

Web 2.0 – und die Welt steht Kopf

Vor einigen Jahren machten sich Millionen Menschen mit einem Walkman oder – später – mit einem Discman auf den Weg zur Arbeit. Hatten sie Außentermin, nahmen sie den Stadtplan zur Hand, um sich zu orientieren. Doch heute ist nichts mehr wie es einmal war: Im Zeitalter des Web 2.0 laden sich die Leute Video-Podcasts auf ihre MP3-Player und finden sich dank Google-Maps auch ohne unhandliche Stadtpläne überall auf der Welt zurecht. Die neuesten Nachrichten empfangen sie über RSS-Feeds, mit anderen Nutzern tauschen sie sich über Blogs aus und arbeiten dank OpenSource-Software gemeinsam an ihren Projektberichten. Informationen recherchieren sie nicht mehr im altbekannten Lexikon, sondern online bei Wikipedia. Kurz gesagt: Die Welt steht Kopf.

Gibt man den Begriff Web 2.0 bei Google ein, erhält man über 7.000.000 Einträge in deutscher Sprache – international sogar mehr als 682 Millionen (Stand: 10.05.2007, mittags). Es hat also viel Zuspruch, das so genannte „Mitmach-Web“. Noch nie haben sich Internet-Nutzer so motiviert ausgetauscht, Ihr Wissen preisgegeben und mit anderen geteilt. Es ist keine Schande mehr, etwas nicht zu wissen und andere, wild fremde Menschen um Rat zu fragen. Denn davon lebt die neue Generation des World Wide Webs. Es herrscht ein Geben und Nehmen – über regionale und kulturelle Grenzen hinweg.

Für Wissensmanager ist dieser Trend revolutionär: Wie lange haben wir uns bemüht, Mitarbeiter zu motivieren, firmeninterne Gelbe Seiten zu pflegen oder Wissensdatenbanken mit Informationen zu füttern – meistens jedoch ohne Erfolg. Selbst finanzielle Anreize blieben häufig ohne Wirkung. Die „Betroffenen“ nahmen Wissensmanagement nur als zeitraubende Zusatzaufgabe wahr. Was ist das Neue am Web 2.0, das die Menschen sich förmlich darum reißen, Ihr Wissen mitzuteilen, mit anderen zu kommunizieren und Informationen frei zugänglich zu dokumentieren?

Nicht nur private Nutzer haben sich dieser „Massenbewegung“ angeschlossen. Auch immer mehr Unternehmen erkennen den Web-2.0-Hype und springen auf diese Welle auf: Es entstehen firmenweite Blogosphären, die Mitarbeiter taggen ihre Informationen, erstellen ganze Folksonomies – und eignen sich so nebenbei auch eine neue Sprache an, nämlich die des Web 2.0. Doch was ist tatsächlich dran am neuen Web 2.0? Welche Chancen bietet es den Unternehmen? Welche Risiken birgt es? Und welche Zukunft hat die zweite Generation des World Wide Webs? Antworten auf diese Fragen erhalten Sie – ganz klassisch in gedruckter Form und nicht als Blog oder Wiki oder RSS-Feed – in unserem Titelthema ab Seite 22.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen



Ihr

Oliver Lehnert