

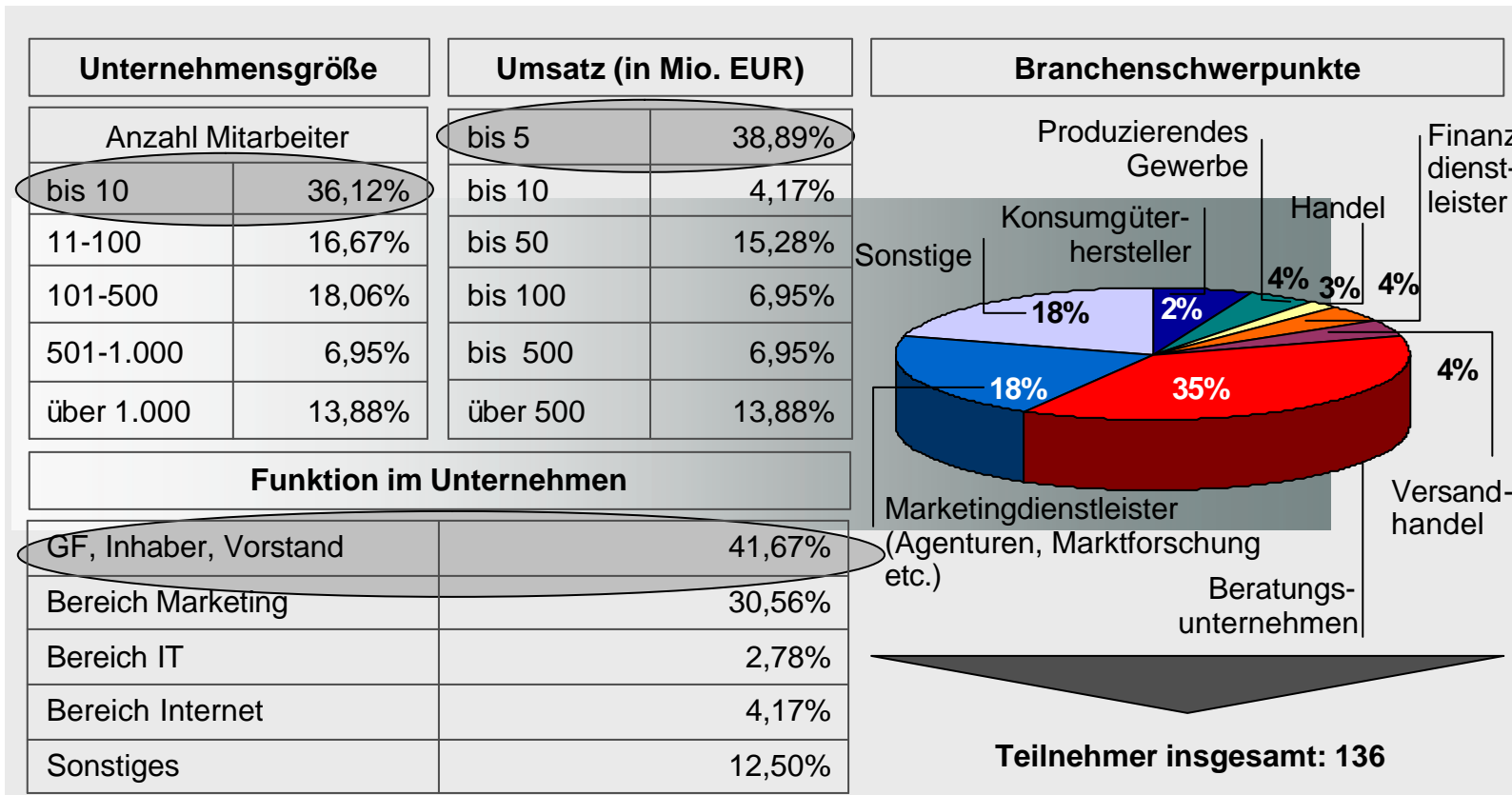
# Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V.

## Web 2.0 Umfrageauswertung

# Management Summary

- Ca. 46% der Teilnehmer haben sich mit dem Thema Web 2.0 noch nicht befasst
- 57% der Befragten reagieren auf die Zunahme an Breitbandanschlüssen durch mehr Inhalte auf ihrer Homepage. 72% durch mehr grafische und bildtechnische Elemente
- Ca. 76% der Unternehmen sehen große Chancen in neuen Business-Modellen/Konzepten durch vernetzte Technologien. Für ca. 53% der Befragten stellen Desinformationen durch nicht kontrollierbare Foren und die schnelle, globale Verbreitung kleinerer Fehler die größten Risiken des Web 2.0 dar
- Nahezu 76 % der Befragten sehen starke Veränderungen der Rollen und Aktivitäten in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Kommunikation in den Unternehmen. 51% erwarten eine Anpassung ihres Geschäftsmodells
- Eine starke Änderung der Rollen und Aufgaben von Agenturen als Dienstleister für Unternehmen wird von 76% der Teilnehmer erwartet. Ca. 68% sehen ein stärkeres Zusammenwachsen klassischer Werbe- und Kommunikationsagenturen

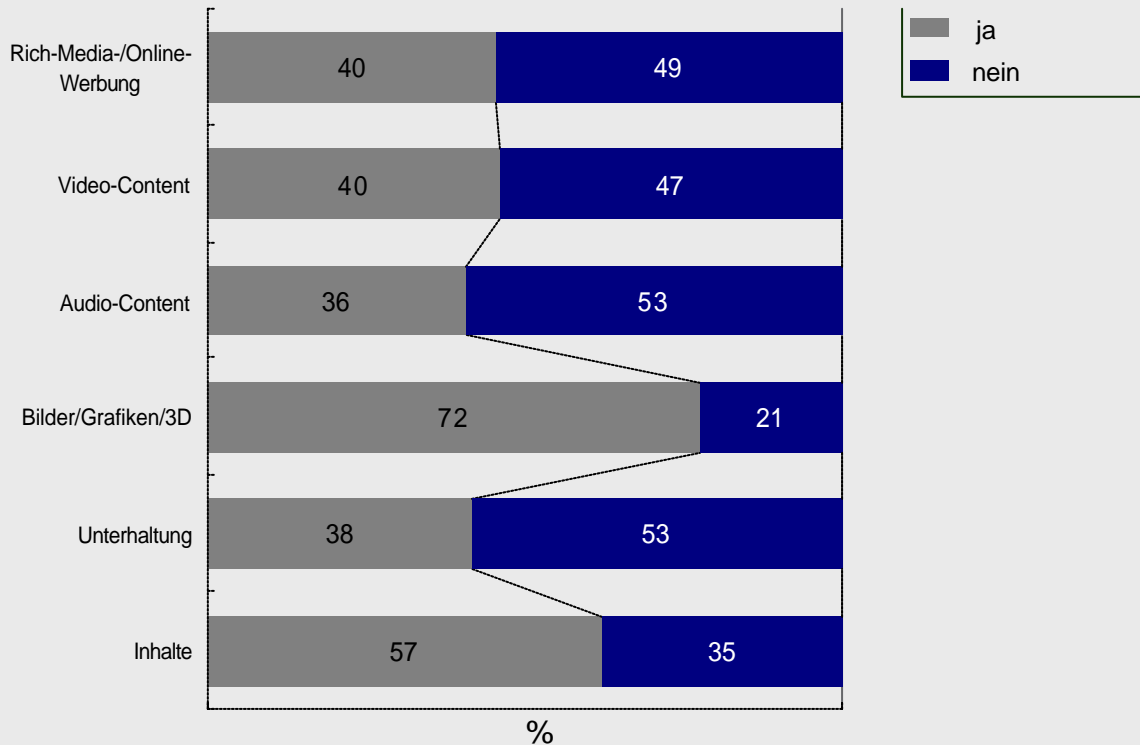
# Den Schwerpunkt der Befragten bilden Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz bis 5 Mio. EUR



Von den insgesamt 136 Teilnehmern der Befragung haben sich 46% noch nicht mit Web 2.0 auseinandergesetzt

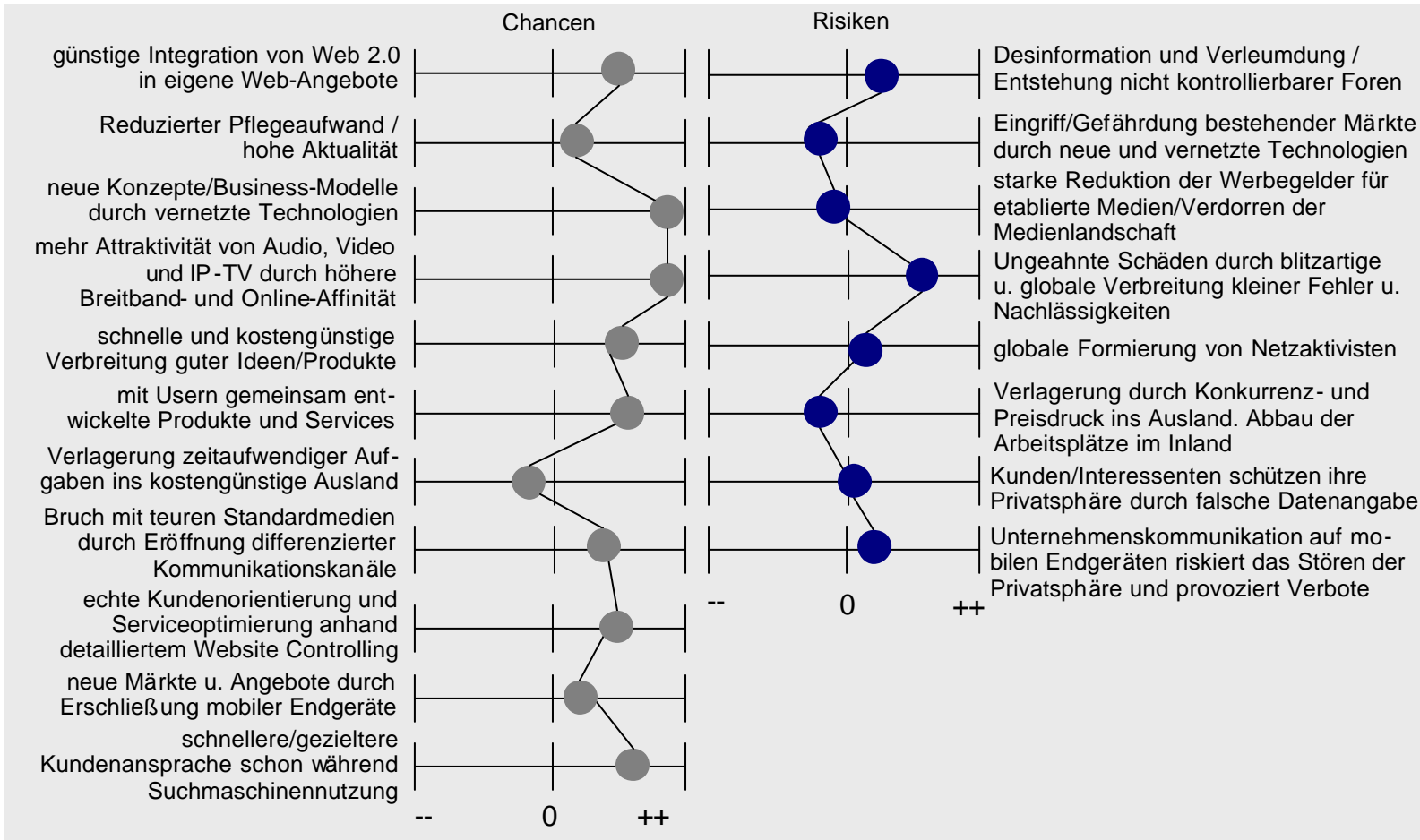
# Einfluss der Zunahme an Breitbandanschlüssen auf die Firmenwebsite

Einstellung auf Breitband durch mehr :



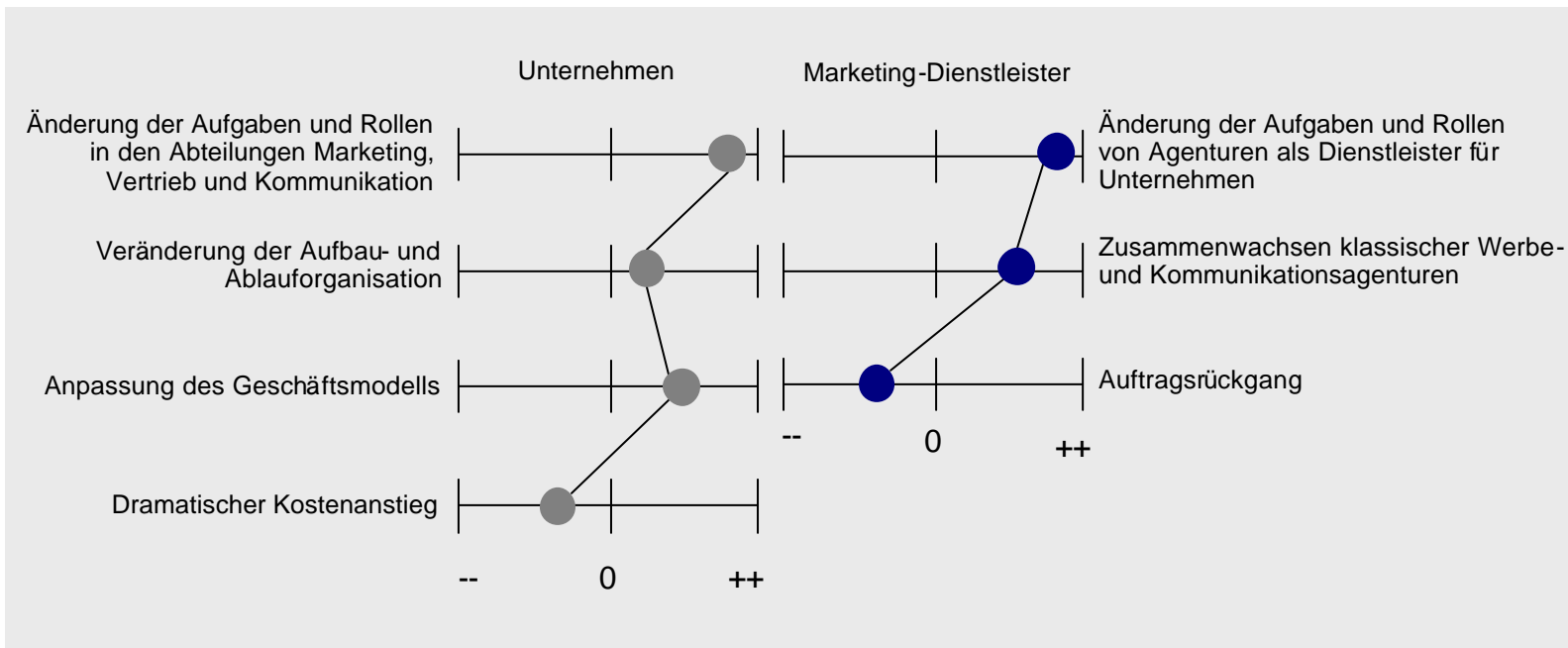
**Unternehmen passen ihre Websites verstärkt durch mehr grafische und bildtechnische Elemente sowie durch mehr Inhalte an**

# Der hohen Attraktivität des Webs und den neuen Business-Modellen durch vernetzte Technologien...



...stehen Risiken der Desinformation und Verleumdung durch nicht kontrollierbare Foren und die schnelle Verbreitung von Fehlern weltweit gegenüber

# Erwartete Veränderungen bei Unternehmen und Marketing-Dienstleistern durch Web 2.0



**Jeweils 76% der Unternehmen und Marketing-Dienstleister erwarten eine starke Änderung der Rollen und Aufgaben in Marketing, Vertrieb und Kommunikation**