

Artikel im VSStÖ-Magazin „COGITO“, erschienen im Februar 2006, Autor:
leonhard.dobusch@reflex.at

Wer will Web 2.0?

Das World Wide Web zwischen Idealismus und Kommerz

Das Platzen der Dot-Com-Blase und das Ende der „New Economy“ im Jahr 2000 war nicht das Ende neuer Möglichkeiten im und rund um das Internet. Es war in erster Linie der Bankrott herkömmlicher Geschäftsmodelle aus der Welt abnehmender Grenzerträge und natürlicher Güterknappheit unter den konträren Rahmenbedingungen des Cyberspace. Und inzwischen scheint erst diese Schumpeter'sche Periode „kreativer Zerstörung“ wirklich *neuen* Ideen, Projekten und auch Geschäftsmodellen den Weg geebnet zu haben.

Mit dem Begriff „Web 2.0“¹ werden dementsprechend nicht (nur) neue Technologien sondern neue Nutzungsansätze im weltweiten Datennetz bezeichnet. Ansätze, die endlich die spezifischen Besonderheiten des World Wide Web zu nutzen beginnen: Hyperlinks. Interaktivität und Interaktion der NutzerInnen. Ständige schöpferische Rekombination verschiedenster Inhalte und Technologien.

Verschiedenste Pioniere

Pioniere des Web 2.0 waren und sind Projekte wie Wikipedia, Phänomene wie die „Blogosphäre“ und Firmen wie Google, Amazon und Ebay. Die freie Enzyklopädie Wikipedia zeigt auf erstaunliche Weise Qualität und Potential kumulativ-idealistischen Engagements zum Vorteil der gesamten Menschheit. Weblogs und Podcasts hauchen als RSS-Feeds „toten“ Links Leben ein und schaffen über ihre spezifische Vernetztheit erst eine Öffentlichkeit, die es sonst im weltweiten Informationschaos trotz ubiquitärer Zugänglichkeit nicht gäbe. Die erwähnten und höchst erfolgreichen Firmen wiederum haben als Erste begriffen, dass es im Internet nicht länger um die Software, sondern um Service unter Einbindung der NutzerInnen geht. So ist die Stärke von Ebay nicht dessen überlegene Versteigerungssoftware, sondern seine riesige Datenbank an Nutzerinnen und Nutzern. Die Stärke von Google ist nicht der Suchalgorithmus sondern die täglich anschwellende

¹ Vgl. den Artikel von Tim O'Reilly „What is Web 2.0“ unter
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

Datenbank aus dem immer unübersichtlicheren Netz von Google-Anwendungen und die damit mögliche kontextsensitive Werbung.

Das wahre Potential von Web-Technologien zeigen aber erst die jüngsten Rekombinationen vorhandener Komponentendienste zu immer neuen und immer genialeren Anwendungen: Ein Beispiel für solche „Mashups“ – ein aus der Hip-Hop-Kultur entlehnter Begriff für „Remixes“ – ist „housingmaps.com“, das die Lage der auf „craigslist.org“ angebotenen Wohnungen per Google-Maps komfortabel zugänglich macht.

Zwei Hemisphären

Gleichzeitig ist mit Web 2.0 aber keineswegs ein „Goldenes Zeitalter“ für das Internet angebrochen. Welches Antlitz sich zukünftigen Internet-BenutzerInnen bieten wird, ist Gegenstand in ihrer Bedeutung stark unterschätzter Interpretations- und Machtkämpfe: Wie die einleitend in aller Kürze dargestellten Beispiele bereits zeigen, lässt sich die „Web 2.0“-Welt grob in zwei Hemisphären gliedern: Eine kommerzielle und eine (meist: demonstrativ) nicht-kommerzielle. So verweigert sich Wikipedia als eine der meist besuchten Websites der Welt - trotz größter Finanznöte - (noch) der Versuchung, auch nur irgendeine Form von Werbung zuzulassen.

Bei Weblogs ist die Trennung schon alles andere als scharf: Die große Mehrheit der Blogger nutzt für ihre Seiten Angebote kommerziell-werbefinanzierter Betreiber. Da kann es kritisch-unbequemen Bloggern dann auch schnell passieren, dass ihr „Host“ mit dem Blog kurzen Prozess macht, wie das Microsoft bei einem chinesischen Dissidenten-Blogger vorgeführt hat.²

Trau, schau, wem?

Noch kritischer ist die Situation in völlig kommerziellen Bereichen, wobei sich der Kampf längst nicht mehr auf die Art der Software(-Lizenz) beschränkt: Software war gestern, was heute und morgen zählt sind Daten. Anders ausgedrückt: Während sich Softwarefunktionen relativ leicht imitieren und schlecht beschützen lassen – die Open Source Community lehrt Microsoft nicht umsonst das Fürchten – sieht es mit Datenbeständen genau umgekehrt aus.

² Unter <http://www.heise.de/newsticker/meldung/68060> berichte Heise-Online davon, dass Microsoft die Einträge des in seiner Heimatregion bekannten chinesischen Webloggers Zhao Jing vom Netz genommen hat, der unter dem Online-Pseudonym "Michael Anti" über einen Streik bei der chinesischen Tageszeitung *The Beijing News* berichtet hatte. Microsoft habe auf Kritik an der Maßnahme erklärt, „[e]s sei besser, in China vertreten zu sein“.

Einmal gesammelt sind Daten in der Regel jeder Kontrolle entzogen. Datenschutzgesetze haben gegen die Macht des Faktischen den Charakter von frommen Wünschen, Firmen wie Amazon lassen eine vollständige Löschung von Daten als Gnadentat erscheinen.³

Dabei liegt das Problem aber nicht (nur) in klassischen Datenschutzaspekten sondern vielmehr in der mit großen Datenbanken verbundenen (Markt-)Macht. Ein gutes Beispiel liefert wieder Online-Händler Amazon: Sein Vorteil gegenüber heutigen und zukünftigen KonkurrentInnen sind weder geringere Preise (Buchpreisbindung!) noch bessere Software (Online-Shop-Software ist eher trivial). Der Vorsprung gründet sich sowohl auf der riesigen Anzahl an freiwilligen RezensentInnen als auch auf den individuell zugeschnittenen Empfehlungen, die Amazon aus der jeweils persönlichen Bestell-Historie und ähnlichen Bestellungen tausender anderer KundInnen destilliert. Wer von Amazon zur Konkurrenz wechselt kann seine persönlichen Einkaufsdaten ebenso wenig mitnehmen, wie die Konkurrenz mit einem vergleichbaren Kundendatenstamm aufwarten kann.

Gegenbewegungen

Die größte Gefahr für Freiheit und Zugänglichkeit des Internet erblicken aber immer mehr Kritiker der völligen Kommerzialisierung im neuen Branchenprimus Google. Schon vor dessen jüngster Allianz mit dem größten US-Provider AOL wurde beklagt, dass Websites außerhalb von Googles proprietär-geheimem Suchalgorithmus für Normal-UserInnen de facto nicht existieren. Ersten Gegenbewegungen wie der Versuch der französischen Regierung, eine staatliche Suchmaschine namens „Quaero“⁴ aufzubauen, oder Initiativen zur Entwicklung einer Open-Source-Suchmaschine⁵ waren zumindest bislang kein großer Erfolg beschieden.

Ein Fazit zu Web 2.0 wird dabei wohl mindestens solange auf sich warten lassen müssen, wie die Bezeichnung „Beta“ noch die große Mehrzahl an Services im Googleversum schmückt.⁶

³ Das Konsumentenmagazin „Help“ berichtete über einen derartigen Fall und zog das ernüchternde Fazit „Ob derartiges [die tatsächliche Löschung der Daten, Anm.] auch tatsächlich passiert, kann man als Konsument allerdings nicht nachprüfen.“ (<http://help.orf.at/?story=4035>)

⁴ „Frankreich forciert Pläne für europäische Google-Konkurrenz“, Heise-Newsticker vom 31.08.2005, nach <http://www.heise.de/newsticker/meldung/63429>, Abruf: 20.10.2005

⁵ Die von Richard Sietmann in c't-Magazin 16/05, S 52, geschilderte Open-Source-Suchmaschine soll nicht nur einen öffentlichen Suchalgorithmus verwenden, sondern auf der aus Tauschbörsen bekannten Peer-to-Peer (P2P) Technik beruhen. So sollen auch bislang versteckte Regionen des Internet erfasst werden.

⁶ Die Mehrzahl von Googles neuen Services, von Online-Netzwerk „Orkut“ bis zum Mailservice „GMail“, sind noch mit dem Zusatz „Beta“ versehen und gelten damit als immer noch „unfertig“.

Das schnelle Wachstum sowohl kommerzieller als auch nicht-kommerzieller Projekte lässt aber hoffen, dass die Idee eines möglichst freien Internet (noch) nicht endgültig Tod ist.

Info-Box 1: Google: Das Microsoft des Web 2.0?

War das Betriebssystem „Windows“ Microsofts Schlüssel zur Beherrschung des PC-Desktops, scheint Google von seiner Suchmaschine ausgehend das Internet zu erobern. Während Microsoft mit Hilfe seines Windows-Monopols der Reihe nach Lotus 123, WordPerfect und den Netscape Navigator durch eigene Produkte ersetzt hat, warnen Kritiker davor, dass Google im Internet zu ähnlicher Expansion fähig ist. Gerade das (bisherige) Scheitern Microsofts, dessen MSN-Suchmaschine trotz immensen Mitteleinsatzes bislang immer noch eher Boden verliert als gutmacht, gilt hier als Indikator für die bereits vorhandene (Markt-)Macht von Google. Verstärkt wird die Skepsis durch eine enorme Datensammelwut Googles: Ob über die Google-Toolbar, die Adressbücher in Gmail, die privaten Kontakte in Orkut oder die neue Handelsplattform GoogleBase, überall werden fleissig Daten gesammelt und verknüpft. Eine Kontrolle der BenutzerInnen über ihre Daten und wie sie verwendet werden, wird ob dieser Unübersichtlichkeit immer schwieriger.

Info-Box 2: Wikipedia: Freiheit mit Ablaufdatum?

Bis vor kurzem noch „everybody’s darling“ hat das Image der Wikipedia durch vereinzelte Fehler und Urheberrechtsverletzungen inzwischen ein wenig gelitten. Trotzdem ist die freie Enzyklopädie und ihre große Zahl an Ablegern (von Wiktionary über WikiBooks bis hin zu WikiMedia) bislang der (eindrucksvolle) Beweis dafür, dass die Möglichkeiten und Potentiale im Web 2.0 auch frei, transparent und nicht-kommerziell genutzt werden können. Ob das auf Dauer so bleibt bzw. bleiben kann, ist dabei aber noch längst nicht entschieden.

Glossar: Web 2.0 Wörterbuch⁷

Blog bzw. Weblog: Online-Tagebücher, die sich durch häufige Aktualisierungen sowie durch viele Verlinkungen auszeichnen. Die Gesamtheit aller Weblogs wird auch als „Blogosphäre“ bezeichnet.

Mashup: Ein Website oder eine Web-Anwendung, die Inhalte aus mehr als einer Quelle zu einem ganzheitlichen Ergebnis nahtlos kombiniert.

⁷ Sämtliche Erklärungen des Glossars basieren auf Informationen der Wikipedia, <http://de.wikipedia.org>

PageRank: Der PageRank, ein Wortspiel aus dem englischen „Rank“ für Reihung und „Page“, dem Namen des Google-Gründers Larry Page bzw. gleichzeitig dem Wort für „(Web-)Seite“, bezeichnet Googles internen Maßstab für Qualität und Vertrauenswürdigkeit einer Seite. Wesentlich dafür sind die Anzahl sowie die Herkunft der Links, die auf eine Homepage verweisen.

Peer-to-Peer bzw. P2P: In einem Peer-to-Peer-Netz sind alle Computer gleichberechtigt und können sowohl Dienste in Anspruch nehmen als auch Dienste zur Verfügung stellen, es hat keinen zentralen Server. Online-Tauschbörsen wie Bittorrent oder EDonkey/EMule funktionieren nach diesem Prinzip.

Podcast: Das Wort "Podcasting" ist eine Symbiose aus (i)Pod und Casting (engl. für senden) und bezeichnet das Produzieren und Veröffentlichen von Audiodateien (z.B. Radiosendungen) über das Internet im Format eines Weblogs mit speziellem RSS-Feed.

RSS(-Feed): RSS (Really Simple Syndication) ermöglicht, die Inhalte einer Webseite – oder Teile davon – zu abonnieren. Die Bereitstellung von Daten im RSS-Format nennt man auch RSS-Feed.