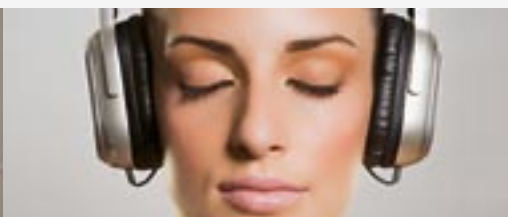


## IM BLICKPUNKT: Web 2.0



Urlaubserinnerungen oder Kochrezepte, Freizeittipps oder wissenschaftliche Beiträge – Sie wollen nicht nur Informationen im Internet abrufen, sondern auch eigene Inhalte in Form von Texten, Bildern, Video- oder Radiosequenzen veröffentlichen? Sie möchten sich mit anderen über die Inhalte austauschen, wollen wissen, wie Ihre Beiträge in der Online-Community ankommen und erfahren, was andere zum Thema beizutragen haben? Sie hätten es insgesamt gerne etwas persönlicher, möchten das World Wide Web aktiv mitgestalten und online neue Wege gehen? Dann dürfte Ihnen das Web 2.0 entgegenkommen!

„Im Blickpunkt: Web 2.0“ versucht, den Begriff näher zu erläutern, beispielhafte Anwendungen aufzuzeigen und diese einzuschätzen, um schließlich einen kleinen Ausblick zu wagen.





## Von Web 1.0 zu Web 2.0

Bevor es um die Klärung des Begriffes Web 2.0 geht, stellt sich zunächst die Frage: Was ist das Web 1.0? Die numerische Bezeichnung stammt aus der Software-Entwicklung und bezeichnet die jeweilige Version eines Programms. Kleinere Entwicklungsstufen werden in Zehntelschritten benannt, größere in ganzen Zahlen. Web 2.0 bezeichnet demnach eine grundlegend weiterentwickelte Version des Web 1.0 – einen qualitativen Sprung. Und hier beginnt der Expertenstreit: Verbirgt sich hinter Web 2.0 tatsächlich etwas grundlegend Neues oder bezeichnet es schon immer Dagewesenes?

Als Web 1.0 fungierte das Internet in seinen Anfangszeiten als eine weitgehend kostenlose interaktive Kommunikationsplattform, auf der sich vornehmlich Wissenschaftler(innen) austauschten. Websites und deren Inhalte waren größtenteils statisch. Das hat sich im Laufe der Jahre grundlegend geändert: Heute reicht der Kreis der Nutzer(innen) weit über die Gruppe der Wissenschaftler(innen) hinaus, gut die Hälfte der Bevölkerung ist inzwischen regelmäßig online. Auch die Angebotsstruktur hat sich verschoben, es dominieren zusehends kommerzielle Anwendungen. Weit verbreitet sind dynamische HTML-Seiten, die mittels Datenbanken und ►Content-Management-Systemen verwaltet und aktualisiert werden. Hierdurch wechseln die Inhalte deutlich häufiger, als es anfangs der Fall war. Viele bezeichnen diesen Zustand als Web 1.5, da sich die Rollen der an der Onlinekommunikation Beteiligten gegenüber den Anfangstagen des Web 1.0 kaum verändert haben: Einige wenige – die „Sender“ – beherrschen die Technik der Onlinepublikation, während die meisten Nutzer(innen) als „Empfänger“ die Inhalte primär empfangen und konsumieren.

Im Web 2.0 kann jeder auch „Sender“ werden, indem mithilfe entsprechender Anwendungen Inhalte eingestellt, kommentiert oder neu zusammengestellt werden. Es entstehen virtuelle Gemeinschaften, die bestimmte Informationen und Wissensbestände teilen.

Web 2.0 ist kein neues World Wide Web, welches das Web 1.0 oder Web 1.5 ablöst. Es umschreibt eine Fülle technischer Weiterentwicklungen und die hieraus entstehenden Anwendungen. Eine wichtige Entwicklung ist der vermehrte Einsatz asynchroner Datenübertragung zwischen Server und Browser (►AJAX: Asynchronous Javascript and XML). Da lediglich Teile einer Website neu bzw. nachgeladen werden, führt dies zu einem erheblich schnelleren Seitenaufbau.

Web 2.0 ist aber nur teilweise technischer Natur: Nachdem das Internet in viele Lebens- und Arbeitsbereiche integriert wurde und sich die technischen Rahmenbedingungen verändert haben (z. B. Preisverfall bei der Hardware, Ausbau des Breitbandnetzes, Vielfalt der Preismodelle inkl. Flatrateangebote), fangen die Nutzer(innen) an, es sich im Netz „bequem zu machen“ und die vorhandene Umgebung nach ihren Vorstellungen und Bedürfnissen auszugestalten. Ein „persönlicheres Netz“ lebt von User(inne)n, die Web 2.0-Anwendungen für sich und für andere nutzen und dabei oft auch etwas von ihrer Person mitteilen – etwa auf Urlaubsfotos in öffentlichen Bilddatenbanken, in Kontaktbörsen oder auf eigenen Websites. Man teilt sich einer teils unbekanntem Gruppe im Internet mit. Mit Web 2.0 ist damit offenbar auch ein anderes Verhalten der Nutzer(innen) verbunden.

Geprägt haben den Begriff Web 2.0 insbesondere Tim O'Reilly und Dale Dougherty, die mit Web 2.0 zunächst eine Veranstaltungsreihe bezeichneten, die sich mit neueren Entwicklungen im WWW be-

### Links zum Begriff Web 2.0

- Tim O'Reillys „Grundsatzartikel“ zu Web 2.0 in deutscher Übersetzung:  
[www.twozero.uni-koeln.de/content/e14/index\\_ger.html](http://www.twozero.uni-koeln.de/content/e14/index_ger.html)
- Der O'Reilly Verlag erklärt Web 2.0:  
[ftp://ftp.oreilly.de/pub/katalog/web20\\_broschuere.pdf](ftp://ftp.oreilly.de/pub/katalog/web20_broschuere.pdf)
- Das deutschsprachige Web 2.0-Sammelalbum:  
[www.web2null.de](http://www.web2null.de)
- Die große Übersicht von Dr. Web:  
[www.drweb.de/web20/](http://www.drweb.de/web20/)

fasste. Ihre Wortschöpfung erzeugte eine nachhaltige Wirkung: Wer heute in einer der populären Suchmaschinen nach „Web 2.0“ sucht, erhält knapp 5 Millionen Einträge, Tendenz steigend.

## Anwendungen im Web 2.0

Web 2.0 umfasst eine Fülle von Anwendungen, die hier näher erläutert werden: ►soziale Software (engl. social software), neue Infoservices, Veröffentlichungsmöglichkeiten von Texten, Bildern, Videos und Tönen, browserbasiertes Arbeiten und Speichern sowie die Neukombination von Anwendungen und Inhalten.

### Soziale Software: Blogs, Wikis und soziale Netzwerke

►Weblogs gehören zu den bedeutendsten Anwendungen, die Web 2.0 ausmachen. Weblogs – oder kürzer: Blogs – sind Online-Journale, die häufig aktualisiert werden und viele Verlinkungen aufweisen. Die Links steuert der oder die Seitenautor(in) bei. Dies können bemerkenswerte und/oder kuriose Webseiten sein. Blogs sind häufig Online-Tagebücher, in denen das Weltgeschehen oder der persönliche Alltag beschrieben werden. Vielleicht findet dieser neuerdings fern der Heimat statt und der oder die Bloginhaber(in) will mit den Alltagsschilderungen den Kontakt zu Freund(inn)en und Bekannten aufrechterhalten. Oder Tierliebhaber(innen) möchten ihr Hobby und ihre Beobachtungen mit anderen teilen.

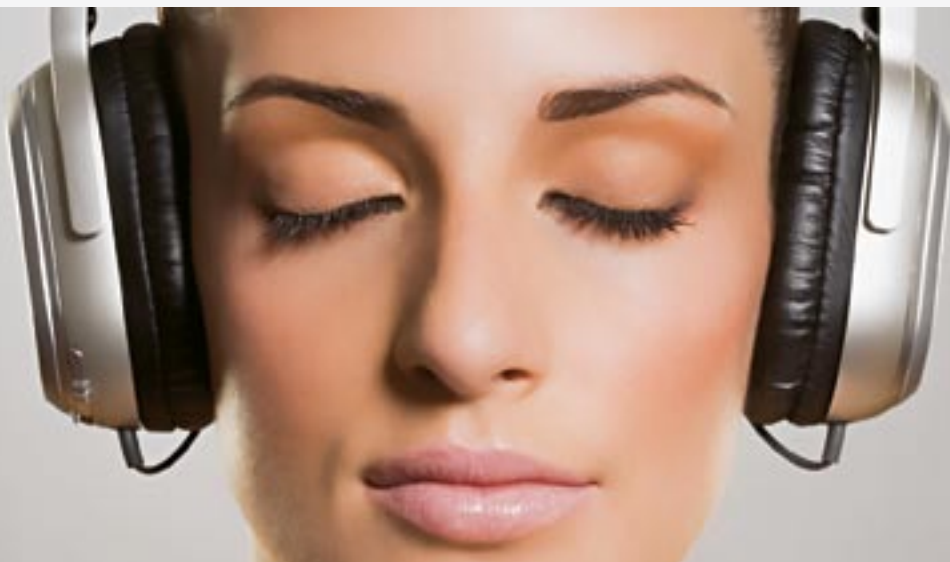
Anders als über die traditionellen Massenmedien, können Bloginhaber(innen) die Öffentlichkeit weitgehend ungefiltert mit ihren Informationen erreichen. Aber auch „offizielle“ Berichterstattung, die mehrere professionelle Bearbeitungsschritte durchläuft, kann in Blogs stattfinden. In der ►Blogosphäre, der Gesamtheit der Weblogs, gibt es alles: subjektive Einzelmeinungen, Firmenblogs zur Verbraucherinformation und Korrespondentennachrichten der Rundfunkanstalten etc. Qualität und Gültigkeit der Informationen aus Blogs sind entsprechend unterschiedlich, wobei Subjektivität und damit Authentizität zum Teil gerade

gewollt sind. Dies erfordert vom Einzelnen permanentes Hinterfragen. Wer mitdiskutieren möchte, kann das Kommentarfeld oder andere Möglichkeiten wie ►Trackbacks und ►Pings nutzen, um eigene Gedanken und Meinungen z. B. über Wege aus dem Pisa-Dilemma, die Schlagzeilen von gestern oder die Vorabend-Ausgabe der Nachrichten mitzuteilen.

Neben Weblogs fällt im Zusammenhang mit Web 2.0 häufig auch der Begriff der ►Wikis und/oder Wikipedia. Wikis sind mit einem offenen Redaktionssystem vergleichbar: Jede(r) Nutzer(in) mit entsprechendem Zugang oder ggf. erforderlicher Berechtigung kann die Inhalte mitgestalten und verändern. Der jeweils letzte Eintrag bleibt bestehen. Wikis eignen sich insbesondere zur Erstellung von netzbasierten Nachschlagewerken und sind der Output eines Netzwerks interessierter Schreiber(inne)n, die ihr Wissen der Allgemeinheit unentgeltlich zur Verfügung stellen. Eines der populärsten Wikis ist Wikipedia, ein Projekt zum Aufbau einer freien Enzyklopädie. Ebenso wie bei den Weblogs gilt allerdings auch für Wikis: So heterogen die Autorenschar, so unterschiedlich ist auch die Qualität der Einträge. Teilweise werden Weblogs und Wikis als ►„soziale Software“ bezeichnet, da sie die Bildung virtueller Gemeinschaften unterstützen und sich weitgehend selbst organisieren. In anderen Online-Netzwerken geht es weniger um „Wissen für alle“, sondern um den Aufbau von Arbeits- oder Geschäftsbeziehungen. Hier verbindet der gemeinsame Wunsch nach Kontakt, aus dem sich im realen Leben unter Umständen ein Vorteil ergeben kann. So spannen einige bereits ein weltweites virtuelles (Geschäfts-) Beziehungsnetz. Wieder andere Netzwerke bieten Künstlern eine Plattform, sich zu präsentieren, oder sie fungieren als virtuelle Kontaktbörsen.

### Bilder und Töne für alle: Phlogs, Vlogs, Tags, Pods und Vods

Neben den eher textbasierten Blogs gibt es mittlerweile immer häufiger ►Photo- und ►Videoblogs – kürzer: Phlogs und Vlogs. Dort können Bilder oder Filme direkt von der Digitalkamera oder dem Handy hochgeladen werden. Viele Suchmaschinen haben sich darauf bereits eingestellt und suchen gezielt nach Bildern oder Videos in entsprechenden Phlogs oder





Vlogs. Wer also seine Qualitäten als Fotograf(in), als Kameramann oder -frau oder auch als Regisseur(in) öffentlich diskutieren will, ist hier genau richtig. Aber Achtung: Bei jeder Veröffentlichung ist unbedingt darauf zu achten, dass die Persönlichkeitsrechte einschließlich des Rechtes am eigenen Bild derjenigen gewahrt werden, die bildlich und/oder akustisch zum Gegenstand der Berichterstattung werden.

Da sich statische und bewegte Bilder nicht selbst erklären, müssen sie unternitelt oder noch besser mithilfe von ►Tags verschlagwortet werden. Tags sind von Einstellenden vergebene Begriffe, die Inhalte – hier: Bilder oder Filme – thematisch einordnen und somit leichter auffindbar machen. Die Verschlagwortung durch Tags kennzeichnet viele Web 2.0-Anwendungen und wird nicht nur bei Bildern verwendet, sondern z. B. auch bei ►sozialen Lesezeichen.

Wer keine (statischen) Bilder veröffentlichen, sondern seine Ideen auch zu Gehör bringen will, kann dies mithilfe eines ►Podcasts oder eines ►Vodcasts tun. Der Begriff „Podcast“ setzt sich aus dem Namen des MP3-Players „iPod“ und dem Wort „broadcasting“ (englisch für „senden“) zusammen und bezieht sich auf Audiodateien, oftmals im komprimierten MP3-Format. „Vodcasts“ sind eine Kombination aus „Video“ und „broadcasting“. Podcasts und Vodcasts werden im Internet bereitgestellt und können nach dem Download jederzeit angehört oder -geschaut werden. Häufig werden sie über die ►RSS Feed-Technik abonniert und dann automatisch auf einen Computer oder MP3-Player geschickt. Letztere sind inzwischen teilweise in der Lage, auch kleine Videos abzuspielen.

Podcasts oder Vodcasts waren zunächst privat produzierte Beiträge, die sich einem bestimmten Thema widmeten und häufig jenseits institutionalisierter Produktionsstätten entstanden, z. B. in Radiowerkstätten oder zuhause am Schreibtisch. Zunehmend bieten auch professionelle Radio- und Fernsehsender ihre Beiträge als Podcast oder Vodcast an – eine Chance für alle, die den Termin der Liveausstrahlung verpasst haben oder im Internet auf den Beitrag gestoßen sind. Bei Jugendlichen sind Podcasts schon heute sehr beliebt, und auch ältere Zielgruppen entdecken sie für sich.

## Links zu Anwendungen im Web 2.0

- Alles übers Weblogging: [www.blogsurf.de](http://www.blogsurf.de)
- Der preisgekrönte Bildblog setzt sich mit der Berichterstattung der populären „Zeitung mit den vier Buchstaben“ auseinander: [www.bildblog.de](http://www.bildblog.de)
- Im Bildungsblog wird rund um das Thema Bildung diskutiert: [www.bildung.twoday.net](http://www.bildung.twoday.net)
- Wikipedia, die populäre Online-Enzyklopädie zum Mitmachen: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- Online-Community für geschäftliche Kontakte: [www.xing.de](http://www.xing.de) (früher openBC)
- Online-Community für Privates: [www.myspace.com](http://www.myspace.com)
- Flickr, eine der populärsten Bilderbörsen im Netz: [www.flickr.com](http://www.flickr.com)
- You Tube, die populärste Videobörse im Netz: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- Statische und bewegte Bilder bietet: [www.sevenload.de](http://www.sevenload.de)
- Online-Dossier des Medienkompetenz-Netzwerks NRW zum Thema Podcasting: [www.mekonet.de/imBlickpunkt\\_Podcasting/](http://www.mekonet.de/imBlickpunkt_Podcasting/)
- Deutschsprachiges Podcast-Verzeichnis: [www.podcast.de](http://www.podcast.de)
- Vodcast der Bundeskanzlerin: [www.bundeskanzlerin.de/Webs/BK/DE/Aktuelles/VideoPodcast/video-podcast.html](http://www.bundeskanzlerin.de/Webs/BK/DE/Aktuelles/VideoPodcast/video-podcast.html)
- Populäre Portale für soziale Lesezeichen: <http://del.icio.us>  
[www.technorati.com](http://www.technorati.com)
- Mr. Wong, eine deutschsprachige Alternative: [www.mister-wong.de](http://www.mister-wong.de)
- Ein deutschsprachiges Verzeichnis zahlreicher RSS Feeds: [www.rss-verzeichnis.de](http://www.rss-verzeichnis.de)
- Officeanwendungen und mehr auf Englisch: <http://us.ajax13.com>
- Termine verwalten, Texte und Bilder speichern: [www.atoolo.com](http://www.atoolo.com)
- NexImage, die virtuelle Dunkelkammer im Web: <http://demo.neximage.com>
- Beispiele für Mashups: [www.qype.com](http://www.qype.com)  
[www.maps.google.de](http://www.maps.google.de)

## Glossar (I)

**AJAX** (Asynchronous JavaScript and XML): Austausch zwischen Browser und Server eines Teils der auf einer Website abgefragten/abgebildeten Daten; führt zu großer Zeitersparnis und ermöglicht so viele Web 2.0-Anwendungen

**Blogosphäre:** Gesamtheit der ►Weblogs

**Browserbasierte Anwendungen:** Anwendungen, die im Internet zur Verfügung stehen und nicht mehr auf der lokalen Festplatte installiert werden, z. B. um Texte oder Tabellen zu erstellen

**Content-Management-System:** Programm zur Redaktion und Pflege von Websiteinhalten

**FeedReader:** Software zum Abonnement und zum Lesen von RSS Feeds

**Mashup:** Erstellung neuer Webinhalte durch die (Re-)Kombination bereits bestehender Webinhalte

**Photoblog:** Öffentliches Portal, in dem Fotos ausgestellt, bewertet und diskutiert werden können

**Podcast:** online als Download und/oder Abonnement verfügbare, zumeist selbst produzierte Audiobeiträge

**Ping:** Programm zur Abfrage, wer gerade eingeloggt ist

### Infoservices: Abodienste und soziale Lesezeichen

Webseiten mit regelmäßig aktualisierten Inhalten, wie z. B. Weblogs oder Wikis, werden häufig mit speziellen Abo-Diensten erweitert: ►RSS Feeds. Mit RSS („Really Simple Syndication“, übersetzt etwa „wirklich einfache Verbreitung“) werden interessierte Nutzer(innen) automatisch über neue Inhalte auf von ihnen ausgewählten Websites informiert. Möglich wird dies durch das Einstellen der Inhalte in maschinenlesbarer Form, also ohne Layout oder Navigation. Das eigene Aufsuchen und aktive Surfen zu diesen Inhalten ist nicht mehr notwendig, diese werden quasi „frei Haus“ geliefert. Für den „Bringdienst“ ist lediglich die Installation eines speziellen ►Feedreaders erforderlich. Im Browser Firefox ist dieser bereits enthalten, für andere Browser kann er zumeist kostenlos heruntergeladen werden.

Bei vielen Nutzer(inne)n ist das Vertrauen in Suchmaschinen gesunken, weil das Zustandekommen der Ergebnisse zu den Suchanfragen intransparent ist. Eine Alternative sind hier ►soziale Lesezeichen (engl. „social bookmarks“): Soziale Lesezeichen sind online verfügbare Linksammlungen, die je nach Rechtevergabe entweder einem bestimmten Nutzer(innen)kreis oder öffentlich zugänglich sind. User(innen) können eigene Lesezeichen hinzufügen, löschen, kommentieren, mit Kategorien oder Schlagwörtern (►Tags) versehen oder in einem Linkblog veröffentlichen. Neu hinzugefügte Lesezeichen können als RSS Feed eingelesen bzw. abonniert werden.

Im Unterschied zu herkömmlichen Suchmaschinen werden Links dann als gut bewertet, wenn sie von möglichst vielen User(inne)n als Favoriten gespeichert wurden. Anders als bei konventionellen Suchmaschinen wird die Rangfolge der Links durch den aus Sicht der Nutzer(innen) wahrgenommenen Nutzwert beeinflusst. Ein weiterer Vorteil: Favoriten sind nicht mehr nur im eigenen Browser verfügbar, sondern per Login potenziell überall dort, wo es einen Netzzugang gibt.

Das Teilen von favorisierten Links mit anderen Nutzer(inne)n und die Möglichkeit, Gemeinschaften zu bilden, eröffnet die Möglichkeit, sich durch andere inspirieren zu lassen und sich auch auf deren Pfaden durchs Netz zu bewegen. Allerdings sind soziale Lese-

zeichen in Deutschland noch nicht sehr populär, da die großen Portale überwiegend englischsprachig sind.

### Platz im Netz: Browserbasiertes Arbeiten

Will man Texte oder Tabellen erstellen oder Bilder bearbeiten, ohne auf die lokal auf dem Computer installierten Programme angewiesen zu sein, bietet es sich an, ►browserbasiert zu arbeiten. Hierbei greift man auf Anwendungen zu, die im Internet zur Verfügung stehen. Zahlreiche Gründe sprechen dafür: Software muss weder gekauft, noch installiert oder gewartet werden, und die Anwendungen sind unabhängig von dem auf dem jeweiligen Rechner installierten Betriebssystem. Dokumente können von jedem Computer (mit Netzzugang) bearbeitet werden – unterwegs im Bahnabteil oder im Hotelzimmer am Urlaubsort. Die Mitnahme von Speichermedien wird überflüssig. Notwendig sind lediglich ein Computer und ein Internetzugang. Und der installierte Browser muss Java-Script unterstützen.

►AJAX bezeichnet nicht nur den asynchronen Datenaustausch, sondern bietet mit „ajaxwrite“ und „ajaxxls“ für die Bearbeitung von Text- und Tabellendokumenten auch webbasierte Alternativen zu den MS-Office-Programmen an – bisher allerdings nicht für mehrere Nutzer(innen) gleichzeitig. Um die Programme nutzen zu können, sind Mozilla Firefox als Browser und englische Sprachkenntnisse notwendig, da deutschsprachige Versionen noch nicht verfügbar sind.

„atoolo“ dagegen „spricht Deutsch“. Es bietet verschiedene Werkzeuge für das gemeinsame Arbeiten, zur effektiven und einfachen Organisation von Terminen, zur Speicherung wichtiger Dateien und zum Sammeln von Texten, Bildern und anderen Dateien an. Sehr praktisch sind die kleinen gelben Notizzettel und die aufgeräumte Desktop-Optik. Nach dem Login stehen ein Gigabyte Speicherplatz zur Verfügung. Noch sind die einzelnen Anwendungen etwas spartanisch, aber täglich kommen neue hinzu. Für Nutzer(innen) ist atoolo kostenlos. Wen es stört, dass die Anwendung offensichtlich werbefinanziert ist, sollte auf andere Angebote ausweichen.

## Glossar (II)

**RSS Feed:** Technik zur automatischen Benachrichtigung über neue Inhalte auf Webseiten

**Soziale Lesezeichen (engl. social bookmarks):** öffentlich einsehbare Linksammlungen zu bestimmten Themengebieten

**Soziale Software (engl. social software):** (Software-)Systeme, die menschliche Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit unterstützen

**Tag:** Zuordnung, Kennzeichnung bzw. Formatierungszeichen zur Strukturierung u. a. von Texten oder inhaltlichen Bereichen einer Webseite

**Trackback:** Weblogfunktion, die auf Kommentare im eigenen Blog verweist

**Videoblog:** Öffentliches Portal, in dem Videos ausgestellt, bewertet und diskutiert werden können

**Vodcast:** über das Internet zum Download und/oder Abonnement bereitgestellte Videodateien

**Weblog:** häufig aktualisiertes Online-Journal mit vielen Verlinkungen

**Wiki:** Sonderform des Weblogs, häufig als Lexikon

„NexImage“ ist ebenfalls ein kostenloses deutschsprachiges Angebot, ein Bildbearbeitungsprogramm im Web. Mit kommerziellen Programmen kann es ebenfalls noch nicht ganz mithalten, aber für die weniger Ambitionierten bietet es Farbkorrekturen, Kontrastverschiebungen und Veränderungen des Bildausschnitts. Sogar Wasserzeichen können eingefügt werden.

Klar ist: Solche Angebote sind praktisch. Aber sind sie auch (daten-)sicher? Jeder und jedem sollte bewusst sein, dass webbasierte Anwendungen niemals einen gleich hohen Datenschutz bieten, wie das abgeschirmte Arbeiten und Speichern auf lokalen Festplatten, unabhängig davon, von welchen Anbietern die Programme stammen.

### Neukombinationen: Mashups

In der populären Musik ist das Remixen beinahe zu einer eigenen Kunstform geworden. Mit den Web 2.0-Anwendungen hält es auch Einzug in die Webtechnologie. Hier heißt die Erstellung neuer Webinhalte durch die (Re-)Kombination bereits bestehender Inhalte und Angebote aus verschiedenen Quellen nicht Remix, sondern ► Mashup (engl. für „Vermischung“). Typischerweise werden die Inhalte der Mashup-Webseiten über offene Programmierschnittstellen, etwa per Web-Feed (z. B. RSS) oder JavaScript, eingebunden. Häufig verknüpfen Mashups geographische Daten mit anderen Inhalten, wie Fotos oder Kleinanzeigen. Beispiel für ein Mashup bestehend aus einem Weblog und einer Landkarte ist „Qype“, eine Art Stadtführer von Nutzer(inne)n für Nutzer(innen) mit Tipps zu Restaurants, Geschäften, Ärzt(inn)en und anderem.

## Web 3.0?

Ist das Web 2.0 und die damit verknüpften Anwendungen tatsächlich ein qualitativer Sprung? Oder stellen die neuen Interaktionsmöglichkeiten vielleicht nur einen Teil des Webs aus den Anfangstagen wieder her? Wie entwickelt sich die virtuelle

Öffentlichkeit? Die Mitwirkungsmöglichkeiten an den Netzinhalten sind tatsächlich größer geworden und mit der Blogosphäre wird neben der tradierten Medienlandschaft eine neue Form der Öffentlichkeit erzeugt. Wie groß aber ist der Bedarf? Und: Welche Chancen und Risiken bringen die neuen Anwendungsmöglichkeiten für die Nutzer(innen) mit sich?

Das Internet ist durch Web 2.0 dynamischer und bunter geworden – und sicher nicht weniger kommerziell. Häufig kann nur eine Vermarktung (durch Werbung) die niedrigen Kosten der Anwendungen sichern, denn Webspace kostet. Bezüglich der im Web auffindbaren Informationen stellt sich immer häufiger die Frage: Was ist wie seriös recherchiert, was ist eher privat gemeint? Wichtig ist, im Auge zu behalten, dass die Preisgabe persönlicher Informationen zwar den Erfolg vieler virtueller Gemeinschaften ausmacht, die oder den einzelne(n) aber auch immer öffentlicher und damit angreifbarer macht. Als Fähigkeit zur Einschätzung wird daher Medienkompetenz immer wichtiger, vielleicht auch eine allgemeine „Datensparsamkeit“. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass sich die Webtechnologien und damit auch die Webanwendungen weiter entwickeln werden – zum Web 3.0?

## Impressum

Die Broschüre ist mit Mitteln der Staatskanzlei NRW entstanden. Sie kann kostenlos unter [www.media.nrw.de/medienkompetenz/imblickpunkt/](http://www.media.nrw.de/medienkompetenz/imblickpunkt/) herunter geladen werden.

### Redaktion:

ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH  
Bergstr. 8 · 45770 Marl  
Tel.: +49 (0)2365 9404-0 · Fax: +49 (0)2365 9404-29  
eMail: [info@ecmc.de](mailto:info@ecmc.de) · Internet: [www.ecmc.de](http://www.ecmc.de)

### Bildquellen:

Imagesource  
Stand: Januar 2007