

**Thomas Winterhalter**

## **Web 2.0 und mehr – Vom Sein und Schein in der neuen Welt des Internets**



*Die Medien berichten zunehmend von Social Networks im Internet und dem Web 2.0, von völlig neuen Gefahren durch die Preisgabe von persönlichen Informationen; in Seminaren werden neue Werbewunder versprochen und natürlich will niemand eine neue Werbechance im Internet verpassen oder einen gravierenden Fehler im Umgang mit den neuen Techniken begehen. Oftmals fehlt es aber an grundlegendem Hintergrundwissen, was sich eigentlich wirklich hinter den zahlreichen Schlagworten verbirgt. Die Medien vermitteln oftmals ein sehr einseitiges Bild, das plakativ mal Nutzen, mal Gefahr in die Öffentlichkeit zerrt, dabei aber leider selten in die Tiefe geht.*

Daher habe ich Ihnen im Folgenden die am häufigsten verwendeten Begriffe mit einer kurzen Erläuterung zusammengefasst. Der ursprüngliche Artikel war ein Newsletter an die Kunden unserer Internetagentur, da wir öfters zu diesen Themen angesprochen wurden – daher ist vieles in den Erläuterungen auf mögliche Werbepotentiale der einzelnen Dienste ausgerichtet. Da aber auch immer viele Hintergrundinformationen und allgemeines Wissen zu diesen neuen Techniken beigefügt sind, sind die Informationen sicher für jeden Interessierten lesenswert.

Manches dieser neuen Techniken ist durchaus sinnvoll, vieles aber auch mit Skepsis zu betrachten. Bei vielem wird oft auch ein falsches Bild über die Möglichkeiten und die tatsächliche Bedeutung suggeriert und Begrifflichkeiten wild zusammengewürfelt und dabei Sinn und Zweck verfremdet. Ich hoffe, die kommenden Punkte helfen Ihnen weiter, sich selbst ein Bild von der neuen Welt der Web 2.0 zu machen.

### **Web 2.0**

Einer der am meisten falsch verstandenen Begriffe ist Web2.0 – in unserer Internetagentur schmunzeln wir immer wieder, wenn wir darauf angesprochen werden. Web2.0 ist kein neues Internet, keine neue Technik. Am ehesten könnte man Web2.0 mit neuen Nutzungsformen von bereits vorhandenen Techniken beschreiben, einem neuen Lebensgefühl im Internet und auch der Tatsache, dass viele Men-

schen mittlerweile bereit sind, auch eigene Inhalte im Internet bereitzustellen – manchmal wird auch vom „Mitmach-Internet“ gesprochen.

Web2.0 meint auch die verbreitete Nutzung von neuen sozialen Plattformen im Internet, durchaus auch die stärker auftretende Nutzung von Videos, Podcasts und anderen online-Techniken, die aber nicht neue Techniken sind, sondern eigentlich alte Techniken, die lediglich durch immer schnellere Internetleitungen nun tatsächlich im Alltag für die Nutzung interessant werden.

Man muss also nicht plötzlich eine neue Website erstellen, um Web2.0 zu nutzen. Das ist eine falsche Interpretation des Begriffes. Auch Äußerungen, eine Homepage sei „Web2.0 ready“, sind Augenwischerei. Sie versuchen, die Unwissenheit eines Laien auszunutzen, um etwas zu verkaufen, was man in diesem Begriffszusammenhang einfach nicht verkaufen kann.

## Youtube (<http://www.youtube.de/>)

Youtube ist ein Online-Portal für Videos. Spannend ist, dass hier jeder kostenfrei Videos einstellen kann, jeder diese Videos abrufen kann und dass dieser Service aufgrund der immer größeren Verbreitung von schnelleren DSL-Leitungen immer mehr



genutzt wird. Kleine Image-Werbefilme können also auf Youtube durchaus Sinn für Eigendarstellung und Werbung machen.

Ebenfalls interessant: auf Youtube eingestellte Videos kann man auch direkt auf die eigene Homepage einbinden. Die Daten kommen trotzdem vom Youtube-Server. So wird der eigene Server mit den verhältnismäßig sehr großen Datenmengen eines Videos nicht belastet.

Auf Youtube findet sich viel Spannendes, viel Kurioses, aber natürlich auch viel Unsinniges. Wie im gesamten Internet gibt es einige wenige Perlen und viel Mist. Trotzdem ist es sicher eine spannende neue Erweiterung der Internetwelt, die ihren Platz im Alltag bereits eingenommen hat.

## Social Networking im Internet

Facebook, StudiVZ, SchuelerVZ, MeinVZ, XING – (<http://www.studivz.net/>  
<http://www.schuelervz.net/HYPERLINK> "<http://www.schuelervz.net/>"  
<http://www.schuelervz.net/HYPERLINK> "<http://www.facebook.com/>"  
<http://www.facebook.com/HYPERLINK> "<http://www.schuelervz.net/>"  
<http://www.schuelervz.net/HYPERLINK> "<http://www.schuelervz.net/>"  
<http://www.schuelervz.net/HYPERLINK> "<http://www.xing.com/>"  
<http://www.xing.com/HYPERLINK> "<http://www.schuelervz.net/>" <http://www.schuelervz.net/> [HYPERLINK](http://www.schuelervz.net/) "<http://www.schuelervz.net/>" <http://www.schuelervz.net/>)

Willkommen in der Welt des Social Networking! Es gibt viele Plattformen, die es einem ermöglichen, online ein Profil anzulegen und sich zu vernetzen. Aber was passiert da eigentlich? Es gibt Social Networks für die unterschiedlichsten Zielgruppen, z. B. StudiVZ mit Zielgruppe Studenten, SchuelerVZ mit Zielgruppe Schüler, XING mit Zielgruppe Geschäftsleute, Facebook für jedermann und viele mehr.

Man sucht sich nun also ein passendes „Network“, meldet sich (in der Regel) kostenlos an und fängt an, sein Profil auszubauen. „Ich bin Max Mustermann. Meine Hobbies sind... Das denke ich über die Welt... Folgenden Gruppen fühle ich mich zugehörig... Ich spreche folgende Sprachen und und und...“ Wenn man es mag, kann man sich hier als Person sehr ausführlich der Welt präsentieren (die Frage ist – mag man das wirklich?).

Hat man sein Profil erstellt, fängt man an, Freunde zu suchen, die ebenfalls auf der Plattform sind. Man vernetzt sich (daher auch der Name Social Network). Dann beginnt man oft auch neue Kontakte mit Menschen zu knüpfen, deren Profil aufgrund von anderen Eigenschaften interessant sind. Natürlich kann man auch über diese sozialen Netzwerke mit all seinen vernetzten neuen und alten Freunden kommunizieren.

### Facebook in der Werbung?

Im amerikanischen Präsidenten-Wahlkampf spielte bekanntermaßen Facebook eine große Rolle: Barack Obama hatte sich hier hervorragend präsentiert. Eine einzelne Person präsentiert sich und kommuniziert – perfekt für soziale Netzwerke. Facebook wird aber auch als Werbemittel für Orte, für Regionen, für Firmen angepriesen. Die

etwas provokante Frage: Sucht jemand wirklich in Facebook nach einer Firma? (dafür waren diese Netzwerke ursprünglich nicht gedacht) – eine Firma hat in der Regel auch eine eigene viel ausführlichere Homepage, über die ich mir ihr kommunizieren kann und auf der ich sicher mehr Informationen als in Facebook finde.

Wir sind als Agentur momentan noch skeptisch, was den Werbenutzen von Facebook angeht, haben aber noch keine abschließende Meinung. Allerdings beobachten wir einige Projekte in Facebook – diese haben eine Anhängerschaft von 10–20 Personen, manche auch durchaus mehrere hundert oder sogar mehrere 1000. Allerdings haben wir allein in Deutschland alleine schon fast 60 Millionen Internetnutzer und wenn man die Zugriffszahlen auf „normale“ Homepages als Vergleich nimmt, ist der Nutzen von Facebook aus unserer Sicht momentan noch etwas fragwürdig.

### **Achtung Datenschutz!**

Facebook, aber auch andere Portale sind in Verruf gekommen, weil sie sich das Recht herausnehmen, alle oder sehr viele Daten, die der Nutzer persönlich erfasst, zu verwerten und weiterzugeben. Auch traten immer wieder Sicherheitslücken auf, durch die eigentlich als privat deklarierte Daten durch Fehler an unbefugte Nutzer geflossen sind.

Aber ist das wirklich ein Fehler dieser Dienste? Letztendlich war es jedem Nutzer selbst überlassen, welche Daten er bereitstellt. Und egal, welche Sicherheitseinstellungen er wählt, sind die Daten erst einmal online, können Nutzungsbedingungen sich ändern, Fehler passieren. Auch Sie als Mensch ändern sich. Vielleicht finden Sie es als Student lustig, ein paar ausschweifende Party-Bilder zu veröffentlichen. Später stellen Sie aber fest, dass Firmen, bei denen Sie sich bewerben, auch diese Bilder sehen. Wollen Sie das alles wirklich? Es liegt in Ihrer Hand, was Sie preisgeben!

Speziell mit Kindern sollte man ausführlich und ehrlich darüber reden, dass sie aufpassen müssen, was sie von sich preisgeben. Die Portale sind an und für sich nichts schlimmes, eher eine harmlose Freizeitbeschäftigung, ob sinnvoll oder nicht, sei dahin gestellt. Schwieriger wird es, wenn Kinder beginnen, hier sehr persönliche evtl. sogar intime Details aus ihrem eigenen Leben zu veröffentlichen.

Unangenehm kann es auch werden, wenn Kontakte über soziale Netzwerke in Cybermobbing umschlagen, leider ist die Hemmschwelle im Internet erfahrungsgemä-

mäß niedriger, und hier werden viel schneller böse Worte ausgesprochen bzw. geschrieben, die man im realen zwischenmenschlichen Kontakt nie verwenden würde. Auch hier muss man darauf achten, was passiert und offen und ehrlich über Probleme sprechen. Cybermobbing kann für Kinder genauso gravierende Folgen und Ausmaße haben, wie Mobbing im normalen Leben. Dies sollte einem bewusst sein und man sollte es ernst nehmen.

Social Networking kann viel Spaß machen, es kann aber auch einfach nur Zeit verschwenden. (Eine persönliche Anmerkung: ich kenne sehr viele Menschen, die in einem oder mehreren dieser Netzwerke angemeldet sind oder waren. Angemeldet hat sich fast jeder einmal, aber kaum jemand nutzt es regelmäßig, viele haben sogar den Account wieder gelöscht. Mit Freunden und Bekannten kann man auch über eMail und Telefon kommunizieren, dafür braucht man kein System, bei dem man nie weiß, wer eigentlich noch mit liest oder was mit den Daten passiert. Und das reale Leben ist auch gar nicht so schlecht...)

In den Medien wird oft von zig Millionen Nutzern dieser Portale berichtet, diese Zahlen stimmen sicher, aber sie stammen in der Regel von den Betreibern der Portale. Spannender wäre zu wissen, wie viele Accounts tatsächlich aktiv genutzt werden. Hierzu gibt es nur einzelne Umfragen, keine offiziellen Zahlen, aber schon allein die Ergebnisse dieser Studien lassen ahnen, dass in der Wirklichkeit aktive Nutzerzahlen anders aussehen als vom Betreiber suggeriert.

Tippt man aktuell in Google.de momentan nur „Account lö...“ ergänzt dies Google als Vorschlag automatisch zu „Account löschen Facebook“ – diese Ergänzung nimmt Google vor, weil viele Menschen aktuell nach diesem Thema suchen – es gibt sicher viele Gründe dafür, warum das passiert.

## **Blogs**

Blogs sind eine Art Online-Tagebücher zu verschiedensten Themen. Der Gedanke ist, dass Nutzer immer wieder aktuelle Informationen und Neuigkeiten ohne große technische Vorkenntnisse einstellen können, oftmals auch die Möglichkeit gegeben ist, dass andere Nutzer Kommentare hinzufügen. Es gibt spannende Blogs, die interessant zu lesen sind – für die unterschiedlichsten Interessen. Ob ein Blog aber sinnvoll für Werbung verwendet werden kann, sei etwas mit Vorsicht zu betrachten. Wenn (!) Sie regelmäßig (!) spannende und (!) relevante Informationen veröffent-

lichen, die indirekt Werbung für Sie sind, dann kann ein Blog ein sinnvolles Werkzeug sein. Beachten Sie aber die Ausrufezeichen.

Einfache direkte Werbebotschaften werden wohl kaum Anhänger finden und regelmäßig gelesen werden. Auch wenn ein Blog nur einmal pro Jahr aktualisiert wird, wird dieser sicher keine Anhängerschaft finden.

**Beispiele:**

Ein Urlaubsort veröffentlicht alle 2 Wochen eine ausführlich beschriebene Wandertour in einem Blog. Dies kann Gäste anlocken und das eigene Angebot indirekt auch mit bewerben.

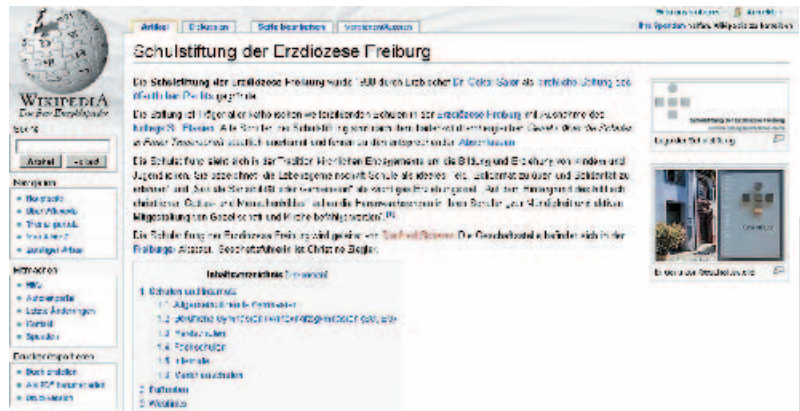
Unter Bildblog.de haben sich kritische Journalisten zusammengetan, die tagein tagaus die oft sehr einseitigen Meldungen der Bildzeitung objektiv und sehr interessant analysieren und kritisieren. (<http://www.blog.de/> <http://www.bildblog.de/>)

**Twitter (<http://www.twitter.com/>)**

Twitter ist ein Service, der Kurznachrichten weltweit in kürzester Zeit an Interessierte verbreitet. Jeder kann sich anmelden und Meldungen verschicken (sogenannte Tweets). Diese Meldungen werden zum einen auf der Twitter-Homepage angezeigt, zum anderen auch an meine „Fans“ (die sogenannten Followers) verschickt (das sind Nutzer, die irgendwann einmal beschlossen habe, was ich der Welt zu sagen habe, ist spannend für sie und daher haben sie meine Meldungen abonniert).

Wann Twitter unserer Meinung nach Sinn macht... Es gibt keine verlässlichen Zahlen, im Internet stießen wir aber auf die Information, dass es in Deutschland zwar viele angemeldete Twitter-Nutzer gäbe, die wenigsten den Service aber wirklich regelmäßig nutzen würden. Eine per Twitter verbreitete Meldung würde bereits nach wenigen Minuten schon nie wieder angeschaut und vieles mehr. Vorsichtig formuliert: sehr aufmerksam Aufwand und Nutzen beobachten und kalkulieren.

Twitter ist trotzdem nicht uninteressant, vor allem wenn es um wirklich schnelle Informationen geht, das können Nachrichten sein, Börsenkurse und ähnliches. Oder wenn man ein Vergnügen an Klatsch und Tratsch hat – hier liegt auch momentan die Hochburg von Twitter.



## Wikipedia (<http://de.wikipedia.org/>)

Wikipedia ist sicher die mit erfolgreichste Anwendung im Web2.0 Universum. Es handelt sich dabei um ein riesiges Online-Lexikon, das alleine davon lebt, dass hunderttausende Nutzer weltweit Inhalte und Informationen beisteuern und auch jederzeit bestehende Informationen bearbeiten können. Jeder kann einen Artikel einstellen, jeder kann einen bestehenden Artikel ändern. Die Qualität der Inhalte wird durch soziale Kontrolle gesichert – auch wenn das nicht immer zu 100% funktioniert.

Kann ich Wikipedia für Werbung nutzen? Nein! Sie können es gerne versuchen, Sie werden sehen, es klappt nicht. Es handelt sich um ein Online-Lexikon und die Nutzer stellen schnell sicher, dass Werbung oft nach Minuten schon wieder gelöscht ist. Das einzige, was durchaus sinnvoll und denkbar ist: bei großen Veranstaltungen oder allgemeinen Informationen, kann man vorsichtig sinnvolle Informationen und Bilder ergänzen, die die Qualität des Eintrags erhöhen.

### Beispiel:

Sie schreiben: „Unser Ort ist das schönste Urlaubsziel auf der Welt“ – ich wette mit Ihnen, dieser Eintrag ist bereits nach Minuten wieder gelöscht, bzw. wird von einem übergeordneten Redakteur erst gar nicht freigegeben. Aber stellen Sie ein schönes Ortsbild ergänzend zum Eintrag zur Verfügung, wird dies in der Regel seinen Platz finden und dann auch für sich selbst sprechen.

### Bilder in Wikipedia

Bitte beachten Sie, dass Sie – wenn Sie Bilder in Wikipedia einstellen – diese über Lizenzen auch anderen zur Nutzung freigeben. Insbesondere, wenn Sie selbst Bilder von einem Photographen oder Bildagenturen eingekauft haben, heißt das in der Regel nicht (!), dass Sie diese einfach frei in Wikipedia oder anderen Bildbörsen einspielen und weitergeben dürfen!

## **Flickr (<http://www.flickr.com/>)**

Flickr ist ein Online-Portal für Photos. Jeder kann hier Bilder hinterlegen und auch anschauen. Für die Werbung kann dies interessant sein, da hier viele optische Eindrücke vermittelt werden können. Aber Achtung! Sie dürfen nicht jedes Bild hier einstellen! Bei von Photographen oder aus Agenturen eingekauften Bildern ist es oftmals so, dass diese Form der Weitergabe nicht erlaubt ist.

Je nach Lizenz erlauben Sie auch anderen Nutzern von Flickr die Bilder auf die eine oder andere Art und Weise weiterzuverwenden. Seien Sie sich dessen bewusst: wenn Sie hier ein Bild der Öffentlichkeit präsentieren, ist es öffentlich zugänglich und kann sehr schnell überall im Internet auftauchen, ohne, dass Sie Einfluss darauf hätten.

## **Doodle (<http://www.doodle.de/>)**

Doodle ist ein tolles Werkzeug, um mit Freunden und Geschäftspartnern einen gemeinsamen Termin zu finden. Es funktioniert wie folgt: ein erster Benutzer macht Terminvorschläge.

Beispiel: das Meeting könnte am Dienstag 9 Uhr oder 13 Uhr stattfinden oder am Donnerstag 14 Uhr. Er erhält nun einen speziellen Link, den er an alle Teilnehmer weitergibt. Jeder kann nun eingeben, ob ein Termin möglich ist oder nicht. So lässt sich sehr schnell und einfach ein gemeinsamer Termin finden.

In der Werbung hingegen macht Doodle nur bei speziellen Angeboten Sinn. Beispielsweise bei Kinos, damit Freunde einfach und bequem einen gemeinsamen Termin finden können (ob eine E-Mail oder ein einfacher Telefonanruf nicht auch ausreicht, sei einmal dahingestellt –)

Aber im Arbeitsalltag kann Doodle sehr nützlich sein – und wie eigentlich alle Web-2.0-Angebote => es ist kostenlos



## Second-Life – ein Rückblick

Erinnern Sie sich eigentlich noch an Second Life? Second Life ist für uns ein exzellentes Beispiel, wie eine Web-Anwendung von Medien in die Öffentlichkeit gepusht wird, tatsächlich aber keinen echten Nutzen birgt, in der Realität (in relativen Zahlen) auch kaum genutzt wurde und heute fast völlig aus der Internetwelt wieder verschwunden ist.

Es handelte sich um eine 3D-Welt, in der man sich bewegen und kommunizieren konnte. Obwohl die Nutzerzahlen auch hier nach allen Schätzungen überschaubar waren, suggerierten in der Vergangenheit Medien und Betreiber, dass dies die Zukunft des Internets sei.

Sogar Institutionen wie die Landesregierung Baden-Württemberg haben für viel Geld virtuelle Niederlassungen in der Second-Life-Welt aufgebaut.

Es gab Medienstimmen, die das Ende des regulären Internets prophezeiten (wie auch heute Stimmen behaupten, die Zukunft des Internets wäre alleine Facebook) und behaupteten Second Life würde alles ersetzen. Die Realität sah freilich anders aus. Heute fristet Second-Life eher ein Schattendasein speziell in den Medien und die Berichterstattung ist eher bei Twitter, Facebook und Co. angekommen. Man wird sehen, wie es weitergeht....

Manches im Web2.0 wird Potential entwickeln, anderes hat bereits Potential, vieles wird für spezielle Anforderungen sinnvoll genutzt werden können – aber Wundermittel der Werbung sind all diese Anwendungen unserer Meinung nach nicht – sondern sinnvolle Ergänzungen.

Wir hoffen, der kleine Ausflug in die Web2.0-Welt, die natürlich nur die bekanntesten Anwendungen gestreift hat – es gibt noch vieles mehr –, war spannend für Sie!

Machen Sie sich selbst ein Bild – probieren Sie es einfach mal aus. Aber seien Sie insbesondere immer vorsichtig, welche Informationen sie freiwillig von sich selbst preisgeben! Sind Informationen erst einmal online, ist es meistens schwer, diese wieder aus dem Internet verschwinden zu lassen.