



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

**Teil 2:****Web Competence & Responsibility:
Strategien und Lösungsansätze****Name:**

Rainer Wiedmann

Funktion/Bereich: Managing Partner**Organisation:** aquarius consulting**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.

Nun wird Web 2.0. als "die" Neudefinition des "alten" Internets diskutiert. Dank hoher Verbreitungsraten und neuer Funktionen erreicht das Web ein neues Level an Nutzerengagement und (Meinungs-) Macht. Wird das Netz mit Web 2.0 nun erwachsen? Welche Bedeutung erhält das Web 2.0 in der realen und in der virtuellen Welt? Welche langfristig wirksamen Potenziale und Chancen stecken im Web 2.0? Geht diese Entwicklung auch mit einer Stärkung verantwortlich handelnder Strukturen und Nutzer einher, oder droht ein neuer Absturz? Wie wäre ein neuerlicher Absturz zu vermeiden, oder besser: 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? Wer werden die Gestalter und wer die Gewinner/Verlierer der Entwicklungen im Web 2.0 sein?

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

Im ersten Teil des Roundtables wurden zunächst die Bedeutung des Web-2.0-Konzepts und seine Chancen und Risiken kontrovers beleuchtet. Hier stellte sich u.a. die Frage: Wie sehr und in welcher Form werden



Phänomene wie Wikipedia, Blogs und Networking-Plattformen unsere Ökonomie und Soziologie langfristig verändern? Auf einer Skala von 1 bis 10 wurden die Veränderungen von den Top-Experten zwischen 2 und 10 eingeordnet.

Dieser zweite Teil des virtuellen Roundtables erörtert nun konkrete Strategien und Lösungsansätze für eine „verbesserte“ Web-Welt von morgen: Wie lässt sich also, unter Nutzung der Chancen des Web 2.0, nachhaltig eine für alle Beteiligten positive Internetwelt konkret gestalten?

Web Competence & Web Responsibility als „Kompetenz und Verantwortung im Web“ werden nach Ansicht der Initiatoren des Virtuellen Roundtables wesentliche Bausteine eines nachhaltigen Erfolgs für Communities und Portale sein.

Wenn Nutzer immer mehr zu den eigentlichen Leistungs-Akteuren im Netz werden, werden sie langfristig auch von ihren Netzwerk-Partnern (den Netzwerk-Betreibern) als Gegenleistung für ihre „Ermächtigung“ dieser Partner nicht nur die Kompetenz zur Sinn- und Wert-Schaffung verlangen, sondern auch Verantwortung bzw. Integrität, und Partnerschaftlichkeit erwarten. Darauf basierende, erfolgversprechende Konzepte werden in diesem VR intensiv diskutiert.

Es liegt an uns, Chancen zu nutzen und Risiken zu vermeiden und frei von Naivität und Polemik im Web produktive Lösungen in diesem Sinne zu realisieren. Dann wird Web 2.0 einen nachhaltigen Erfolg für alle Beteiligten ermöglichen und nicht zum kurzzeitigen Hype oder zum Fluch für Web 2.0-Opfer werden.

Dieser Virtuelle Roundtable möchte wegweisend in diese Richtung sein.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr

NetSkill-Team



Sehr geehrter Herr Wiedmann,

A) Grundsätzliche Einschätzungen zur Notwendigkeit einer Web-2.0 Kultur

Web 2.0 ist heute schon eine Erfolgsstory, zumindest was die Kaufsummen von Web 2.0-Portalen angeht. Inspiriert von den Erfolgen der YouTubes und MySpaces dieser Welt vergeht deswegen auch kein Tag ohne ein weiteres Web 2.0-Portal. Die Web 2.0-Landschaft weist eine hohe Dynamik auf, wo dem Entstehen voraussichtlich sehr bald aber auch wieder ein Sterben folgen wird. Wo also liegen die nachhaltigen Erfolgs- bzw. Wert-Potenziale für Web 2.0?

Der erste Teil des Roundtables hob zuletzt zudem die Risiken der Konzepte des Web 2.0 hervor. Schattenseiten sind u.a. die mangelnde Sicherstellung von Fairness (z. B. „Lynch-Justiz“) und Qualität im Netz („Digitaler Maoismus“) Selbst führende Urgesteine des Web 2.0 wie Wikipedia sind heute im Wandel und denken über Optimierungen nach. Was hilft gegen den Web 2.0-Kater?

Frage 1: Inhaltliche und funktionale Zukunft der Web 2.0-Landschaft

Die Web 2.0-Landschaft weist zurzeit eine sehr hohe Dynamik auf. Noch ist dabei unklar, welche thematischen Zielrichtungen bzw. Spezialisierungen und welche Social-X-Funktionalitäten (Social Bookmarking, Tagging, Blogging, Sharing, Networking, Communication, Editing, Collaboration) wichtig sein werden.

Auch wenn in einer so frühen Phase der Entwicklung über die Zukunft nur spekuliert werden kann: Was sind Ihre Eindrücke und Einschätzungen zur thematisch-inhaltlichen und funktionalen Weiterentwicklung der Web 2.0-Landschaft? Was wird nachhaltig in dieser schönen neuen Welt von Bedeutung sein?

Antwort:



Betrachten wir die „inhaltliche“ Weiterentwicklung der Web 2.0

Landschaft, wird es zu einer **Fragmentierung der Web 2.0**

Landschaft kommen; nach dem „Long Tail Prinzip“ finden im Internet auch Produkte ihre Abnehmer, die im stationären Handel niemandem

auffallen würden. Ihr Absatz wird dadurch wirtschaftlich interessant. Analog zu diesem Phänomen wird sich der Web 2.0 Markt ausdifferenzieren und neben „Massen“-Plattformen wie YouTube und myspace genug Platz für Nischenthemen lassen.



Funktional gesehen halte ich die Weiterentwicklung der Empfehlungs- und Taggingfunktionen für entscheidend. In der Flut des Content wird es immer wichtiger, die für jeden individuellen Nutzer relevanten Inhalte zu identifizieren. Ein ausgefeiltes Matching-System, das Nutzer mit ähnlichen Interessen und Profilangaben innerhalb Rankings und Empfehlungen stärker berücksichtigt, wird über den Erfolg von Plattformen mitentscheiden. In anderen Worten:

Detaillierte Nutzerprofile werden zum wichtigen Asset.

Frage 2: Regeln und Gesetze im globalen Web 2.0

Das junge Web 2.0 weist auch Schattenseiten und jugendlichen Leichtsinn auf.

Wo sehen Sie bisher den größten „regulativen“ Handlungsbedarf im Web 2.0? Kultur, Kodex oder Gesetze: Was schützt das Web 2.0 vor möglichen Irrwegen? Wie gut passen „alte“ Gesetze wie das UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb), das TKG (Telekommunikationsgesetz) oder auch das aktuelle, am 18.01.2007 verabschiedete Telemediengesetz zur neuen Web 2.0-Welt? Werden deutsche Gesetzgeber die Besonderheiten des Web 2.0 verstehen? Wie gelingen solche Regelungen in einem globalisierten Web? Droht u.U. Überregulation in Deutschland bei gleichzeitiger Anarchie im globalen Kontext?

Antwort:



Web 2.0 ist sehr „nutzergetrieben“, die oben genannten Gesetze regeln vor allem das Verhalten von Unternehmen, wobei im neuen Telemediengesetz auch private Internetseiten und Blogs als Telemediendienste gelten – ein erstes Zeichen, das dieser Bereich als regulierungswürdig angesehen wird.

Schwierig sind v.a. Inhalte kommerzieller Art, die im Web 2.0 als Nutzer-generiert deklariert und angenommen werden. Die stärkere Trennung in Werbeinhalte und wahren nutzer-generierten Inhalt wird wichtiger.

Fragen des Urheberrechts gehören heute schon zu den wichtigsten rechtlichen Streitpunkten. Millionenklagen sind anhängig. Eine stärkere Regulierung dieses Bereiches verbunden mit einer Klärung der Rechtslage ist sicherlich sinnvoll.

**Frage 3: Kompetenz / Qualität und Partnerschaftlichkeit**

Schattenseiten des Web 2.0 sind u.a. die fehlende Qualitätssicherung und die Verletzung von Fairness, gefördert durch die Anonymität im Netz.

Welche Bedeutung ordnen sie dabei grundsätzlich „kulturellen“ Themen Kompetenz bzw. Qualität und Partnerschaftlichkeit im Netzwerk für einen umfassenden und nachhaltigen Erfolg von Web 2.0-Applikationen und – Portalen zu? Können Qualität und Partnerschaftlichkeit sogar die Attraktivität des Web 2.0. und die Etablierung in „konservativeren“ Bereichen („Business“) verbessern?

Antwort:

Sicher ist eine Qualitätssicherung im Netz schwierig – **einen Teil dieses Mechanismus übernehmen die Nutzer selbst, in dem sie entscheiden was sie konsumieren und was davon sie empfehlen würden.**

Dabei sind die Nutzer natürlich nur bedingt zur Qualitätskontrolle einsetzbar – der Massengeschmack ist nicht der verlässlichste Qualitätsindikator.

Portale sollten – natürlich eingeschränkt – eigene Systeme der Qualitätssicherung einsetzen. Aufklärung ist daneben ein wichtiger Punkt – das Reporting fragwürdiger Inhalte ist beispielsweise ein wichtiges Tool, das Nutzer kennen sollten. Portale können über Wettbewerbs- und Incentivierungsmechanismen qualitativ hochwertige Inhalte nach oben spülen – der Talentpool Web 2.0 muss nur richtig durchforstet werden, um die Qualität der Inhalte zu steigern.

B) Offenheit der Netze und Autonomie der Web-2.0-Partner

In demokratischen, freiheitlichen Gesellschaften sollten auch Web 2.0-Portale die Autonomie/Souveränität der Nutzer nicht (wieder) unzulässig einschränken.

Frage 4: Wehrhafte Offenheit (Eintritt, Ausschluss) der Web 2.0-Netzwerke

Konflikte entstehen in offenen Web 2.0-Portalen u.a. im Zusammenhang mit dem Eintritt bzw. der Aufnahme und dem Ausschluss von Mitgliedern.

Wie offen sollten Web 2.0-Netzwerke sein? Wie kann man Ein-, Austritt und Ausschluss „fair“ regeln? Welche Rechte haben „ausgeschlossene“ Mitglieder? Wie schützt man Netzwerke aber auch umgekehrt vor „böswilligen“ Nutzern?

Antwort:



Wie auch in der realen Welt gibt es im Web 2.0 zunächst für die Allgemeinheit „offene“ Netzwerke und „restriced areas“, für die gewisse Aufnahmekriterien gelten bzw. für die eine Einladung vorliegen muss

(A Small World, Decayenne, Black Book sind Beispiele hierfür).

Daran ist zunächst nichts auszusetzen – auch im demokratisierten Netz kann Exklusivität Teil eines Geschäftsmodells sein.

In offenen Web 2.0 Netzwerken muss ein klarer Verhaltenskodex gelten –

wird dieser gebrochen, so können Mitglieder aus einer Community wieder verbannt werden.

Schutz vor Nutzern, die Communities und andere Plattformen „böswillig“ auszunutzen, kann wieder durch Screening-Mechanismen der Portale einerseits und über eine Qualitätskontrolle der Nutzer andererseits passieren.

Frage 5: Nicht-Exklusivität der Web 2.0-Netzwerke

Viele parallele Netzwerke (Xing, LinkedIn, ..., Qype, ...) erfordern die mehrfache Eingabe und Pflege von Nutzer-Profilen und -Daten. In den USA existieren (bisher noch erfolglose) Bestrebungen für einen offeneren Netzwerk-Austausch.

Wie offen sollten solche Netze untereinander sein? Hat der Nutzer ein "Recht" auf die einfache Verwendung seiner Daten in anderen Kontexten (Im-/Export)? Haben Netzwerk-Betreiber überhaupt ein Interesse an einem Austausch oder sind sie nicht aus Geschäftsinteresse an „Mauern“ im Web 2.0 interessiert?

**Antwort:**

Eine Übertragung der einmal eingegebenen Kundendaten in ein anderes Netzwerk kann aus datenschutzrechtlichen Gründen **nur im Konsens mit dem jeweiligen Nutzer geschehen.**

Meiner Meinung nach ist das jedoch weder nötig noch ein Service, den die Netzbetreiber begrüßen würden.

Die Eingabe eines Profils in ein Portal wie XING erfordert im Schnitt vielleicht 10 Minuten Zeit – habe ich als Nutzer ein Interesse an der Teilnahme an einer Community werden die 10 Minuten Dateneingabe mich nicht von einem Eintritt abhalten – vor allem angesichts der Tatsache, dass mich die aktive Nutzung der Community noch viel mehr Zeit kosten wird.

Die Betreiber von erfolgreichen Portalen werden ebenfalls keinen großen Zusatznutzen in der inflationären Vertreibung von Nutzerprofilen im Netz sehen.

Frage 6: Autonomie/Souveränität der Web 2.0-Partner

Durch welche Maßnahmen kann im Web 2.0 dann die Autonomie bzw. Souveränität der Akteure (Betreiber, Organisationen, aber insbesondere der Nutzer) gewährleistet werden? Welche Rolle spielt u.a. ein autonomes Daten-, Beitrags- und Kommunikations-Management während und nach der Mitgliedschaft?

Antwort:

Selbstverständlich sollte die Datenverwaltung der persönlichen Angaben und Inhalte im Bereich des Nutzers bleiben.

Weitervermarktungsrechte des Betreibers müssen klar und deutlich kommuniziert werden. Eine Einschränkung des Nutzerkreises ist bei vielen Plattformen möglich, hier muss der Nutzer selbst entscheiden, wie restriktiv der Zugang zu den von ihm erstellten Inhalten gehandhabt werden soll. Eine Modifizierung der Inhalte eines Nutzers nach dem Wiki-Prinzip muss ebenfalls gekennzeichnet werden und nachvollziehbar sein.

Den Betreibern der Plattformen muss die Autonomie bleiben, nach transparenten Regeln gewisse Inhalte zu löschen bzw. entsprechend zu kennzeichnen.

**Frage 7: Toleranz und Respekt der Web 2.0-Partner**

Freiheit sollte aber auch umgekehrt immer die Freiheit des anderen sein.

Wie schützt man in Netzwerken die Persönlichkeitsrechte der Partner, z. B. gegen "Spam" oder gegen "Bashing", d.h. die „digitalen Verleumdungen mittels falscher Daten“? Welche Verantwortung hat dabei das Netzwerk? Wie ermöglicht man zugleich verschiedene Weltansichten und die Toleranz mehrerer Wahrheiten in Web 2.0-Netzwerken (und vermeidet so die Meinungs-Kriege)?

Antwort:

Grundsätzlich sollte in Netzwerken das Prinzip gelten, dass der Nutzer die Gewalt darüber behält, wie „öffentlich“ seine Daten behandelt werden und welche Teilnehmer ihn in welcher Weise kontaktieren dürfen.

Darüber hinaus sollten Nutzer in der Lage sein, Inhalte als Spam deklarieren und melden zu können.

Das Netzwerk muss hierfür die Voraussetzungen schaffen und eigene Regeln entwickeln, die Nachrichten und Profile als Spam identifizieren (Doubletten-Prüfung der Profile, „Keyword“-Search, Reaktion auf gehäufte Spam-Meldungen, etc.).

Bezüglich der Meinungen, die in Netzwerken vertreten werden, sind nur diejenigen auszuschließen, die einen klar gesetzeswidrigen Charakter aufweisen oder in sonstiger Form gegen die Menschenrechte bzw.

Menschenwürde verstoßen. **Demokratisierung bedeutet schließlich Meinungsvielfalt und dass diese zu kontroversen Diskussionen führt, sollte begrüßt und gefördert werden.**

C) Partnerschaftliche Mitwirkung & Wert-Partizipation der Web-2.0-Partner

In funktionierenden Netzwerken werden gemeinschaftlich Strukturen und Werte geschaffen. Bei einer echten Partnerschaftlichkeit geht es u.a. um die Einflussnahme auf Strukturen wie auch um die Beteiligung an der Wertschöpfung.

Frage 8: Strukturelle, inhaltliche Mitwirkung der Web 2.0-Partner:

Wie kann Ihrer Meinung nach Partnerschaftlichkeit bei der strukturellen Ausgestaltung und Weiterentwicklung des Netzwerkes gewährleistet werden?

Welchen Einfluss sollten Nutzer z. B. auf Themen, Beiräte, Administratoren oder Mitglieder-Aufnahmen und -Ausschlüsse haben? Wie "demokratisch" kann das Web 2.0 überhaupt sein oder entstehen undemokratische Strukturen?

Wie kann man umgekehrt Web 2.0 Mitglieder auch in die „Pflicht“ nehmen bzw. zur Mitwirkung motivieren? Was schafft Identifikation mit dem Netzwerk?

Antwort:



Je mehr Nutzer in die Strukturierung und Weiterentwicklung von Netzwerken einbezogen werden desto mehr werden sich mit der Community identifizieren. Inwieweit der Betreiber das zulassen möchte, liegt in seiner Entscheidungsgewalt. Die Motivation, das Netzwerk intensiv zu nutzen, wird sich durch den Einbezug in seine Gestaltung jedoch massiv erhöhen lassen. Sicherlich sind hier Filter nötig, um einen Missbrauch der „Machtübertragung“ zu verhindern, aber dazu sollte jeder Betreiber in der Lage sein. Hierbei ist auch eine Selektion derjenigen Nutzer, die zu einer Partizipation autorisiert sind, möglich und legitim. So werden beispielsweise Nutzer einbezogen, die sowieso schon eine hohe Affinität zum jeweiligen Netzwerk aufweisen.

**Frage 9: Wert-Partizipation der Web 2.0-Partner**

Partnerschaftlichkeit sollte im Web 2.0 auch Wert-Partizipation bedeuten. Was hat der Nutzer vom Self Service und der Erstellung von Inhalten? Wie profitiert der Networker von der sogenannten Netzwerk-Wertschöpfung? Werden im schlimmsten Fall Aufwände im Netz sozialisiert und Netz-Werte privatisiert?

Besteht umgekehrt die Chance, durch Wert-Partizipation Anreize zu einer umfassenderen Mitwirkung der „Mitglieder“ zu schaffen? Ist u. U. sogar eine zweite Entwicklung wie bei Ebay denkbar, wo neue Unternehmen ermöglicht wurden?

Antwort:

Der Web 2.0 Nutzer als „Konsument“ profitiert von einer

unglaublichen Vielfalt an Inhalten, die teilweise schon in einer

strukturierten Form vorliegen, wie z.B. bei Wikipedia. Diese sind

allzeit verfügbar und konsumierbar, das verschafft Unabhängigkeit. Weiß man

das Web 2.0 richtig zu nutzen, können Informationen schnell und in oft auch

fundierter Form gefunden werden.

Der Web 2.0 Nutzer als „Produzent“ erhält zunächst einmal eine

Präsentationsplattform, die im besten Fall Millionen von Rezipienten

erreicht –eine unglaubliche Chance. Sicherlich müssen Talente im Meer der

Inhalte erst einmal entdeckt werden – aber die Möglichkeit dafür ist geschaffen

und einige Web 2.0 „Stars“ haben es mit ihren Inhalten bereits zu Ruhm

gebracht und einen gut dotierten Platz in den alten Medien gefunden.

YouTube denkt schon einen Schritt weiter und über die Entlohnung von

Content-Produzenten nach. Einige Plattformen wie Revver beteiligen ihre

Nutzer bereits an den Werberlösen der Seite. Reich werden Web-Produzenten

damit zwar wahrscheinlich nur in seltensten Fällen, jedoch reiht sich ein

weiterer – monetärer – Aspekt in das Nutzenportfolio von Inhalte-Produzenten

ein.

D) Kompetenz- und Wert-Orientierung der Web-2.0-Partner

Neben aller Autonomie und Partnerschaftlichkeit im Netzwerk ist auch Qualität und Wertorientierung sicherzustellen. Während eine Zeit lang, vor allem in der akademischen Community, kollektive Intelligenz und Schwarmintelligenz dafür standen, dass in freien Netzwerken alles von "unsichtbarer" Hand zu Wohle Aller geregelt wird, ist es nun gerade das Schwarm-Phänomen, das im Web 2.0 bedrohlich wirkt (Bashing, Lynch-Justiz). Anarchie scheint also nicht die richtige Lösung für die Sicherstellung von Qualität, Wert und Sinn im Netzwerk.

Frage 10: Anonymität versus offene Autorenschaft der Web 2.0-Partner

Das Web war sehr lange in weiten Teilen eine anonyme Community ohne Zwang zur offenen Autorenschaft und korrekter Referenzierung. Anonymität erschwert aber die Evaluierbarkeit von Beiträgen und gerade dies fordern nun qualitäts-sichernde Institutionen wie z. B. die Health on the Net Foundation.

Welche Bedeutung ordnen Sie dem Thema der offenen Autorenschaft zu? Inwieweit sollten darüber hinaus Referenzen die Einordnung vereinfachen?

Antwort:



Die Angabe eines relativ detaillierten Autorenprofils ist für mich vom Themengebiet abhängig. Geht es um medizinische und gesundheitsrelevante Bereiche, ist die Offenlegung des Autors unbedingt erforderlich. Geht es um einen fiktionalen Beitrag, ist dies nicht zwingend vonnöten.

Expertenbeiträge sind nichts Neues im Netz und eine Validierung der Identität möglich, da es sich bei „sicherheitskritischeren“ Themen oftmals auch um einen eingeschränkten Autorenkreis handelt.

Frage 11: Expertise / Kompetenz der Web 2.0-Partner

Wie verhindert man die Diktatur bzw. Dominanz der „Schnellen“, der „Penetranten“ und anderer „Plagegeister“ im Web 2.0 und wie sichert man Kompetenz? Sind neben der Freiheit des Netzwerks koordinierende Instanzen notwendig und welche Bedeutungen könnten Empfehlungen und Bewertungen haben? Kann es dabei helfen, Nutzer in Web 2.0-Netzwerke unterschiedlich zu „qualifizieren“ und abhängig von der Qualifikation unterschiedlich zu berechnen?

**Antwort:**

Lassen wir die Nutzer entscheiden, ob die „Schnellen“ und „Penetranten“ Wert stiften oder nicht. Beiträge können bewertet werden, Kommentare und Empfehlungen können wiederum als wertvoll eingestuft werden. Ähnlich wie bei ebay können Nutzer, die gut bewertete Beiträge abgeben auch entsprechend gekennzeichnet werden. Diese Art der Qualifizierung ist in vielen Fällen sinnvoll und zulässig.

Frage 12: Wahrheit, Transparenz, Klarheit der Web 2.0-Beiträge

Das unkontrollierte Web ist eine ideale Basis für Manipulation und Fehlinformation. Wie sichert man das Web 2.0. vor Unwahrheiten und schafft ausreichende Transparenz und Klarheit der Information und Kommunikation im Web 2.0? Können auch hier koordinierende Instanzen oder das bewertende Netz helfen?

Antwort:

Geht es um wirklich sicherheitsrelevante und politische Themen wie Terrorismus, Rechtsradikalität oder Kinderpornographie gibt es staatliche Institutionen, die das Netz nach gefährdenden Inhalten durchforsten. Für eCommerce Plattformen hat sich das Siegel „Trusted Shop“ zu einer Art Sicherheitszertifikat entwickelt. Sicherlich ist die Vergabe eines Gütesiegels für Communities zum Beispiel denkbar, sofern es standardisierte Kriterien gibt, nach denen eine solche „Verleihung“ geschehen kann. **Letztendlich ist jedoch die Masse der Nutzer wieder einmal das beste Korrektiv**, teilweise kann auch eine Aufhebung der Anonymität der Nutzer – wie schon zuvor diskutiert – helfen. Darüber hinaus kann von Autoren gefordert werden – wie in Wikipedia üblich – ihre Beiträge zu Presse-Artikeln oder anderen Quellen zu referenzieren, die Aussagen und Inhalte belegen.

**Frage 13: Wert- und Sinn-Orientierung der Web 2.0-Partner**

Jenseits von Eskapismus und jugendlichem Spieltrieb wird Web 2.0 nur fundamental erfolgreich werden, wenn es die Wert- und Sinn-Schöpfung im Netzwerk für alle Beteiligten (Investoren, Betreiber, Nutzer, Organisationen) sicherstellt. Was kann Wert und Sinn in einem umfassenden Web 2.0 sein? Wie kann man gegebenenfalls sogar Wert- und Sinn-Schöpfung für die beteiligten Akteure messen bzw. transparent machen (Human Capital, Social Capital, Network Value ...) und dadurch eine Ausrichtung auf Wert und Sinn im Web sicherstellen?

Antwort:

Der Wert für Investoren und Betreiber von Web 2.0 Angeboten liegt in der Reichweite einerseits und in ihrer Vermarktung auf der anderen Seite. Hohe Reichweite ist im Netz ein Asset, die

Vermarktungs-möglichkeiten werden interessanter und profitabler.

Abgesehen von dieser quantitativen Komponente können qualitative Aspekte eine große Rolle spielen – hochwertige Inhalte, Expertenwissen oder exklusive Netzwerke können ebenfalls wertvolle Ressourcen darstellen, die gewinnbringend vermarktet oder eingesetzt werden können. Auch andere Organisationen können vom Wissen oder der Interaktion der Nutzer profitieren. Die Wert- und Sinn-Schöpfung hängt hier sehr von der individuellen Zielsetzung ab – möchte ich als Unternehmen oder Institution meine Reichweite steigern, Marktforschung betreiben, ein Forum erhalten, Kunden binden, etc.

Die Wertschöpfung des Nutzers unterscheidet sich je nachdem ob er Konsument oder Produzent der Inhalte ist. Eine detaillierte Erörterung der Fragestellung finden Sie unter Frage 9.



E) Eigene Web 2.0-Agenda

Frage 14: An welchen aktuellen Projekten / Aktivitäten mit Web 2.0-Bezug wirken Sie zurzeit und mit welchem Ziel?

Antwort:



Web 2.0 ist momentan ein großes Thema, vor allem in der Medien- und Telekommunikationsbranche. Aber auch Unternehmen aus anderen Branchen fragen sich, wie sie Web 2.0 gewinnbringend für ihre Organisationen einsetzen können.

Wir beraten verschiedenste Unternehmen bei der Frage, wie Web 2.0 Geschäftsmodelle das Kerngeschäft bereichern oder erweitern können bzw. wie Web 2.0 Marketing-Tools den aktuellen Marketing-Mix ergänzen können.

Frage 15: Was können Sie Web 2.0- Interessierten – neben diesem virtuellen Roundtable – als Einstieg in das Thema empfehlen?

Antwort:



Einen sehr aktuellen und pragmatischen Überblick über das Web 2.0 Phänomen und Geschäftsmodelle mit Potential bietet die **aktuelle Studie von aquarius consulting „Geschäftsmodelle für die Web 2.0 Ära“**.

Vielen Dank für das Interview!