



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

**Teil 1:****Web Competence & Responsibility:
Bedeutung, Chancen und Risiken****Name:**

Herr Wolfgang Müller

Funktion/Bereich:

Regional Executive Editor Germany

Organisation:

Creative Weblogging Inc.

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 Müller,

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:



Man sollte Web 2.0 – trotz aller Bedeutung – auch nicht überbewerten. „Fundamentaler Wandel“ wäre sicher zu hochgegriffen. Aber für die Veränderung des Nur-Lese-Web in ein Schreib/Lese-Web und die neuen Möglichkeiten in punkto Nutzerfreundlichkeit würde ich 5-6 Punkte vergeben.

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:



Das Internet bietet schon seit seinen Anfängen Möglichkeiten zur aktiven Beteiligung seiner Benutzer und zum Meinungs austausch (z.B. das Usenet oder Foren). Aber mit Weblogs, Wikis, Podcasting und den Videoplattformen erreicht der „User Generated Content“ eine neue Qualität. Das gilt auch für Unternehmen, die heute mit einem Corporate Weblog direkt ihre Kunden erreichen und in einen unmittelbaren Dialog treten können. Ohne „Mittler“ wie z.B. Journalisten, Verlage, Radiostationen oder TV-Sender. Deren traditionelle Aufgabe der Einordnung von Informationen und der



Recherche von Hintergründen wird zwar nicht völlig überflüssig, aber insgesamt verändert sich ihre Rolle massiv. „Bürgerjournalismus“ via Weblog, Podcast oder Videoblog ermöglichen Einblicke in Bereiche, in die Journalisten heute nie kommen. Dank leicht zu bedienender Redaktionssysteme, wie sie die Weblogs bereitstellen, sind die Hürden für eine aktive Beteiligung bereits erheblich niedriger geworden. Jeder, der seine Meinung veröffentlichen will oder etwas Aktuelles zu berichten hat, kann dieses schon heute tun und ein weltweites Publikum erreichen. Die Erstellung von Podcasts oder Videoblog ist zwar technisch noch etwas aufwändiger, aber im Prinzip auch von „Jedermann“ zu leisten. Eine offene Frage ist allerdings, wer die entstehende riesige Menge an Informationen überhaupt noch verarbeiten kann? Hier werden neue Wege zur zielgerichteten Selektion benötigt, Stichwort „semantisches Web“. Gerade auf diesem Gebiet gibt es noch viel Potenzial für findige Web 2.0-Unternehmen.

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:

Die virtuelle Welt wird auf absehbare Zeit nicht das reale Leben ersetzen. Deshalb haben sowohl traditionelle Verbände wie herkömmliche Medien weiterhin ihre Bedeutung. Es findet vielmehr ein „schleichender“ Prozess statt, in dem herkömmliche Strukturen durch neue Formen der Kommunikation ergänzt werden. Einige Medienkonzerne haben das bereits erkannt und kaufen Web 2.0-Plattformen auf (Holtzbrinck mit StudiVz oder Murdoch mit mySpace) oder gehen eigene Wege in diese Richtung (z.B. WAZ oder Burda). Verbände nutzen die Möglichkeiten virtueller Netzwerke dagegen bisher noch sehr wenig. Gleiches gilt für die Unternehmen. Firmen wie Siemens, IBM oder SAP, die ihren Mitarbeitern in großem Stil Weblogs und Wikis für den Wissenstransfer und den Erfahrungsaustausch zur Verfügung stellen, sind in Deutschland leider eher die Ausnahme. Und auch viele Chancen, die das Web 2.0 für die authentische Kommunikation mit den Kunden bietet, werden meist noch nicht genutzt.

**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:

Web 2.0-Plattformen bieten eine gute Möglichkeit, um als Bürger, Mitarbeiter oder Kunde stärker seine Meinung zum Ausdruck zu bringen als dies in der Vergangenheit möglich war. Inwieweit diese Chance aber tatsächlich genutzt wird und ob diese

Meinungsäußerung auch etwas bewirkt, steht auf einem anderen Blatt. Auf jeden Fall wird die Vertuschung von Skandalen und Verschweigen von Problemen schwieriger – sowohl für die Politik wie auch für die Wirtschaft. Blogger haben beispielsweise Datenschutzpannen oder Fehlverhalten von Firmenchefs ans Licht gebracht, über die sonst vermutlich nie jemand geschrieben hätte. Aber auch negative Beispiele gibt es zuhauf: Stalkergruppen auf der Holtzbrinck-Plattform StudiVZ, zahllose Copyrightverstöße auf YouTube oder das Auftreten von Pädophilen bei MySpace. Das sind die Schattenseiten des Web 2.0.

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:

Die Strategie- und Technologieberatung Booz Allen Hamilton hat kürzlich in einer Studie darauf hingewiesen, dass sich durch das Web 2.0 das Leben und Einkaufsverhalten breiter Bevölkerungsschichten dramatisch und unaufhaltsam ändern wird. Mittlerweile nutzen circa 12,4 Millionen Deutsche aller Altersgruppen und unabhängig von Geschlecht oder Ausbildung interaktive und partizipative Anwendungen wie Communities, Blogs und virtuelle Kontaktbörsen. 50 % von ihnen verlassen sich bereits heute



bei Kaufentscheidungen auf Empfehlungen in Web 2.0-Foren. Damit sind diese neuen Angebote bei weiten Teilen der Bevölkerung bereits integraler Bestandteil des Alltags und bieten neue Chancen für Unternehmen aller Branchen. Blognetzwerke – wie zum Beispiel Creative Weblogging – entwickeln sich langfristig zu einer Alternative für die etablierten Medien. Denn dort kommt die geballte Kompetenz von Experten auf dem jeweiligen Gebiet zusammen. Auch für Unternehmen, die Online-Werbung schalten wollen, stellen solche Blognetzwerke eine attraktive Möglichkeit dar, um ihre Zielgruppen punktgenau zu erreichen.

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:

Willkürlich eine Branche rausgegriffen: der Tourismus: Unabhängige Bewertungsportale wie Tripadvisor, Holidaycheck, Hotelkritiken oder Zoover erfreuen sich bei Reisenden mittlerweile großer Beliebtheit.

Denn damit muss man sich heute nicht mehr auf die – meist geschönten - Beschreibungen in den Katalogen der Veranstalter verlassen, sondern kann auf die persönlichen Erfahrungen anderer Touristen zurückgreifen. Noch einen Schritt weiter geht die neue Reisesuchmaschine Kinkaa. Sie ist ein typisches Web 2.0-MashUp, das verschiedene Anwendungen miteinander verknüpft: Neben den Treffern aus über 100 touristischen Datenbanken werden auch die dazu passenden Einträge aus Bewertungsportalen, Google Maps für Hotelstandorte, Flickr-Fotos und YouTube-Videos der gewählten Destinationen angezeigt. Alles mit einem einzigen Mausklick und in Echtzeit, während die Suche nach den günstigsten Reiseschnäppchen noch läuft. TUI hat jetzt als erster großer Reisekonzern einige Web 2.0-Komponenten in seine Website integriert. Inwieweit dies tatsächlich ein Erfolg wird, muss sich erst noch zeigen. Entscheidend wird aber die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Kunden sein. Werden z.B. kritische Stimmen zu den eigenen Reisen aus Angst nicht veröffentlicht, sind solche Ansätze von Vorneherein zum Scheitern verurteilt.



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:



Natürlich gibt es Risiken, etwa wenn ein Unternehmen ins Kreuzfeuer der Kritik gerät und zur Zielscheibe von Boykottaufrufen wird. Aber entsprechende Aktivitäten im Web 2.0 werden ja meist nicht ohne einen entsprechenden Grund gestartet. Die Ursache der Probleme liegen in der Regel woanders, das Web dient hier lediglich als Verstärker und Beschleuniger. Außerdem sollte man sich als Unternehmen darüber im Klaren sein, dass es zur Web 2.0-Entwicklung kaum noch Alternativen gibt. Um beim Beispiel der Tourismusbranche zu bleiben: Wenn ein Reiseveranstalter aus Angst vor dem Risiko unsachgemässer Kritik keine Hotelbewertungen auf seiner Website zulässt, werden sich seine Kunden woanders informieren und womöglich dort buchen. Damit ist er dann zwar kein Risiko eingegangen, verzichtet aber auf ein mögliches Geschäft.

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:**

Zum Teil haben sich die Journalisten in den klassischen Medien in der Vergangenheit als Hype-Warner betätigt und vor den Auswüchsen einer Web 2.0-Blase gewarnt. Seitdem aber Verlagshäuser wie z.B. Holtzbrinck selbst in dieses Geschäft eingestiegen sind, vernimmt man z.B. in den Zeitungen und Zeitschriften dieses Medienunternehmens (z.B. Handelsblatt, Zeit, Wirtschaftswoche) kaum noch ein kritisches Wort. Etwa als es um die Übernahme des umstrittenen Studentenportals StudiVZ ging. Hier haben Blogger die Rolle des kritischen Begleiters dieser Entwicklung übernommen und Skandale aufgedeckt. Watchblogs wie z.B. das Bild-Blog haben bereits heute eine wichtige Bedeutung, indem sie den etablierten Medien auf die Finger schauen.

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:

Einer der negativen Teilaspekte von Web 2.0 ist sicher der allzu freigiebige Umgang mit den persönlichen Daten der Nutzer. Mit Hilfe von Google erstellen bereits heute Headhunter und Personalabteilungen detaillierte Profile von Bewerbern für einen Job. Denn das Internet vergisst nichts. „Jugendsünden“ – etwa in Form von Flickr-Fotos, Weblog-Beiträgen oder Videos auf YouTube – lassen sich unter Umständen noch Jahre später auffinden. Dessen sollte man sich immer bewusst sein, wenn man Web 2.0-Diensten großzügig seine Daten anvertraut. Und von den Plattformen selbst muss man einen verantwortlichen Umgang mit den Daten ihrer Nutzer verlangen. Schlampereien oder gar bewußter Missbrauch müssen verhindert werden.

Vielen Dank für das Interview!