



# Web 2.0 – Ein Überblick

Magnus Niemann  
maggi@inf.fu-berlin.de



# Agenda

- Buzzword oder Trend?
- Drei Rollen
- Drei Perspektiven
- (K)Ein Fazit

# Was ist eigentlich Web 2.0?

# Web 2.0 ist eine Wolke



# Bertolt Brecht

„Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen **Kommunikationsapparat** zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures **Kanalsystem**, d.h., er würde es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müßte demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den **Hörer als Lieferanten** organisieren.“

Bertolt Brecht: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat.  
Rede über die Funktion des Rundfunks (1932/1933)

# Tim O'Reilly

„Web 2.0 is the **network as platform**, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of that platform: delivering software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an **architecture of participation**, and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver **rich user experiences**.“

Auf O'Reilly Radar, 10. 1. 2005



# Ist Web 2.0 etwas Neues?

# Nicht neu, aber . . .

- Web 2.0 gab es schon vor O'Reilly:
  - Nutzerbeteiligung (z.B. Amazon User Reviews, eBay)
  - Rich User Experience (AJAX, im Prinzip seit 1998)
  - Open WebAPI (Amazon seit 2002)
  - Communities (Usenet, CSCW, seit Urzeiten)
- Attraktivität jenseits des Hypes
- Wenigstens drei der deutschen Top-Ten (Alexa) sind typische Web-2.0-Sites





**Wer nutzt Web 2.0?**

**Wem nutzt Web 2.0?**

# Drei Rollen



**Der Nutzer**



**Die Firma**



**Der Visionär**

# Der Nutzer

- Kommunikationsbedürfnis („mitreden können“)
- Soziales Bedürfnis (Freunde, Kontakte)
- Informationsbedürfnis (Tagging, Folksonomies)
- Aufbau einer Identität im Web
- Alles möglichst kostenlos oder kostengünstig
- Bandbreite:  
Vom unbedarften Forennutzer  
über den semiprofessionellen Webautor  
bis zum Webprofi



# Die Firma

- Hat bislang nicht viel mit W20 zu tun gehabt
- Plant eine Anwendung
- Hat eine Anwendung
- Weiß noch nicht, was W20 im Firmenkontext bringt
- Möchte irgendwie am Hype teilhaben
- Interessiert sich für Technologie im W20-Umfeld



# Der Visionär

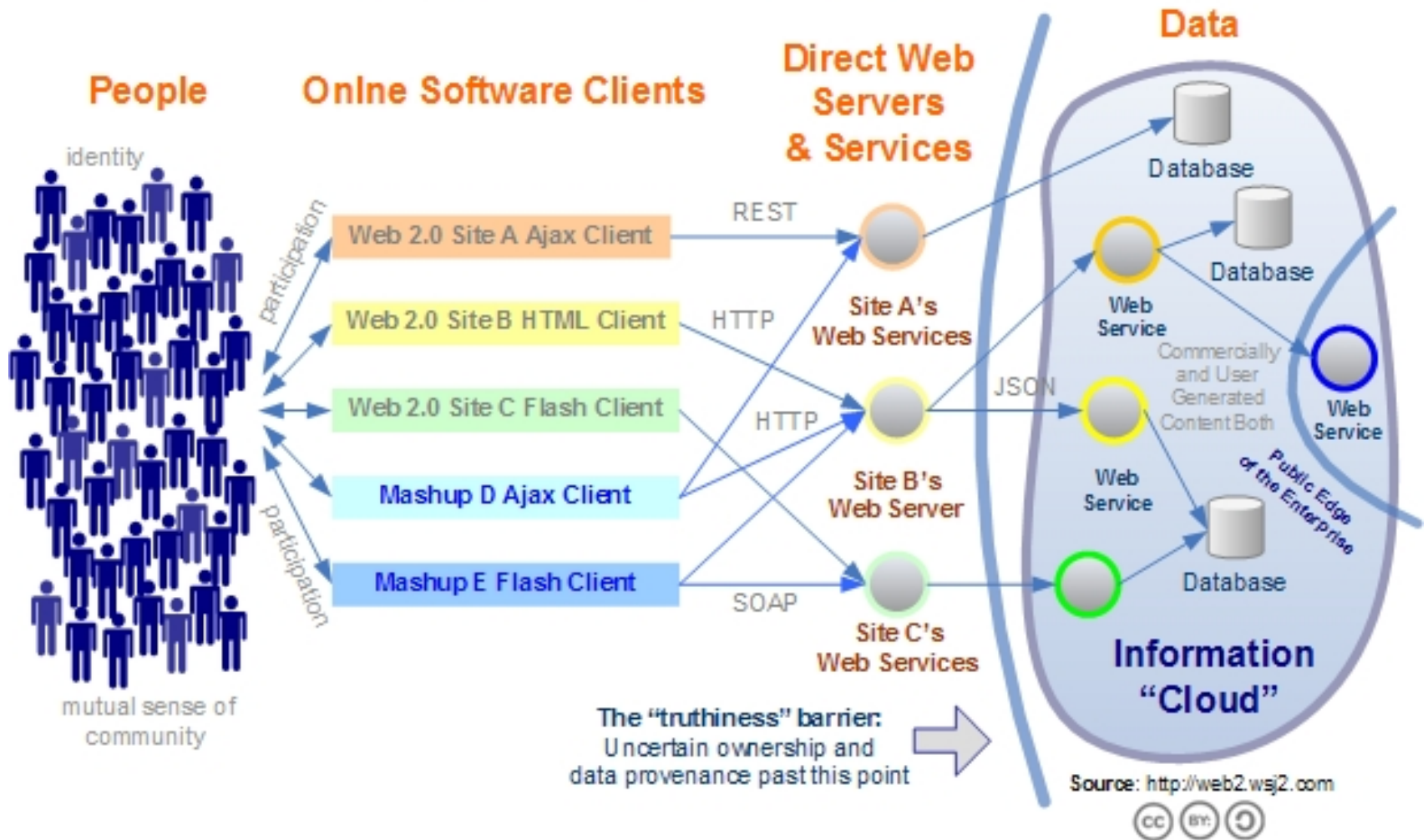
- Plant eine völlig neue Web-2.0-Anwendung
- Geschäftsmodell basiert hauptsächlich auf W20
- Will vom „Long Tail“ profitieren
- Will von der kollektiven Intelligenz profitieren
- Oder hat eine Idee für ein neues soziales Netz



# Drei Perspektiven zu Web 2.0

# Die technologische Sicht

## The Web 2.0 Architecture of Participation: "People in the Machine Nurture the Cloud"



# Rich Internet Applications

## Clientseitige Technologien:

- AJAX (Asynchronous Javascript And XML)
- Adobe Flash
- Microsoft Silverlight
- Java
- OpenLaszlo
- RSS

- Ziel →  ?



# Webserver-Architektur

## Typische Eigenschaften

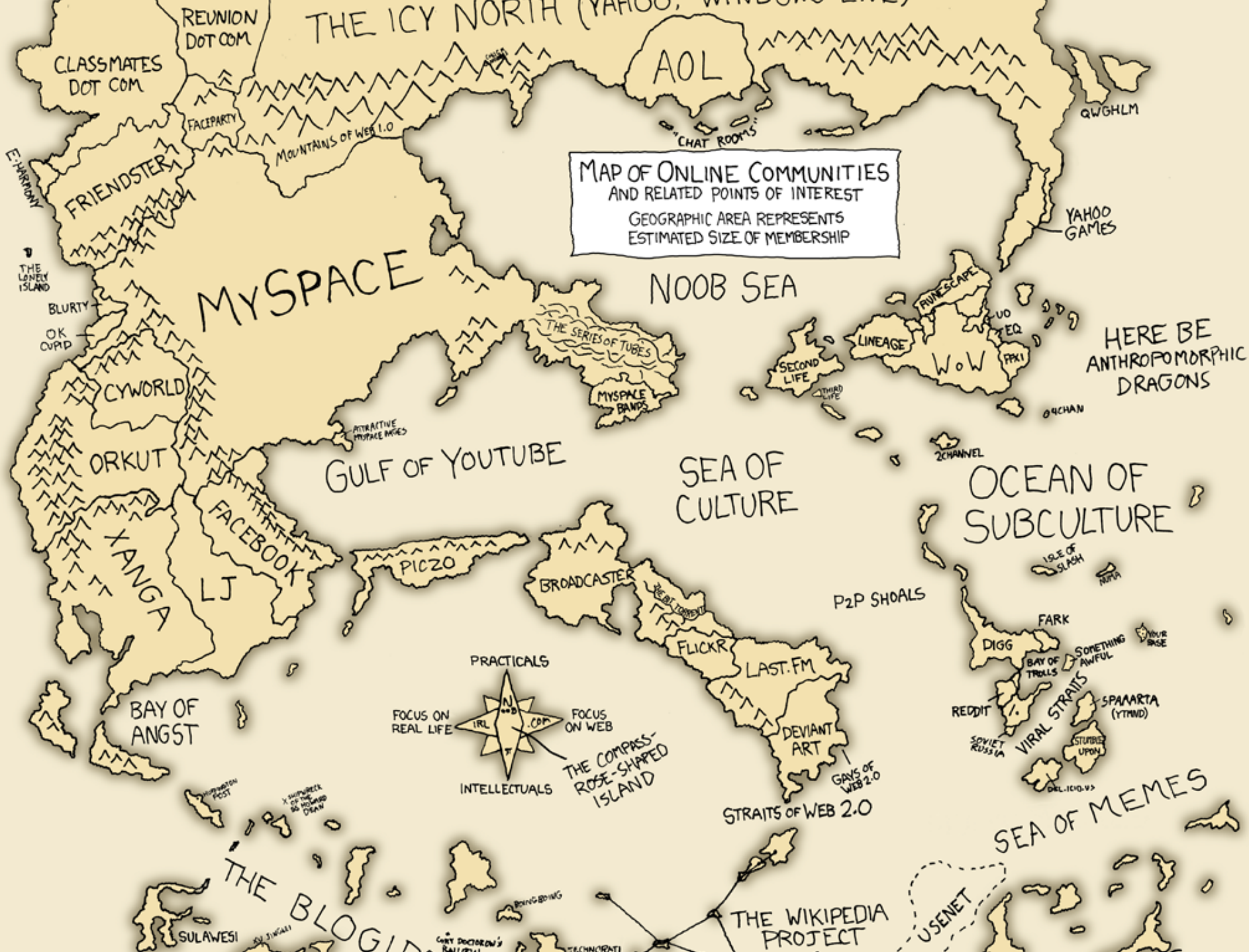
- Web Application Server
- Datenbank-Backend
- Kein klassischer Softwarelebenszyklus
  - „Permanent Beta“
- (Offene) Schnittstellen
- Webservice-Protokolle: REST, SOAP

# Die soziale Sicht

## Nutzer bauen das Netz

- Soziale Online-Netzwerke durch Blogs und Communityseiten
- Vernetzung via Hyperlink und Kommentar (Track-/Pingbacks)
- Selbstreklame und virtuelle Identität
- Eigener Beitrag zur kollektiven Intelligenz
  - Tagging, Folksonomies
  - Wikis
  - Empfehlungssysteme





# Die Marktsicht

## Einige Fakten:

- 2006 flossen von 26 Mrd. Venture Capital 844 Mio. in Web-2.0-Unternehmen
- Verkäufe „unprofitabler“ Portale:
  - YouTube (1,65 Mrd. \$)
  - StudiVZ (50-100 Mio. €)

# Geschäftsmodelle

## Direkt:

- Abonnements (z.B. flickr, Xing)
- Werbung (nahezu überall)
- Transaktionsgebühren (z.B. eBay)

## Indirekt:

- Webservices (Zusatzdienste für W20-Anwendungen)
- SaaS
- Akquise und Verkauf von Web-2.0-Unternehmen
- Zweitnutzung aggregierter/nutzergenerierter Daten
- Web 2.0 als Marketinginstrument

# Kritik

## Unsicherheiten

- Wachstum nicht schnell genug
- Nutzerbasis bricht weg oder entsteht gar nicht erst
- Beliebtheit  $\neq$  finanzieller Erfolg
- Bekanntheitsgrad steigt nicht
- Konkurrenz überholt
- Idee skaliert nicht
- Rechtliche Probleme mit User Generated Content
- Netzbasierte Systeme sind unsicher und angreifbar

## (K)Ein Fazit

### Web 2.0

- Das Netz als Plattform
- „Architecture of Participation“
- „Rich User Experience“

### Geschäftsmodelle

- Möglich, aber:
  - Auf schnelles Wachstum angewiesen
  - Auf Nutzer angewiesen

### Die Zukunft könnte im „Netz als Plattform“ liegen

- SOA
- SaaS
- Technologien beobachten!

# Vielen Dank

## Web-2.0-Pointer zu mir:

### - Blogs:

- <http://grindblog.de> (Privates Weblog)
- <http://devgrind.com> (Entwicklerblog, Gemeinschaft)
- <http://stadtteilblog.de> (Privates Kiezblog)

- Bilder: <http://www.flickr.com/photos/grindcrank/>



- Musik: <http://www.last.fm/user/maggide/>



- Lesezeichen: <http://del.icio.us/maggi>





# Und weiter?

## Pointer ins Web 2.0:

- Artikel von O'Reilly

<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

- Blog von Dion Hinchcliffe

<http://web2.socialcomputingmagazine.com/>

- Wikipedia

[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2)

- Amazon (Beispiele für das „Netz als Plattform“)

<http://solutions.amazonwebservices.com>