

## Weltweites Netz im Wandel: Web 2.0



Highspeed-Internet-Anschlüsse und eine standardisierte Technik auf der Entwicklerseite haben das Internet in den vergangenen Jahren verändert – mitmachen, interagieren, kommunizieren ist jetzt stärker möglich. Das Netz hat sich mit dem Begriff Web 2.0 neu erfunden.

## Ältere erobern das Internet

Von unserem Redaktionsmitglied Tina Groll

**BREMEN.** Kein anderes Medium hat sich in den vergangenen Jahren so rasant entwickelt wie das Internet. 1993 startete es mit 500 Webseiten. 2007 lag die Zahl der registrierten Domains bei 45 Millionen – und sie steigt stetig. Schätzungsweise acht Milliarden Internetseiten gibt es derzeit, genaue Zahlen liegen aber nicht vor. Das hat einen Grund: Das Netz wächst zu rasant.

### Frauen gehen online

Dafür gibt es Zahlen darüber, wer das Internet nutzt, und wie es genutzt wird. In Deutschland stellen der (N)onliner-Atlas und die Online-Studie von ARD und ZDF regelmäßig fest, wie die Nutzungsgewohnheiten der Onliner sind. Da gibt es in den vergangenen Jahren deutliche Trends: Unter den Internetnutzern sind immer mehr Frauen und Ältere. Laut dem Bundesverband Digitale Wirtschaft lag die Steigerung der Internetnutzung zwischen 2000 und 2005 bei über 200 Prozent. Waren vor allem die Frauen in Sachen online zurückhaltend, holen sie nun auf. Vor wenigen Jahren waren Frauen im Netz noch deutlich unterrepräsentiert, im Jahr 2007 nutzten immerhin 47 Prozent aller Frauen das neue Medium.

Unterscheidet man die Onliner nach Bildungsstand und Alter lassen sich hier Trennlinien ausmachen: Unter den aktiven Internetnutzern sind mehr junge Leute mit einem formal hohen Bildungsabschluss. Aber es steigt die Zahl der Onliner mit einem Volks- oder Hauptschulabschluss. Auch in der Gruppe ab 60 Jahren nimmt die Offlinerquote stetig ab.

### Zwei Nutzergruppen

Die Online-Studie von ARD und ZDF unterscheidet nach Nutzungsverhalten zwei Basistypen: den aktiv-dynamischen Nutzer und den selektiv-zurückhaltenden. Innerhalb dieser Gruppen differenziert die Studie Untergruppen nach Nutzungsdauer und Aktivität. Je nach Typus beträgt die durchschnittliche, tägliche Onlinezeit zwischen einer Stunde und vier Stunden.

Und was machen die Onliner im Netz? 70 Prozent nutzen es für Kommunikation, sie schreiben Emails, nehmen an Chat und Forendiskussionen teil, 57 Prozent suchen zielgerichtet nach Informationen – und an dritter Stelle der häufigsten Nutzungen rangiert mit 34 Prozent das Homebanking. Der E-Commerce, also online einkaufen, ist im Vergleich zu den Vorjahresstudien im Jahr 2007 konstant geblieben. 18 Prozent aller Internetnutzer machen davon Gebrauch.

Aber auch Offliner gibt es noch immer: In Deutschland sind 37,5 Prozent der Bevölkerung nicht im Internet. 63 Prozent von ihnen sind über 60 Jahre alt. Als Gründe für das Offline-Dasein werden Desinteresse genannt oder dass das Internet nicht benötigt werde.

# Multimediales Mitmach-Netz

## Vielfältige Angebote im Web 2.0 verändern die Kommunikation und sozialen Beziehungen / Chancen und Risiken

Von unserem Redaktionsmitglied Tina Groll

**BREMEN.** Ein Leben ohne Internet wäre für die 21-jährige Antonia Schneider gar nicht denkbar. Viele ihrer sozialen Beziehungen pflegt sie online mit sogenannten Social-Networks. Wie über 90 Prozent der 20- bis 29-Jährigen ist die Studentin längst im „Web 2.0“ angekommen. Der Begriff bezeichnet das Internet in seiner derzeitigen Form.

So nutzt die Studentin beispielsweise die Plattform StudiVZ zur Vernetzung mit ihren Freunden in ganz Deutschland. Mit ihrer Gastwester aus Amerika kommuniziert die Bremerin per MySpace. Und in einem Internettagebuch, einem sogenannten Weblog, berichtet sie über ihr Hobby: Tennis. So können auch ihr völlig unbekannte Tennisfans das Neueste von ihren sportlichen Erfolgen erfahren.

Täglich ist die junge Frau mehrere Stunden online – schreibt Emails, recherchiert im Internet, informiert sich auf den Nachrichtenportalen, kauft und lädt Musik, Filme, Bücher. Eine Zeitung hat sie nicht abonniert, die Tagesschau sieht sie nie – denn alle Nachrichten findet die 21-Jährige im Internet – in Wort, Bild, Ton und Film. Sogar einige ihrer Einkäufe macht die Bremerin per Netz: Ihr Auto hat sie in einer Online-Auktion ersteigert und das individuell bedruckte T-Shirt für ihren Freund bei einer Firma aus Österreich via Internet bestellt. Ob Einkaufen, Information oder Kommunikation – das Web 2.0 macht alles vom PC aus möglich.

„Die Bezeichnung Web 2.0 wurde von Tim O'Reilly, Besitzer des gleichnamigen Verlags, Ende 2005 geprägt“, erklärt Christiane Niebuhr-Redder von der Bremer Internetfirma WebMen. Eigentlich sei der Begriff als Marketing-Schlagwort eingeführt worden. „Web 2.0 bezeichnet keine spezielle Technik, sondern die Kombination verschiedener Angebote im Internet, die vor allem auf Kommunikation und Interaktivität der Nutzer abzielen.“

### Ein technischer Standard für alle

Möglich macht dies die Kombination von drei Techniken, die zum Standard geworden sind. Und so ist alles, was es im Web 1.0 schon gab, im Web 2.0 schneller und einfacher geworden. Die User, wie die Internetnutzer genannt werden, können jetzt einfach selbst Inhalte erstellen – oder ihre Meinung dazu äußern. Bewertungs- und Kommentarfunktionen sind Standard. „Usergenerated Content“ heißt das mit Fachbegriff. Dieser Inhalt ist so vielfältig wie die Angebote im Internet und die Nutzer. Da gibt es Internettagebücher von Teenagern, es gibt Reisetagebücher und solche, die sich an Spezialisten richten. Es gibt Tagebücher von Stars und ihren Fans, und Blogs, die Gegenöffentlichkeiten schaffen wollen. Zum Beispiel der „Bildblog“, ein Tagebuch, in dem Journalisten die Nachrichten aus der Bildzeitung kritisch nachrecherchieren. „Mediawatchblogs“ werden solche medienkritischen, journalistischen Internettagebücher genannt.

### Neue Werbemöglichkeiten

Und längst haben auch Unternehmen das Web 2.0 für sich entdeckt: Die Marketingabteilung des Tiefkühlherstellers Frosta diskutiert auf ihrem Blog beispielsweise wie neue Produkte schmecken. Als besonders transparente Unternehmenskommunikation wurde dieses Tagebuch in der Branche gelobt.

Doch nicht immer macht der von Internetnutzern erstellte Inhalt Sinn – aber das Wis-



Digitale Mitmach-Welt: Das Internet besteht schon lange nicht mehr aus statischen HTML-Seiten. Plattformen wie XING, StudiVZ oder MyVideo laden die Nutzer zum Interagieren und Kommunizieren ein. Das Netz wächst täglich durch diesen „usergenerated content“. FOTO: MICHAEL WENDA

sen vieler dafür umso öfter: Darauf beruht beispielsweise das Prinzip der freien Internetbibliothek Wikipedia, in die jeder sein Wissen eintragen darf. Schleichen sich Fehler ein, werden diese von einem anderen korrigiert. Vernetztes Wissen von vielen in einer von Hierarchien, Institutionen und Normen freien Mega-Denkfabrik.

So ganz frei ist das Internet aber nicht. Längst haben sich Platzhirsche etabliert, die mit der digitalen Datenfülle viel Geld verdienen. Zum Beispiel die Suchmaschine Google. Das ist gar nicht unproblematisch. Wer von Google nicht erfasst wird, ist im Internet quasi nicht existent. Vom Ranking in der Trefferliste der Suchmaschine hängt auch der Marktwert ab. Denn nur ein Bruchteil der Internetnutzer greift auf andere Suchmaschinen zurück. Und wer klickt schon zu Trefferseite 120, um eine bestimmte Information zu finden?

### Suchen und Finden

Das Web 2.0 hat auch Meta-Suchmaschinen zu bieten. Sie stellen vielgefragte, oft verlinkte Informationen größer dar – man sieht also, dass ein Treffer häufiger gesucht, gefunden und verlinkt wurde und damit gehaltvolle Informationen beinhalten könnte. Solche Metasuchmaschinen bieten also einen Infomehrwert.

Im Internet steht alles – dieser Satz stimmt häufig, aber in diesem Informationsgeflecht den Überblick zu behalten, ist schwierig. Zumal jeder Einfluss nehmen kann: „Die Möglichkeit, Informationen und damit auch Meinungen zu manipulieren, ist im Web 2.0 sehr groß“, sagt die Internetfachfrau Niebuhr-Redder. Was geschieht mit all den Daten? Immerhin sind ganze Vereine auf Plattformen wie Xing miteinander vernetzt. In diesen Communities sind die Beziehungsgeflechte von Millionen von Nutzern abgebildet. Problematisch: Die Nutzer sind nicht nur als Privatpersonen oder Geschäftsleute unterwegs, jeder steckt in einer Vielzahl von sozialen Beziehungen – und kann ein-

mal eingetragen im Netz in solchen erfasst werden. „Viele Nutzer geben völlig offene ihre Daten preis“, hat Christiane Niebuhr-Redder beobachtet. Das ist problematisch – denn „einmal eingegeben, gehören diese Daten den Plattformen.“

### Datenwirrwarr und Rechtsfragen

Und dann erst jene Daten, die Dritte von einem ins Netz stellen können – beispielsweise lustige Filmchen von Kollegen, die sich auf Firmenfeiern daneben benehmen. Ist so ein Video erst einmal bei MyVideo oder YouTube bekannt, haben es binnen weniger Tage oft tausende von Usern auf der ganzen Welt angesehen. Das Internet ist aber kein rechtsfreier Raum, auch hier gelten die Persönlichkeits-, Datenschutz- und Urheberrechte. Niebuhr-Redder warnt: „Man muss sehr vorsichtig mit den eigenen Daten umgehen.“ Die Mutter von zwei Töchtern achtet selbst stark darauf, welche Daten ihre Mädchen im Internet von sich preisgeben. Bei ihren Kindern hat die Unternehmerin beobachtet: „Da wächst eine ganze Generation heran, die ihr Leben im Internet abgebildet hat. Es wird spannend, was geschieht, wenn die Generation ins Berufsleben eintritt.“

Eines steht schon fest: Die Kommunikation wird sich durch das Internet verändern, teilweise hat sie sich schon verändert – nicht nur bei der jungen Generation. Emailkommunikation ist die am häufigsten genutzte Funktion im Netz.

Auch die Auswirkungen des Internet auf den Journalismus sind erheblich. Neben den erwähnten journalistischen Weblogs, bedienen sich klassische Medien wie Tageszeitungen und Rundfunkanstalten der neuen technischen Möglichkeiten. Ganze Redaktionen geben in Internettagebüchern Innenansicht des Redaktionsalltags. Auf Spiegel-Online kann man schon seit geraumer Zeit auch Nachrichtenfilme und Audiobeiträge abrufen. Wenn man sich diese Audio- und Videobeiträge herunterladen kann, werden sie Podcasts genannt. Einer der beliebtesten Podcasts wird von der Radio-Bremen-Morgenshow von Bremen Vier.

Täglich stellt die Redaktion eine Nachlese der Morgensendung ins Internet. Und auch die Bundeskanzlerin produziert mit ihrer wöchentlichen Videobotschaft einen solchen Podcast.

„Das Web 2.0 bietet ganz neue und vielfältige Partizipationsmöglichkeiten“, erklärt die Berliner Kommunikationswissenschaftlerin Margreth Lünenborg. Kürzlich tagte die deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) an der Hochschule Bremen – auch über die Auswirkungen der neuen Medien auf die öffentliche Kommunikation. Lünenborg geht davon aus, dass Medien Zugehörigkeiten zu Gemeinschaften schaffen. Umso mehr mit einem Mitmachmedium wie dem Internet. Minderheiten haben dadurch eher die Möglichkeit, sich Öffentlichkeit zu verschaffen.

### Teilhabe an der Welt

Öffentlichkeit – wahrgenommen zu werden, „die digitale Welt als persönliche Bühne, das ist die Faszination des Web 2.0“, meint Christiane Niebuhr-Redder. Studien belegen, dass diese Möglichkeit zur Teilhabe an Öffentlichkeit ein nicht unerheblicher Faktor ist, der Offliner zu Onlinern werden lässt. In Deutschland nutzten im Jahr 2007 knapp 63 Prozent der Gesamtbevölkerung das Internet. „Aber derzeit klaffen noch Welten zwischen diesen Onlinern“, sagt Christiane Niebuhr-Redder. Und was ist mit der „digital gap“ – der Lücke zwischen On- und Offlinern, zwischen Industriestaaten und Entwicklungsländern? „Die Entwicklungsländer holen auf. Es werden derzeit Softwareprogramme für Analphabeten entwickelt“, erzählt die WebMen-Frau.

Studentin Antonia Schneider glaubt, dass ihre Generation die Überwindung der digitalen Lücke erleben wird. Schon jetzt chattet sie mit Kommilitonen aus Afrika und Indien. Gesehen hat sie diese noch nicht. Aber das Flugticket nach Indien ist schon gebucht. Und auch dies zeigt die Erfahrung mit den Angeboten im Web 2.0: Was in der digitalen Informationsgesellschaft zählt, sind am Ende eben die realen Beziehungen – die via Internet geknüpft oder intensiviert werden.

## UMFRAGE IN DER INNENSTADT

## Sind Sie auch schon im Web2.0 unterwegs?



Jörn Loong  
Bremen



Martina Stelljes  
Gnarrenburg



Heiko Ilchmann  
Lübberstedt



Sarah Stelljes  
Gnarrenburg



Klaus Monsees  
Osterholz-Scharmbeck

Das Gros der Bevölkerung ist im Internet und nutzt es aktiv. Schnelle Internetanschlüsse und die Möglichkeit, gezielt die gewünschten Angebote auszuwählen, haben das neue Medium attraktiv gemacht. Dabei haben die jüngeren Nutzer die Nase momentan vorn, aber die ältere Generation zieht nach. Wie nutzt wer das Netz?

Das Internet ist für mich zu einer Art zweites Zuhause geworden. Als angehender Abiturient verbringe ich im Netz sehr viel Zeit mit der Recherche für Hausaufgaben oder mit der Kontaktpflege zu meinen Freunden. Es ist für mich die schnellste und bequemste Methode dafür. Gemütlich auf dem Sofa sitzen und virtuell in der ganzen Welt herumreisen macht mir am meisten Spaß.

Eigentlich nutze ich das Internet eher unregelmäßig. Da ich in der Landwirtschaft tätig bin, suche ich im Netz immer nur nach Information über neue Entwicklungen in diesem Bereich. Privat nutze ich es kaum, höchstens, um schnell mal eine Reise zu buchen. Dabei achte ich stark auf die Bewertungsportale zu den entsprechenden Seiten. Ich will schließlich nur auf zuverlässigen Seiten landen.

Internet? Kenne ich mich gar nicht mit aus. Ich nutze es höchst selten, weil ich es zum einen für reine Zeitverschwendung halte. Ich verbringe meine Zeit lieber anders, als mich vor einem Computer zu hocken. Außerdem bin ich jedes Mal völlig geblödet, weil ich so vielen verschiedenen Reizen auf einmal ausgesetzt bin. Ich habe bislang auch noch nicht einmal eine eigene E-Mailadresse.

Meine Lieblingsseite im Internet ist www.schueler-vz.de. Da treffe ich mich fast jeden Tag mit meinen Freunden, mit denen ich dann chatte und mich dabei über alles unterhalten kann, was uns so bewegt. Außerdem kann ich dort viel für meine Schularbeiten erledigen. Ich rate aber jedem, nicht zu viele persönliche Daten ins Internet zu stellen. Damit wird immer wieder Blödsinn angestellt.

Als Werbetechniker bin ich natürlich ganz stark auf das Internet angewiesen. Eigentlich bin ich an sieben Tagen in der Woche rund um die Uhr online. Und das sowohl beruflich als auch im Privatleben. Ich finde das Internet ist wichtig, weil man dort schnell Entscheidungen treffen kann. In erster Linie sehe ich nur Vorteile – der einzige Nachteil sind für mich die nervigen Spam-Mails. CM-FOTOS: C. MARKWORT