



Viel diskutiert: die Second-Life-Präsenz des Landes im Internet.

Bild: dpa

## Heute Spielerei, bald Erfolgsfaktor

Ludwigsburger IT-Brunch beleuchtet „Web 2.0“ und „Second Life“

**Ludwigsburg – Chancen und Potenziale des „Web 2.0“ und „Second Life“ haben 60 Interessierte gestern beim zweiten Ludwigsburger IT-Brunch diskutiert.**

VON THOMAS FAULHABER

„Gemessen am Potenzial des Internets, stehen wir noch ganz am Anfang.“ Das sagt Javier Salas, Geschäftsführer der Waiblinger Internetfirma iVeins. Es gebe keine trennscharfe Definition von „Web 2.0“. Es gebe nur Merkmale. Etwa, dass die starre Benutzeroberfläche mit mehr Dynamik durchbrochen werde, der Nutzer mehr Möglichkeiten hat. Dass unterschiedliche Plattformen verknüpft werden oder ganz gezielt Informationen gebündelt werden.

Es gebe Nachrichtenportale, die Zeitungen und andere Medien nach Schlagworten ordnen. Wer ein bestimmtes Thema sucht, wird vielfältig fündig. Bilddatenbanken ermöglichen das Finden von Bildern alleine nach Farbvorstellungen. Oder nach Orten, die mit einer satellitengestützten Weltkarte verknüpft ist. Pro-

dukte unterschiedlicher Anbieter werden nach Preisen und Verfügbarkeit sortiert.

Eine Vision könnte sein, alle Verkehrsmeldungen der Radiosender oder Warnungen vor Radarfallen mit Google Maps zu verbinden und sämtliche Staus zu visualisieren. Oder aber Navigationssysteme mit Hilfe der Nutzer weiter zu verbessern.

### Große Gemeinschaft

Salas sieht im Gemeinschaftsgedanken den größten Fortschritt des Internets. Nicht einer liefert und viele lesen, viele liefern und alle haben Zugriff. Bestes Beispiel sei das Internetlexikon Wikipedia, dem er künftig das Zeug zur Menschheitsbibliothek prophezeit.

„Second Life“ sei heute noch eine Spielerei, so der Göppinger Innovationsmanager Manfred Petz. Bald aber könnte die virtuelle Welt, in der sich aber reale Menschen unter Pseudonym bewegen, auch „geschäftsfähig“ werden.

Diese 3-D-Welten auf dem Monitor eröffneten bislang ungeahnte Möglichkeiten. Etwa, dass jeder Kunde mit seiner Kunstfigur ein Haus

virtuell einrichtet und dann tatsächlich bestellt.

Fast zwölf Millionen Teilnehmer bewegen sich 25,6 Millionen Stunden im Monat in der „Second-Life-Welt“. Für Petz ein schlagendes Argument, sich hier zu engagieren. Werbung zu machen, Links zum Einkauf zu schaffen, Reisebuchungen zu ermöglichen. Mercedes, Adidas, Nissan und der Musikverlag Sony BMG sind Pioniere auf diesem Gebiet.

Wie ernst der Spaß langsam werde, zeige die Uni Ulm, die einen virtuellen Hörsaal einrichtete. Und auch so könne man am Rechner lernen. Fremdsprachen zum Beispiel.

### Einfache Info-Suche

„Infotainment gewinnt so eine völlig neue Dimension“, so Michael Shabanzadeh, vom Veranstalter advantos IT Consulting. Die neue Art der virtuellen Präsentation wird in Zukunft das Finden von Informationen erleichtern. Zudem wird die Verzahnung zwischen virtueller Unterhaltungswelt und der realen Wirtschaftswelt immer stärker werden.