

SECOND LIFE web 3.0 3D

wikipedia google maps OGC web

2.0 map geopoint Tim Barners-Lee

weblog YOUTUBE open web services

content geotagging video

FLICKR messenger world mixed

situation kartenservice computer

MYSPACE mashup metaversum

virtuelle welt raumdaten

will, wohin sein letzter Kurztrip ging, lädt seine Bilder ins Fotoportal www.flickr.com. Außerdem schießen Weblogs als private Foren und Wikis – Seiten, die wie Wikipedia von allen gepflegt werden – wie Pilze aus dem Boden. Aus technischer Sicht sind diese Angebote oftmals nichts Neues, sondern meist eine Kombination von bereits Ende der 1990er-Jahre entwickelten Technologien, die erst durch die breitbandigen Internetzugänge verfügbar wurden.

Beim Web 2.0 geht es aber nicht nur ums Mitmachen, sondern auch ums Mitmischen. Ein wesentliches Merkmal des neuen Internets sind sogenannte Mashups. Vom englischen Wort für Vermischung kommend werden damit Webinhalte bezeichnet, die durch die nahtlose Kombination bereits bestehender Webangebote entstehen. Meist werden die Inhalte der Mashup-Websei-

Geo im Mitmach-Web

Die Zeiten, in denen Websurfer vor ihrem Rechner sitzen und statische Inhalte abrufen, sind vorbei. Die meistbesuchten Webseiten sind heute die, die die Nutzer selbst gestalten. In der schönen neuen Welt von Web 2.0 kann jeder mitmachen. Karten, Web Map Services und 3D-Geodaten spielen hier eine erstaunliche Rolle – auch für den Nachfolger: das Web 3.0.

VON CHRISTIANE MARTIN

Im Oktober dieses Jahres ging die Nachricht von Googles Milliarden-Einkauf um die Welt: Der Suchmaschinenbetreiber hatte das Videoportal Youtube für 1,6 Milliarden US-Dollar erworben und spätestens jetzt avancierte das neue Kunstwort „Web 2.0“ vom Insiderbegriff zum medientauglichen Schlagwort. Denn Youtube gehört zu jenen Internetangeboten, die vom „Mitmachen“ der Nutzer leben und mehr oder weniger schwammig als Web 2.0 bezeichnet werden.

Bei www.youtube.com kann jeder seine selbst gedrehten Filme veröffentlichen – umsonst und ohne besonderen technischen Aufwand. Eher zufällig und aus der

Not heraus hatten Steve Chen und Chad Hurley Anfang 2005 diesen Internetdienst geschaffen. Zumindest der Legende nach hatten sie auf einer Party in San Francisco einige Videos gedreht und wollten diese an Freunde schicken. Deren Mailboxen waren aber für die großen Datenmengen zu klein. Die Idee zu Youtube war geboren. Das Repertoire reicht heute von verwackelten Urlaubssequenzen bis zu professionellen Kurzfilmen, die von täglich mehr als 100 Millionen Surfern heruntergeladen oder angeschaut werden.

Die Zeiten, in denen man sich anonym im Netz präsentiert, scheinen also endgültig vorbei zu sein. Wer neue Freunde finden will, präsentiert sich ausführlich in Wort und Bild beim sozialen Netzwerk www.myspace.com, wer der ganzen Welt zeigen

ten über offene Programmierschnittstellen eingebunden. Und meist gehören zu den „vermischten“ Inhalten geographische Daten. Eine besonders große Anzahl an Mashups verknüpft Karten, beispielsweise von Google Maps, mit anderen Inhalten wie Fotos oder Kleinanzeigen. „Es fällt auf, dass es eigentlich kaum Mashups gibt, die nicht eine Geokomponente integrieren“, sagt Klaus Greve, Professor für Geographische Informationssysteme an der Universität Bonn. Die Frage nach dem „Wo“ scheint wichtig und so kann die Flickr-Community ihre Fotos zwar noch nicht mit Musik unterlegen, dafür aber auf einer Google Map anzeigen lassen, wo das Bild aufgenommen ist. Geotagging nennen die Profis das.

Zerplatzt die Seifenblase?

Während also der User nach und nach die schöne neue Welt des Web 2.0 entdeckt, mitmacht, up- und downloadet, kommentiert, kommuniziert, geotaggt und mashupt, sprechen die ersten Skeptiker bereits von einer zerplatzenden Seifenblase. Sie fühlen sich durch Deals wie den Youtube-Verkauf an die Dotcom-Zeit erinnert. Damals galten Internetangebote als Goldgrube, Tausende von kleinen Unternehmen weltweit wurden hoch gehypt – und fielen tief als im März 2000 schlagartig die Börsenkurse

Abbildungen: www.secondlife.com, www.youtube.com, www.flickr.com

sanken und der Markt in sich zusammenbrach. Ob der Vergleich berechtigt ist oder nicht, es bleibt der Fakt, dass der Internetnutzer an sich virtuell ist und damit schwer zu fassen. Keiner weiß genau, warum ausgerechnet Myspace so gut ankommt und das vergleichbare Portal www.friendsters.com den Bach runter ging. Doch bevor das Web 2.0 stirbt, schafft die Szene sich bereits einen Nachfolger: Leise und vereinzelt spricht man bereits vom Web 3.0.

Dienste, die wissen, was sie können

Eine einheitliche Definition der nächsten Auflage des Internets gibt es aber noch nicht. Manche verwenden Web 3.0 eher ironisch, im Sinne von „Es gibt immer ein Danach“, manche sehen im Web 3.0 einfach nur die logische und konsequente Weiterentwicklung des Web 2.0.

Es gibt aber auch Stimmen, die weisen mit Web 3.0 auf ein semantisches Web hin – eine völlig neue Erweiterung des Internets. Hier sollen Informationen zusätzlich zu der für Menschen lesbaren Form auch in einer für Maschinen verarbeitbaren Form präsentiert werden, sodass Anfragen auch aufgrund ihres Bedeutungsinhalts und nicht nur aufgrund ihrer Schreibweise bearbeitet werden können. Diese Vision von sich selbstorganisierenden Strukturen im Netz stammt vom WWW-Erfinder Tim Berners-Lee und kein Geringerer als er hat bereits darauf hingewiesen, dass das Open Geospatial Consortium (OGC) mit seinen Open Web Services Merkmale des Web 3.0 als semantisches Web vorwegnimmt. Klaus Greve bestätigt das: „In der Tat ermöglichen die OGC-Standards Web Services, die über ein Capabilities-Dokument sich selbst beschreiben und damit nicht nur einzelnen Nutzern, sondern auch anderen Web Services zur Verfügung stehen.“ Die Vision, die nur ganz knapp vor der Realisierung steht, sieht so aus: Jemand, der eine digitale Karte von Afghanistan haben möchte, kann über einen Katalogservice einen entsprechenden Kartenanbieter finden. Wenn dieser Map Service die Karte nicht in der gewünschten Projektion vorliegen hat, fragt er selbstständig bei einem Koordinatentransformationsservice an. Der Nutzer bekommt die richtige Karte, ohne dass er sich allein durchs World Wide Web klicken muss. Was im Geospatial-Bereich bereits gang und gäbe ist, trifft bisher auf nur ein Prozent der weltweit verfügbaren Internetseiten zu. Im Web 3.0 sollen dann

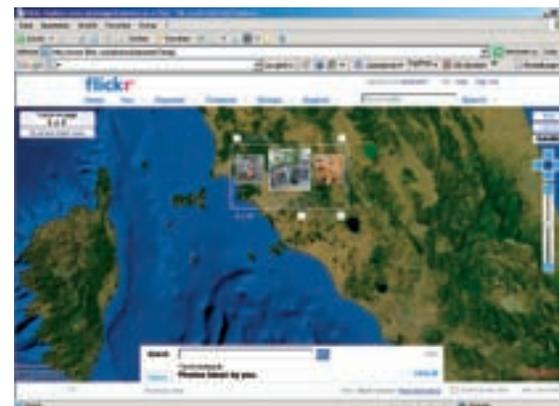
alle Dienste so gestrickt sein, dass Nutzeranfragen dazu führen, dass sich verschiedene Services spontan zusammenschließen, um die Anfrage möglichst umfassend zu beantworten.

Wiedergeburt im zweiten Leben

Verglichen mit dieser Vision eines praktischen Nutzens haben andere Interpretationen des Web 3.0 zunächst einen augenscheinlicheren Spaßfaktor. Hier steht die Zahl 3 für Dreidimensionalität und meint die Einbindung von dreidimensionalen Daten – auch Raumdaten – in das Internet, vornehmlich in Web 2.0-typische Mitmachangebote. Second life ist das klassische Beispiel dafür. Diese virtuelle 3D-Welt wurde vom kalifornischen Unternehmen Lindenlab geschaffen und gleicht einem riesigen Onlinespiel mit über einer Millionen Nutzern, die diese Parallelwelt gestalten. Jeder Mitspieler erfindet sich zunächst selbst neu – so wie er im realen Leben ist oder so wie er gern sein würde. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Dann kauft er sich Land, baut ein Haus, lernt andere Spieler kennen, betreibt ein Business, verdient Geld, geht Hobbys nach, erlebt Abenteuer. Es ist der fast perfekte Traum von einer zweiten Chance, denn im Second life ist alles möglich: neue Freunde, guter Sex, Schönheit, Reichtum und Unsterblichkeit – alles virtuell.

Doch die Grenzen verschwimmen. Zwischen der uns anscheinend bekannten Realität und der neuen digitalen Web-Wirklichkeit gibt es immer mehr Berührungspunkte, so genannte Mixed World Situations. So präsentieren sich neuerdings Unternehmen wie Adidas in Second life und betreiben virtuelle Shops, in denen man mit der spieleigenen Währung, den Linden-Dollars, dreistreifige Turnschuhe und andere hippe Klamotten kaufen kann. Auch die Medien machen sich in Second life breit. Nachdem die Nachrichtenagentur Reuters bereits einen Korrespondenten in die virtuelle Welt geschickt hat, zieht nun die Bild-Zeitung nach und will ein eigenes Blatt anbieten, das täglich in englischer Sprache Second life-News verbreitet und an Kiosken in der Parallelwelt vertrieben wird.

Noch ist Second life ein Fantasieland mit Häusern, Straßen und Siedlungen, die selten Ebenbilder in der echten Wirklichkeit haben. Doch das wird sich



Mitmachen ist alles im Web 2.0: Kommentieren, up- und downloaden, Fotos einstellen, Videos zeigen – oft in Kombination mit „Geo“.

ändern. Nehmen die Mixed World Situations zu, wird immer öfter auch der Raum wirklichkeitsgetreu nachgebildet werden. Hersteller von 3D-Geodaten können einer Zukunft mit ganz neuen Geschäftsfeldern entgegensehen. Denn statt auf der „Insel der Orientierung“ kann der Neuankömmling in Second life dann sein zweites Leben in einer dreidimensional nachgebildeten Version seiner Heimatstadt starten. Urlaubsreisen führen dann direkt auf eine Südsee-Insel beziehungsweise deren dreidimensionale Modellierung im World Wide Web. Die Imagination der neuen Welt scheint perfekt. ■