



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



Teil 1:

Web Competence & Responsibility: Bedeutung, Chancen und Risiken

Name:

Björn Eichstädt

Funktion/Bereich:

Geschäftsführender Gesellschafter

Organisation:

Storymaker GmbH

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 folgendem 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 Eichstädt,

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:



Das Web 2.0 steht mit Sicherheit für einen fundamentalen Wandel, wobei dieser gerade auch darin liegt, dass virtuelle und reale Welt verschwimmen – eine Unterscheidung scheint hier oft nicht mehr legitim. Menschen projizieren ihre realen Interessen in eine virtuelle Welt, bringen wirkliche Erfahrungen auf Online-Portale und in

technikgestützte Räume des globalen Austauschs.

Dieser Wandel macht sich jedoch in verschiedenen Gruppen oder Generationen unterschiedlich stark bemerkbar. Der Mensch ist ein Gewohnheitstier, deswegen werden sich die Ansätze des Web 2.0 bei heute 18-jährigen stärker durchsetzen als bei 60-jährigen. Das liegt in der Natur der Sache. So werden unterschiedliche Gruppen koexistieren. Die Bedeutung des Web 2.0 liegt also irgendwo zwischen 10 und 5 Punkten, je nach Alters- und vermutlich auch Bildungsgruppe.

**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:

Bedeutende Veränderungen wird es beispielsweise bei Meinungsbildungsprozessen geben, da sich wenige Leitmedien nun vielen einzelnen Multiplikatoren von Meinungen gegenüber sehen. Es wird weiterhin Mainstream-Meinungen geben, aber die spezielleren Meinungsgruppen werden besser vernetzt sein, sich global austauschen, Macht gewinnen – es wird informiertere Splittermeinungen geben und verrücktere, das Long-Tail-Gesetz wird sich also auch auf die Meinungsbildung anwenden lassen.

Gleiches gilt für den Konsum: Spezifischere Konsuminteressen werden in globalen Kleinst-Communities diskutiert, kommuniziert und Alternativen gleich produziert. Jedes Produkt wird von den Konsumenten gedreht und gewendet, jede Meinung veröffentlicht. Das digitale Universum wird mehr und mehr ein Abbild des Inneren seiner Protagonisten: eine immer besser aufgelöste Charakterstudie eines jeden Teilnehmers.

**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:

Das ist natürlich eine schwierige Frage: Vieles wird davon abhängen, inwiefern Unternehmen und Medien die neuen Chancen annehmen. Anderes wird sich ohne Rücksicht auf Unternehmen oder Medien entwickeln.

Generell wird der einzelne Mitarbeiter stärker im Austausch mit der restlichen Welt stehen, Netzwerke zwischen Unternehmen, etwa über Xing / Open BC, werden sich sowohl über Funktionen innerhalb als auch Interessen außerhalb des Unternehmens zusammenfinden. Privates und Geschäftliches werden zunehmend verschmelzen. Der einzelne Mitarbeiter wird stärker kommunizieren, seine Expertise als „Wissensträger“ zunehmend gefragt sein. Thematische und kommunikative Experten in Unternehmen werden in diesem Zusammenhang eine größere Bedeutung für die Darstellung nach außen bekommen.

Die Zukunft der Medien ist wohl ein offenes Thema: Durch Einflussnahme von Unternehmen, daran trägt auch die PR Schuld, haben klassische Medien zunehmend an Glaubwürdigkeit verloren. Die Gatekeeper-Funktion wackelt. Kunden glauben zunehmend anderen Kunden. Persönliche Erfahrungen bedeuten häufig mehr als Expertenmeinungen. Das Persönliche ist oft wichtiger als das Professionelle – Medien müssen also menschlicher werden und ihre Kompetenzen verlagern: Vielleicht ist der Mehrwert von etablierten Medien in Zukunft eher das globale Netzwerk als die ausgefeilte Schreibe. Aber das ist Spekulation.

**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:

Unsere Arbeit, unser Konsum, unsere Meinungsbildung, die Wege unserer Kontaktaufnahme und Kommunikation: All das wird sich ändern. Also ändert sich auch unser Leben, das maßgeblich von diesen Aspekten bestimmt wird.

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 passgenaue Verlinkung mit der eigenen Interessens-Community können Personen, Unternehmen oder Netzwerke deutlich schneller die wichtigen Meinungsmacher erreichen, Menschen mit den gleichen Interessen ansprechen oder spezifische Produkte an den Kunden bringen. Die individuelle Interaktion mit letzterem, durch Web 2.0-Ansätze wie Weblogs getrieben, hilft dabei, die Bedürfnisse der Kunden spezifischer zu erfassen und unmittelbarer in Produkte und Produkterweiterungen umzusetzen.

**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 viele Beispiele, ob diese gelungen sind, das ist eine Frage der Intention. Xing / Open BC hat sich hierzulande sicherlich als Business-Plattform durchgesetzt, Wikipedia als globale Plattform für Wissensakkumulation mit extremem Long Tail, ebenso iTunes als die quasi-exklusive Plattform für Podcasts. Spezifische Weblogs richten sich an spezielle Gruppen – etwa der Werbeblogger, der Marketing- und Medienschaffenden regelmäßig neue Impulse vermittelt. Die Liste ist sicher beliebig verlängerbar – in einer Long-Tail-Welt gibt es eben sowohl in der Spitze, als auch in den Nischen sehr erfolgreiche Ansätze.

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:

Die Chancen überwiegen deutlich die Risiken. Gefahr droht vor allem, wenn sich Unternehmen nicht den neuen Rahmenbedingungen stellen: Diskutieren auf Augenhöhe, Ernstnehmen des Einzelnen, viele Kunden, viele Anforderungen.

**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:

Das Web 2.0 macht per Definition bisherige Konsumenten von Meinung zu deren Produzenten. Somit bringt die Entwicklung in vielen Fällen demokratische Strukturen in die Meinungshoheit. Jeder kann – Abhängig vom Talent zur Ausdrucksweise und zum Netzwerken – Meinung mitgestalten. Derzeit positionieren sich etablierte Medien oft eher als Gegenpol zu den Protagonisten des Web 2.0 – das Korrektiv findet innerhalb der Gemeinschaft, etwa der Blogosphäre statt. Wie hier die zukünftige Entwicklung ablaufen wird, ist momentan aus meiner Sicht noch nicht zu erkennen.

**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:

Als negativ empfinde ich Versuche, das Web 2.0-Phänomen im Sinne bisher vorhandener, singulärer und einseitiger Kommunikationsstrategien zu missbrauchen. Wer Web 2.0 verstehen und anwenden will, der muss etwas bieten, das allen Teilnehmern der konkreten Nische oder zumindest vielen einen Mehrwert bringt.

Außerdem sollte man das Web 2.0 nicht nur unter dem Aspekt vordergründigen Return-On-Investments betrachten – die nachgelagerten, häufig nicht unmittelbar messbaren und längerfristigen Aspekte sind wie bei anderen kommunikativen Maßnahmen auch deutlich wichtiger. Deswegen sollten es Unternehmen unterlassen, für kurzfristige Effekte langfristige Beziehungspotenziale aufs Spiel zu setzen. Aber auch hier unterscheiden sich Maßnahmen im Web 2.0 wenig von anderen langfristigen und nachhaltigen Ansätzen.

Vielen Dank für das Interview!