

Bericht für die Homepage zum SPD-Stammtisch am 3.5.2012

Das Thema des aktuellen Stammtisches liegt uns bereits seit letztem Jahr am Herzen, auch bei der Priorisierung der Stammtische für dieses Jahr wurde es ganz vorn plaziert. Jetzt hat uns Rainer Oesmann in „Google, Facebook und kein Ende – Web 2.0 – Fluch oder Segen?“ eingeführt. Das Interesse an diesem Thema spiegelt sich in etwa 20 Teilnehmern an der Veranstaltung und an der regen Diskussion im Anschluß an den Vortrag und auch nach Ende der Veranstaltung wider.

Rainer Oesmann hat für seinen Vortrag die folgenden Themen ausgewählt:

Web 2.0 Anwendungen

Funktionsweise von und Soziale Bindung an Web 2.0 Communities

Web 2.0 im Wirtschaftsleben

Datenschutz

Gesellschaft und Politik

Zu Beginn seines Vortrags wurden die größeren Web 2.0-Anwendungen vorgestellt und zum Teil anhand von direkten Zugriffen im System demonstriert.

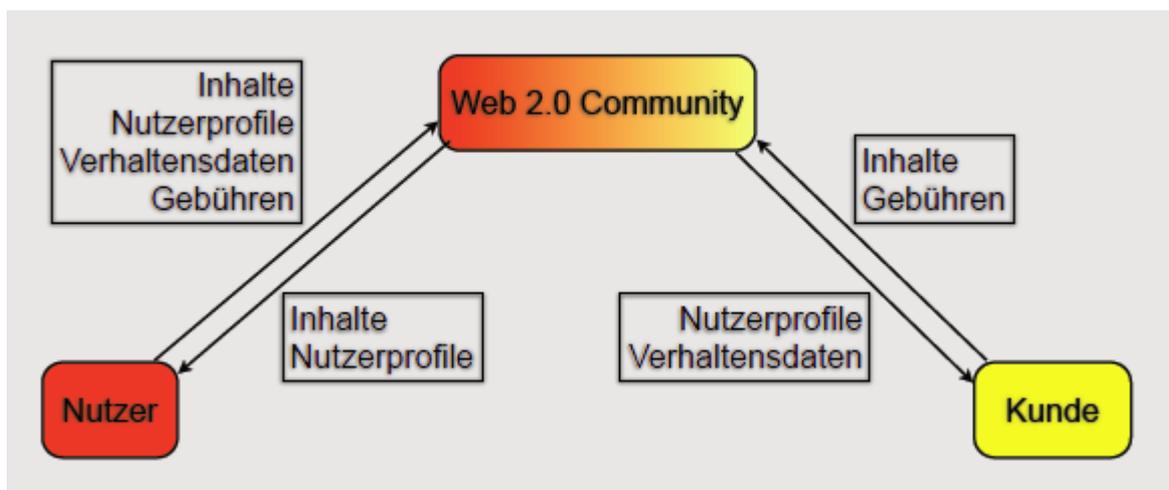
Weblogs (Blogs), Twitter und Social Networks wie Facebook und Xing wurden von ihm vorgestellt. Eine große Bedeutung kommt dabei dem Abonnement von Informationen zu, mit dem man sich automatisch alle relevanten Informationen von bestimmten Personen oder Nutzergruppen weiterleiten lassen kann. Eine weitere bekannte Gruppe von Anwendungen sind die File Sharing Communities wie Flickr für Fotos oder YouTube für Videos. Hier muß man vor allem auf die Linzenrechte achten, um Verletzungen des Urheberrechtes zu vermeiden.

Als Beispiel für Podcasts wurde das Abonnement von Universitätsvorlesungen gezeigt, mit dem man von daheim aus entsprechende Kurse absolvieren kann.

Knowledge Communities wie Wikipedia stellen vor allem Wissenssammlungen her und stellen diese für alle Nutzer zur Verfügung.

Consumer Communities wie ciao.de werden für die Auswahl und den Kauf von allen denkbaren Produkten genutzt.

In einem weiteren Teil seines Vortrages ging Rainer auf das Geschäftsmodell der Communities ein.



Die Nutzer tauschen mit der Community Inhalte und Profile aus, die die Community an Kunden weitergibt. Diese Informationen werden um Verhaltensdaten ergänzt und vor allem für das Marketing genutzt. Damit läßt sich schnell ein sehr großer Konsumentenkreis gezielt und dynamisch ansprechen.

Ein wesentlicher Aspekt der Web 2.0 Communities ist ihr Ziel, schnelle und langfristige Bindungen zu Ihren Nutzern herzustellen. Dabei geht die Community über kostenlose Angebote hinaus, bietet dem Nutzer die Möglichkeit, sein Wissen weiterzugeben, um dafür wieder eine Reaktion und Bestätigung zu erhalten.

Einen immer größeren Raum nimmt der wirtschaftliche Aspekt der sozialen Medien ein. Typische Beispiele dafür sind die Nutzung im Personalwesen bei der Personalbeschaffung und –bewertung, im Marketing und Vertrieb aber auch innerhalb des Unternehmens.

Mit der zunehmenden Nutzung des Web 2.0 tritt natürlich auch der Datenschutz immer weiter in den Vordergrund. Und zwar vor allem deshalb, weil die Communities einen ungeheuren Datenhunger entwickeln und alle verfügbaren Informationen sammeln. Daten werden nicht nur direkt vom Nutzer gesammelt, sondern zunehmend auch von Dritten. Das erfolgt über das Herunterladen von Adressbüchern, aus Seiten von Freunden oder über automatische Gesichtserkennung.

Für die Gesellschaft und die Politik ergeben sich dadurch vielfältige ethische und rechtliche Fragen.

Bei der Fülle der verschiedenen Themen ist es schwierig, ein Fazit zu ziehen. Rainer Oesmann hat uns verraten, daß er sich künftig noch intensiver mit dem Medium auseinandersetzen will, ohne die notwendige Sorgfalt außer Acht zu lassen. Vielleicht kann man das auch als Empfehlung für den einen oder anderen weitergeben