



.05 Keine Angst vor Web 2.0

Michael Ghezso *

21|3|2008



Web 2.0 wird oft missverstanden – es ist weder Hype, Geschäftsmodell noch Technologie. Auch der vielfach strapazierte Begriff des User generated Content greift zu kurz. Web 2.0 ist weit mehr. Es ist ein (wenn auch nicht ganz glücklich gewähltes) Wort, das beschreibt, dass wir einen guten Teil unserer Kommunikation und unseres Alltagsleben, sei es beruflich oder privat, ins Web verlagern.

Netzwerken über diverse social networks wie XING oder LinkedIn, Partner suchen über Chatrooms und Online-Vermittlungen, Telefonieren via VoIP oder Skype, Foto- und Office-Anwendungen, alles passiert im Netz.

Diese Verlagerung ist eine weitreichende Veränderung und führt natürlich mitunter zu Unsicherheiten. Google löscht nichts! Man kann kaum steuern, was über einen im Netz zu finden ist. Einigen fehlt die Lust, sich mit dem Internet zu befassen, oder sogar die Möglichkeit.

Das führt zum nächsten Missverständnis: Web 2.0 als Sicherheitsrisiko! Schon melden sich die ersten Paranoiker zu Wort: "Ich werde doch nicht meine Telefonnummer im Web bekannt machen, da könnte mich ja wer anrufen." Es soll auch schon passiert sein, dass jemand einen Job nicht bekommen hat, da der Personalentscheider so manche (Alkohol-) Leiche aus der Vergangenheit mittels Google zu Tage beförderte.

Doch was ist die Alternative – sich ganz aus dem Web zurückziehen? Wie soll das gehen? Also doch lieber mit etwas Bedacht (mit-)gestalten, was im Web zu finden ist – man hängt sich ja auch nicht ins Vorzimmer Zeugnisse trunkener Nächte.

Junge Leute, die ihre Jugend schon zum Teil im Netz verbringen, werden solche Probleme nicht mehr haben, da sich zwangsläufig ein sinnhafter Umgang mit den neuen Kommunikations-Möglichkeiten entwickeln wird. Durch die ungeheure Menge an Daten, die über Einzelne zur Verfügung stehen, wird der persönliche Kontakt wieder wichtiger werden, denn es wird kaum mehr möglich sein, die Information auszuwerten. Das Potenzial für staatliche Rasterfahndung im Web und die Auswertung unserer

digitalen Footprints für kommerzielle oder gar kriminelle Ziele, gibt es mit oder ohne unser Zutun. Also glaube ich, es ist besser gemeinsam eine sinnvolle Nutzung der neuen Möglichkeiten voranzutreiben, als sich zu fürchten.

*** Michael Ghezzo ist Gründer und Geschäftsführer der Confare IT- und Marketingberatungsgesellschaft.**