

## MEMORANDUM

SYLTER RUNDE  
([www.sylter-runde.de](http://www.sylter-runde.de))  
zum Thema

### **Google, Web 2.0 und GRID Wohin geht die Reise für die Anwender in der Wissensgesellschaft?**

am 28. und 29. Februar 2008  
im Hotel Vier Jahreszeiten, Westerland / Sylt

#### **Ausgangslage und offene Fragen**

Der Wandel der Informations- und Kommunikationstechnologien wird durch Unternehmen wie Google und durch die Begriffe Web 2.0 und GRID geprägt. Sie proklamieren einen inhaltlich getriebenen Paradigmenwechsel, prognostizieren eine Emanzipation von Datennetzen hin zu Informationsnetzen, und betrachten die Anwender bzw. alle Beteiligten als integralen Bestandteil der Informationsprozesse. In der Konsequenz werden somit aus Informationsnutzern gleichzeitig in vielen Fällen auch Wissensanbieter.

Die aus dem Paradigmenwechsel erwachsenden Zukunftsfragen sind – insbesondere aus Anwendersicht – noch völlig unzureichend beantwortet. Diverse Interessengruppen weisen auf Chancen und Risiken beim wachsenden Grad der Offenheit und Zugänglichkeit von Informationen sowie der dauerhaften Speicherung hin.

Um moderne Informations- und Kommunikationstechniken sinnvoll nutzen zu können, müssen die Anwender über entsprechende Fähigkeiten verfügen. Die Menschen werden zur Erhöhung ihrer Medienkompetenz aufgerufen, ja gedrängt, indem immer mehr das Vorhandensein und die Nutzung elektronischer Medien vorausgesetzt wird. Reicht hier das Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten wirklich? Erlangen Heranwachsende die erforderliche Medienkompetenz auch dann, wenn sie sich lediglich auf wenige Bereiche, wie z.B. Spiele, konzentrieren? Verlieren sie dabei möglicherweise zugleich andere, bewährte Kulturtechniken? Muss nicht das ganze Bildungssystem den erweiterten Kulturtechniken angepasst werden?

Das Ausmaß der Nutzung wird durch mehrere Komponenten bestimmt. Da ist zum einen der Mehrwert, den Anwender aus Informations- und Kommunikationstechnologien ziehen können. Hinzu kommen die Wirkungen auf kognitiver und emotionaler Ebene, Suchelemente sowie verschiedene soziale Wechselwirkungen müssen zunehmend beachtet werden. Diese neuen Infrastrukturen verändern auch die kommunikativen Gruppenbildungen und die organisationale Wissenshandhabung.

Es gibt eine Vielzahl unterschiedlicher Anwendergruppen mit außerordentlich divergierenden Nutzerprofilen die auch subpersonal weiter zersplittert sein können. Kann das spezifische Wissen über Nutzerverhalten ohne eine Verletzung der informationellen Selbstbestimmung erfasst werden? Bei ständig wachsenden Inhalten ist Selektion unabdingbar. Erfolgt diese automatisiert, dann besteht das Risiko einer Bevormundung der Nutzer. Andererseits lassen sich aus der Nutzung von Leistungen erhebliche Rückschlüsse auf den Informationsbedarf ziehen.

Die Schnittstelle zwischen Mensch und Internet entwickelt sich weiter. Wie muss sie gestaltet werden? Auch steht diese Schnittstelle in einer Wechselwirkung mit der Medienkompetenz, d.h. ihre Ausgestaltung ist einerseits abhängig von der Kompetenz des Nutzers, andererseits erhöht ein nutzerfreundliches Design die Mediennutzung.

Durch eine intensivere Mediennutzung kann die Schnittstelle dann auch auf andere Medien wirken, so z.B. durch eine Veränderung der Bedeutung von Printmedien. Gleichzeitig können durch die einfache Auswertung der Nutzung von Leistungen auch Rückschlüsse über die Chancen neuer Produkte gezogen werden. Der vertraute Medienmix wird wohl nicht verloren gehen, aber in der funktionellen und quantitativen Ausgestaltung neu gemischt werden. Daraus erwachsen tiefgreifende Anforderungen an die strategische Kompetenz der Medienanbieter und entscheidende Aufgaben einer lebenslangen Anpassungsfähigkeit aller Benutzergruppen.

Der Erfolg der Suchmaschine "Google" hat zu der Wortneuschöpfung "googeln" als Begriff für die Suche mit dieser Suchmaschine und möglicherweise auch schon generisch für jede Internetsuche geführt. Wir beobachten im jungen Medium Internet damit bereits den Konzentrationsprozess wie in alten Industrien. Dieser Prozess sollte nicht völlig unkontrolliert ablaufen, da der wesentliche Rohstoff Wissen weiterhin der Gesellschaft ausreichend und möglichst günstig zur Verfügung stehen muss. Neue Anbieter haben nur die Chance eines Markteintritts, wenn ein entscheidender Fortschritt gefunden wird. Diese Chance ist jedoch reell, wie Google selbst bewiesen hat, und sollte durch ein geeignetes Umfeld, wie z.B. durch freie Schnittstellen, gefördert werden.

Es ist zur gleichen Zeit unübersehbar, dass die sich bisher eröffneten und die gegenwärtig erkennbaren Chancen vor allem von, zu einem großen Teil neu gegründeten, US-Unternehmen aufgegriffen und genutzt werden. Wie

können deutsche Unternehmen eine relevante Marktposition in diesen ertragsträchtigen Märkten erlangen und wie kann ihnen dabei eine sinnvolle Unterstützung zuteil werden?

Die weitere Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien wird auch von den Eigenschaften und Eigenarten der Inhalte bestimmt. Welche Voraussetzungen müssen Informationen erfüllen, damit sie in einem Web 2.0 strukturiert nutzbar sind? Ein Großteil der Information liegt in unstrukturierten Texten vor, nicht in Datenbanken. Eine Voraussetzung, damit diese potenziell verfügbaren Dokumente auffindbar werden, ist ein semantisches Aufbereiten der darin enthaltenen Informationen. Entscheidend ist neben der Aktualität von Wissen auch dessen Qualität. Führt die Emanzipation der Nutzer zu einem Absenken des Wissens auf einen Durchschnittsniveau, in eine Welt also, in der jeder selbsternannte Experte mit seinen Thesen Gehör finden kann? Oder werden sich die Bewertungs- und Ranking-Systeme in den sich entwickelnden sozialen Netzen ausreichend bewähren?

Das Web 2.0 ist die logische Konsequenz einer wesentlich verbesserten Infrastruktur, sowohl auf Seiten der Anbieter als auch bei der technischen Ausstattung der Nutzer. Letztlich leben Informations- und Kommunikationstechnologien aber von den transportierten Inhalten, die einem Schutzrecht unterliegen. Es stellt sich die Frage, wie mit diesen Rechten und intellektuellen Zuordnungen umgegangen werden soll. Das gilt in besonderem Maße auch für die Verfolgbarkeit von ursprünglichen gedanklichen Beiträgen in an sich frei gestalteten Diskursen. Freie und leichte Verfügbarkeit im offenen Informations- und Meinungs-austausch auf der einen Seite und Tradierung individueller Anteile an diesen Kooperationsprozessen andererseits stehen sich gegenüber und sind nicht immer leicht gemeinsam realisierbar. Und wer trägt die Kosten wofür?

Was würde passieren, wenn in der Konsequenz Informationen und Wissen überhaupt nicht mehr zur Verfügung gestellt werden, da sie nicht kostenfrei produzierbar sind? Wird dann der Fortschritt in der Wissensgesellschaft behindert? Welche Rollen nehmen die Wissensschaffenden und die Wissensanbieter/-vermittler ein? In den Wertschöpfungsketten sind erhebliche Veränderungen zu erwarten. Die Funktion von Verlagen mit ihren Herausgebern und Gutachtern als Intermediäre und Qualitätsgaranten wird sicher geschwächt, wenn auf Basis der neuen Technologien nicht zugleich auch neue Geschäftsmodelle entwickelt werden.

Informations- und Kommunikationstechnologien werden weiter zusammenwachsen und um die Mobilität in allen Bereichen ergänzt. Das heißt aber auch, dass Angebote, die derzeit nur auf einzelnen Geräten verfügbar sind, in Zukunft geräteübergreifend nutzbar sein werden. Auch dadurch werden bestehende Geschäftsmodelle weiter an Bedeutung

verlieren und völlig neuartige Geschäftsmodelle hervorgebracht. Um eine Abrechnungsgrundlage für Inhalte zu schaffen wird beispielsweise die Ausbreitung von "Premiumnetzen" in der 2.0-Welt weiter wachsen. Diese Netze mit einem Club-ähnlichem Charakter bieten ihren Mitgliedern einen für sie messbaren Mehrwert. Wird es also ein Web 1. und ein 2. Klasse geben? Könnten Online-Provider gar durch neue Tarifierungen bei den Suchmaschinenbetreibern neue spezielle Schranken errichten?

In vielen Bereichen der Wissensgesellschaft besteht eine starke Entwicklungsdynamik, so dass immer weniger Gelegenheit besteht, Märkte und Produkte zu perfektionieren. Stellt die Veredelung von vorhandenen Produkten z.B. durch zusätzlichen Service eine Alternative dar? Und welche Aufgaben hat der Staat als Rahmengerber dabei wahrzunehmen? Diese und weitere Fragen werden Anbieter und vor allem auch Nutzer zunehmend beschäftigen. So wird sich auch zunehmend die Frage nach der Beherrschbarkeit der in den Netzen verfügbaren Daten und Informationen über die eigene Person und Organisation stellen. Warum sollen Betroffene nicht auch sie betreffende Einträge löschen lassen können?

## Forderungen der Sylter Runde

Wie sollen nun die aus den diskutierten Zukunftsfragen resultierenden Herausforderungen und Aufgabenstellungen angegangen werden?

- 1) Die **Medienkompetenz** muss in allen Schichten gestärkt werden. Gleichzeitig dürfen aber die klassischen Kulturtechniken nicht verloren gehen. Diese gesellschaftliche Aufgabe kommt natürlich insbesondere den Orten der formellen Bildung zu (Schulen, berufliche Aus- und Weiterbildungsinstitutionen etc), aber sicher auch den informellen Lernkontexten und den außerschulischen Initiativen.
- 2) Eine stärkere **Personalisierung** ist sinnvoll. Dazu sollten Verfahren entwickelt werden, die den Nutzer nicht in allen Einzelheiten öffentlich preisgeben. Matchings<sup>1</sup> zwischen Personen sollten auf einer anonymisierten Basis möglich werden, wobei allen betreffenden Nutzern ein Kennenlernen angeboten werden kann.
- 3) Inhalte müssen besser für elektronische Medien aufbereitet werden. Dies kann z.B. durch eine Anreicherung mit **Metainformation** erfolgen. Auch das Einstellen von verkürzten, strukturierten Inhalten vereinfacht das Auffinden von Informationen erheblich, um so einen besseren Zugang zu den jeweiligen Wissensträgern zu erlangen..

---

<sup>1</sup> Ein gelungenes Beispiel stellt hier [www.librarything.com](http://www.librarything.com) dar.

- 4) Es werden **Qualität** sichernde Instanzen für die Inhalte benötigt. Die Rolle von Informationsmittler/-makler (z.B. Verlagen) muss wieder gestärkt werden.
- 5) Politik und Branchengrößen sind aufgerufen, ein kreatives **Umfeld** schaffen, um neue Entwicklungen zu fördern.
- 6) Es müssen gesellschaftlich akzeptierte Modelle entwickelt werden, die die Rentabilität der **Wissensschaffung** sicherstellen. Wettbewerbsbehinderungen und Wachstumshemmnisse wie systematisches Abmahnen sind grundlegend zu hinterfragen.
- 7) Es sollte eine **Marke** "Made in Germany" für Informationsgüter geschaffen werden, unter der die hochwertigen Informationsanbieter unseres Landes weltweit auftreten könnten.
- 8) Durch die Etablierung einer unabhängigen **Institution** sollten die Bereiche Mobile und Internet über alle Branchen hinweg koordinierbar werden.
- 9) Eine Kommunikation der historischen Herausforderung Wissensgesellschaft über eine **Ankerperson** in den Medien ist wünschenswert, ohne den Staat stärker in die Pflicht zu nehmen.
- 10) Wie in anderen gereiften ingenieurtechnischen Bereichen selbstverständlich üblich, so sollten die Regeln einer überprüfbaren **Gewährleistungsarchitektur** auch für die ICT-Welt mit zunehmender Entfaltung voll gelten, d.h. alle Systeme einschließlich ihrer Netze sind auf Immunität gegen Störungen und unerwünschten Einflüssen jeder Art möglichst stabil auszulegen und zugleich ist dafür Sorge zu tragen, dass sie durch die betroffenen Individuen, Gruppen, Organisationen und Gesellschaften stets beherrschbar bleiben.

Westerland / Sylt, im April 2008

Robert Biermann, Dinslaken  
Denis Burger, München  
Philipp Butzbach, Köln  
Mario Fischer, Nürnberg  
Monika Frey-Luxemburger, Furtwangen  
Eduard Heindl, Tübingen/Furtwangen  
Martin Hofmann-Apitius, Sankt Augustin  
Andres Klein, Wiesbaden  
Georg Mannsperger, Mannheim  
Michael Schopen, Bonn  
Harald Summa, Köln  
Norbert Szyperski, Köln/Westerland

***Dieses Memorandum wird auch unterstützt von:***

Richard Geibel, Köln  
Harald von Kortzfleisch, Koblenz  
Bernd Heinrich, Augsburg  
Manuel Kreuz, Köln

Tobias Kollmann, Essen  
Clemens Szyperski, Redmond, WA, USA  
Frank P. Schmitz, Berlin  
Uwe Lobeck, Dresden

Stand: 16.08.2008