

# Twitter (englisch für Gezwitscher)

Auf Twitter können angemeldete Nutzer Kurznachrichten von bis zu 280 Zeichen verbreiten. Auch Fotos und kurze Videos (140 Sekunden) können geteilt werden.

Die Nachrichten werden **Tweets** (englisch für zwitschern) genannt.

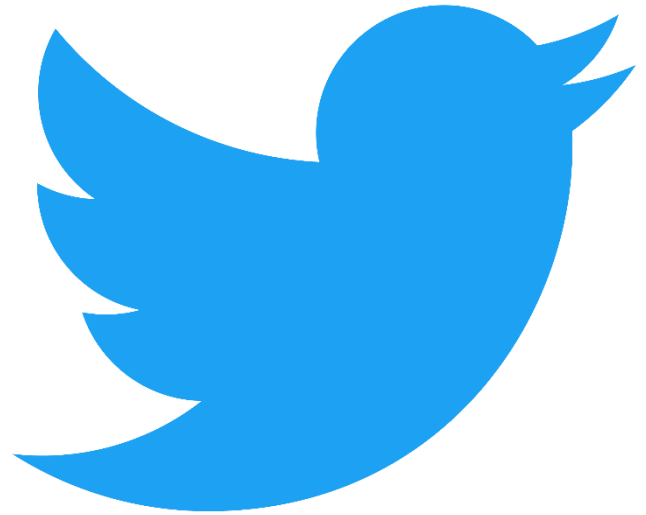
Seit **März 2006** verfügbar, Webseite und **mobil**.

**Eigentümer:** Twitter Inc. in San Francisco, USA.

**Jahreseinnahmen:** 732 Mio. US-Dollar aus Werbung (2017).

**Anzahl Mitglieder:** 330 Mio., die monatlich aktiv sind.

Für die **Anmeldung** braucht es eine E-Mail-Adresse, eine Profilbezeichnung (Nutzername), den vollständigen Namen und eine Telefonnummer für die Verifizierung des Kontos.



---

Twitter wird als **Kommunikationsplattform**, **soziales Netzwerk** oder meist öffentlich einsehbares **Online-Tagebuch** definiert. Privatpersonen, Organisationen, Unternehmen und Massenmedien nutzen Twitter als Plattform zur Verbreitung von kurzen Textnachrichten (*Tweets*) im Internet. Im Gegensatz zu Facebook steht nicht der Kontakt mit bekannten Freunden im Vordergrund.

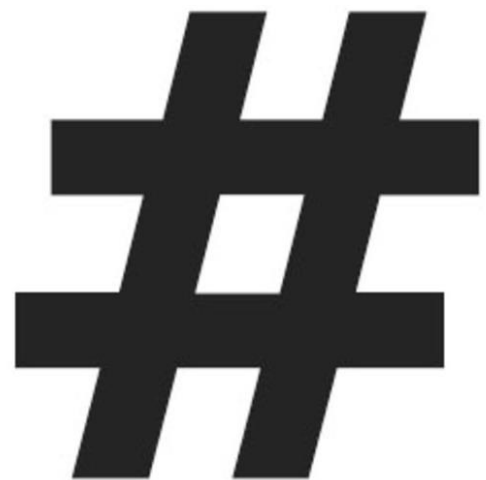
Grundsätzlich sind Tweets **öffentlich**, also über die **Stichwortsuche** auffindbar. Sie können aber auch nur für akzeptierte Follower freigegeben werden (geschützte Tweets).

**Hashtags** (z.B. #Klimaschutz oder #Bundesrat) heben ein Wort in einem Tweet hervor.

**Retweeten** bedeutet, dass ich Tweets, die mir gefallen, auf meiner **Timeline** wiederveröffentliche. Der ursprüngliche Autor ist weiterhin sichtbar.

**Follower** sind meine Abonnenten. Meine Tweets erscheinen auf ihrer Twitter-Startseite.

**Erfolgreichste Twitterer:** Katy Perry, Justin Bieber, Barack Obama (alle über 100 Millionen Follower). Roger Federer hat 12,4 Millionen Follower, Stan Wawrinka 1,7 Millionen.



# Instagram (englisch Sofortiges Telegramm)

**Onlinedienst zum Teilen von Fotos und Videos.**  
**Text spielt eine untergeordnete Rolle. Fotos und Videos können ihre Fotos und Videos auf Instagram bearbeiten und mit Filtern versehen.**

**Medienformat:** Ursprünglich quadratische Fotos und Video, jetzt auch andere Formate möglich.

Seit **2010** verfügbar, Webseite und **mobil**.

**Eigentümer:** Facebook

**Anzahl aktive Nutzer:** 1 Milliarde (Juni 2018)

Für die **Anmeldung** braucht es eine E-Mail-Adresse und eine Telefonnummer, eine Profilbezeichnung (Benutzername) sowie den vollständigen Namen.



Die Nutzung von Instagram basiert auf **visueller Kommunikation: Foto schießen, Video aufnehmen und posten**. Ein Zwischenschritt, der gerne und oft genutzt wird: Das Bild oder Video wird in Instagram bearbeitet und mit **Filtern** «verschönert». Oft werden Posts ohne Textkommentar veröffentlicht.

**Follower** sind meine Abonnenten. Meine Posts erscheinen auf ihrer Instagram-Startseite. Wie bei allen Diensten steht auch eine Suchfunktion zur Verfügung.

**Hashtags** (z.B. #Naturfotografie oder #Bundesrat) heben ein Wort in einem Post hervor und haben Einfluss auf die Suchergebnisse.

**Stories** sind kurze, aktuelle Geschichten (also Fotos und Videos), die schnell erstellt werden können und prominent platziert in Instagram erscheinen. Sie werden nach 24 Stunden automatisch gelöscht.

**Influencer** sind besonders aktiv auf Instagram. Influencer (von englisch to influence «beeinflussen») sind Personen mit starken Präsenz und hohem Ansehens in einem oder mehreren sozialen Netzwerken, die als Träger für Werbung und Vermarktung agieren.



# Facebook (englisch für Jahrbuch, Ausdruck aus den USA)

**Motto:** Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen. Facebook – Eine offene und vernetzte Welt.

**Umsatz 2018:** 55.8 Milliarden US Dollar.

**Anzahl aktive Nutzer:** 2,23 Milliarden (monatlich mindestens einmal aktiv).

**Wichtigster Kritikpunkt:** Mangelnder Datenschutz.

**Eigentümer:** Facebook Inc., Kalifornien, USA (Mark Zuckerberg, Vorsitzender und CEO), 35'587 Mitarbeiter. **Online** seit 2004.



Für die **Anmeldung** braucht es eine E-Mail-Adresse, die Identität wird nur so überprüft.

---

Jeder Benutzer verfügt über eine **Profilseite**, auf der er sich vorstellen sowie Fotos und Videos hochladen kann. Auf dem Profil können Besucher **öffentlich sichtbare Nachrichten** hinterlassen oder **Kommentare** zu eigenen Beiträgen des Profil-Inhabers veröffentlichen.

Berühmt wurde Facebook für seinen **Like- bzw. Gefällt mir- Button**.

Alternativ zu öffentlichen Nachrichten können sich Benutzer **persönliche Nachrichten** schicken oder **chatten** (Facebook Messenger).

Für gemeinsame Interessensbereiche kann man sogenannte **Gruppen** einrichten, und Freunde können zu **Veranstaltungen** eingeladen werden.

Die Profile können durch **Freundschaftsanfragen** untereinander vernetzt werden.



**Chronik:** Startseite, auf der das Leben des Nutzers dargestellt wird.

**Facebook Seiten:** Für Künstler, bekannte Personen, Unternehmen und Marken. Im Gegensatz zu den Profilen der Mitglieder und den Beiträgen aus Gruppen sind Seiten auch für nicht bei Facebook angemeldete Benutzer sichtbar.

**YouTube** (englisch für Du-Fernseh, Ausdruck aus den USA)



**Videoportal** mit allen Arten von Videos, z.B. Film- und Fernsehausschnitte, Musikvideos, Trailer sowie selbstgedrehte Filme und Fotoshows. Neben **professioneller Information** oder **Unterhaltung** auch allerlei **technisch Unausgereiftes**, Lustiges und Trauriges, Tutorials und Desinformation, Propaganda, Verschwörungstheorien, philosophische Gedanken, usw.

**Online** seit 2005, YouTube LLC, seit 2006 im Besitz von **Google**, USA.

**Jahreseinnahmen** 4 Milliarden US Dollar (.)

**Registrierung** mit Google-Konto, damit Videos hochgeladen, abonniert, kommentiert und bewertet werden können. Videos können aber auch **ohne Konto** angesehen werden.

1,5 Milliarden monatlich aktive **Nutzer**.

Pro Minute werden 750 Stunden Videos auf YouTube **hochgeladen** (Stand 2018).

Über das **YouTube-Partnerprogramm** ist es den Produzenten von Videos seit 2007 möglich, Geld zu verdienen.

Die **Popularität** von YouTube gründet in der großen Zahl von Mitgliedern, die Video-Dateien hochladen, bewerten und kommentieren (Netzwerkeffekt).

**Videos ansehen:** Auch ohne Konto möglich. Mit Konto können Videokanäle abonniert und Videos in eigenen Playlists gespeichert werden.

**Videos publizieren:** In verschiedensten Formaten und Grössen möglich. YouTube kann auch mit 360 Grad Videos umgehen.

**YouTube Kanal:** Individueller Bereich eines YouTube-Benutzers und -Produzenten. Zusammenstellung von Videos, Playlists und Informationen über den Kanalinhaber. Der Kanal lässt sich individuell gestalten.

Informationen: YouTube LLC. und Wikipedia

