind inzwischen mit RTL respektive Sat1 verbunden und werden intensiv für Cross Marketing genutzt
- extremes Beispiel für Cross Marketing: RTL, Clipfish und DSDS
- Tragfähigkeit der Businessmodelle nicht erwiesen, eher ein Abstecken des Markts

### **typische Funktionen**

- Bewertung, Kommentare, „Videoantwort“, „Freunde“,
  - > Feedback-Mechanismen um weitere Beteiligung fördern
- Wettbewerbe und der Anreiz „entdeckt“ zu werden (Fernsehsport-Wettbewerb bei Clipfish, Top30-Videos bei Myvideo.de werden im Fernsehen gezeigt)

privat

- [myspace.com](http://myspace.com)
- [unddu.de](http://unddu.de)

beruflich

- [linkedin.com](http://linkedin.com)
- [xing.com](http://xing.com)

ganz anders

- [studivz.de](http://studivz.de)

Telkos / IPTV-Anbieter bieten Zusatzfunktionen zur Speicherung von UGC, der Abruf erfolgt über die Settop-Box

- z.B. Fotoalben, net based PVR
- Content kann mit Nutzern des gleichen Anbieters geteilt werden
- bei Anbieterwechsel kann gespeicherter Content nicht migriert werden
- in anderen Bereichen: Tutorials, Wissensdatenbanken, Diskussionsforen

Wikipedia, VideoJug.com, ViewDo.com...

- Sammlungen unterschiedlichster Informationen und Anleitungen
- User helfen Usern durch ihr Wissen und ihre Fähigkeiten
- z.B. in Form von kurzen Videoclips, die alles vom Krawattenknoten bis zum Fliesenlegen erklären

UGC muss nicht immer ein Video oder ein Text sein

- Empfehlungen und Bewertungen sind Basis für „long tail ecoconmy“
- social bookmarking
- Portale sind effektiver Filter für Massengeschmack

# Gewinnung von Content

## Gewinnung von Inhalten zur weiteren Nutzung

- UGC als Ersatz für klassisch produzierte Inhalte
- Portale wie Clipfish und Myvideo.de generieren Inhalte für die zugehörigen Senderfamilien
- UProm.tv möchte einen kompletten Sender mit UGC betreiben

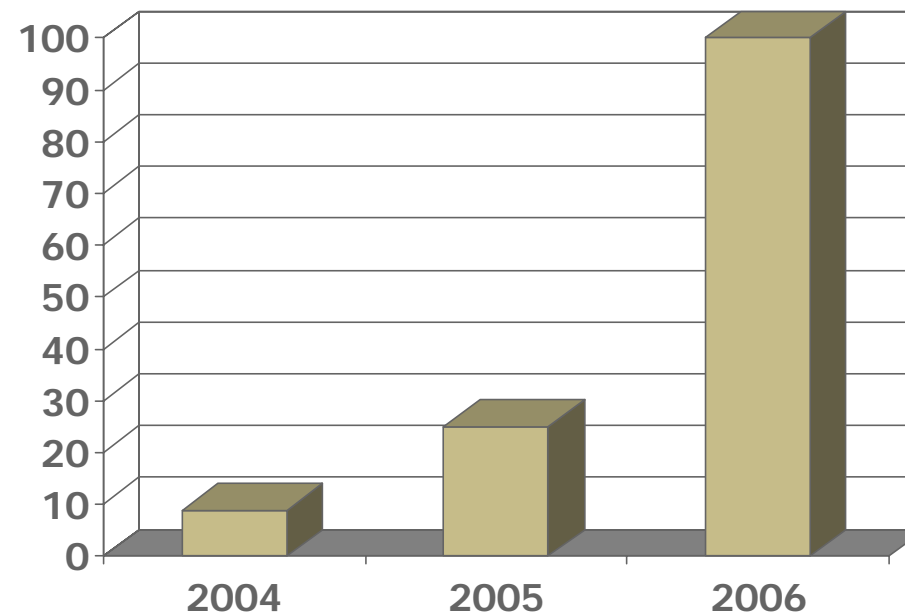


# Bahn TV

## user generated content in der Praxis

## Bahn TV und Bahn TV online

- Spartenkanal für Reise, Mobilität, Logistik und Technik
- seit 2006 Umbau vom Informationsmedium für MA zum Kundenkanal
- europaweit über Astra Digital, verschiedene Kabelnetze und live und on demand im Internet: [www.bahntv-online.de](http://www.bahntv-online.de)
- weiterhin Instrument zur MA-Schulung und -Information (z.B. im Vertrieb)
- >800.000 Videoabrufe im März, Archiv ca. 12.000 Videos
- Quote vergleichbar mit N24



## Das Beispiel Bahn TV

- User generated Content seit 2005 (Broadcast)
- Integration von UGC in das gesamte Kommunikationskonzept
- Sammeln von Erfahrungen in diesem Bereich
- erster Einsatz von UGC in moderierter Form: Wettbewerb „Meine Welt, die Bahn!“
- Abstimmung durch Anrufen und SMS (Generierung von Einnahmen)

# Das Beispiel Bahn TV

**Bahn TV**

**Alles einschalten - zügig informiert**
Startseite | Kontakt

Suche


- > Live
- > Aktuelles
- > Doku
- > Infotainment
  - > Bahn TV Reise
  - > fit4life
  - > **Meine Welt, die Bahn!**
  - > "Schwarzer Dampf am Roten Meer" von Klaus Fröbe
  - > Wer wird Sieger 2. Halbjahr 2006?
  - > Eisenbahnromantik zwischen Rhône und Isère von Manfred Marake
- > Tempo 300
- > Spielzug
- > Service
- > Programm
- > Shop

Startseite -> Infotainment -> **Meine Welt, die Bahn!**


**Meine Welt, die Bahn! Hobbyfilme bei Bahn TV**

Hier kommen Andere zum Zug. Bahn TV zeigt die spannendsten Beiträge der Hobbyfilmer.

Schicken Sie uns Ihren Film im Mini-DV oder DVD-Format an:  
Deutsche Bahn AG, Redaktion Bahn TV, Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin



Meine Welt, die Bahn!




**"Schwarzer Dampf am Roten Meer" von Klaus Fröbe**

In seinem Wettbewerbsfilm "Schwarzer Dampf am Roten Meer" aus dem Jahr 2004 unternimmt der 69-jährige Hobbyfilmer Klaus Fröbe aus Köln einen Ausflug mit der Schmalspurbahn im afrikanischen Eritrea.

mehr

Meine Welt, die Bahn!



**Wer wird Sieger 2. Halbjahr 2006?**

Bahn TV sucht gemeinsam mit den Zuschauern den besten Hobbyfilm für das 2. Halbjahr 2006. Zur Wahl stehen acht Werke aus den Monaten Juli bis Dezember.

mehr

Meine Welt, die Bahn!

**Eisenbahnromantik zwischen Rhône und Isère von Manfred Marake**

Der 66-jährige Manfred Marake aus Berlin zeigt seinen knapp 45-minütigen Hobbyfilm "Eisenbahnromantik zwischen Rhône und Isère".

mehr

Meine Welt, die Bahn!

**Hobbyfilme von Friedhelm Löchner und Peter Reichert**

mehr

Meine Welt, die Bahn!

**Eisenbahnromantik zwischen Rhône und Isère von Manfred Marake**

Der 66-jährige Manfred Marake aus Berlin zeigt seinen knapp 45-minütigen Hobbyfilm "Eisenbahnromantik zwischen Rhône und Isère".

mehr

Meine Welt, die Bahn!

**Hobbyfilme von Hans-Dieter**

**Google-Anzeigen**

**Stellwerkssimulat**

Realistische Simulation elektronischer Stellwerke

www.estwsim.de

**Seniorenwochene Berlin**

2 x Ü/F , ein Abendessen, kostenfr. Nutzung von Bus und Bahn, ab 55 J.

www.sylterhof-berlin.de

**Ice-World mobile Eisbahn**

Marktführer in mobilen Eisbahnen. Neues patentiertes System!

www.ice-world.com

**Dampfloks Selberfahren**

## Das Beispiel Bahn TV

- pro Wettbewerb ca. 400 Filme, Laufzeit jeweils ½ Jahr
- Konzentration auf hochwertigen Content für Einsatz im Broadcastbereich
- lange Beiträge (15-60 Minuten)
- sehr beliebt, regelmäßig in den Top 5 der meistgesehen Sendungen
- viele Teilnehmer beteiligen sich mehrfach
- Bildung einer Community
- Forcierung dieser Entwicklung
- schrittweise hinzufügen von neuen Angeboten, aber:

# Risiken und Probleme?

## Risiken

- Urheberrechts- und Leistungsschutzverletzungen
- überzogene und unsachliche Kritik
- diffamierende Äußerungen, Beleidigungen und andere, im Extremfall sogar strafrechtlich relevante, unerwünschte Äußerungen
- unsichere Rechtslage, widersprechende Urteile zu Haftung
- Beispiel: eine ganze Reihe von Urteilen erlegt den Betreibern von Foren eine Kontrollpflicht auf

Tipp: „Skriptum Internet Recht“ von Prof. Dr. Thomas Hoeren  
<http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/>

aktuelles Urteil zur Forenhaftung:

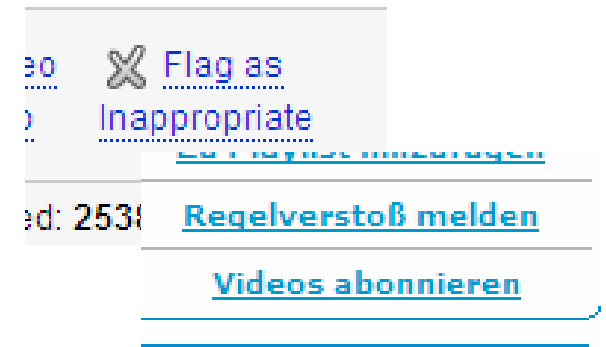
<http://www.foren-und-recht.de/urteile/Landgericht-Hamburg-20070427.html>

## Agieren

- Moderation / Kontrolle von eingehendem Material
- sehr aufwändig und komplex: das „Happy Birthday-Problem“
- unter Umständen problematisch in der Wahrnehmung der Nutzer („Zensur“)

## Reagieren

- Kontrolle von Inhalten nur bei externen Hinweisen
  - durch Benutzer: Hinweise auf anstößiges Material
  - durch Dritte: Hinweise auf Urheberrechts- und Leistungsschutzverletzungen



## Registrieren

- Je besser eine Nutzergruppe bekannt ist und je weniger anonym die Nutzer sind, desto geringer die Wahrscheinlichkeit für Probleme

- trotz Problemen und Risiken wird UGC in diesem Jahr ein Schwerpunkt sein
- Ausbau auf andere Medien und Formen
  - Videos nur im Onlinebereich mit Zusatzinhalten und Partnern
  - Fotos  
mit direktem Einstellen und Abstimmen durch die User
- Immer als Bestandteil einer weitergehenden Strategie:
  - Erhöhung von Kennzahlen wie Unique Visitors, Page Impressions, Videoabrufe
  - Eigenmarketing
  - Erlösgenerierung (Voting, Werbung...)
- Reiseführer

## User Generated Content in drei Thesen

User Generated Content...

... sind viele Elemente, kleine und große, die, zusammen verfügbar gemacht, einen Mehrwert ergeben.

... macht Zuschauer und Besucher zu aktiven Nutzern. Kommunikation wird bidirektional.

... ist authentisch. Die Inhalte emotionalisieren, binden und stellen eine sehr direkte Ansprache dar.

Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit.

[h.vonbeust@atkon.de](mailto:h.vonbeust@atkon.de)

atkon



Freude am Fahren



The Chemical Company



Enginizing Chemistry



DE INVESTMENTMANAGER DER COMMERZBANK



INSTITUT



management zentrum st.gallen



Deutsche Bank Gruppe



Bundeswehr



BOSCH

