

Web 2.0 – Mehr als nur ein neuer Hype?

TREND Der Begriff Web 2.0 wurde nicht erst seit der Übernahme von Youtube.com durch Google geprägt. Aber seit diesem Ereignis findet der Begriff plötzlich viel mehr Beachtung. Im nachfolgenden Beitrag wird versucht zu erklären, was das Web 2.0 für die Anwender und Branche bedeutet.



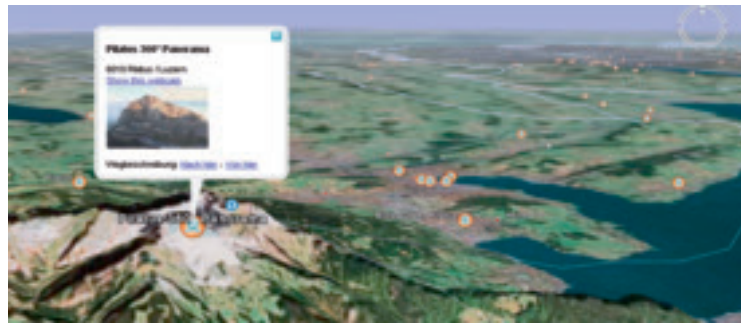
VON JÖRG EUGSTER

■ Nach dem Zerplatzen des Hype 1.0 gab es Leute, die allen Ernstes glaubten, das Internet sei für immer verschwunden. Aber schon damals gab es Visionäre, welche dem Internet eine neue Ära voraussagten. Und nun stehen wir schon mittendrin im Web 2.0.

Spaziergang und Zeitsprung

Früher im Zeitalter des Web 1.0 war man noch stolz auf seine eigene Website (oder im Volksmund Homepage), hinterliess in Foren ab und zu Kommentare, getraute sich in Chaträume oder auf Dating-sites, machte erste Gehversuche beim E-Shopping und wurde oft von Freunden nach guten Internetadressen gefragt, sozusagen als wandelndes Bookmark-Verzeichnis. Damals war man ebenfalls schon fast stolz, wenn man über einen ISDN-Anschluss mit einer «schnellen» Internetverbindung von 64 Kbit/sec. verfügte. Wie lange ist das her? Erst wenige Jahre und wir lachen schon über unsere Kenntnisse, die damaligen Anwendungen und die damals verfügbaren Technologien.

Da mutet das Zeitalter des Web 2.0 doch an, als wäre man schon Lichtjahre in die Zukunft entrückt. Wir surfen heute nämlich zu Hau-



Obige Abbildung zeigt ein Mashup mit der frei verfügbaren Software Google Earth. In einer Anwendung wurden die Webcams von www.swisswebcams.ch auf Google Earth geositioniert. Beides ist als Web-2.0-Anwendung frei verfügbar über www.topin.ch.

se mit mindestens 1,8 Mbit, also der fast 30-fachen Geschwindigkeit eines ISDN-Anschlusses. Und wir – das ist noch viel wichtiger – bewegen uns im Internet, als wäre es ein Spaziergang um das eigene Haus. Mit schlafwandlerischer Sicherheit bewegen wir uns durchs Web, durchs Web 2.0 eben, und wissen meist nicht, dass dies das Web 2.0 ist.

Wir betreiben selber unser eigenes Blog oder lesen zumindest einige Blogs und schreiben ab und zu Kommentare. Wir hören Podcasts und schauen Videos auf Youtube.com oder ehrensfn.de. Wir lesen Einträge in Wikipedia oder

schreiben selber Ergänzungen dazu. Wir schreiben unsere Meinung über das Hotel auf unserer letzten Ferienerreise in hotelcheck.de. Wir fliegen über Google Earth, um uns für den nächsten Urlaub inspirieren zu lassen. Wir suchen eine lokale Bar über map.search.ch oder local.ch, schauen vorher aber dort nach, wie viele freie Parkplätze es im nächstgelegenen Parkhaus noch gibt. Untenwegs machen wir das selbstverständlich alles mit dem Handy.

Viele Versionen von Web 2.0

Das alles ist Web 2.0. Was gehört alles zum Web 2.0? Es gibt keine einheitliche Version, was unter

Web 2.0 verstanden wird. Ein Programmierer versteht unter Web 2.0 u.a. Ajax oder Mashups. Wir wollen uns hier v.a. auf die Marketingseite des Web 2.0 konzentrieren.

■ Das Web in der zweiten Version ist eine Plattform. Der lokale Rechner wird immer weniger wichtig. So können heute Anwendungen wie CRM oder Newsletter-Programme übers Internet gemietet werden (Software as a Service).

■ Die Inhalte sind wichtiger als deren Präsentation (Beispiel Google).

■ Die Inhalte werden durch die Benutzer selber generiert und erhalten dadurch eine höhere Glaubwürdigkeit (User generated Content, Beispiele sind Blogs)

■ Die kollektive Intelligenz kann dank dem weltweiten Netz genutzt und aktiviert werden (Beispiel Wikipedia).

■ Das Internet erlebt eine Sozialisierung und Demokratisierung. Jeder darf mitmachen (Youtube, Myspace).

■ Inhalte können mehrfach verwendet werden, ähnlich wie es bei der Software das Open-Source-Modell darstellt (Mashups, Google Maps kombiniert mit Inhalten aus anderen Quellen, Beispiele Google Maps oder Google Earth mit Inhalten von www.topin.ch).

Jeder kann mitmachen

Der Verleger und Internet-Pionier Tim O'Reilly hatte am 30.9.2005 seinen richtungsweisenden Artikel «What is Web 2.0», Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, veröffentlicht. Die Zukunft der Medien wird von folgenden Begriffen geprägt sein: Individualisierung, Digitalisierung, Personalisierung und Demokratisierung.

Blogger erhalten mehr Medienmacht, die bisher die Medienkonzerne innehatten. Die Marketingkommunikation stösst an ihre Grenzen, wenn Nutzer plötzlich selber mehr Informationen über ihr Unternehmen produzieren, als die Unternehmen selber. Es wird beurteilt, kommentiert und «getaggt». Daraus folgt erhöhte Authentizität. Web 2.0, das interaktive, soziale Internet, wo jeder und jede mitmachen darf. Schöne Aussichten stehen uns bevor. ■



* Jörg Eugster (www.eugster.info), Unternehmensberater für E-Business-Strategien und Online-Marketing, betreibt Portale im Tourismusumfeld.

■ Quantensprung: Von Web 1.0 zu Web 2.0

Anwendung	Beispiel Web 1.0	Beispiel Web 2.0
Fotoalben	Digitale Bilder entwickeln (z.B. www.ofoto.com)	www.flickr.com (Fotos in einem Online-Fotoalbum veröffentlichen)
Inhalte und Daten verbreiten	www.akamai.com	www.BitTorrent.com
Musik online erwerben	www.mp3.com (Musikdownload)	www.napster.com (Musiktauschbörse)
Enzyklopädien	BritannicaOnline	www.wikipedia.org
Persönlicher Webauftritt	Persönliche Website	Weblogs/Blogs
Inhalte	veröffentlichen	teilnehmen
Content Management	CMS (Content-Management-Systeme)	Wikis
Klassifizierung von Inhalten	Ordner (Taxonomie)	Tags («Folksonomy»)
Soziales Netzwerk	Newsgroups	Webforum
Werbung	Klassische Banner z.B. über DoubleClick	Google AdSense (AdWords-Werbung im Partnernetzwerk)
Bezahlwerbungs-Einheiten	Nach Sichtkontakten	Kosten pro Klick