

Wer bislang im Internet nach Informationen suchte, hat dies üblicherweise mittels Volltextsuchmaschinen getan. Wer allerdings einen Suchbegriff, beispielsweise bei Google eingibt bekommt meist zehntausende oder mehr Treffer, die nicht immer hilfreich sind. Jedenfalls nicht die ersten paar dutzend und viel mehr als die ersten paar dutzend Links schauen sich die wenigsten Menschen an.

Der Ausspruch im Internet nach Informationen zu suchen gleiche einem Versuch aus einem Feuerwehrschauch trinken zu wollen ist hier sehr treffend. Google ist laut searchenginewatch.com mit 49% der unbestrittene Marktführer, doch auch die Konkurrenz wie beispielsweise Yahoo oder MSN funktionieren nach einem ähnlichen Prinzip wie Google und liefern ähnliche Ergebnisse. Wenn es um das Auffinden bestimmter Informationen oder Inhalte geht können diese eher Quantität als Qualität bieten. Es ist oft von einer Informationsflut die Rede oder gar von Datensmog.

Mit der Ära des Web 2.0 soll das jedoch alles anders werden. Es wird die aktive, soziale Einbindung der AnwenderInnen in das Internet propagiert. Der oder die einzelne BesucherIn soll das Internet nicht nur benutzen sondern auch selbst mitgestalten. Mit Institutionen wie Wikipedia, Ebay, Blogs und ähnlichem ist dies auch schon eindrucksvoll gelungen. Auch wenn Google in seiner bisherigen Form schon als Bestandteil des Web 2.0 gilt und als Suchmaschine schon einiges mehr leistet als seine Vorgänger, bleibt doch die Frage offen ob es nicht noch andere Möglichkeiten gibt sich innerhalb der enormen Menge von Informationen und Daten zu orientieren und zurechtzufinden. Die Antwort darauf könnte Social Bookmarking sein. Ein System bei dem AnwenderInnen Ihre Favouriten für Andere öffnen, bewerten und mit sogenannten Tags versehen über die eine wesentlich intuitivere und verständlichere Navigation möglich ist. Wie dies genau funktioniert, welche Vor- und Nachteile und vor allem welche Chancen dieses System mit sich bringt möchte ich auf den folgenden Seiten untersuchen.