

Social Media-Einmaleins

facebook

Facebook: Das 2004 von den Studenten Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes und Eduardo Saverin gegründete Facebook ist das weltweit größte Online-Kontaktnetzwerk mit aktuell mehr als 600 Millionen Mitgliedern zwischen Abchasien und Zypern. Bei Facebook verfügt jeder Nutzer über eine eigene Profilseite, auf der er persönliche Informationen über Ausbildung, Beruf, Interessen, Vorlieben und mehr eingeben kann.

Auf der sogenannten Pinnwand können der Nutzer und die Besucher seines Profils Nachrichten und andere Einträge wie Internetlinks hinterlassen, auch das Hochladen von Fotos ist möglich. Smartphone-Besitzer können auch von unterwegs auf ihr Facebook-Profil zugreifen: mit sogenannten Apps, die es mittlerweile für alle Betriebssysteme der verschiedenen Hersteller gibt. www.facebook.de

flickr

Flickr: Die Online-Plattform Flickr (von englisch „to flick through something“: etwas durchblättern) bietet die Möglichkeit, Fotos und Videos unkompliziert auf die Internetseite hochzuladen und so anderen Nutzern kostenlos zur Verfügung zu stellen. Ebenfalls möglich: Kommentare. www.flickr.com

Foursquare: In der Reihe der Sozialen Netzwerke nimmt Foursquare einen besonderen Platz ein: Es ist ortsbasiert und auf den Gebrauch der entsprechenden Foursquare-Smartphone-Anwendung ausgerichtet. Nutzer können sich an ungezählten Punkten rund um den Globus einchecken, zum Beispiel in Hotels, Restaurants und Bars. Ihr Aufenthaltsort wird ihren Kontakten angezeigt, zudem gibt es unter anderem die Möglichkeit, die Lokalitäten zu bewerten. Wer Facebook und Foursquare kombiniert, zeigt seine Foursquare-Einträge auch allen seinen Facebook-Freunden. www.foursquare.com

Myspace: Bevor Facebook in Deutschland ab 2008 populär wurde, galt Myspace als das beliebteste Soziale Medium. Die Webseite bietet ihren Nutzern kostenlose Profile an, um dort Musik, Videos, Fotos, Links und Blogs zu veröffentlichen. www.myspace.de

Podcast: Unter Podcasts versteht man Mediendateien wie Video- oder Audiobeiträge, die beispielsweise in sozialen Netzwerken oder auf der Unternehmens-Homepage öffentlich zugänglich gemacht werden. Bei diesen Beiträgen geht es weniger ums Lesen als ums Hören und Gucken.

Qype: Der Name der Online-Community Qype setzt sich aus dem Slogan „Quality or Hype?“, „Qualität oder Trend?“, zusammen. Registrierte Mitglieder bewerten auf lokaler Basis beispielsweise Restaurants, Hotels und Sehenswürdigkeiten. Mit Hilfe dieser Bewertungen erstellt Qype Ranglisten für einzelne Städte. Gegründet wurde Qype übrigens 2005 von Stephan Uhrenbacher in Hamburg. www.qype.de



Twitter: Twitter – das ist so etwas wie eine Nachrichtenplattform im Internet, bei dem der Platz beschränkt ist. Mitteilungen, sogenannte Tweets (deutsch etwa: „ein Zwitschern“; „to twitter“ bedeutet so viel wie zwitschern) dürfen ähnlich den Mobiltelefon-Kurznachrichten nicht länger sein als 140 Zeichen. Privatpersonen, Unternehmen, Institutionen, Verbände und Medien nutzen Twitter zur schnellen Verbreitung von diesen kurzen Textnachrichten im Internet. International ist Twitter sehr beliebt, und auch in Deutschland „zwitschern“ immer mehr Internetnutzer. www.twitter.com

Weblog: Auch die Tagebucheinträge und Journale im Internet, die Weblogs oder kurz Blogs, gehören zum Social Media-Universum. In einem Blog schreibt ein sogenannter Blogger – das kann sowohl eine Privatperson als auch ein Mitarbeiter eines Unternehmens sein – über vielfältige Themen. Normal sind auch Leserkommentare zu diesen Einträgen. Blogs werden auf einer Internetseite geführt und von der Deutschen Nationalbibliothek als Internetpublikationen bezeichnet.



Xing: Unter dem Namen Open Business Club vom Hamburger Unternehmersohn Lars Hinrichs 2003 gegründet, gilt Xing als eine der wichtigsten, wenn nicht als die wichtigste Plattform für Geschäftskontakte im Social Media. Benutzer können sowohl berufliche als auch private Daten in ein Profil eintragen. Es ist möglich, Studium, Ausbildung und beruflichen Werdegang in tabellarischer Form darzustellen, eingescannte Zeugnisse und Referenzen hochzuladen sowie ein Profilbild einzustellen. Zudem gibt es Gruppen für geschäftliche und private Interessen für den Austausch mit anderen Benutzern. www.xing.com



Youtube: Seit 2005 schauen sich Internetnutzer auf der ganzen Welt auf Youtube Videoclips an, die von anderen Menschen dort hochgeladen wurden. Dazu gehören auch Videos von und über Unternehmen. Im Mai 2010 verzeichnete Youtube, das seit 2006 zu Google gehört, zwei Milliarden Seitenaufrufe am Tag, pro Minute werden im Schnitt 35 Stunden Videomaterial eingestellt (Stand: November 2010). www.youtube.de