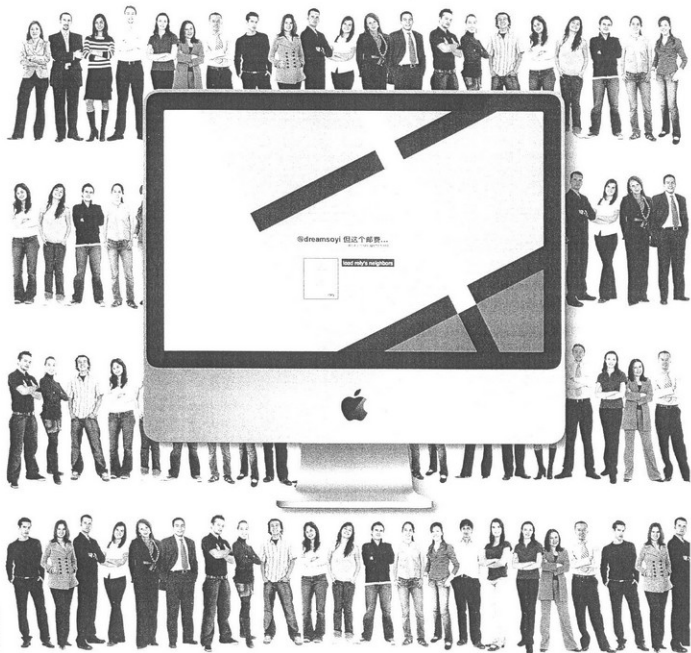


Wir sind das Web!

Twittern, xingen, flickern – in den kommunikativen Fäden des Web 2.0 ist so mancher Mac-Anwender tief verstrickt. Soziale Netzwerke im Internet sind zeitgemäßes Amusement, Karrieresprungbrett und Kreativplattform. Allerdings sollte man bei all den Profilen nicht die digitale Reputation außer Acht lassen



Wer heutzutage einfach einen gewöhnlichen iChat anwirft oder fleißig E-Mails mit mehr als 200 Zeichen schreibt, wird von vielen bereits als Internet-Romantiker abgestempelt. Als richtiger Web-Zwo-Null-konformer Anwender muss man sich schon mit Hunderten von Freunden in zahlreichen Communities brüsten, die mit ihren Avataren und animierten Freundschaftsbildchen wie militärische Auszeichnungen an den aufgemotzten MySpace-Seiten baumeln. Und wer nicht mindestens einen neuen Xing-Kontakt pro Tag beim B-to-B-Chat anschleppt, muss fürchten, dass es mit der Karriere wohl doch bald den Bach runtergeht.

Wurde der Zusatz 2.0, inklusive der perfekt fürs virale Marketing geeigneten Communities, vor einigen Jahren noch frenetisch als Wiedergeburt des World Wide Web gefeiert, kehrt heute Ernüchterung ein. Nur noch vereinzelt gehen im Community-Kosmos Fixsterne auf, die sich entweder durch ihre Marktmacht und Mitgliederzahl behaupten oder dank origineller Ideen Startup-Companys kompetentartig in die kommunikationshungrigen User-Umlaufbahnen des Webs schleudern.

BAHNHOF DER LEBENSÄUFE

Im reichhaltigen Angebot haben sich inzwischen einige Klassiker herausgebildet, bei denen mancher Anwender keinen Arbeitstag und die Feierabendstunden ohne Login übersteht. Viele dieser Social-Networking-Konzepte wurden zum Teil früh aus den USA übernommen und „eingedeutscht“. Was natürlich nicht heißt, dass man sich nicht auch auf aktuellen amerikanischen Derivaten tummeln kann, wenn man es eher auf internationale Web-Kommunikation abgesehen



hat. Jeder findet hier Präsentations- und Austauschmöglichkeiten, ganz gleich ob es sich um B-to-B-Angelegenheiten handelt, man einen Plattenvertrag sucht oder es einfach um den Chat mit Gleichgesinnten aus dem Stadtviertel geht.

Im Prinzip läuft die Anmeldung bei klassischen Communities immer nach Schema F ab: Nach Registrierung legt man ein – möglichst ehrliches – Profil mit persönlichen Daten an, lädt ein (wahrscheinlich fünf Jahre altes) Foto hoch und geht über integrierte Suchmaschinen des Netzwerks ans Einladen und Fischen von Freunden.

BUSINESS-CLUB Xing dürfte im Businessbereich eine der bekanntesten Community-Seiten sein. Sie entstand nach dem US-Vorbild LinkedIn, das inzwischen stattliche 17 Millionen Mitglieder aufweist. Xing, ehemals openBC (Open Business Club), hat seit seinem Start im Jahr 2003 bereits über vier Millionen Mitglieder zusammengetragen. User können hier neben dem Profilschauen, der Kontaktpflege und dem Beziehungsaufbau auch über Kategorien wie „Ich suche“ und „Ich biete“ Job-Ankündigungen ausgeben. Wenn man also eine berufliche Veränderung anstrebt, „xingelt“ man seine Kontakte durch und legt damit meist die Fährte zum Online-Ber-



Next Step Mit der kommenden iPhone-Software werden viele Web-2.0-Communitys direkt ans iPhone angepasst. iJob ist schon jetzt bereit



Freundschaftsnetzwerk Lokalisten.de, derzeit auf Rang fünf der meistgeklickten Webseiten in Deutschland, gehört zu großen Teilen der ProSieben AG



Cyberspace Twinty könnte die Web-Neubaubewohner für Second-Life-Jünger werden

Für Job-Hopper
Xing ist eine der
bekanntesten
Business-to-Business-
Communitys



werbungsgespräch à la Web 2.0. Die Teilnahme an den Grundfunktionen ist kostenlos, will man mehr Features mit Such- und Statistikfunktionen, ist allerdings eine monatliche Gebühr fällig.

FREUNDE UND STUDENTEN Was für das Arbeitsleben gilt, hat sich schnell auch im Studenten- und Privatleben durchgesetzt. Fast so viele Mitglieder wie Xing zählt die 2005 gegründete Social Community studiVZ, von der es noch die beiden spezialisierten Ableger schülerVZ und meinVZ gibt. Im Prinzip ist studiVZ eine Variante des amerikanischen Portals Facebook, das vor kurzem auch in einer deutschen Version an den Start ging. In diesem Frühjahr erfuh er auch www.lokalisten.de, die beliebte Seite zum Knüpfen von Freundesnetzwerken, einen Relaunch. Inzwischen tummeln sich auf dem Portal, das angetreten ist, um Kontakt mit seinen alten „Buddys“ zu ermöglichen, 1,5 Millionen User.

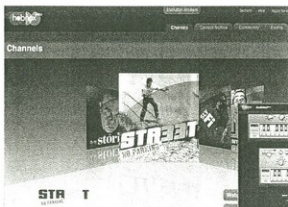
JUNGEGLIEBENE TANTEN Die noch junge deutsche Seite Verwandt.de zeigt, wie man ein angestaubtes Thema in ein äußerst schickes Gewand hüllt. Die Stammbaum-Community zählt bereits

zwei Millionen Mitglieder. In sehr moderner Weise legt man hier über eine ansprechend animierte Seite die Fäden zum Familien-Netzwerk und bastelt ganz nebenbei einen interaktiven Flash-Stammbaum inklusive Navigation zusammen. Ob da die Urgroßeltern noch mitmachen, ist zwar fraglich, doch mit den komfortablen Funktionen kann man Datenstämme von den lieben Verwandten einfach zusammentragen, gemeinsam nutzen und sich – neben all den Business-Profilen – auch mal der Familie als Freizeit-Ahnenforscher widmen.

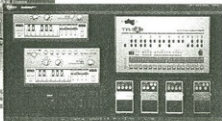
KREATIV-KOLLEKTIV

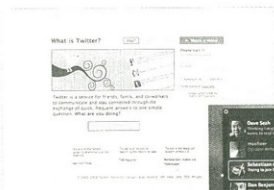
Trotz der eingekehrten Web-2.0-Ermüchterung fallen spezialisierte Communitys mit originellen Ideen immer noch auf fruchtbaren Nährboden. Hier holt man sich Inspiration, findet Anknüpfungspunkte zu Gleichgesinnten im Media-Umfeld oder geht im besten Fall gleich selbst kreativ zu Werke. Nachdem populäre Seiten wie MySpace mehr und mehr von großen Plattenfirmen und Konzernen als Mittel zum viralen Marketing missbraucht werden, schippert die Szene also immer wieder zu neuen Community-Inseln hinaus.

SPIELTRIEB Die Seite von Hobnox ist ein gutes Beispiel dafür, wie sich gleich mehrere Web-2.0-Ansätze verbinden lassen: Es ist innovativer Web-TV-Channel, aufwändiges Multimedia-Publishing-Portal und Künstler-Community zugleich. Im Gegensatz zu statischen MySpace-Profilen gibt es hier eine interaktive Flash-Seite mit durchgestyltem Interface auf allen Ebenen. Derzeit wird gerade an speziellen Online-Web-Tools gefeilt, die den Mitgliedern ermöglichen sollen, bereits auf der Seite Musik zu produzieren oder mit mehreren angeschlossenen Kameras Film Inhalte sofort auf Sendung zu stellen.



Zukunftweisend Moderne kreative Communitys wie Hobnox kombinieren mehrere Web-2.0-Aktivitäten mit einem spezialisierten Netzwerkgedanken





Quickie-Netzwerk Twitter kombiniert Micro-Blogging mit bis zu 140 Zeichen mit Ansätzen eines Social Networks



Mobile Network Communities folgen oft auch bis auf portable Gadgets wie das iPhone



WENIGER IST MEHR Dass es auch ohne aufwändige Profileseiten geht, zeigt dagegen Twitter. Die Anwendung ist im Moment wohl eine der elegantesten Möglichkeiten, mit seinen Freunden von jeglichem Ort aus zu kommunizieren. Das Portal ist eine Mischung aus sozialem Netzwerk und elegant gestaltetem Micro-Blogging-System. Angemeldete Mitglieder erhalten einen Twitter-Account und können spontan bis zu 140 Zeichen systemunabhängig aussenden. Auf unterschiedliche Weise senden und empfangen Freunde, Gruppen oder Interessierte die Botschaft. Es gibt viele Arten, zu „twittern“: direkt über die Webseite, per SMS, Instant Messenger, iPhone, Browser-Erweiterung oder mit einer Desktop-Applikation wie Twitterific von Icon Factory. Das System lebt insbesondere von der Schnelligkeit und der Spontaneität, mit der Mitteilungen an Kollegen oder völlig Fremde ins Netz sausen.

Natürlich gibt es noch unzählige Beispiele von kreativen Communitys, vom Reiseportal 43 Places bis zum persönlichen Street-Fashion-Laufsteg „I like my Style“, dem durchdesignten DJ-Mix-Portal Pacemaker oder dem Videoclip-Generator Animoto. Und wer sich lieber ganz aus dieser Online-Welt abmelden möchte, kann auf www.twinty.com schon eine Hausbegehung des vielversprechenden Nachfolgers von Second Life absolvieren. Zusätzlich kreuzen große Firmen ihre Web-2.0-Applikationen zunehmend mit Community-Aspekten. Ein gutes Beispiel liefert Adobe, das die neue Online-Photoshop-Anwendung Express gleich mit einer kostenlosen Publishing-Plattform für Bildmaterial von Usern verbindet.

IDENTITÄT IM AUSVERKAUF

So schön die 2.0-Offenheit und virtuelle Profilierung auf den erwähnten Seiten auch ist, sie hat auch ihre Schattenseiten. Nicht selten kursieren

von vielen Anwendern gleich mehrere Einträge im Web-Kosmos, sei es in MySpace, über Xing bis Flickr inklusive Kommentaren auf Blogs. Und Hobby-Identitäts-Detektive müssen gar nicht erst groß hacken oder kompliziert ausspionieren, um an Daten zu kommen – oft liegen sie sowieso schon offen in der Web-Schublade herum. Jeder, der schon mal seinen eigenen Namen in Google oder eine andere Suchmaschine eingegeben hat, hat sicherlich gesehen, wie viele Links und Querverbindungen allein dieser Suchvorgang ausspuckt. Wer allerdings prominente Namensvettern wie Helmut oder gar Harald Schmidt hat, wird bei den Einträgen klassischer Search-Engines schnell nach unten gespült. In diesem Fall gibt es spezialisierte Personensuchmaschinen, die Namen eingrenzen und gezielt an relevanten Community-Webseiten ansetzen.

PROFIL-CHECKPOINT Wer die Verbreitung seines Namens prüfen möchte, sollte auf Yasni.de einen Identitäts-Check angehen. Die Seite zeigt detailliert, was das Netz alles über einen verrät und offen bereithält. Dafür klappert sie mit einer Meta-Suche an die 50 öffentlich zugängliche Quellen ab: von Amazon-Wunschlisten über Telefonbucheinträge bis hin zur MySpace-Seite und anderen sozialen Netzwerk-Schöpfungen. Garniert wird das Ganze mit gefundenen Fotos auf Flickr und einer anschaulichen Tag-Cloud, die zordenbare Begriffe zum Namen visualisiert. Auf Yasni.de besteht aber auch die Möglichkeit, eigene Personen-Profile anzulegen und so die gefundenen Treffer gezielt der eigenen Identität zuzuordnen. So kann man sich von den Namensvettern mit ausgefallenen Vorlieben im Nachleben abgrenzen. Natürlich gibt es noch weitere dieser Web-Dienste, etwa www.myonid.de, um aktiv zum Reputations-Management zu schreiten. ▶



Image-Pflege Den eigenen guten Ruf kann man mit spezialisierten Personensuchmaschinen wie Yasni und myOn-ID prüfen und zurechtrücken

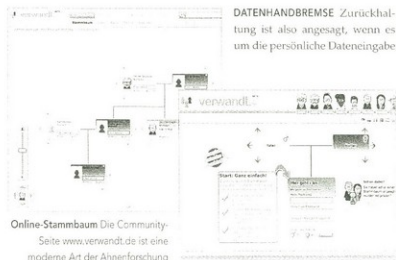


Dem zukünftigen Personalchef, der gerade die Bewerbungen sondiert und im Internet die Vergangenheit recherchiert, sollte man hier nicht zu viele unerwünschte Ansatzpunkte zur Person liefern, sondern nur positive. In der Businesswelt ist es inzwischen gang und gäbe, dass sich Arbeitgeber im Web ein paar Informationen über die Bewerber holen. Der Einstieg wird mit höchster Wahrscheinlichkeit über eine geeignete Suchmaschine erfolgen, die oft nicht nur ansehnliche Dinge an die Oberfläche spült: da den schulischen Werdegang über StayFriends, hier noch eine Info aus dem Studienbuch von studIVZ und dann noch das peinliche Flickr-Bild von der Firmenfeier aus dem letzten Jahr. Das Internet vergisst zum Leidwesen vieler nur wenig und Fehlritte sind umständlich wieder aus dem Netz zu fegen. Dinge, die man noch vor über zehn Jahre gepostet hat, schwirren unter Umständen auf irgendwelchen Servern herum und sind im später im Google-Cache oder über Dienste wie www.archive.org noch jahrelang aufzufinden.

bei Communitys geht, auch wenn gerade die lustigen Fotos und die witzigen Kommentare die Freundesquote in die Höhe treiben. Um der Identitätseinsicht vorzubeugen, bieten die meisten seriösen Portale die Möglichkeit an, die Profilansicht stark einzugrenzen und nur ausgewählten Freunden den uneingeschränkten Zugang zum Profil zu gewähren. Bei Freundanfragen von Fremden sollte man generell vorsichtig sein, da diese dann vom Geburtsdatum bis zum Werdegang viel Intimes zu sehen bekommen.

Das Image ankratzende Hobbys sollte man besser anonym pflegen und auch bei den Angaben von E-Mail-Adressen und Community-Namen ist es vorteilhaft, wenn man keine Rückschlüsse auf die wahre Identität ziehen kann. Auch bei Veröffentlichungen von Fotos ist Vorsicht geboten, denn es gibt heutzutage bereits Suchmaschinen mit weitreichenden Fähigkeiten. Diese sind mit Gesichtserkennung gekoppelt; ein Mitarbeiterbild von der Arbeitgeber-Webseite könnte etwa mit dem Profilbild von der Speed-Dating-Community abgeglichen und identifiziert werden. Staatlichen Behörden steht diese Technologie bereits zur Verfügung und sie könnte durchaus in ein paar Jahren in den Web-Alltag einfließen. Bevor man sich bei der abgefahrenen Hipster-Community anmeldet, klärt man über Firmensitz und Impressum besser erst deren Seriosität, bevor man im Strom der Gemeinschaft mitschwimmt. Denn sind die Daten erst mal eingespeist, hat man keine Kontrolle mehr darüber.

Dagegen ist es ratsam, mit positiven Aktivitäten die digitale Reputationspflege zu beginnen. Das kann man durch die erwähnten Seiten wie Yasni oder myOn-ID forcieren, mit dem Bau eines Blogs zu einem Fachthema oder mit fundierten Kommentaren in spezialisierten Foren. All das kann zur Aufwertung der positiven Tref-



DATENHANDBREMSE Zurückhaltung ist also angesagt, wenn es um die persönliche Dateneingabe

Online-Stammbaum Die Community-Seite www.verwandt.de ist eine moderne Art der Ahnenforschung

fer beim digitalen Image führen und macht sich unter Umständen neben dem Xing-Eintrag und der Lokalmeldung vom zehnten Platz beim städtischen Halbmarathon als seriöser Fußabdruck ganz gut im Web.

2.0 MEETS DREI ZOLL

Abseits all der Datenschutzgedanken sollen Communitys aber in erster Linie Spaß machen. So ist es nicht verwunderlich, dass einem der digitale Freundeskreis bis auf die tragbaren Gadgets folgt. Die 2.0-Software-Welt springt längst via Handy-Browser aufs mobile Trittblett auf. Und dafür sind natürlich nicht nur Multimedia-Telefone à la Nokia N94 oder Samsung Qbowl bestens gerüstet. Auch das iPhone ist mit seinem großen Touchscreen ein idealer Begleiter fürs Socializing on the Road. Im Urlaub oder auf der Dienstreise – nichts geht über einen Chat bei der Cocktailparty mit gewitzten Kommentaren oder dem illustren Foto-Upload des Schnappschusses vom Eiffelturm. Am besten alle fünf Minuten ein Twitter-Textchen in die Welt zwitschern. Die meisten etablierten Community-Seiten besitzen deswegen Mobile-Seiten, auf die man unterwegs zählen kann.

Die Flickr-Mobile-Site kann etwa auf Wunsch zur digitalen Diashow der eigenen Accounts oder der von Freunden ansetzen, und auch MySpace hat eine Mini-Mobile-Seite, über die man kommunizieren und am Profil feilen kann. Beide sind in ihrer abgespeckten Form allerdings etwas umständlich im Handling. Sehr komfortabel sind bereits die gut angepassten Web-Applikationen von Facebook, Xing und vor allem Twitter. Letzterer Dienst lässt selbst in der schlanken Web-Variante fast nichts vermissen. Große Schaltflächen und Eingabefelder machen die Twitter-Eingabe auch in der Taschenausgabe äußerst komfortabel. Mitte des Jahres, zum Start der neuen iPhone-Firmware, werden viele Lösungen sicherlich durch verbesserte iPhone-Applikationen ersetzt.

INFO | Community-Adressen

Name	Kurzbeschreibung	Adresse
43 Places	Travel-Community	www.43places.com
Adobe Photoshop Express	Zukünftiges Online-Photoshop mit Publishing-Plattform	www.photoshop.com/express
Animoto	Video-Creation-Plattform	www.animoto.com
Facebook	Social-Networking-Portal	www.facebook.com
Flickr	Foto-Community-Portal	www.flickr.com
Hobnox	Community-Plattform für Kreative	www.hobnox.com
I like my Style	Fashion-Community	http://www.likemystyle.net
Lokalisten	Freundeskreis-Online-Community	www.lokalisten.de
myOn-ID	Spezialisierte Personensuchmaschine	www.myonid.de
MySpace	Social-Networking- und Publishing-Portal	www.myspace.com
Pacemaker	Community-Seite zum Veröffentlichen von Online-DJ-Mixen	http://www.pacemaker.net
SpotDJ	Community zum Erstellen von Online-Mixtapes	www.spotdj.com
studIVZ	Studenten-Community	www.studivz.net
Twinity	Potenzieller Second-Life-Nachfolger	www.twinity.com
Twitter	Social-Networking- und Micro-Blogging-Seite	www.twitter.com
Verwandt.de	Online-Stammbaum und Ahnenforschung	www.verwandt.de
Xing	Networking für Business-Kontakte	www.xing.com
Yasni	Spezialisierte Personensuchmaschine	www.yasni.de

Einen kleinen Vorgeschmack für das Weiter-spinnen der mobilen Community-Idee liefert bereits die Anwendung iFob von iCloseBy. Die Software lokalisiert iPhones und MacBooks anderer iFob-Anwender innerhalb eines Wi-Fi-Netzes und zeigt das Kommen und Gehen von Buddys sofort innerhalb des Hotspot-Umfelds an. In unmittelbarer Reichweite kann man durch Mitteilungen auf sich aufmerksam machen, Tag-Lines verschicken und chatten, um sich – im besten Fall – auch mal ganz „old-fashioned“ in der Realität über den Weg zu laufen. *jb*



Leben danach meinVZ ist eine Weiterführung des bekannten Studenten-Portals studIVZ.



Photoshop Express Auch große Firmen wie Adobe kombinieren inzwischen meist ihre Online-Werkzeuge mit Publishing- und Community-Plattformen