

Die Vermeidung von Mobilität durch die Nutzung von Webdiensten

Inhaltsverzeichnis:

- Definition „Webdienst“
- Die Geschichte des Internets
- Internetnutzung in Deutschland
- Soziale Netzwerke
- Kommunikation im beruflichen Umfeld
- E-Learning
- Online-Shopping
- Vision: Mobilität der Zukunft – Internet statt eigenes Auto

Definition Webdienst:

- Online - Dienstleistung
- Anwendung, die World-Wide-Web Technologien zur Kommunikation verwendet

Die Geschichte des Internets:

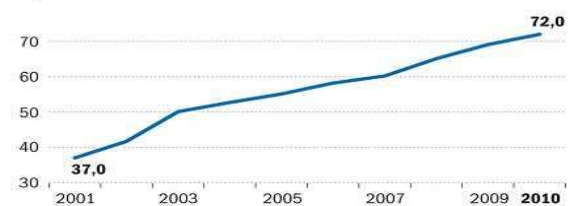
- Ende der 60er Jahre: Experimente zur Vernetzung von Computern
- 1969: ARPA (Advanced Research Projects Agency) nimmt erstes Netz in Betrieb (ARPANET)
- 1983: Entstehung des Begriffs Internet
- 1986: Aufteilung in einen militärischen (MILNET) und einen zivilen Teil (ARPANET)
- NSF (National Science Foundation) schafft Backbone/Hauptleitung und übernimmt Aufgaben des ARPANET
- 1989: ARPANET wird aufgelöst
- 1992: Europäischer Internet-Backbone (EBONE) wird in Betrieb genommen
- das World Wide Web (WWW) entsteht
- bis 1995 läuft in Deutschland der gesamte Internetverkehr über die USA
- 1996: DE-CIX, ein zentraler innerdeutscher Datenaustauschpunkt, wird in Frankfurt gegründet (DIX=Commercial Internet Exchange)

Internetnutzung in Deutschland 2009:

- Anteil der Internetnutzer insgesamt: 67,1 %
- 96,1 % der 14-29-Jährigen
- über 50-Jährige: 40,8% (größtes Wachstumspotential)
- die Hälfte aller Unternehmen verfügt über eine Webpräsenz
- bei Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern liegt der Prozentsatz für eine Webpräsenz bei über 90%

Internetnutzung in Deutschland - Jahresübersicht

Angaben in Prozent



Quelle: Initiative D21/TNS Infratest/TNS Emnid

[Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie / statistisches Bundesamt]

Soziale Netzwerke – Übersicht:

- SchülerVZ
- StudiVZ
- Xing
- LinkedIn
- Mjunction
- Dating-Portale
- MySpace
- Facebook

Funktionen sozialer Netzwerke:

- Identitätsmanagement
- Expertensuche (z.B. über Xing)
- Kontext-Awareness (Kontext-/Vertrauensaufbau)
- Kontaktmanagement
- Netzwerk-Awareness
- Unterstützung eines gemeinsamen Austauschs (Kommunikation)

Statistik über die Top 10 der Sozialen Netzwerke in Deutschland:

Platz	2009	Website	Un. Visitors*		
			in Mio.	vs. August in Mio.	in %
1	1	facebook.com	19,00	0,00	0,0
2	2	wer-kennt-wen.de	5,60	0,00	0,0
3	3	stayfriends.de	5,20	0,20	4,0
4	4	schuelervz.net	4,20	0,10	2,4
5	4	meinvz.net	3,80	-0,30	-7,3
5	6	studivz.net	3,80	-0,10	-2,6
7	8	twitter.com	3,20	0,30	10,3
8	8	xing.com	3,10	0,20	6,9
9	7	myspace.com	2,90	-0,60	-17,1
10	10	jappy.de	2,30	-0,10	-4,2

Auswirkungen von Sozialen Netzwerken auf die Mobilität:

- mit mehr Personen wird Kontakt gehalten
- Kontakt über größere Entfernungen wird gefördert
- kann auf persönliche Treffen ausgelegt sein (Dating-Portale)

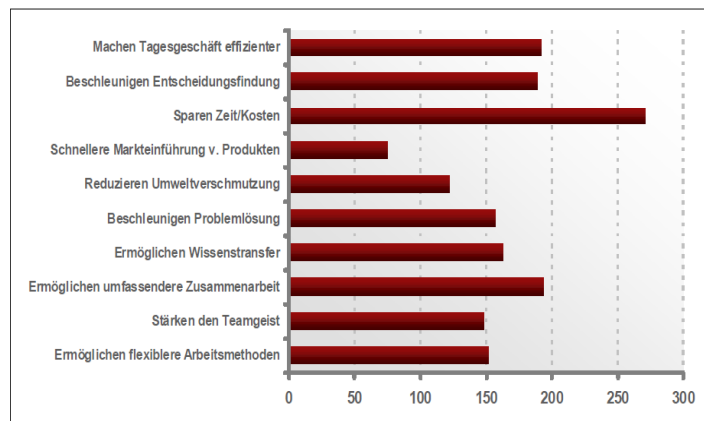
⇒ kann persönliches Treffen ersetzen oder auch dazu führen

Kommunikation im beruflichen Umfeld:

- **bisher genutzte Möglichkeiten:**
 - Telefonanrufe
 - Austausch von Emails
- **Emails sind:**
 - oftmals unattraktiv
 - kurze Anfragen sind es nicht wert, eine Email zu schreiben
 - Spam-Mails tun ihr übriges
- **Instant Messenger erhalten Einzug ins Unternehmen**
 - „Chat“ zwischen zwei oder mehr Personen in Echtzeit
 - Beispiele: Skype, Yahoo Messenger, Windows Live Messenger

- **Webkonferenzen:**
 - erster Schub mit dem Ausbruch der Schweinegrippe
 - Boom seit der Wirtschaftskrise im Oktober 2008 und der Aschewolke 2010
 - sehr flexibel einsetzbar; unabhängig von Branche, Bereich oder Umwelteinflüssen
 - meist genügt eine Webkonferenz im Monat, damit sich die Webkonferenz-Software auf Dauer bezahlt macht
 - gesteigerte Produktivität durch effizientere Arbeitsprozesse
 - **weniger Emissionen führen zu einem positiven Umwelteffekt**

Vorteile durch Webkonferenzen, nach einer Umfrage unter 332 europäischen Unternehmen, Vanson Bourne 2008:



Auswirkungen auf die Mobilität:

- Zusammenarbeit über größere Distanzen wird erleichtert
- führt zu zusätzlichem Verkehr durch stärkere Arbeitsteilung und räumliche Ausdehnung
- persönliche Begegnungen und Reisen sind immer noch wichtig, insbesondere für den Aufbau von Teams und bedeutenden Kundenkontakten
- Zusammenarbeit von Firmen in elektronisch verknüpften Netzwerken führt tendenziell zu zusätzlichen Geschäftsreisen und auch zusätzlichem Güterverkehr
- Geschäftsreisen haben bei einem Viertel der Firmen abgenommen, bei 60% sind sie aber gleich geblieben oder gestiegen

Fazit: im Schnitt keine Reduzierung des Verkehrs durch virtuelle Kommunikation

E-Learning:

Definition:

- alle Formen von Lernen, bei welchen elektronische oder digitale Medien für die zwischenmenschliche Kommunikation eingesetzt werden

Formen:

- Content Sharing [Webseiten, um Lerneinheiten auszutauschen]
- Virtual Classroom
- Blended Learning [integriertes Lernen, Verbindung von Praxis und Theorie]

Beispiel Australien:

- im Outback erstrecken sich Farmen auf Gebiete zwischen tausend und zehntausend km²
- Australische Outback-Schüler treffen sich mit ihren Mitschülern in einem „Virtual Classroom“
- die beteiligten Schüler kommen aus verschiedensten sozialen Schichten
- Problem: qualifizierte Betreuung zu Hause ist oftmals nicht vorhanden

Beispiel Auslandsstudium:

Deutsche Studierende im
Ausland:

Jahr	1997	2000	2005	2007
Anzahl Studenten	45.000	52.000	76.000	90.000

- Physische Mobilität im Jahr 1997 und 2007:
 - lediglich 2,5% der deutschen Studenten studierten 1997 im Ausland, 2007 waren es 4,9% der deutschen Studenten
- Aber was ist mit den restlichen 95%???

⇒ viele Studenten können sich die Teilnahme an Austauschprogrammen aus sozialen, finanziellen oder anderen Gründen nicht leisten

- Idee: virtuelle Erasmus- bzw. Mobilitäts-Programme
 - diese sind nicht mehr ortsgebunden und
 - ermöglichen eine Zusammenarbeit mit ausländischen Studenten und Lehrkräften
- Formen:
 - Videokonferenzen
 - Live-Streaming
 - gemeinsame Arbeitsbereiche im Internet
- Nutzen:
 - Möglichkeit für alle sozialen Schichten
 - Erfahrungen in Sprache, Kultur sowie Bildung
 - „europäischer Bürgersinn“
 - Bereicherung des regulären Bildungsumfelds der Hochschulen / Universitäten

Auswirkungen des E-Learning auf die Mobilität:

- die physische Mobilität ist im australischen Outback gleichbleibend gering
- die Anzahl der Studenten, die ein Semester im Ausland verbringt, ist jedoch ansteigend – d.h. die physische Mobilität nimmt zu
- E-Learning ist ein ganz neuer Webdienst, welcher zukünftig zu immer höheren Nutzerzahlen führen wird

⇒ die virtuelle Mobilität steigt neben der physischen Mobilität an

Online-Shopping:

Möglichkeiten:

- Reisen buchen (z.B. Opodo.de)
- Online-Banking
- Online-Apotheken
- Textilien/Mode (Otto, Esprit, H&M ...)

und viele mehr...

Der deutsche Einzelhandel:

- stagniert bereits seit 10 Jahren knapp unter 400 Mrd. €
- Grund dafür ist unter anderem die Zunahme des Distanzhandels [Kataloge + Internet]
- bis Ende der 90er Jahre gab es primär eine Angebots-Konkurrenz
- inzwischen findet ein gnadenloser Wettbewerb zwischen den verschiedenen Vertriebsformen statt

Veränderungen im Kaufverhalten:

- bis 2004 hatte der Distanzhandel immer ca. 5,5% des Einzelhandels inne
- seit 2004 wächst der Distanzhandel jährlich um 0,5%
 - das sind jährlich 2 Milliarden €

Warum ist das Online-Business so erfolgreich?

- größere Produkt-Auswahl
- höhere Individualisierung
- Entertainment-Faktor ist sehr hoch
- Kosten für Servicekräfte fallen weg, was sich wiederum im Preis niederschlägt
- Schnelligkeit

Beispiel Textilmarkt:

In 2009 verfügte:

- der Distanzhandel mit 11 Mrd. € über 20 %
- der Online-Handel mit 5,5 Mrd. € über 10 %

des gesamten deutschen Textil-Einzelhandels [insgesamt 55 Mrd. € groß]

Trends:

- zunehmende Bedeutung der Social Media
- virtuelle Outlet-Stores
- virtuelle Shopping-Malls [z.B. Amazon]
- Web 2.0

⇒ das Einkaufsverhalten verlagert sich immer mehr in Richtung Internet, was die Abnahme der Mobilität im stationären Geschäft zur Folge hat

Auswirkungen auf die Mobilität:

- Online-Shopping-Portale werden immer mehr als zusätzlicher Vertriebskanal akzeptiert und genutzt
- allerdings dienen sie oftmals auch nur als reines Informationsmedium um anschließend im Geschäft vor Ort den Kauf zu tätigen
- umgekehrt kommt es auch häufig vor, dass dem Online-Kauf eine Besichtigung des Produkts vor Ort vorausgeht

Vision: Mobilität der Zukunft – Internet statt eigenes Auto?

- „die meisten Bundesbürger zwischen 14 und 29 können sich ein Leben ohne Auto durchaus vorstellen – aber nicht ohne Internet oder Handy“
[Studie von Bitkom 2009]
- Chancen im Themenbereich Mobilität und Onlinemedien ⇒ ???
[Thomas Hörner – Berater und Autor für Onlinemarketing]

Chancen im Themenbereich Mobilität und Onlinemedien:

- die Bedeutung des eigenen Autos als Statussymbol sinkt bei jungen Erwachsenen sehr deutlich
 - A.T.U. verkauft z. B. kaum noch Spoiler und „Auto-Nippes“
- rationaler Sinn des Autos tritt in den Vordergrund: die Überbrückung von Entfernungen

⇒ genau hier kommen die Onlinemedien ins Spiel...

- Beispiel: <http://www.verkehrsmittelvergleich.de/>
- Übersicht über Reisezeiten und Kosten verschiedener Verkehrsmittel
- unterwegs kann dieser Service auf einem Mobiltelefon mit GPS genutzt werden

Überlegung:

- Unmengen von Leuten wollen an einem Flughafen ein Taxi
 - oft hätte man die gleiche Richtung, nur keiner weiß das vom anderen
 - man könnte Kosten und Wartezeiten sparen sowie nebenbei interessante Kontakte knüpfen
- Car-Sharing
 - jederzeit einfach einsteigen und losfahren – an jedem beliebigen Ort
- Call a Bike

Mobilitätsbranche der Zukunft:

- „Mobilität wird Dienstleistung, getrieben durch Information und (mobiles) Internet“
 - unterwegs sein wird noch komfortabler
 - verschiedene Verkehrsmittel können mit einem Klick individuell kombiniert werden



Quellen:

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/> [16.11.2010]

http://www.netviewer.com/fileadmin/user_upload/PDF/whitepaper/Whitepaper_Web_Conferences_DE.pdf
[16.11.2010]

<http://www.australien-info.de/school-of-the-air.html> [14.11.2010]

<http://www.stern.de/auto/service/mobilitaet-der-zukunft-der-autofahrer-will-selbst-entscheiden-1503983.html>
[07.11.2010]

<http://www.thomas-hoerner.de/mobilitat-der-zukunft-internet-statt-eigenes-auto/> [07.11.2010]

Statistisches Bundesamt: Deutsche Studierende im Ausland, Statistischer Überblick 1997 – 2007, Ausgabe 2009, Wiesbaden [16.11.2010]

Dr. Bernd Vogt: Der dramatische Wandel innerhalb des deutschen Einzelhandels (mit anhaltendem Zugewinn des Distanz- und Multichannel-Handels), Mai 2010 [Vorlesungsskript Business to Customer Marketing]

P. Zoche, S. Kimpeler, M. Joepgen: Virtuelle Mobilität: Ein Phänomen mit physischen Konsequenzen? Zur Wirkung der Nutzung von Chat, Online-Banking und Online-Reiseangeboten auf das physische Mobilitätsverhalten, Institut für Mobilitätsforschung, Springer-Verlag 2002

http://www.searchsecurity.de/specials/security_corner/best_practices/articles/239468/index2.html [13.11.2010]

<http://www.facebookbiz.de/artikel/category/nutzerzahlen> [13.11.2010]

http://www.welt.de/multimedia/archive/01148/Internetnutzung_DW_1148348p.jpg [13.11.2010]

<http://www.internet-manual.de/geschichte.htm> [13.11.2010]

<http://www.wz-online.de/?redid=834267> [13.11.2010]