



Web Competence & Web Responsibility im Web 2.0: zweiteiliger Roundtable zur Zukunft des Internets



<u>Teil 1:</u>	Web Competence & Responsibility: <u>Bedeutung, Chancen und Risiken</u>
Name:	Herr Christian Röpke
Funktion/Bereich:	Leiter Electronic Media
Organisation:	FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

Liebe Leserinnen und Leser,

Das Internet befindet sich derzeit quasi noch in der Pubertät – gerade 15 Jahre massiver Verbreitung und Nutzung liegen hinter ihm. Der erste große „Liebeskummer“ – das Platzen der Internetblase vor 6 Jahren – ist überwunden.

Web 2.0. wird nun als "die" Neudefinition des "alten" Internets diskutiert. Die neuen Interaktivitätsfunktionen des Netzes, bei der die Nutzer Informationen im Sinne der Einweg-Kommunikation nicht mehr nur passiv „konsumieren“ (Web 1.0), stärken ihre Autonomie und Möglichkeit zur Interaktion. Sie werden selber zum Redakteur, Kommentator und Networker, gestalten und organisieren ihr Informations- und Beziehungs-Management "im Netz" aus eigener Hand. Den hohen Verbreitungsraten und neuen Funktionen folgt ein neues Level an Nutzerengagement und (Meinungs-) Macht. Dieser Sachverhalt wird unsere soziale Vernetzung und unser Konsumverhalten beeinflussen.

Wird das Netz mit Web 2.0 erwachsen? Welche Bedeutung erhält das Web 2.0 in der realen und in der virtuellen Welt? Geht diese Entwicklung auch mit einer Stärkung verantwortlich handelnder Strukturen und Nutzer einher oder droht ein neuer Absturz? Wie sehr und in welcher Form werden also Phänomene wie Wikipedia, Blogs und Networking-Plattformen unsere Ökonomie und Soziologie verändern? Wie wäre ein neuerlicher Absturz zu vermeiden? Welche Strategien und Maßnahmen sollten ergriffen werden, um die Potenziale des Web 2.0 zu realisieren und langfristig zu entwickeln? Welche Rolle spielen dabei Fairness,



Kompetenz und Verantwortung der Nutzer und Portalanbieter im Sinne einer „Web Competence & Responsibility“?

Renommierte Experten und Meinungsführer stellen sich in diesem zweiteiligen virtuellen Roundtable der Diskussion.

In dem nun folgenden ersten Teil werden die **Bedeutung des Web-2.0-Konzepts**, seine **Chancen und Risiken** diskutiert.

Hier stellt sich die Frage: Wie sehr und in welcher Form werden Phänomene wie Wikipedia, Blogs und Networking-Plattformen unsere Ökonomie und Soziologie (positiv oder negativ) verändern?

Im zweiten Teil des Roundtables im kommenden Monat werden dann **konkrete Strategien und Lösungsansätze** für die Web-Welt der Zukunft erörtert:

Das Web kann und muss wertorientiert und verantwortlich gestaltet werden – im Sinne von „Web Competence“ und „Web Responsibility“. Es liegt an uns, die Chancen zu nutzen und die Risiken zu vermeiden, sowie frei von Naivität und Polemik, produktive Lösungen zu erarbeiten. Dann kann Web 2.0 zum Erfolg für alle Beteiligten werden. Dieser VR möchte ein Schritt in diese Richtung sein!

Viel Spaß beim Lesen (und Reflektieren) wünscht Ihnen daher

Ihr

NetSkill-Team!



Die Bedeutung von Web 2.0 für die virtuelle und die reale Welt

Vor der Bewertung des Web 2.0 stellt sich die Frage nach der grundsätzlichen Bedeutung des Phänomens Web 2.0 und der propagierten Konzepte.

Sehr geehrter Herr Röpke,

Frage 1: Grundsätzliche Bedeutung des Themas Web 2.0

Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach die Konzepte des Web 2.0 sowohl für die virtuelle als auch für die reale Welt? Steht Web 2.0 in Ihren Augen also für einen fundamentalen Wandel von Ökonomie und Soziologie ("10" Punkte) oder – im anderen Extrem – lediglich für technische Innovationen und "lokale" Phänomene in einer schmalen, sehr „Netz-affinen“ Community ("0" Punkte)? Wo auf dieser 0-bis-10-Skala würden Sie Ihre Web-2.0-Einschätzung verorten?

Antwort:



7

Frage 2: Art der Veränderungen und Differenzierung nach Teilbereichen

Welche grundsätzlichen gesellschaftlichen Veränderungen in Bezug auf Information, Kommunikation und Netzwerk-Kooperation sind Ihrer Meinung nach mit dem Web 2.0 verbunden (u.a. Rollen-Verschiebung, Nischen-Kommunikation, Long-Tail-Phänomen) und welche Bereiche werden am stärksten verändert?

Antwort:



Verändern wird sich durch eine Zunahme von Web 2.0 Angeboten vor allem das Selbstverständnis und Selbstbewusstsein der Nutzer gegenüber etablierten Medienunternehmen. Damit werden Themen künftig weniger vorhersehbare Entwicklungen und Verläufe nehmen, und das Agenda Setting wird vermehrt durch Privatpersonen vorgenommen. Medienunternehmen müssen die im Internet relevanten Themen entsprechend primär aufspüren, übernehmen und ausbauen, sie können sie jedoch nicht mehr einfach setzen. Die Funktion der Medien als ‚Wegweiser‘ sollte dabei



allerdings erhalten bleiben.

Frage 3: Auswirkungen auf ökonomische Strukturen und Akteure

Welche Veränderungen ergeben sich aus diesem Wandel speziell für Unternehmen, Mitarbeiter und Netzwerke wie Verbände sowie für die Medien?

Antwort:



Durch die stärkere Orientierung an Web 2.0 Angeboten werden unvorhersehbare und schnellere Themenwechsel für Medienunternehmen zur Regel. Damit werden die Möglichkeiten, ein Thema oder ein neues Format profitabel zu machen und langfristig auszuschöpfen geringer. Finanzielle Sicherheit wird für

Medienunternehmen somit zunehmend auf Flexibilität, Schnelligkeit bei der Umsetzung und auf der Anpassung an neue Nutzungsbedürfnisse basieren, ohne dass eine konsequente Medienmarkenführung jedoch vernachlässigt werden darf.

Frage 4: Auswirkungen auf den Bürger

Wie stark werden diese Veränderungen langfristig auch unser Leben als Internetnutzer, Kunde und ganz allgemein als (Staats-) Bürger beeinflussen?

Antwort:



Aufgrund des Zusammenwachsens von Medienangeboten und User Generated Content sowie einem vermehrten Interesse großer Unternehmen, Web 2.0 Angebote versteckt für ihre eigene PR zu nutzen, vergrößert sich für jeden Bürger die Notwendigkeit, eine neue Medien- bzw. Nutzungskompetenz zu entwickeln, um glaubwürdige

von wenig glaubwürdigen Inhalten trennen zu können.

Gleichzeitig stehen Unternehmen stärker unter der Beobachtung der Bürger. Firmenpolitiken und Produkte inkl. ihrer Fehler werden im Internet, z.B. in Blogs, der Allgemeinheit präsentiert – wie im Fall der ‚Kryptonite‘-Fahrradschlösser geschehen. Entsprechende Auswirkungen auf das Selbstverständnis als Staatsbürger sind im Rahmen der US-Wahlen ebenfalls deutlich geworden.



Chancen und positive Beispiele aus der Web-2.0-Welt

Schon heute werden Chancen von besonders agilen "alten" und einigen "neuen" Akteuren wahrgenommen.

Frage 5: Kurzfristige Chancen

Welche Chancen durch Web 2.0 sind Ihrer Meinung nach heute schon für Organisationen, Netzwerke (z. B. Verbände) und Privatpersonen realisierbar?

Antwort:



Durch einer verstärkte gegenseitige Beobachtung von klassischen Medienunternehmen und Web 2.0 Medien kann eine Art Dialog entstehen und neue kreatives Potential freigesetzt werden. Web 2.0 Angebote ermöglichen Medienunternehmen eine alternative und persönlichere Ansprache der Nutzer. Dies kann unter anderem für einen Imagewechsel genutzt werden, z.B. ganz konkret zur Verjüngung einer etablierten Medienmarke.

Frage 6: Positive Beispiele, Best Practices

Welche Beispiele im Web sehen Sie in diesem Sinne schon als gelungene Realisierung dieser Chancen bzw. als Best Practices an?

Antwort:



Es gibt bereits viele gute Beispiele, z.B. www.ftd.de, www.augenzeuge.de, www.saftblog.de, Der Tierschutzpodcast, www.frostablog.de, www.youtube.com, www.myvideo.de in Kooperation mit der ProSiebenSat.1 Media AG, ...



Risiken und negative Beispiele in der Web 2.0-Welt heute

Neben Chancen zeichnen sich auch die Schattenseiten des Web 2.0-Phänomens ab (z. B. "Digitale Lynch-Justiz", "Bedrohung von Kritikern").

Frage 7: Bereits aktuell relevante Risiken

Was sind Ihrer Meinung nach heute schon relevante Risiken von Web 2.0 für Netzwerke (Verbände), Organisationen und Privatpersonen?

Antwort:



Problematisch ist Web 2.0 stets dann, wenn zu wenig Transparenz besteht, wer hinter den entsprechenden Angeboten steht. Risiken entstehen damit für alle Nutzer der jeweiligen Angebote.

Für Medienunternehmen besteht derzeit ein zentrales Risiko darin, sich einerseits den neuen Themen nicht zu verwehren und den Anschluss nicht zu verpassen, während gleichzeitig die Qualität und Profitabilität sowie der ‚Markenfit‘ zu prüfen sind.

Frage 8: Die Rolle der Medien zur Abwehr von Risiken

Medien können ein Instrument zur Begleitung dieser Entwicklung und zur Abwehr der Risiken sein. Ihre Informations- und Aufklärungspflicht impliziert u.U. aber auch die eigene kritische Beleuchtung (z. B. eigener Web 2.0-Aktivitäten).

Wie beurteilen Sie die Verantwortung und Rolle der Medien als Begleiter der Web 2.0-Entwicklung? Sind dabei eher "klassische" Medien oder neue "Web 2.0"-Medien ("Blogger") gefordert bzw. befähigt, korrektiv zu sein?

Antwort:



Medienunternehmen sind in der Auswahl, Aufbereitung und Präsentation von Inhalten seit jeher an ein journalistisches und juristisches Regelwerk gebunden. Hieraus ergibt sich für sie automatisch eine gewisse Verantwortung im Wandel der

Medienlandschaft durch neue Angebote – und sei es auch nur die Aufklärung über jene.



Da der Fokus von Medienunternehmen zurzeit jedoch weiterhin auf der klassischen Informationsvermittlung liegt, und Veränderungen am Medienmarkt zunächst primär beobachtet werden, während die Anbieter von Web 2.0 Inhalten ‚mittendrin‘ sind, kann eine korrigierende Funktion am besten durch gemeinsames Wirken erfüllt werden.

Frage 9: Negative Beispiele, Worst Practices

Was sind für Sie konkrete negative Beispiele oder negative Teilaspekte des Web 2.0-Phänomens? Was sollte man nicht tun?

Antwort:



Problematisch ist sowohl die Tarnung von Medien- oder Unternehmensmeldungen als Web 2.0. Angebote sowie umgekehrt die Integration von User Generated Content in ein Medienangebot ohne ausreichende Kennzeichnung bzw. Prüfung der Inhalte.

Vielen Dank für das Interview!