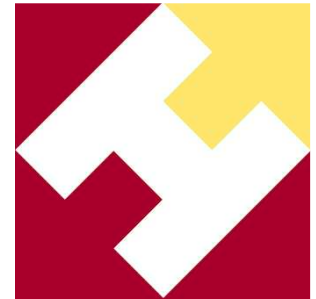


Web 2.0

Möglichkeiten, Nutzungsverhalten, gesellschaftliche Folgen

ekz Reutlingen, 13. Juni 2007



Waren Sie heute schon im Web 2.0?

The collage features several prominent web 2.0 platforms:

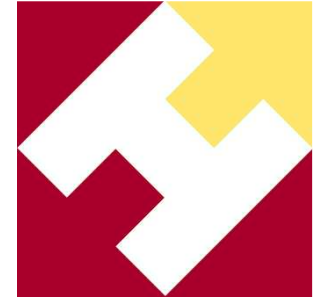
- YouTube:** Shows the homepage with video thumbnails and navigation options.
- Wikipedia:** Displays the German Wikipedia homepage with the title 'Willkommen bei Wikipedia'.
- Flickr:** Shows a photo gallery with the title 'Explore' and a search bar.
- Second Life:** Displays the 'Second Life' website with a 3D virtual world scene and a 'JOIN NOW' button.
- Podster.de:** Shows a podcast directory website with search and navigation options.
- Weiterbildungsblog.de:** Displays a blog page with a calendar and a search bar.

Text overlays on the collage include:

- Wikipedia:** 'Wikipedia ist ein Projekt zum Aufbau einer Enzyklopädie aus freien Inhalten in allen Sprachen der Welt. Jeder kann mit seinem Wissen beitragen. Seit Mai 2001 entstanden so 537.182 Artikel in deutscher Sprache. Gute Autoren und Autoren sind stets willkommen.'
- Flickr:** 'Flickr labs have been hard at work creating a way to show you some of the most awesome photos on Flickr. We like to call it **interestingness**. Explore the gorgeously by choosing a point in time.'
- Second Life:** 'WHAT IS SECOND LIFE? SHOWCASE BUSINESS & EDUCATION DEVELOPERS COMMUNITY BLOG SUPPORT Search Second Life' and 'JOIN NOW MEMBERSHIP IS FREE! SECOND LIFE IS A 3D ONLINE DIGITAL WORLD IMAGINED, CREATED, & OWNED BY ITS RESIDENTS.'
- Weiterbildungsblog.de:** 'global focus University challenge' and 'Auch sie gehören zu unserer Bildungslandschaft: die Business Schools. Über den Wert ihrer Ausbildung wird in schöner Regelmäßigkeit gestritten. Trotzdem werden mit ihnen auch heute noch fast kartenweit verkauft. Und selbst ein gedrohter Sissy wie Bill Gates kann nicht von ihnen lassen. Deshalb sei ein kurzer Blick über den Zaun gestattet: Wir sehen dort Europäer auf der Suche nach Innovations-, Business Schools und Beratern, die auf die gleichen Kunden schielen, und die Frage, ob das amerikanische Modell (Fokus auf MBAs) oder das europäische Modell (Fokus auf executive education und custom programs) zukunftsfähiger sind.'

Dr. Claus Hoffmann
Beratung, Projekte, Kommunikation
www.claus-hoffmann.de

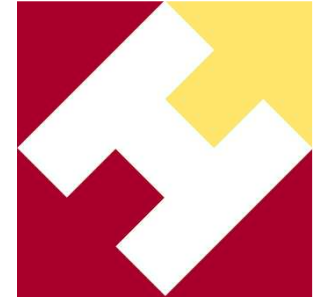
Neuer Hype?!



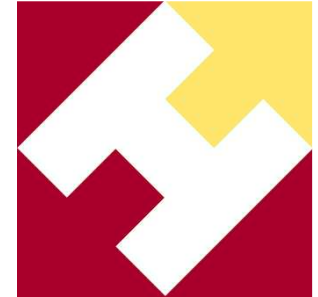
1.650.000.000 \$



Neuer Hype?!



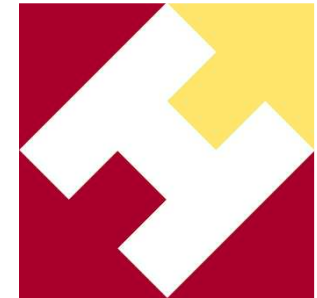
- 708 Mio. Treffer bei Google für Web 2.0
- Google übernimmt RSS-Dienstleister Feedburner für 100 Mio. \$
- eBay kauft StumbleUpon für 75 Mio. \$
- CBS kauft Last.fm für 280 Mio. \$
- Burda beteiligt sich an Blog.de
- Yahoo kauft Wettbewerbsplattform Bix
- Google kauft Wiki-Anbieter JotSpot
- Kostenlose Blog-Software von Microsoft
- Facebook bietet sich für eine Milliarde US-Dollar Yahoo an
- ProSiebenSat.1 steigt bei MyVideo.de ein
- Europäische Versionen von YouTube und Flickr



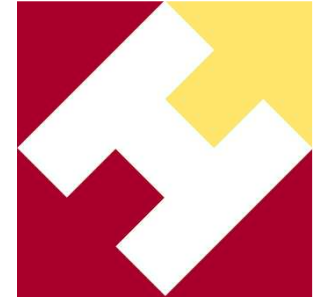
Was ist das Web 2.0?

- Ein Marketing-Begriff, den Tim O'Reilly, Gründer des gleichnamigen Verlags, erfunden hat.
- „*Ein Jargon, von dem keiner auch nur weiß, was er bedeuten soll*“ (Tim Berners-Lee)
- Das interaktionale Internet?
- Technisch gesehen keine neue Version des Internet (HTML, CSS, JavaScript, XML, PHP und Datenbanken).
- Kreativer Einsatz bestehender Techniken (z.B. AJAX)
- Alles Beta?

Neue Schlagwörter...

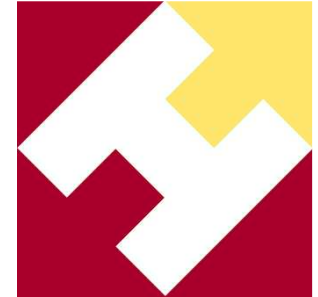


Web 2.0 Anwendungen



- Video-Communities
- Foto-Communities
- Social-Networking-Sites
- Weblogs
- Podcasts
- Wiki-Websites
- Virtuelle Welten und Spielumgebungen

Beispiele

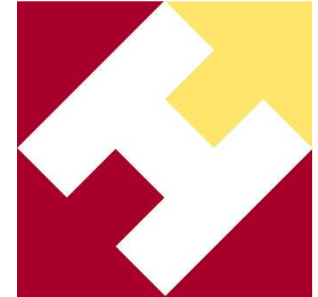


- www.youtube.de Online Videos anschauen und bereitstellen
- www.flickr.com Online Bilder anschauen und bereitstellen
- www.secondlife.com Virtuelle Welt und Community
- www.twoday.net Blog-Plattform und Blog-Hoster
- www.myspace.com Erfolgreicher Homepage-Baukasten
- www.xing.com Geschäftskontakte pflegen und vermitteln
- www.delicious.com Lesezeichen (Bookmarks) austauschen
- www.wikipedia.de Online-Enzyklopädie auf wiki-Basis
- www.skype.com Telefonieren und kommunizieren übers Netz
- docs.google.com Office-Dokumente online (gemeinsam) bearbeiten
- maps.google.de Karten und Satellitenbilder
- www.plazes.com Wo bin ich gerade?
- www.itunes.com Podcast-Verzeichnis mit über 80.000 Einträgen

Mehr Beispiele z.B. unter

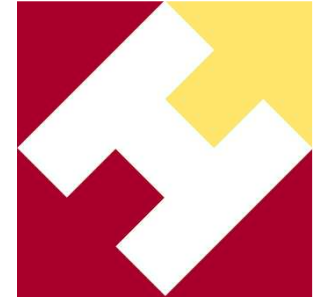
- <http://www.drweb.de/web20/web20-liste-dienste-tools.shtml>

Was ist neu?



- Soziale Netzwerke – Soziale Software:
Menschen verknüpfen sich sozial *und* technisch
- Du bist Internet! – User-Generated-Content:
Mediennutzer stellen Inhalte auf Plattformen bereit
- Alles ist im Fluss – Mash up:
Inhalte verschiedener Websites lassen sich kombinieren
- Web-Services:
Software und Anwendungen stellt das Internet bereit
- Rückgang technischer Barrieren

Warum erst jetzt?

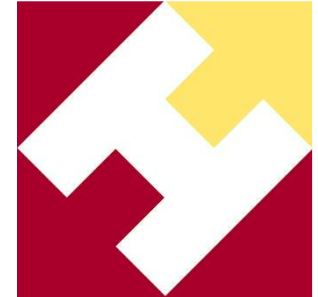


Seit dem Jahr 2000 gab es vor allem folgende Entwicklungen:

- **Breitbandzugänge**
Mittlerweile verfügen über 50 % der Bevölkerung über Breitband.
- **Speicherplatz**
Die Kosten für Speicherplatz sind dramatisch gefallen.
- **Verfügbarkeit des Internets**
Flatrates und mobile Netze ermöglichen eine Überall-Verfügbarkeit des Internets zu akzeptablen Kosten

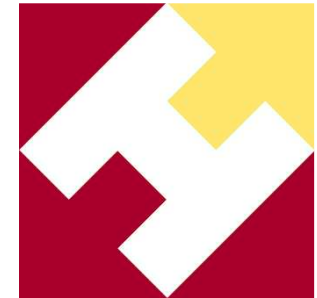
=> *Altbekanntes wurde zu Neuem: Web 2.0*

Bedürfnisse der Mediennutzung



- **Information und kognitive Kontrolle der Umwelt**
 - Orientierung an der Umwelt
 - Ratsuche, Neugier, Lernen
 - Sicherheit durch Wissen
- **Ablenkung und Distanzierung von der Umwelt**
 - Rückzug aus Alltagszwängen
 - Flucht vor der Belastung mit Problemen
 - Freiheit der Gefühle
- **Förderung persönlicher Kontakte und sozialer Integration**
 - Gemeinsamkeit mit Personen, die im Medium präsent sind
 - Medieninhalten als Gesprächsstoff
- **Stärkung der persönlichen Identität**
 - Vergleich der Medieninhalte mit der eigenen Situation
 - Ausweitung der eigenen Realitätserfahrung durch die Medienrealität
 - Bestätigung und Bekräftigung der eigenen Werteorientierung

Nutzung Internet



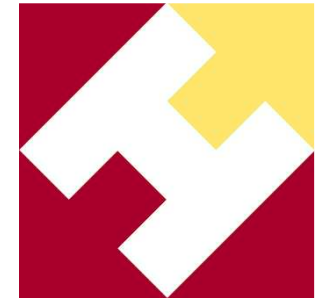
Internet-Nutzer in Deutschland Entwicklung der Onlinenutzung 1997 bis 2007 Anteil in %

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Gesamt	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7
Geschlecht											
Männlich	10	15,7	23,9	36,6	48,3	53	62,6	64,2	67,5	67,3	68,9
Weiblich	3,3	5,6	11,7	21,3	30,1	36	45,2	47,3	49,1	52,4	56,9
Alter in Jahren											
14-19	6,3	15,6	30	48,5	67,4	76,9	92,1	94,7	95,7	97,3	95,8
20-29	13	20,7	33	54,6	65,5	80,3	81,9	82,8	85,3	87,3	94,3
30-39	12,4	18,9	24,5	41,1	50,3	65,6	73,1	75,9	79,9	80,6	81,9
40-49	7,7	11,1	19,6	32,2	49,3	47,8	67,4	69,9	71,0	72,0	73,8
50-59	3	4,4	15,1	22,1	32,2	35,4	48,8	52,7	56,5	60,0	64,2
60 und älter	0,2	0,8	1,9	4,4	8,1	7,8	13,3	14,5	18,4	20,3	25,1
Berufstätigkeit											
in Ausbildung	15,1	24,7	37,9	58,5	79,4	81,1	91,6	94,5	97,4	98,6	97,6
berufstätig	9,1	13,8	23,1	38,4	48,4	59,3	69,6	73,4	77,1	74,0	78,6
Rentner/nicht berufstätig	0,5	1,7	4,2	6,8	14,5	14,8	21,3	22,9	26,3	28,3	32,0

Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland

Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudie 1998 - 2007

Nutzung Web 2.0



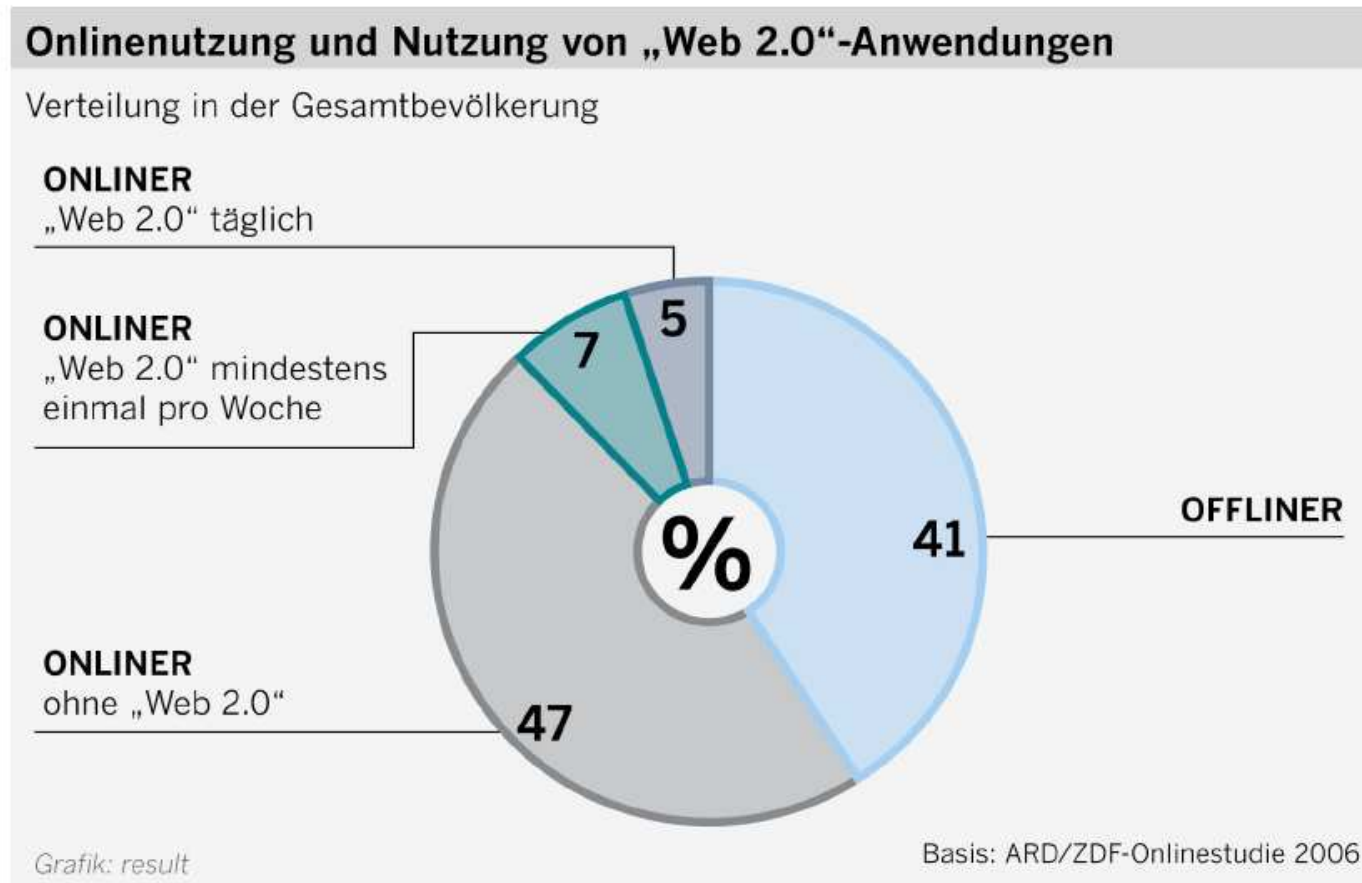
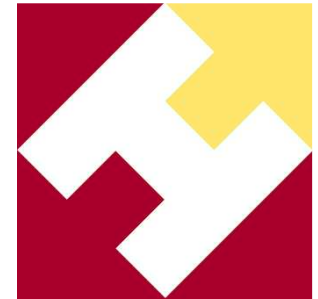
Nutzung multimedialer Anwendungen 2003 bis 2007 „mindestens wöchentlich“

	2003	2004	2005	2006	2007
Videos/Videodateien ansehen/herunterladen	10	7	6	7	14
Audiodateien anhören/herunterladen	17	11	11	12	14
live im Internet fernsehen	2	1	2	2	2
live im Internet Radiohören	7	6	6	11	11
Podcast	-	-	-	3	3
Vodcast	-	-	-	1	2

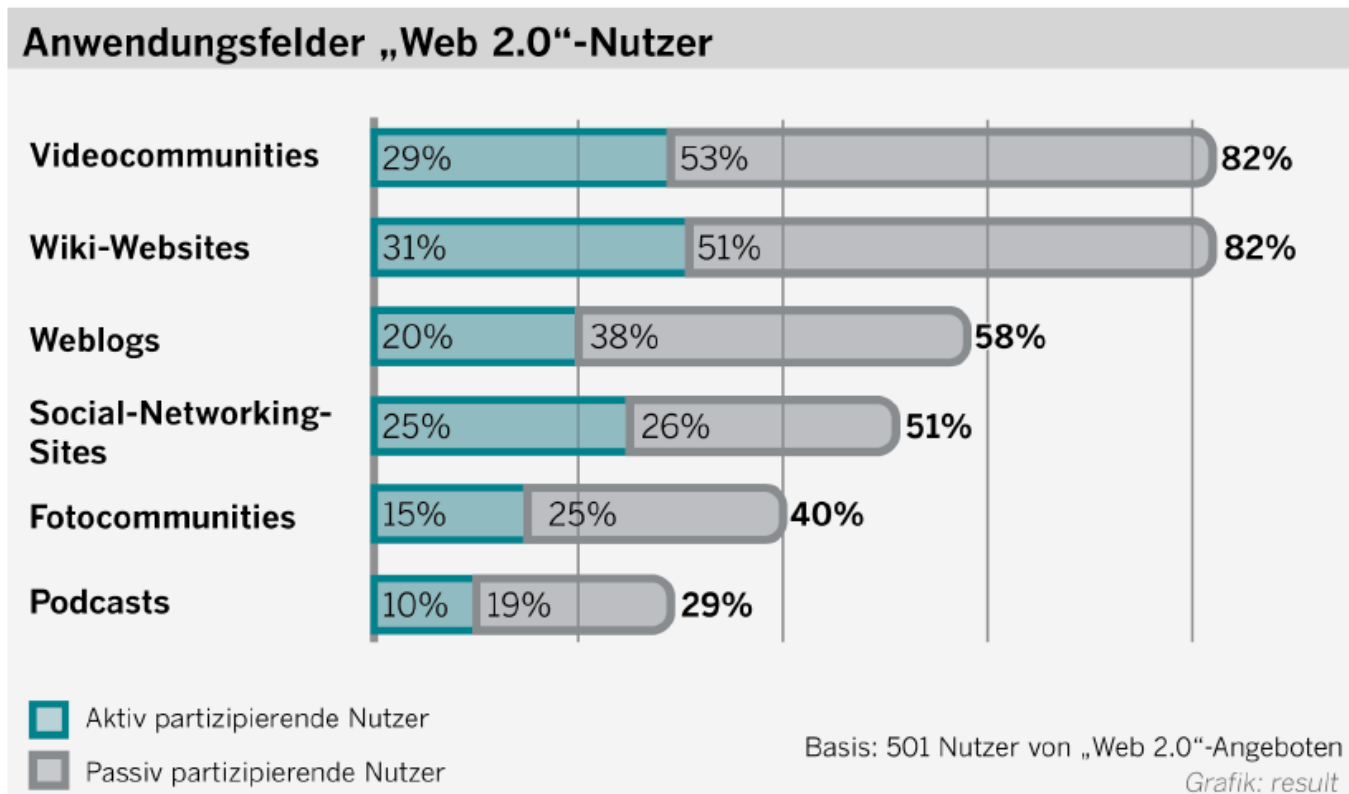
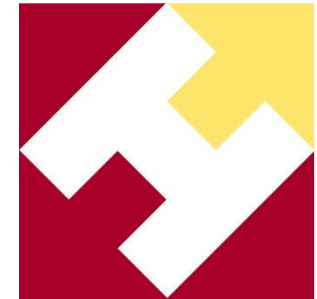
Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2003 - 2007

- **Suchtreffer „G8“**
 - 1,8 Mio. Treffer bei Google Blog-Suche (www.google.de/blogsearch)
 - 81 Mio. Treffer bei Google (www.google.de)
 - 61.640 Treffer bei Technorati

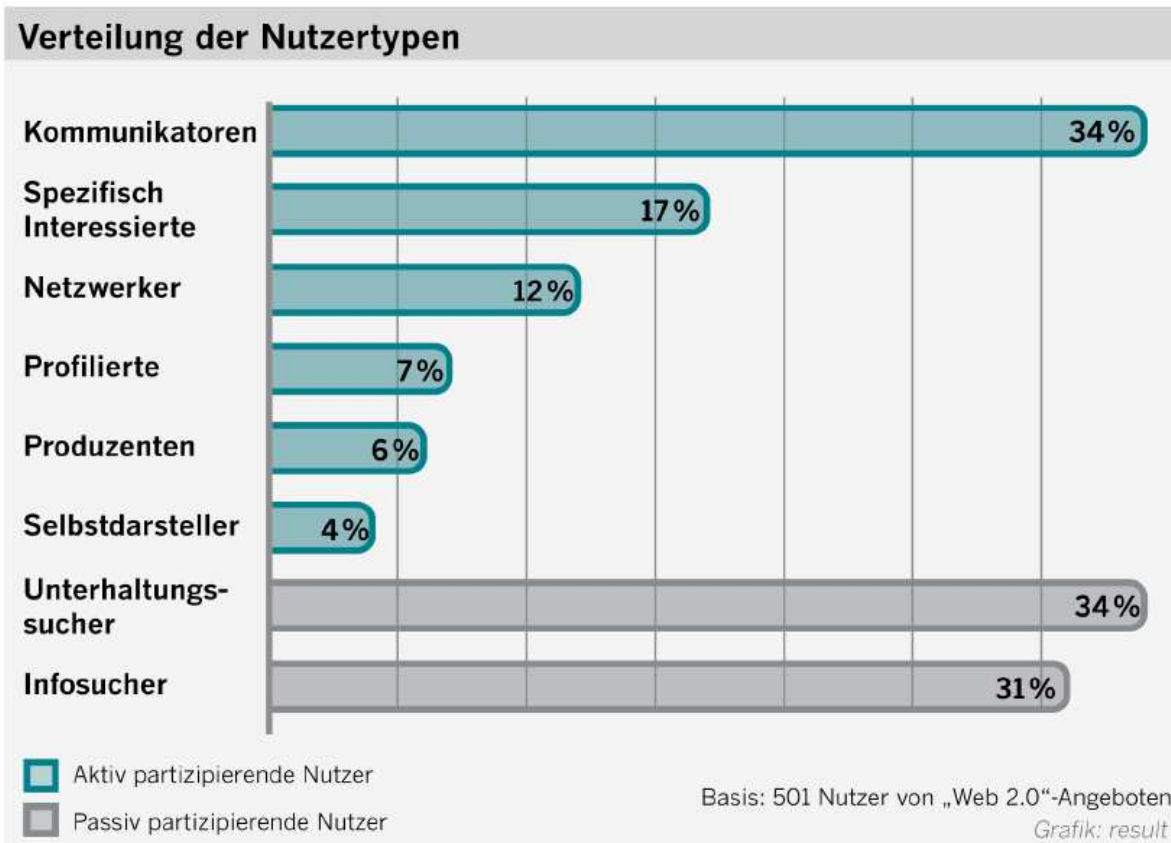
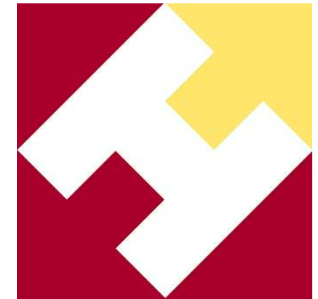
Nutzung Web 2.0



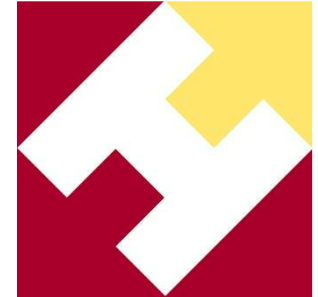
Nutzung Web 2.0



Nutzertypen Web 2.0

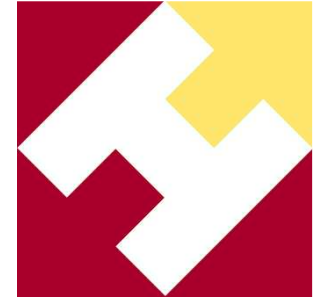


Veränderung der Mediennutzung durch Web 2.0



- Nutzungsfrequenz anderer Medien wird kaum tangiert.
- Klassische Medien: Glaubwürdigkeit und Allgemeingültigkeit sind für die Nutzung entscheidend.
- Der Nutzer wählt souverän aus dem gesamten Medienangebot aus.
- Wichtiges Auswahlkriterium: Entscheidung zwischen eigener Aktivität oder Rezeption („Couch Potatoe“)
- Mediennutzung wird durch soziale Situation bestimmt: Internet eher individuelle Nutzung.
- Parallele Nutzung von Medien verändert sich (vermehrt Internet und Hörfunk).
- Medien ergänzen sich im Tagesablauf.

Neue Ära der Mediengeschichte?



1. Gutenberg-Galaxis

Übergang von mündlicher zu schriftlicher Kommunikation

2. McLuhan-Galaxis

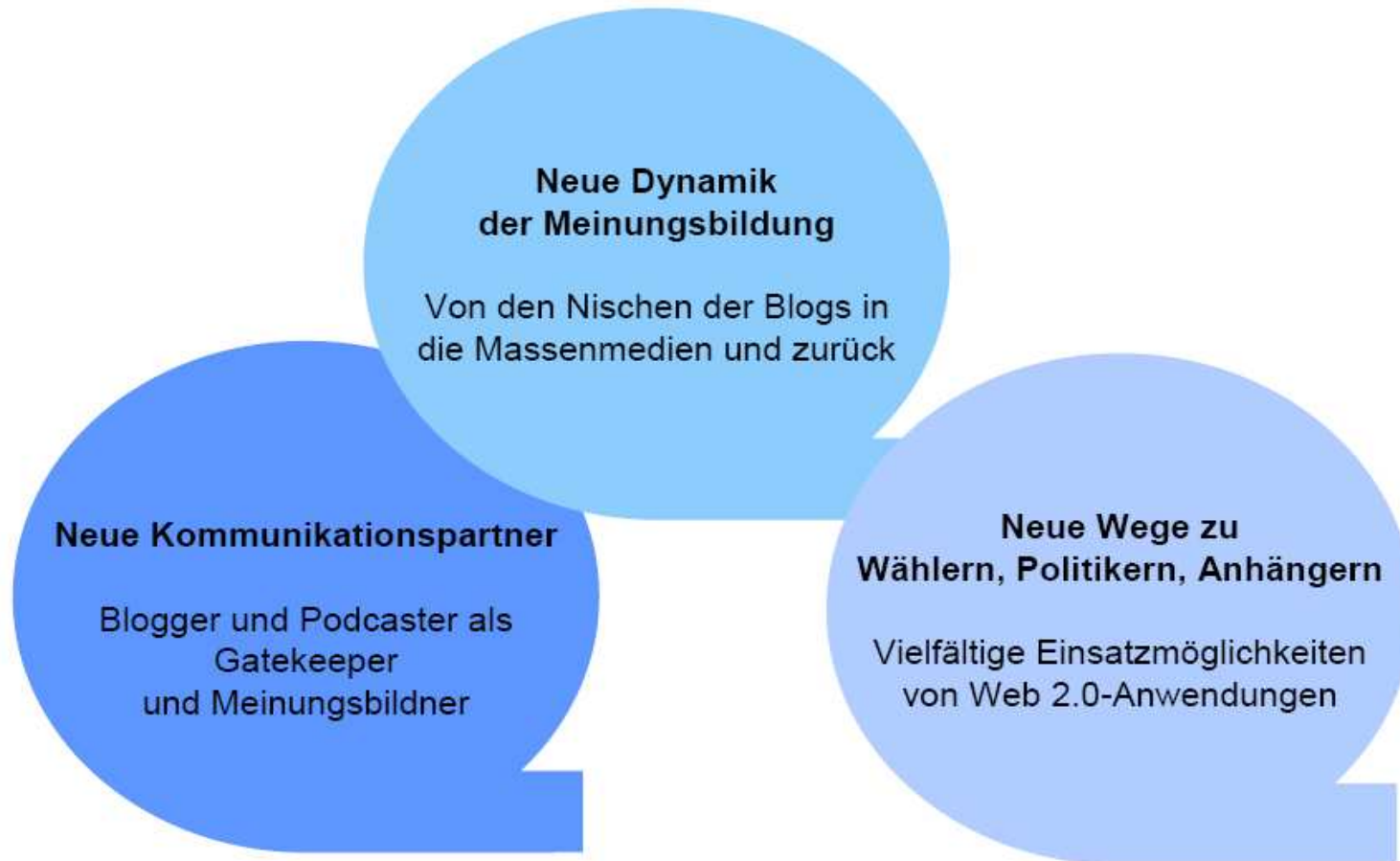
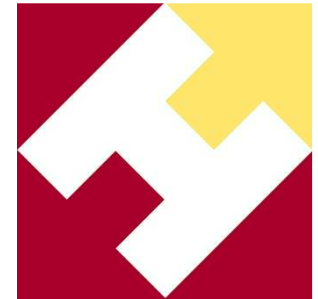
Verbreitung von Massenmedien

3. Web 2.0-Welt

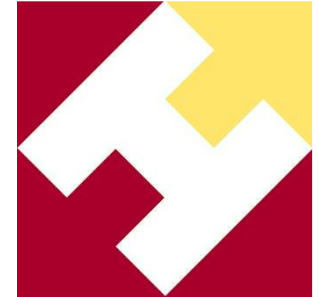
Grenzenlosigkeit – jedermann kann ohne großen Aufwand Inhalte publizieren

=> Mitreden, Mitteilen, Mitmachen und Mitgestalten sind nicht mehr begrenzt

Gesellschaftliche Folgen

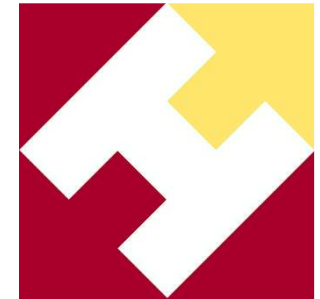


Gesellschaftliche Folgen

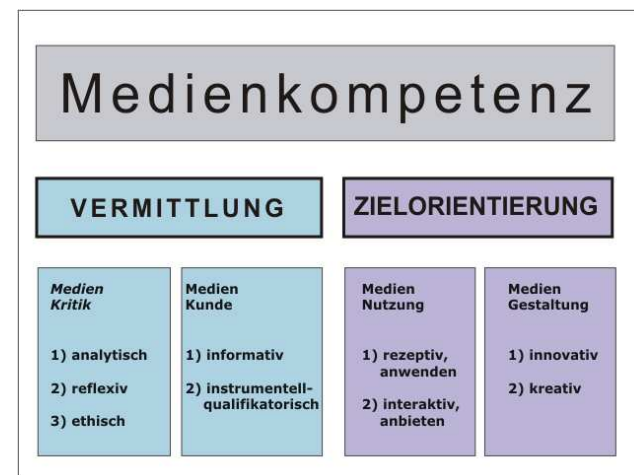


- **Wissensluft**
 - Bevölkerungsgruppen mit höherem sozioökonomischen Status nehmen Informationen schneller auf als Gruppen mit niedrigerem Status
- **Primäre Digitale Spaltung**
 - Zugang zum Internet bzw. zum Breitband-Internet
 - Technisch geprägt
- **Sekundäre Digitale Spaltung**
 - Medienkompetenz: Fähigkeit, Medien und ihre Inhalte den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend effektiv zu nutzen.
 - Sozialpsychologisch geprägt

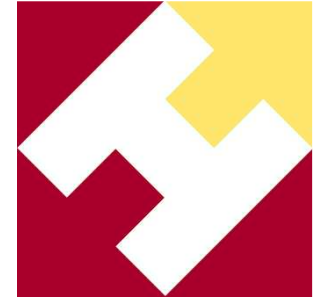
Medienkompetenz



- **Medienkritik**
Problematische gesellschaftliche Prozesse angemessen erfassen
- **Medienkunde**
Wissen über die heutigen Mediensysteme
- **Mediennutzung**
Aktive Kommunikation und kompetente Rezeption
- **Mediengestaltung**
Innovative Veränderung und kreative Gestaltung

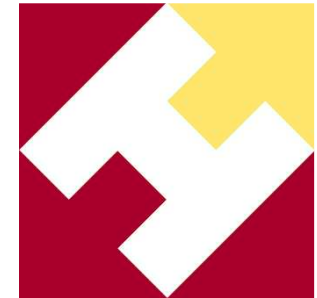


Kompetenz 2.0

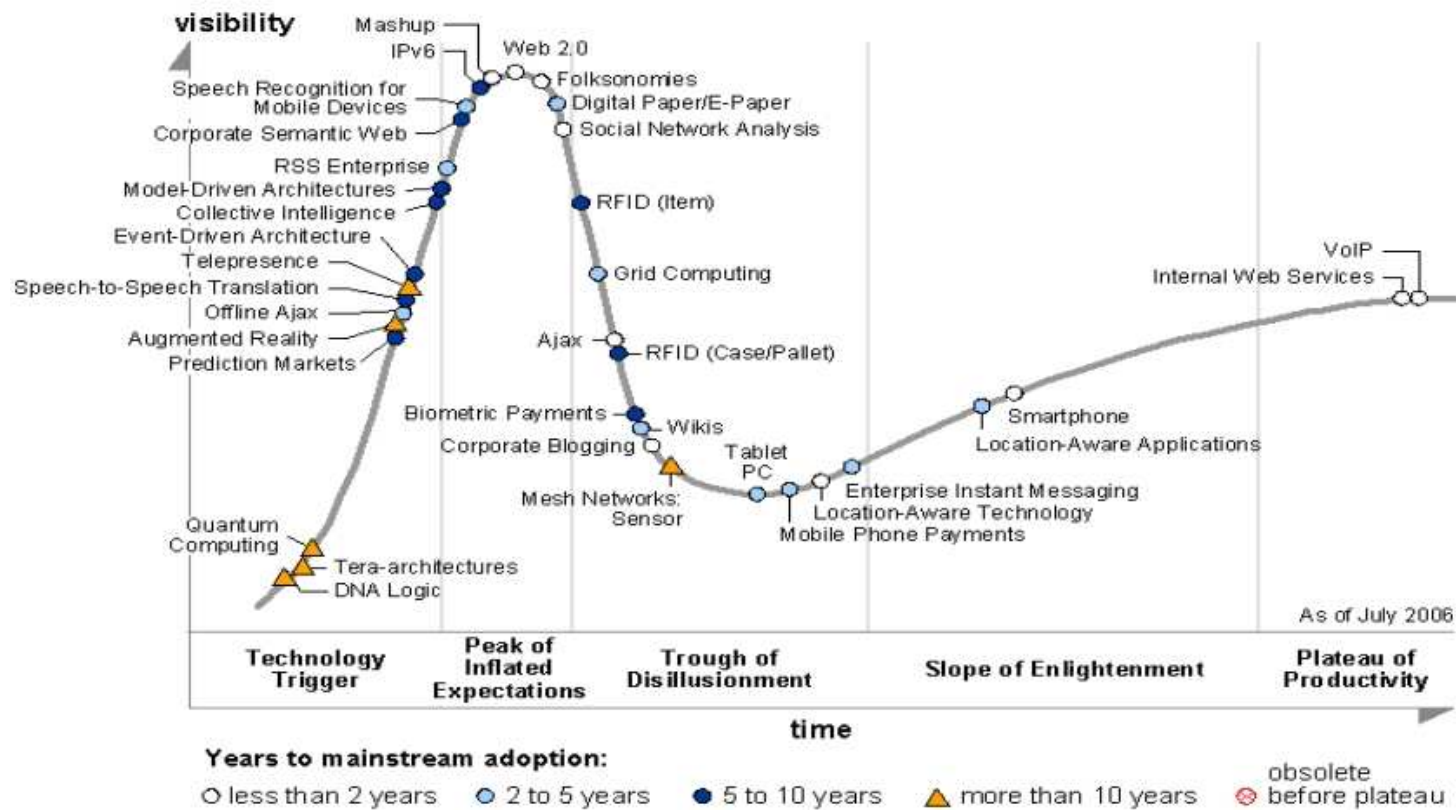


- **Mediale Kompetenzen**
 - Web 2.0-Anwendungen sind häufig wenig benutzerfreundlich
 - „Web 2.0 = Usability 0.0“
 - Kenntnisse über Medieneigenschaften
- **Kommunikative Kompetenzen**
 - Informationshandhabung
 - Umgang mit Sprache, Verständlichkeit, Rhetorik
- **Soziale Kompetenzen**
 - Empathiefähigkeit: Welche Wirkung erziele ich mit Veröffentlichungen bei anderen?
 - Sensibilität für soziale Prozesse
 - Kritikfähigkeit und Feedback

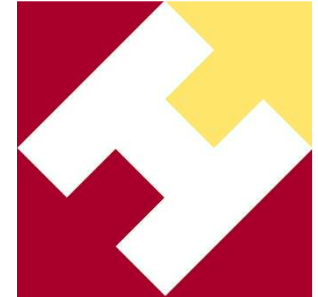
Was kommt nach dem Hype – Web 3.0?



2006 Hype Cycle for Emerging Technologies



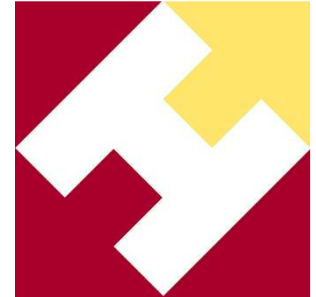
Was von Web 2.0 bleibt



*„Es ergibt sich gewissermaßen als ein Grundgesetz der Entwicklung des Nachrichtenwesens, dass die einfachsten Mittel, Formen und Methoden, wenn sie nur einmal eingebürgert und brauchbar gefunden worden sind, auch von den vollkommendsten und höchst entwickelten **niemals wieder gänzlich und dauernd verdrängt und außer Gebrauch gesetzt werden können**, sondern sich neben diesen erhalten, nur daß sie genötigt werden, andere Aufgaben und Verwertungsgebiete aufzusuchen.“*

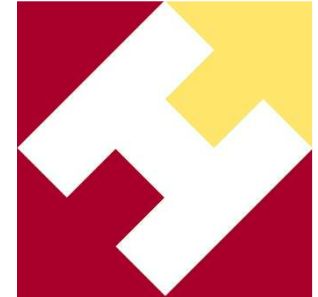
Wolfgang Riepl, Das Nachrichtenwesen des Altertums, Leipzig 1913

www.claus-hoffmann.de



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

Dr. Claus Hoffmann



- Selbständiger Berater und Kommunikationsexperte
- Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim
- Promotion an der Universität Hohenheim zur Mitarbeiterkommunikation
- Lehrbeauftragter an der Universität Hohenheim für Medien- und Redaktionsmanagement
- Langjähriger Unit-Leiter Bildung der MFG Baden-Württemberg (www.mfg.de)
- Seit 13 Jahren im Bereich Kommunikation und Innovation aktiv.
- Management zahlreicher Technologie- und Innovationsprojekte