

## Aus dem Inhalt

- » Mobile 2.0 – Das neue Handyzeitalter bricht an« Seite 1
- » Wussten Sie schon...?« Seite 2
- » Der Gläserne User im World Wide Web« Seite 3
- » Geotagging« Seite 4
- » Wiki-Scanner« Seite 4
- » Hinter den Kulissen« Seite 4

## Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

haben sie auch schon mal nach ihrem Namen „gegoogelt“?

Mit dem Thema „Anonymität im Internet“ haben wir uns in dieser Ausgabe beschäftigt. Zudem blicken wir in die Zukunft des Multitalents Handy.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.



Konrad Krafft



Ausgabe Herbst 2007

## » Mobile 2.0 – Das neue Handyzeitalter bricht an«

**Deutschland telefoniert seit mittlerweile 15 Jahren mobil. 1992 kamen die ersten Handys auf den Markt und heute, 2007, ist statistisch gesehen jeder Bundesbürger mobil. Aus dem einst großen klobigen Klotz ist ein filigranes Multitalent geworden – mit Musik, TV und Internetzugang. Willkommen bei Mobile 2.0!**

**D**as Handy ist für die meisten Menschen zum ständigen Begleiter geworden. Hohe Datenübertragungsraten die eine schnelle Verbindung ermöglichen, Flatrates mit denen Daten in unbegrenzten Mengen aus dem Netz geladen werden können, sowie Multimediätelefone mit Farbdisplays, machen es immer attraktiver. Was online seit einiger Zeit als Web 2.0 gefeiert wird, hat jetzt auch die mobilen Endgeräte erreicht.

Viele Menschen wollen heute in Interaktion miteinander treten, selbst Teil des Mediengeschehens werden und eigene Inhalte produzieren. Zusätzlich zu Interaktionsmöglichkeiten im Internet entwickeln sich parallel dazu Mobile Community Angebote. So gibt es beispielsweise von Vodafone einen Handy-Client für die Internet-Community MySpace. Das Profil kann so über das Handy bearbeitet werden.

Fotos lassen sich hochladen und betrachten, Kontakte und E-Mails verwalten sowie Blogbeiträge und Kommentare erstellen.

Auch Navigationsdienste, die Handy-Nutzer zum gewünschten Produkt führen, erobern langsam den Massenmarkt.

Der GPS-Empfänger erkennt wo sich das Handy befindet, der „Navigator“ auf welches Geschäft der Nutzer klickt. Anschließend wird der schnellste Weg dorthin angezeigt.

Je mehr die Grenze zwischen Navigationsgerät und Mobiltelefon schwindet, desto eher kann auch Werbung, abhängig vom Aufenthaltsort des Handybesitzers, geschaltet werden. Beispielsweise geht ein Musikfreund an einem Plattenladen vorbei. Kurz darauf erhält er eine Nachricht via Datenverbindung in der ihm mitgeteilt wird, welche CD's in dem gerade passierten Geschäft im Angebot sind. Dieses Szenario beschreibt den neuen Traum vieler Werbefachleute. Sie entdecken das Handy



als Werbemedium der Zukunft. Denn bei richtiger Ansprache und mit den richtigen Produkten gehört jeder zur Zielgruppe, der ein Handy besitzt. Und das sind eine ganze Menge. So kommen schon jetzt in Deutschland auf 100 Einwohner rund 107 Mobil-

telefone. Die Zielgruppe ist damit größer als beim Fernsehen oder Internet. Für die Zukunft haben Handy-Hersteller bereits neue Strategien angekündigt, um Netz und Handy immer weiter miteinander zu verbinden. Auch wir bei doubleSlash befassen uns mit Mobile 2.0. Aktuell wird im Zuge einer Diplomarbeit zum Thema „Entwicklung einer mobilen Lokalisationsplattform für Marketing und IT-Services“ geforscht.



telefone. Die Zielgruppe ist damit größer als beim Fernsehen oder Internet.

Technisch zum Zuge kommen beim Mobile Marketing basierend auf GSM die mobilen Datenübertragungstechnologien GPRS/EDGE, UMTS und darauf wiederum aufbauend WAP oder für mobile Geräte angepasste Internetwebseiten.

Momentan befindet sich der Mobile Markt sicherlich noch in einer Orientierungsphase, doch ein Zukunftsszenario lässt sich wie folgt beschreiben: Ein Kunde fordert über sein Handy Informationen zu attraktiven Urlaubszielen an. Per Knopfdruck wird er mit dem Call Center des Reiseveranstalters verbunden, wo er weitere Informationen erhält und durch einen erneuten Knopfdruck das Ange-

bot bestätigt. Die Bezahlung erfolgt über seine Handyrechnung oder via PayPal und als Ticket dient am Flughafen seine SIM-Karte. Nach der Reise wird der Kunde per SMS zum Service und zur Qualität des Angebots befragt.



Lassen wir uns überraschen was das neue Handyzeitalter noch so alles mit sich bringt.

## »Wussten Sie schon...«

...dass man bei Google seine eigene Startseite einrichten und konfigurieren kann?

Das Ganze nennt sich iGoogle. Die gewohnte Suchmaske von Google ist der Hauptpunkt der Seite. Drum herum lassen sich beliebig viele „Karteikästchen“ mit verschiedenen Themen hinzufügen, von News bis hin zum Sudoku Spiel. Diese können beliebig angeordnet, gelöscht oder bearbeitet werden. Außerdem lassen sich Registerkarten erstellen, so dass man seine Themen unterordnen kann.

Beispielsweise eine News-Registerkarte mit verschiedenen News-Themen. Auch ein Suchprotokoll kann eingerichtet werden, bei dem die letzten 15 Suchbegriffe angezeigt werden. Probieren Sie es doch einfach mal aus. Auf der Google Startseite oben rechts auf iGoogle klicken, und los geht's.



# » DER GLÄSERNE USER IM WORLD WIDE WEB «

Aus der Praxis:

**E**gal ob E-Mail, Chat oder World Wide Web: Jeder, der sich in den Datenhighway einklinkt, gibt der Öffentlichkeit mehr über seine Persönlichkeit preis, als ihm oftmals bewusst ist. Gerade auch as Web 2.0 bietet dem User mit seinen Blogs und Plattformen viele Möglichkeiten sich der Welt zu zeigen. Doch gerade diesen Aspekt, zum „gläsernen User“ zu werden, bedenken die meisten nicht.

Bereits jeder fünfte Deutsche hat eine eigene Internetpräsenz in Form von Webseiten, Tagebüchern oder Steckbriefen, auf denen das Privatleben veröffentlicht wird. Gerade bei Schülern und Studenten sind Online-Communities sehr beliebt. Hier haben 45 % ein eigenes Profil.

Auf Plattformen wie MySpace und studiVZ unterhalten sich Millionen Internetnutzer über mögliche und unmögliche Themen. Zudem werden bei YouTube oder Flickr Videos und Bilder hochgeladen, die teilweise intime Einblicke ins Private geben. Mit dem Ziel, aus der Usermasse hervorstechen, meinen viele, es im Internet übertreiben zu müssen. Dabei scheinen sie zu vergessen, dass das Internet eine Datensammlung ist, in der nichts verloren geht. Wer einmal mit seinen Daten und Geschichten drin ist, bleibt im Gedächtnis des Netzes.

Zugegeben, wer hat nicht schon mal seinen eigenen Namen „gegoogelt“ und war erstaunt, wie viele Ergebnisse und Informationen erscheinen?

Nach einer Umfrage des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater und der „Wirtschafts-

woche“ suchen fast 30 Prozent der Personalverantwortlichen im Netz nach Informationen über potenzielle Mitarbeiter. In jedem dritten Fall wurden Kandidaten nach dieser Recherche abgewiesen. Man sollte im Netz also nur das preisgeben, von dem man will, dass es wirklich jeder weiß. Denn realistisch gesehen gibt es keine Möglichkeit, diese Informationen zu kontrollieren.

Wir bei doubleSlash wollten wissen, wie schnell Informationen über eine Person herausgefunden werden können, die sich im Internet bewegt. Anhand unserer virtuellen Produktmanagerin Laura Slash (wir berichteten im letzten slashUp), haben wir dazu eine Studie durchgeführt.

In einem Zeitraum von drei Monaten haben wir untersucht, wie viele Spam Mails sie bekommt, wie sie gefunden wird und was über sie gefunden wird. Einige Ergebnisse dazu möchten wir hier aufführen:

- > Laura Slash erhielt eine E-Mail Adresse. 36 Stunden später bekam sie die erste Spam-Mail. Innerhalb von zwei Wochen haben sich die Spam-Mails versechsfacht.
- > Wenige Stunden nachdem sie in diversen Web-Diensten angemeldet wurde, wurde Laura Slash über verschiedene Suchmaschinen gefunden. Die Ergebnisse lagen in der Regel zwischen 380 und 420 Einträgen.

Unsere Laura Slash wird grundsätzlich auf den ersten drei Seiten der Suchergebnisse gefunden. Danach vermischt es sich mit anderen „Laura“ und „Slash“ Ergebnissen.

## GEWINNSPIEL

Probieren Sie es doch selbst einmal aus, folgende Fragen über Laura Slash zu beantworten. Lassen sie sich überraschen wie viel und wie schnell sie etwas herausfinden.

1. In welcher Firma arbeitet Laura Slash und seit wann?
2. In welcher Firma war sie davor tätig?
3. Nennen Sie drei Kollegen/innen von Laura Slash?
4. Wie lautet ihre E-Mail Adresse?
5. Wann hat Laura Slash Geburtstag?

Senden Sie Ihre Antworten bis zum 23.11.2007 an:

**Nadine.Kozima@doubleSlash.de.**  
Betreff: **Laura Slash – Gewinnspiel**

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir einen Hauptpreis. Lassen Sie sich überraschen!

(Ihre Daten werden von uns für keine weiteren Zwecke verwendet. Mitarbeiter und deren Angehörige sind von der Teilnahme ausgeschlossen.)



## »Geotagging«

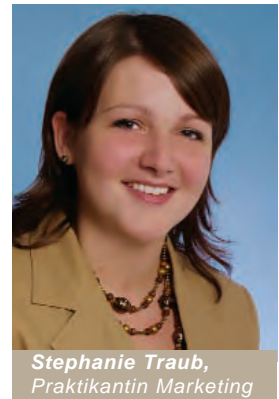
Tagging ist die sog. Indexierung oder auch Verschlagwortung von Dokumenten oder Bildern bei Internetdiensten wie z.B. flickr. Den eingestellten Objekten können Tags, also Schlagworte, zugeordnet werden. Diese vereinfachen die spätere Suche danach. Geotagging oder Geokodierung, ist vom Prinzip her das Selbe. Als Tags werden hier geografische Informationen zu den Daten, z.B. Fotos, hinzugefügt. In der Regel bestehen sie aus dem Breiten- und Längengrad. Dies eröffnet die Möglichkeit, die Fotos online mit geografischen Karten wie Google Maps oder Google Earth, zu verlinken. Die Bilder können an der Stelle angezeigt werden, an der sie auch aufgenommen wurden. Jeder User kann Sie sich nun dort ansehen und visuell mehr über den Ort erfahren.

## »Wiki-Scanner - Wikipedia«

Die Qualität der Einträge in Wikipedia soll sich durch die Mitarbeit Vieler verbessern. Doch was ist, wenn Unternehmen oder Behörden Beiträge in ihrem Interesse verändern? Solche Manipulationen lassen sich seit kurzem mit Hilfe des sog. Wiki-Scanner aufspüren. Er verfolgt die Versionsgeschichte der Artikel und analysiert, wer wo eingegriffen hat. Manipulationen können entfernt werden.

## »Hinter den Kulissen«

Stephanie Traub ist Studentin der Betriebswirtschaftslehre, Fachrichtung Medienmanagement an der Rheinold-Würth-Hochschule in Künzelsau. Bis Ende August 2007 hat sie als Praktikantin für sechs Monate bei doubleSlash im Marketing Team mitgearbeitet. Als Laura Slash hat sie auf unserem Blog [www.produktmanagerin.de](http://www.produktmanagerin.de) täglich von ihren Erlebnissen aus dem Arbeitsalltag einer virtuellen Produktmanagerin erzählt.



Stephanie Traub,  
Praktikantin Marketing

- 1. Wie haben Sie Laura Slash zu virtuellem Leben erweckt?*  
Zunächst habe ich mir einen Lebenslauf für Laura überlegt. Wie alt ist sie, wo hat sie früher gearbeitet, was sind ihre Hobbys usw.? Anschließend habe ich mit dem Internetdienst meez.com, einen Avatar kreiert. Ihr Aussehen kann individuell zusammengestellt werden. Auch diverse Bewegungen und Animationen sind möglich. So kann sie fröhlich lächeln, telefonieren oder auch richtig wütend werden. Auf die selbe Art habe ich Laura ein paar Kollegen und Kolleginnen zur Seite gestellt.
- 2. Was haben Sie alles unternommen um Laura Slash und ihren Blog bekannt zu machen?*  
Um mehr Aufmerksamkeit für den Blog [produktmanagerin.de](http://produktmanagerin.de) zu erhalten, habe ich ihn bei sämtlichen Blog- und Feedverzeichnissen angemeldet. Parallel dazu Beiträge über Laura Slash auf dem doubleSlash NET-BUSINESS BLOG veröffentlicht. Zudem habe ich Laura bei einigen Web 2.0 Diensten und Social Communities wie Twitter, flickr, Xing oder MySpace angemeldet. Auch bei Second Life hat sich Laura Slash ein wenig umgeschaut.
- 3. Waren Sie erstaunt wie schnell Informationen über Laura Slash im Internet gefunden werden konnten?*  
Ja, ich war doch etwas überrascht. Vor allem ist beunruhigend zu wissen, welche Art von Informationen man im Netz über eine Person herausfinden kann. Ich habe im Zuge meiner Privacy Studie, Kollegen anhand reiner Internetsuche, einen Lebenslauf über Laura erstellen lassen. Das Ergebnis war eindeutig: wenn jemand so aktiv im Internet ist wie Laura Slash, kennt man spätestens nach einer halben Stunde Suche, die berufliche Laufbahn, das Alter oder auch die E-Mail Adresse. Man sollte sich also wirklich gut überlegen, was man im Internet über sich preisgeben möchte und was nicht.

**Impressum:** Herausgeber doubleSlash Net-Business GmbH, Otto-Lilienthal-Str.2, 88046 Friedrichshafen, Telefon: +49 7541/70078-0, Fax:+49 7541/70078-111; Internet: [www.doubleSlash.de](http://www.doubleSlash.de), Email: [info@doubleSlash.de](mailto:info@doubleSlash.de); Eingetragen: Amtsgericht Ulm HRB 631718. Wir freuen uns über Kritik und Anregungen unter: [info@doubleSlash.de](mailto:info@doubleSlash.de)

Copyright 2007 by doubleSlash, Friedrichshafen