



*Social Web – im Netz
der digitalen Chancen*

Draumen hoch für Social Media

Was hat mein Unternehmen auf Facebook verloren? Ist doch nur was für pickelige Teenager. Ein XING-Account? Bringt mir nichts – und Zeit habe ich schon gar nicht für so etwas. Aussagen in dieser Art hören wir Tag für Tag. Doch wir meinen: Als Unternehmer sollten Sie nicht nur für alle Zielpersonen »sichtbar« sein, sondern Sie sollten mitreden statt daneben stehen und andere über Sie reden lassen!



Doch selbst wenn Sie sich schwer tun mit Facebook & Co. – die folgenden seriösen sozialen Medien sind für Unternehmer beinahe schon ein »Muss«: XING, insbesondere im deutschsprachigen Raum eine feste Institution, und das »internationale« LinkedIn. Und auch hier sollte Ihr Unternehmen Erwähnung finden: Brancheneinträge, Blogs, Fachforen usw.

Social Media



FACEBOOK: KÖNNEN SICH 1,5 MILLIARDEN USER IRREN?

»Die Welt rückt zusammen« – mit Facebook ganz sicher: Sage und schreibe 1,5 Milliarden Erdmenschchen sind über dieses Netzwerk verbunden. Jeder Benutzer besitzt eine Profilseite, auf der er sich vorstellen und Fotos oder Videos hochladen kann. Auf der Pinnwand des Profils können Besucher öffentlich sichtbare Nachrichten hinterlassen, persönliche Botschaften schicken oder chatten.



Nicht jeder Facebook-Beitrag trägt dazu bei, das eigene Profil aufzuwerten...



Nutzloses Wissen: Der »Like-Button« sollte ursprünglich »Awesome-Button« heißen



Das Produkt ist der Star! Sehr sympathische McDonald's-Aktion zum Muttertag.

Für Unternehmen ist Facebook eine geeignete Plattform, um Kontakt mit möglichen Interessenten aufzunehmen und sie zu »Fans« zu machen. Diese bekommen automatisch alle Aktualisierungen zu sehen. Eine Facebook-Seite eignet sich daher hervorragend, um Veranstaltungen anzukündigen, exklusive Angebote zu bewerben, zur Mitarbeitersuche oder einfach dazu, Kunden einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren. Und auch die »viralen Effekte« sind nicht zu unterschätzen: Jeder Facebook-Nutzer hat im Durchschnitt ca. 350 Freunde, die allesamt von den »Likes« und Kommentaren der Fans erfahren.



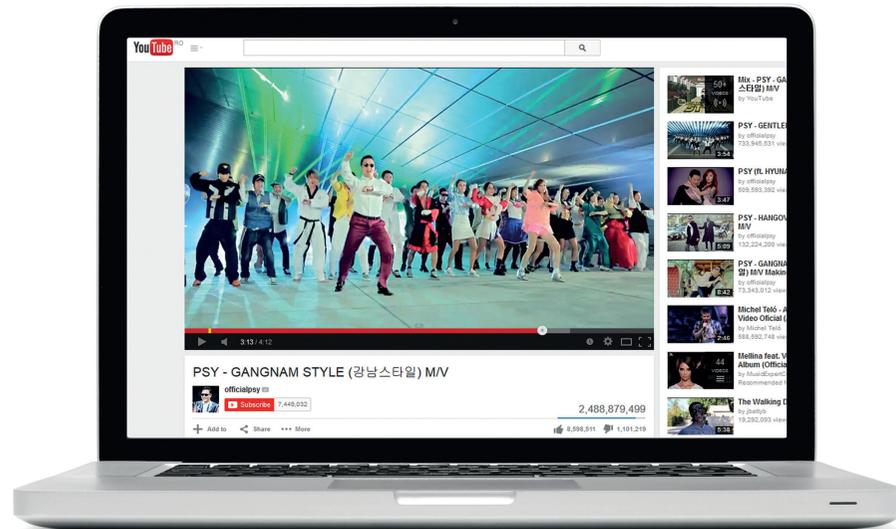
YOUTUBE: DAS NEUE FERNSEHEN

Youtube ist die Nummer eins der Video- und Musik-Plattformen weltweit – und sorgt für verblüffende Fakten: Um alle Videos anzusehen, die an einem Tag hochgeladen werden, bräuchte man knapp 10 Jahre. YouTube ist zudem für 10 Prozent des Datenverkehrs im Internet verantwortlich.

Nicht weniger erstaunlich: Die 1.000 erfolgreichsten Channel-Betreiber verdienen durchschnittlich 23.000 \$ im Monat – durch Anzeigen am unteren Rand des Videos oder durch separate Werbe-Videos, die vor dem Start des eigenen Videos angezeigt werden.



Jawed Karim 2005 im Zoo von San Diego. Holprig, nichtsagend und dennoch 27,5 Millionen mal angeklickt: Das erste Video, das je bei Youtube hochgeladen wurde.



Das Musikvideo »Gangnam Style« des südkoreanischen Rappers Psy ist aktuell Youtube-Rekordhalter – mit der unfassbaren Zahl von annähernd zweieinhalb Milliarden Aufrufen!



TWITTER: JETZT ZWITSCHERN BALD ALLE

Twitter ist ein digitales Echtzeit-Angebot zur Verbreitung telegrammartiger Nachrichten. Privatleute, Organisationen, Firmen und Medien nutzen Twitter, um maximal 140 Zeichen lange Textnachrichten (»Tweets«) im Internet abzusetzen. Unternehmen bietet es die Chance, Themen zu setzen und die »Follower« – also alle, die sich auf diese Weise gerne informieren möchten – permanent mit Infos zu versorgen. Twitter hat mittlerweile eine Nutzerzahl von 500 Millionen erreicht. Und ebenso viele Tweets werden an einem Tag versendet. Wobei nicht verschwiegen werden darf: 44% der Twitter-Nutzer haben noch nie einen verbreitet...



Eine wahrlich königliche Twiternachricht: Die britische Monarchin Elisabeth II. überraschte mit diesem Tweet bei der Eröffnung der Sonderausstellung eines Wissenschaftsmuseum. Very amusing!



Sehr sympathisch, oder? Das Selfie voller Hollywood-Stars, das Bradley Cooper geschossen und Oscar-Moderatorin Ellen DeGeneres »getwittert« hat, wurde innerhalb einer Stunde mehr als 1,4 Millionen Mal weitergeleitet!



INSTAGRAM: SO SCHÖN KÖNNEN BIBDBOTSCHAFTEN SEIN

Dieses kostenlose Foto- und Video-Sharing-Angebot nutzen mittlerweile über 300 Millionen Menschen weltweit. Die schönsten Augenblicke des Lebens können auf mobilen Endgeräten als Foto oder Video festgehalten und mit der ganzen Welt geteilt werden. Eine der Besonderheiten sind die zahlreichen Filter, mit denen sich die eigenen Schnappschüsse in ausgefallene Kunstwerke verwandeln lassen. Instagram-Nutzer können kreativen Menschen und ideenreichen Beiträgen folgen oder direkt über Foto- und Video-Nachrichten mit den engsten Freunden verbunden bleiben. Etwa ein Viertel der Teenager benennen Instagram als ihr wichtigstes soziales Netzwerk.



Auch bei Instagram wird »geliked« – am beliebtesten ist das US-amerikanische Model Kendall Jenner.



Sinnsprüche wie die oben abgebildeten erleben auf Instagram einen wahren »Hype«.

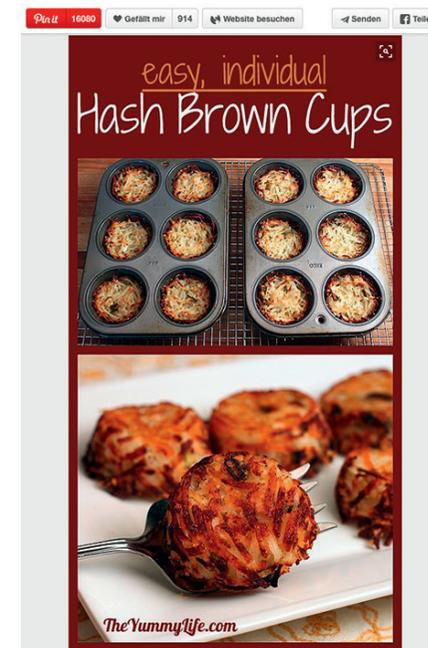


PINTEREST, SNAPCHAT, FLICKR: HEUTE HABEN WIR EIN FOTO FÜR DICH!

Pinterest ist ein soziales Netzwerk, in dem Nutzer Bildersammlungen mit Beschreibungen an virtuelle Pinnwände heften können. Andere Nutzer können dieses Bild teilen, ihr Gefallen daran ausdrücken oder es kommentieren. 80% der Nutzer sind weiblich – und so drehen sich viele Beiträge um Themen wie Kosmetik, Inneneinrichtung und Rezepte.



Bei Snapchat sind auch Animationen wie die Verwandlung in Zombies oder Roboter möglich.



Das Besondere an **Snapchat** ist, dass Videos und Bilder – auch »Snaps« genannt – nur kurze Zeit zu sehen sind und danach gelöscht werden. Die Snaps können nicht nur verschickt werden, sondern zuvor mit Smileys verziert, mit Text beschriftet, per Hand bemalt oder mit Filtern bearbeitet werden.



Eines von vielen fotografisch sehr ansprechenden Bildern auf der Plattform Flickr.

Flickr bietet die Möglichkeit, Fotos sowie Videos bis zu einer Länge von drei Minuten in Kategorien zu sortieren, nach Stichworten zu suchen, Fotostreams anderer Benutzer anzuschauen und Bilder zu kom-

mentieren. Seit Ende 2014 verkauft der Flickr-Betreiber Yahoo die Bilder einzelner Fotografen gewinnbringend, ohne jedoch die Urheber zu beteiligen, was verständlicherweise für viel Unmut sorgt.