



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



Teil 1:

Web Competence & Responsibility: Bedeutung, Chancen und Risiken

Name:

Ariel Lüdi

Funktion/Bereich:

Vorsitzender der Geschäftsleitung
hybris Gruppe

Organisation:

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“?

Renommierete 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 Lüdi,

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:



Ich denke bei grundsätzlichen fünf Punkten. Die Auswirkungen von Web 2.0, von zunehmender Vernetztheit, von Communities und neuen Internettechnologien sieht man ja bereits und dieser Effekt wird sich in der nächsten Zeit noch verstärken. Für entsprechende Zielgruppen bietet Web 2.0 interessante Funktionen, jetzt aber von revolutionären Änderungen im menschlichen Zusammenleben zu sprechen, halte ich persönlich für übertrieben.

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:



Wir beschäftigen uns in erster Linie mit dem ökonomischen Nutzen und wie wir neue Kommunikationsformen im E-Commerce einsetzen können. Denn das Web 2.0 hat Auswirkungen auf die Kommunikation im Internet und stellt somit neue Herausforderungen an



Unternehmen, die das Internet als direkten oder indirekten Vertriebskanal nutzen. Das heißt, es werden zum Beispiel neue Anforderungen an Produktinformationen gestellt. Diese sollten nicht nur aktuell und konsistent, sondern auch suchmaschinenoptimiert und vernetzt mit zielgruppenrelevanten Communities, Erfahrungsberichten und Rezensionen sein. Die Vernetztheit mit Partnershops und über Affiliate-Programme gewinnt in diesem Zuge ebenfalls an Bedeutung, mit dem Ziel mehr potenzielle Kunden zu erreichen. Nischen-Kommunikation und Long-Tail-Effekte können gerade kleineren Unternehmen helfen, sich im Online-Kanal zu etablieren.

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:

Es gibt zwei Komponenten des Web 2.0 Hypes, die Veränderungen mit sich bringen werden. Zum einen ist dies User Generated Content, wobei das fleißige Posten der Internetgeneration in Blogs, Wikis, Linksammlungen und Communities mit Sicherheit auch

kostenpflichtige Informationsdienstleister gefährdet. Darüber hinaus müssen sich Marketingabteilungen um eine entsprechende Darstellung des eigenen Unternehmens und der Produkte bemühen und ihre Kommunikation an neue Medienformen anpassen. Zum anderen sind es die technischen Komponenten der Web 2.0 Entwicklung wie AJAX, Social Software oder RSS-Feeds, denen sich Unternehmen, Verbände und Lösungsanbieter gleichermaßen stellen müssen. Die von hybris realisierten Shopping 2.0 Projekte zeigen, dass derartige Technologien kein Spielzeug sind, sondern ganz neue Möglichkeiten gerade für Benutzerfreundlichkeit und Usability bieten.

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:**

Darüber streiten sich derzeit selbst noch alle Theoretiker. Mit Sicherheit lässt sich sagen, dass Web 2.0 die Wichtigkeit des Mediums Internet weiter steigern wird, was wiederum positive Auswirkungen auf die Bedeutung von E-Commerce und Internetdienstleistungen haben 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:

Privatpersonen als Konsumenten können themengebundene Informationsdienste und praktische Internetdienstleistungen nutzen und profitieren wie auch Unternehmen und Verbände von geteilten Informationen und Networks.

Fast wichtiger erscheint es mir, dass es für alle Beteiligten einfacher geworden ist, auch als Produzenten von Content aufzutreten und so gezielte Informationspolitik zu betreiben. Unternehmen können durch die Vernetzung Ihrer Produktinformationen zum Beispiel zwischen Community und Online-Shop die Kundenaufmerksamkeit in entsprechenden Zielgruppen steigern, was sich positiv auf den Umsatz auswirkt.

**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:

Hier könnte man jetzt die üblichen Verdächtigen wie Flickr oder d.e.l.i.c.i.o.u.s. nennen und es gibt inzwischen noch viele weitere interessante Ansätze, die Beachtung verdienen. Für mich sind ganz besonders erfolgreiche Realisierungen im Bereich E-Commerce von Interesse. So hat der österreichische Snowboardversandhändler Blue Tomato zusammen mit hybris einen Shop entwickelt, der neben Ajax Elementen auch eine Community beinhaltet. Der damit erzielte Erfolg zeigt sich in 30% Umsatzwachstum sowie in der Auszeichnung zum besten Online-Shop im Einzelhandel 2006*.

* **European Retail Solutions 2006, Birmingham UK**

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:

Neben einem noch gravierenderen Überangebot an Informationen und der Verwendung des Web 2.0 Begriffs als inhaltslosem Trendbegriff sehe ich hier besonders die Gefahr des Social Phishing: Je mehr soziale Informationen wir über uns im Netz verbreiten, desto angreifbarer werden wir. Was mit den Daten geschieht, wissen wir in den meisten Fällen nicht. Weil also Fälle von Identitätsdiebstahl oder Missbrauch der neuen Freizügigkeit immer häufiger auftreten werden, sehe ich die Idee des Social Commerce in Gefahr.

**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:

Hier sehe ich die neuen Web 2.0-Medien selbst in der Pflicht. Im Interesse Ihrer eigenen Zukunft sollten Sie auch Möglichkeiten schaffen, negativen Entwicklungen entgegenzuwirken. Klassische Medien haben in der Regel nicht das Know How und den Anspruch, um hier regulativ oder korrektiv einzugreifen.

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:

Hier sehe ich wie bereits erwähnt das Problem des Social Phishing, dass derzeit jährlich 3 Mio Online-Nutzern eine leidvolle Erfahrung beschert. Den gläsernen Internet User oder Online-Shopper darf es nicht geben. Des Weiteren sollte man den Begriff Web 2.0 nicht gezielt oder aufgrund von Unwissenheit für jede Form der Online-Interaktion missbrauchen und ihn somit letztlich entwerten.

Vielen Dank für das Interview!