



Die Flut von Bildern: Millionen Nutzer veröffentlichen ihre Schnappschüsse auf Flickr.com.

ehr als im Vor-
der Neugrün-
h mit dem Em-

heim Marktfor-
arch, ist über-
ware, wie viele
angen genannt
räre Modeer-

scheinung ist: „Wer diesen Trend
ignoriert, kann leicht ins Hintertref-
fen geraten.“ Auch er kann nicht die
große Frage beantworten, vor der die
meisten Web-2.0-Unternehmen ste-
hen: Wie soll jemals Geld verdient
werden? Ein Konzept dafür fehlt den
meisten, derzeit setzen sie auf On-
lineanzeigen. Doch zum Überleben

zum Erfolg zu führen. Eine trügerische Hoffnung?

Nein, aber auch das ist ja nicht neu.
Das Internet drehte sich noch nie um
Großkonzerne. Deren Online-Auf-
tritte sind größtenteils ein Witz, nie-
mand schert sich darum - eigentlich
haben sie gar keinen Wert. In den er-
sten Jahren des Internets wurde vor
allem darüber berichtet, weil die Aktien-
kurse so hoch waren oder was große
Unternehmen im Web anstellten. Das
war eine Fehleinschätzung der Me-
dien. Die Menschen, die im Internet
unterwegs waren, wussten immer,
dass dies nicht die entscheidende
Story war. Sie waren im Web, weil sie
dort kreativ tätig sein konnten.

aller Firmen, „reichen die Werbepad-
lar nicht“, weiß auch Kim.

Hinter vorgehaltener Hand ist die
Hoffnung vieler Neugründungen ab-
sehbar: Sie wollen von einem der
Großen gekauft werden. Die Internet-
plattform Yahoo hat früh zugeschla-
gen und sich die Bilddatenbank Flickr
und Delicious geschnappt, einen
Dienst, der Menschen
zusammenbringt, die ähnliche Lieb-
lingsinternetseiten haben. Inzwi-
schen setzt Yahoo konsequent auf
Transparenz: So legen die Kalifornier
die Programmierprinzipien für Foto-,
Kalender-, Einkaufs- und Perso-
nalisierungsfunktionen offen, so
dass jeder daraus neue Anwendungen
basteln kann. „Offenheit ist eines
unserer Schlüsselkonzepte, und die
neuen Anwendungen bieten zusätzli-
chen Nutzen“, sagt Ash Patel, Chef-
Produktentwickler bei Yahoo.

Konkurrent Google hielt sich
lange zurück, kauft jetzt inzwischen
fast im Wochentakt viel verspre-
chende Startups. Eine Maßnahme
zur Zukunftssicherung, glaubt Ana-
lyst Kim: „Google und Yahoo mer-
ken, dass die Internetsuche in der
Vergangenheit eine große Sache war,
jetzt aber soziale Software das

Albtraum für die Datenschützer

SIGRUN SCHUBERT | SAN FRANCISCO
THOMAS KNÜWER | DÜSSELDORF

Markus Neckar weilt an seinem Ar-
beitsplatz in einer Berliner Multimedi-
aagentur. Das verrät der neue Dienst
Plazes. Wer bei ihm einbrechen
möchte, findet über Google sogar den
Weg zu seiner Wohnung in Bildern be-
schrieben. Alle weiteren Kontaktda-
ten enthält das Business-Netzwerk
Open BC. Gut, den Einbruch in die
Wohnung hätte man auch während
des Türkeiurlaubs erledigen können,
aus dem Neckar gerade zurückge-
kehrt ist, wie er in seinem Weblog
schreibt. Fotos davon finden sich in
der Bilddatenbank Flickr, wo zu sehen
ist, womit er sonst seine Freizeit ver-
bringt.

„Ich bin immer noch Herr über
meine Daten, ich entscheide, welche
ich preisgebe“, sagt Neckar - und
schiebt selbstkritisch nach: „Natür-
lich ist das Internet auch ein Spiel-
platz. Mit beruflichen Informationen
gehe ich selbstverständlich anders da-
rin um als mit privaten.“ Der Berliner
gehört zu jenen Web-2.0-Extremnut-
zern, die sich nicht viel scheren um
den Datenschutz. Diese Sorglosigkeit
zeigt sich in Amerika weit stärker als
in Deutschland, denn viele der neuen
Internetdienste sind noch nicht in
Europa gelandet.

„Wenige Nutzer wissen, was sie tun“

So können Interessierte in den USA
auf Hot-maps.frozenbear.com heraus-
finden, welche Singles in der Nähe
wohnen, die sich beim Datingdienst
Hotornot angemeldet haben. Die zur
News Corp. gehörende Seite Mys-
space, die es Teenagern erlaubt, Fotos,
Videos und Tagebücher online zu ver-
öffentlichen, ist bereits in die Schlag-
zeilen geraten, weil zwei inzwischen
festgenommene Männer den Dienst
angeblich nutzten, um minderjährige
Mädchen zu kontaktieren. Seither ist
Myspace mit seinen 55 Millionen regis-
trierten Nutzern ein Symbol für die
Gefahren von Web 2.0 geworden
- und hat sich kürzlich einen Daten-
sicherheitsvorstand zugelegt.

„Vielen Leuten ist nicht bewusst,
wie sehr sie ihre Daten öffentlich ma-
chen. Ein Arbeitgeber muss nur ein
wenig googeln und stößt so schnell
auf Informationen über Bewerber.
Das ist ein Albtraum für den Daten-
schutz“, heißt es bei der Hacker-Verein-
igung Chaos Computer Club.

Die Möglichkeiten des Datenmiss-
brauchs scheinen unerschöpflich. Im
Januar erhielt Riya 15 Millionen Dol-
lar Risikokapital, um seine Bilderken-
nungssoftware weiterzuentwickeln.
Bilder im Internet gleicht Riya mit Da-
tenbanken ab und macht Vorschläge,
was - oder wer - auf einem Bild zu
sehen ist. Wer einen wildfremden
Menschen heimlich fotografiert, könnte
also dessen Namen herausfinden.
„Wir konzentrieren uns im Moment
auf Nordamerika. Wenn wir unseren
Dienst in Europa anbieten, werden
wir uns mit Datenschutzexperten und
-fürsprechern beraten“, wischt Riyas
Marketing-Chefin Tara Hunt Beden-
ken zur Seite. „Man muss den Leuten
klar machen, was sie da tun. Viele die-
ser Anbieter erläutern zwar Dinge in
ihren AGB - aber die wenigsten Nut-
zer lesen diese“, warnt deshalb der

BERGER

lierte Philosoph
als Autor und
berater.

ativ sind. Ich
le Leute Web
wichtig halten.
Internet heute in
besseren Boden
Unternehmer-
halb sehen wir
an Ideen.

0 bietet ge-
großes Kapi-