



Ron Faber
Manfred Schwarz



SOCIAL NETWORKS

So funktionieren Facebook, XING & Co.



SOCIAL NETWORKS

So funktionieren Facebook, XING & Co.



www.digital-lifeguide.de
www.hanser.de

HANSER

SOCIAL NETWORKS

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT 6

I SOCIAL-NETWORKING: WER, WO UND VOR ALLEM WARUM? 8

Was ist ein soziales Netzwerk?	8
Was kostet es?	10
Was brauche ich?	11
Werde ich zum gläsernen Menschen?	12
Wie verdienen die Anbieter?	13
Warum mitmachen?	13
Nur für junge Leute?	14
Social-Networking für kleine Unternehmen	15
Ist Social-Media-Marketing nur etwas für große Unternehmen?	15
Welche Ziele kann man mit Social-Media-Marketing verfolgen?	15
Wie startet man richtig?	16
Was kann man gewinnen?	16
Facebook, XING und Twitter	16
Goldene Regeln	17
Alternative Netzwerke	18
MySpace	19
studiVZ, schülerVZ und meinVZ	19
Wer-kennt-wen	19
Stayfriends	20

LinkedIn	20
lokalisten	20
Feierabend	21
Jappy	21

2 FACEBOOK FÜR EINSTEIGER: PROFIL, FREUNDE UND PRIVATSPHÄRE 22

Facebook: Täglich neu.	22
Mitglied bei Facebook werden	23
Das Profil einrichten	24
Freunde finden	26
Anfragen versenden	28
Anfragen erhalten	28
Freundeslisten definieren	29
Freundeslisten bearbeiten oder löschen	30
Einen Freund löschen	31
Privatsphäre und Facebook	31
Übersicht: Privatsphäre einstellen.	32
Sichtbarkeit von Beiträgen und Profil begrenzen	33
Standort-basierte Informationen ausschalten.	35
Einträge auf der Pinnwand kontrollieren	36
Anwendungen kontrollieren	37
Internet-Suchmaschinen blockieren.	37
Werbung bei Freunden blockieren.	38
Zukünftige Werbeformen blockieren.	39
Blockierlisten	40

3 FACEBOOK: TEXTE, FOTOS UND VIDEOS EINSTELLEN 42

Facebook-Deutsch: Postings und posten 42
 Eigene Postings schreiben. 43
 Auf Pinnwände von Freunden schreiben 43
 Auf Freunde verweisen 44
 Links posten. 44
 Fotos posten. 45
 Personen markieren. 48
 Videos posten 49
 Fotos und Videos aus fremder Quelle posten . . . 49
 Veranstaltungen (Termine) posten. 50
 Fremde Postings kommentieren. 51
 Kommentieren oder selber posten? 51
 Postings bewerten. 52
 Gefällt mir auf anderen Webseiten. 53
 Facebook-Freunde anstupsen 53
 Privat kommunizieren mit Nachrichten 54
 Nachrichten beantworten und verwalten 55
 Gesendete Nachrichten und Aktualisierungen . . 56
 Chatten 56
 Benachrichtigungen lesen und verwalten 58
 Benachrichtigungen per E-Mail 58
 Benachrichtigungen per SMS 59
 Übersicht: Wo landen meine Beiträge? 59

4 FACEBOOK FÜR KÖNNER: NOTIZEN, GRUPPEN UND ANWENDUNGEN 62

Notizen: Bloggen auf Facebook 62
 Tricks für die Formatierung 64
 Teilen (oder Empfehlen) 65

Gruppen finden, beitreten und gründen 66
 Gruppen finden 67
 Gruppen beitreten und verlassen 68
 Ungefragt Mitglied geworden? 69
 Gruppe gründen 70
 Offizielle Seiten finden und beitreten 71
 Netzwerke für Ehemalige 72
 Gemeinschaftsseiten nutzen 73
 Anwendungen finden und einbauen 74
 Anwendungen und Privatsphäre 75
 Anwendungen installieren 76
 Einstellungen kontrollieren. 77
 Interessante Anwendungen 77
 Microsoft Docs 77
 MyCalendar 78
 Music 78
 Files 78
 Doodle 78
 Waka-Waka 79
 Causes 79
 Picnik 79
 Pet Society 79

5 XING FÜR SCHNELLSTARTER: PROFIL, PRIVATSPHÄRE UND STARTSEITE . . . 80

Muss es XING sein? 80
 Gratis oder kostenpflichtig? 81
 Ein Profil anlegen 81
 Profil vervollständigen 82
 Ihr Foto: Wichtiger als tausend Worte 84
 Foto bearbeiten mit mypictr 84
 Tipps für Ihr Profil 85

Firmenname kreativ erweitern	85
Zeigen Sie Ihren aktuellen Status	86
Nutzen Sie die Profilvorschau	86
Seien Sie persönlich und aktuell.	86
Die Seite „Über mich“	87
Keine Angst vor HTML	87
Bilder einfügen	88
Links einfügen	89
Das Gästebuch	89
Privatsphäre	90
Startseite anpassen	92

6 XING FÜR KÖNNER: KONTAKTE, NACHRICHTEN UND GRUPPEN 94

Welche Kontakte aufnehmen?	94
Unbekannte kontaktieren	95
Unbekannte bestätigen	95
Kontakte trennen	96
Kontakte suchen.	96
Suchoperatoren nutzen	97
Suchaufträge einrichten	98
Powersuche nutzen	99
Kontakte hinzufügen.	101
Kontakte empfehlen	101
Nachrichten schreiben	102
Bloß kein Spam!	102
Nachrichten lesen	103
Gruppen nutzen	104
Gruppen finden	104
An Gruppen teilnehmen	105
Gruppe abonnieren	105
Internet liest mit.	106

Applikationen	106
Datenexport	106

7 SCHNELL, SCHNELLER, TWITTER: NETZWERKEN IN 140 ZEICHEN 108

Was ist Twitter?	108
Das Besondere an Twitter	109
Wofür eignet sich Twitter?	109
In Tweets reinlauschen	110
Tipps für die Suche: Hashtags & Co.	112
Trending Topics: Worum geht's?	114
Registrieren und Follower werden.	115
Favoritenlisten erstellen	116
Selber Meldungen schreiben	117
Retweets versenden	118
Links twittern	119
Fotos und Videos versenden.	119
Personen erwähnen und ansprechen	119
Private Nachrichten schicken	120
Twitter mit Facebook verbinden	120
Besser Twittern mit Zusatz-Software	121
Tweetdeck	121
Thwirl	122
Twitbin.	122
Nambu	123

8 MOBILE NETWORKING: UNTERWEGS MIT FACEBOOK, XING & CO. 124

Website oder App?	124
Ortungsdienste	125

Push oder Pull? 125

Facebook mobil 127

 Anmelden und abmelden 127

 Nachrichten lesen und schreiben 127

 Standort mitteilen 128

 Freunde kontaktieren 129

XING mobil 129

 Anmelden und abmelden 129

 Meldungen lesen und schreiben 129

 Privatnachrichten lesen und schreiben 130

 Kontakte nutzen und hinzufügen. 130

 XING-Mitglieder in der Nähe finden 130

Twitter mobil 131

 Anmelden und abmelden 131

 Meldungen lesen und schreiben. 132

 Trending Topics lesen 133

 Meldungen und Personen finden 133

 Nach Personen und Meldungen in der Nähe
 suchen 133

Wo bin ich? – Foursquare & Co. 134

 Anmelden und abmelden 134

 Freunde sehen und hinzufügen 134

 In Orten einchecken. 135

 Foursquare mit Twitter oder Facebook. . . . 135

Zuschneiden und Ausrichten. 139

Größe ändern 140

Kleine Unebenheiten, rote Augen korrigieren .140

Weitere Funktionen und speichern 140

Fotos hochladen bei Flickr 141

 Anmelden 141

 Foto hochladen 142

 Alben anlegen 143

 Fotos verlinken oder einbetten 143

Videos hochladen bei YouTube 144

IO ASOZIALES NETWORKING: MALWARE, MOBBING UND ANDERE RISIKEN. . . 146

Privatsphäre 146

Schutzfunktionen nutzen 147

Unternehmen ändern sich. 148

Hacker, Malware & Co. 149

 Schutz vor Hacker-Angriffen 150

 Schutz vor Malware 152

 Schutz vor Phishing 153

Technische Maßnahmen. 154

Mobbing 154

9 BITTE LÄCHELN: FOTOS UND VIDEOS INS INTERNET STELLEN 136

Warum nicht direkt? 136

Spezielle Hardware? 137

Bildbearbeitung 138

 Registrieren oder auch nicht. 138

 Bilder auf Photoshop.com hochladen 139

ANHANG 156

Glossar 156

Index. 158

Impressum. 160

Steigen Sie ein in das Social-Networking mit Facebook, XING & Co., und finden Sie Freunde, Schulkameraden und entfernte Verwandte sowie wertvolle Geschäftskontakte. Dieser **DIGITALlifeguide** zeigt Ihnen, wie es geht.

Wie dieses Buch „funktioniert“

In zehn Kapiteln lernen Sie anschaulich, praxisnah und in nachvollziehbaren Schritten die verschiedenen Aspekte des Digital Lifestyle und der sozialen Netzwerke kennen.

Da Microsoft Windows nach wie vor am weitesten verbreitet ist, basiert dieses Buch im Wesentlichen auf diesem Betriebssystem, und zwar in der Version Windows 7. Aber auch Apple, Linux und Smartphones werden berücksichtigt. Wann immer möglich, werden deutschsprachige und kostenlose Programme und Angebote genutzt. Als Webbrowser dient für die meisten Abbildungen zum Beispiel

Mozilla Firefox. Um Funktionen und Möglichkeiten rund um Facebook, XING & Co. zu zeigen, wurden erprobte Software und Hardware benutzt, die im Gebrauch der Autoren sind oder sich in Tests von Zeitschriften wie c't magazin für computertechnik, COMPUTERBILD oder test hervorgetan haben. Das bedeutet jedoch nicht, dass die vorgestellten Möglichkeiten nur mit den gezeigten Produkten möglich sind. Fast immer gibt es gute Alternativen. Oft wird in den URL-Boxen darauf verwiesen.

Die URL-Box, der QR-Code und die Website zum Buch

Alle in einem der zehn Kapitel angeführten URLs zu interessanten Inhalten im Internet werden jeweils in einer URL-Box zusammengefasst. Sie können die Adressen entweder per Hand in Ihren Browser eintippen, oder Sie steuern die Website www.digital-lifeguide.de/social_networks an und geben dort als Suchbegriffe „Social



Links zur Website des Buches und zu QR-Readern wie i-nigma & Co.:

- www.digital-lifeguide.de/social_networks
- www.i-nigma.mobi
- www.mobile-barcodes.com/qr-code-software/#quickmark

Networks“ und die jeweilige Seitenzahl der URL-Box im Buch ein. Dort finden Sie dann alle Adressen und brauchen sie nur noch anzuklicken, um zum gewünschten Ziel zu gelangen. Außerdem gibt es dort aktuelle Ergänzungen zum Buch.

Diese URLs zu den Inhalten jedes einzelnen Kapitels können Sie auch über den QR-Code am Rand der URL-Box direkt in Ihr Handy oder Smartphone laden. Der QR-Code (QR steht für „quick response“ = schnelle Antwort) ist zweidimensional und besteht aus einem Quadrat aus schwarzen und weißen Punkten, die die codierten Daten der URL darstellen. Für Computer und Smartphones mit Kamera gibt es Software, die mit einer Kamera aufgenommene QR-Codes decodieren kann. Eine URL zu einem solchen Programm finden Sie links in der URL-Box.

Andere Boxen und die Web-Tags

Außerdem finden Sie weitere Boxen mit praxisnahen Tipps, interessanten und amüsanten Zusatzinformationen sowie Ratschlägen, wann Sie Vorsicht walten lassen sollten und wo und wie Sie Zeit und Geld sparen können. Die Web-Tag-Wolke am Ende jedes Kapitels zeigt Ihnen ein paar Ideen auf, unter welchen Stichworten Sie zum Beispiel in der Internet-Suchmaschine zum Kapitelthema weitersuchen können.

Sind Sie bereit für Ihr Social-Networking?

Die Autoren wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und Ausprobieren!

PS: Wenn Sie Anregungen oder Wünsche zu den **DIGITALlifeguides** haben, freuen wir uns über eine E-Mail an digital-lifeguide@hanser.de.

Ron Faber ist freier Journalist und Autor, seine Themenschwerpunkte liegen im Bereich neuer IT-Technologien für Privatanwender und den professionellen Business-Einsatz. Darüber hinaus berät er deutsche und internationale Unternehmen in der PR- und Marketing-Kommunikation.

Manfred Schwarz hat als Autor mehr als 35 Bücher entwickelt und realisiert, unter anderem für Gräfe und Unzer, Eichborn, Ravensburger und Microsoft Press. Als Coach und Trainer liegt sein Fokus auf den Bereichen Kommunikation und Führungskräfteentwicklung. Er ist Herausgeber der **DIGITALlifeguides**.



SOCIAL-NETWORKING: WER, WO UND VOR ALLEM WARUM?

Social-Networking ist Trend, ob auf XING, Facebook oder einer der vielen anderen Social-Networking-Plattformen. Aber was verbirgt sich dahinter genau und wie findet man den Einstieg? Und vor allem: Was bringt es Ihnen?

In diesem Kapitel erhalten Sie grundlegende Informationen zu Kosten und Voraussetzungen des Social-Networking. Außerdem erfahren Sie etwas über die Hintergründe und grundlegenden Prinzipien der Angebote. Zum Schluss folgen „Goldene Regeln“ sowie eine Vorstellung der wichtigsten Social-Networking-Plattformen.

Was ist ein soziales Netzwerk?

Ein soziales Netzwerk (Social Network) ist eine Gemeinschaft von Menschen, die

über das Internet Kontakte knüpfen und Informationen austauschen. Ob es sich bei diesen Kontakten um Freunde, ehemalige Schulkameraden, entfernte Verwandte oder um potenzielle Kunden bzw. neue Arbeitgeber handelt, hängt von der Ausrichtung des sozialen Netzwerks ab. Genauso reicht die Art der ausgetauschten Informationen von kurzen Meldungen aus dem eigenen Leben und privaten Fotos bis zu beruflichen Nachrichten aus bestimmten Branchen und Gesprächen zur Geschäftsanbahnung. Insofern unterscheidet sich der Umgang zwischen den Mitgliedern je nach Social Network erheblich. Das spiegelt sich auch in den angebotenen Funktionen wider: Beim karriereorientierten Netzwerk XING werden Sie zum Beispiel keine Möglichkeit zur Veröffentlichung privater Fotos finden. Auf der



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- 360-netconsulting.com
- www.facebook.com
- www.xing.com
- www.twitter.com
- www.studivz.net
- www.schuelervz.net
- www.meinvz.net
- www.myspace.com
- www.wer-kennt-wen.de
- www.stayfriends.de
- www.linkedin.com
- www.lokalisten.de
- www.feierabend.de
- www.jappy.de

anderen Seite bietet XING umfangreiche und komplexe Funktionen für die Suche nach Mitgliedern, die wiederum auf Facebook nicht benötigt werden. In einigen grundlegenden Aspekten ähneln sich aber sozialen Netze:

- Jedes Mitglied erhält in der Regel ein **Profil** (Bild 1.1). Das ist eine Seite mit persönlichen Informationen, die von anderen Mitgliedern des Netzwerks eingesehen werden kann. Im Profil können zum Beispiel Informationen zu Wohnort, Hobbys, Ausbildung, Musikgeschmack etc. stehen.
- Nach Profilen kann gesucht werden, zum Beispiel anhand des Namens, aber auch mithilfe anderer Kriterien wie die besuchten Schulen etc.
- Mitglieder können ihre Profile untereinander verknüpfen. Dazu sendet ein Mitglied eine Freundschafts- bzw. Kontaktanfrage an ein anderes Mitglied. Wird die Anfrage bestätigt, werden beide Mitglieder dem Netzwerk (Freundeskreis) des jeweils anderen hinzugefügt.
- Mitglieder können eigene Beiträge verfassen. Dabei kann es sich um Textmeldungen, Fotos, Videos oder Links zu anderen Websites handeln. Diese Beiträge können für jedermann (das Internet) oder nur für eine bestimmte Gruppe (das eigene Kontaktnetzwerk) veröffentlicht werden. Wie öffentlich oder privat die eigenen Aktivitäten sind, legen Mitglieder in den Einstellungen zur Privatsphäre fest.
- Oftmals werden auch Zusatzfunktionen wie Spiele, Gästebücher, Terminkalender etc. angeboten.

Mit der Verknüpfung der Profile entsteht für jedes Mitglied ein soziales Netzwerk aus Kontakten, die wiederum

Die Verbindungen von Menschen untereinander werden bereits seit den 1960er Jahren untersucht. Eines der dabei entwickelten Modelle, das Kleine-Welt-Phänomen, geht davon aus, dass jeder Mensch auf der Welt über rund sechs Ecken mit jedem anderen bekannt ist. Wenn Sie Social-Networking aktiv betreiben, werden Sie die verblüffende Erfahrung machen, dass oftmals sogar noch weniger Ecken nötig sind.



APROPOS



Bild 1.1 Profil auf Facebook



Social-Networking erfordert zwar keine finanziellen Investitionen, aber wenn Sie berufliche Ziele verfolgen, sollten Sie bereit sein, etwas Zeit, Engagement und Kreativität aufzubringen – und zwar regelmäßig.

weitere Kontakte haben. Durch die Veröffentlichung der eigenen Interessen fällt es zudem sehr leicht, zu jedem erdenklichen Thema Gleichgesinnte zu finden. Die automatische Verbreitung von Beiträgen innerhalb des eigenen sozialen Netzwerks erlaubt es außerdem, mit allen Kontakten (auch den geografisch entfernten bzw.

nicht so engen) in Verbindung zu bleiben, ohne mit jedem Einzelnen zu kommunizieren – was aber natürlich auch möglich ist. Dadurch können verschiedene Effekte entstehen:

Kontakte von Kontakten: Durch die Verknüpfung der Profile erhalten Sie meist nicht nur Informationen über Ihre direkten Kontakte, sondern auch wiederum über deren Kontakte. Und vielleicht kommt der Freund eines Freundes auch für Sie als Kontakt in Frage?

Kontakte wiederfinden: Einige soziale Netzwerke sind mittlerweile so groß, dass Sie mit Sicherheit einen ehemaligen Schulfreund oder Kollegen wiederfinden.

Kontakte halten: Über soziale Netzwerke ist es einfach, mit entfernten Bekannten oder Verwandten in Verbindung zu bleiben, ohne jedes Mal zum Telefonhörer greifen zu müssen.

Themen verbinden: Gemeinsame Interessen sind in sozialen Netzwerken leicht aufzuspüren und bilden wiederum einen Anknüpfungspunkt für neue Kontakte.

Geringe Hemmschwelle: Durch die Mitgliedschaft im selben sozialen Netzwerk fällt es vielen Menschen leichter, neue Kontakte anzusprechen.

Was kostet es?

Grundsätzlich kostet die Mitgliedschaft in Social Networks nichts, fast alle Anbieter stellen den Zugang kostenlos zur Verfügung. Auch wenn Sie sehr aktiv sind und viele Beiträge, Fotos, Videos etc. einstellen, brauchen Sie zudem keine versteckten Gebühren zu befürchten. Ausnahmen: Anbieter wie XING und LinkedIn, die sich auf Social-Networking

für Beruf und Karriere konzentrieren, unterscheiden zwischen Basis- und Premium-Mitgliedschaften: Bestimmte weiterführende Funktionen, zum Beispiel die Kombination verschiedener Suchkriterien,

sind zahlenden Premium-Mitgliedern vorbehalten. Aber auch in diesen Fällen bleiben die Kosten überschaubar und mit einer Gratis-Mitgliedschaft können Sie bereits viele Chancen des professionellen Social-Networking nutzen. Sollten Sie sich allerdings entscheiden, Social-Networking von unterwegs mit einem Smartphone zu betreiben, wird Ihnen Ihr Telekommunikationsanbieter den anfallenden Datenverkehr in Rechnung stellen – es sei denn, Sie haben eine Flatrate.

Was brauche ich?

Wahrscheinlich besitzen Sie bereits die für das Social-Networking erforderliche technische Ausstattung, denn Sie benötigen lediglich einen PC, Mac bzw. ein Notebook oder Netbook sowie einen Internet-Anschluss und eine E-Mail-Adresse, die Sie abrufen können. An die Leistungsfähigkeit

der Geräte werden zudem nur geringe Anforderungen gestellt. Faustregel: Wenn Sie bequem im Internet surfen können, wird auch das Social-Networking Spaß machen. Möchten Sie auch Fotos und Videos verwenden, sollten Sie natürlich über eine Kamera verfügen. Ob Ihnen hier die Kamera in Ihrem Handy ausreicht oder Sie ein Spitzenmodell mit High-Definition (HD) brauchen, müssen Sie entscheiden. Auf jeden Fall sollte das Gerät aber die Möglichkeit bieten, Fotos und Videos möglichst unkompliziert auf den Computer zu übertragen. Falls Sie häufig große Datenmengen (vor allem Videos machen sich bemerkbar) in das Social Network hochladen, ist auch die Geschwindigkeit Ihrer Internet-Anbindung interessant. Mit DSL sind Sie aber in den meisten Fällen auf der sicheren Seite. Später möchten Sie vielleicht auch von unterwegs auf Ihr Social Network zugreifen, dann benötigen Sie ein Handy mit Internet-Zugriff und Browser.



Bild 1.2 Standortinformationen inklusive Karte

Noch besser sind Smartphones wie zum Beispiel das Apple iPhone bzw. Geräte mit Android- bzw. Windows-Mobile-Betriebssystem. Idealerweise gehört dazu noch ein mobiler UMTS-Datenvertrag mit Flatrate.

Werde ich zum gläsernen Menschen?

Die Antwort auf die Frage in der Überschrift ist: nur wenn Sie möchten. Es ist in der Tat bequem möglich, das eigene Leben über ein Social Network komplett offenzulegen. Viele Menschen veröffentlichen zum Beispiel rund um die Uhr:

- Meldungen zur aktuellen Aktivität
- Komplette Lebensläufe inklusive Schulen, Ausbildungsstätten und Arbeitgebern
- Persönliche Interessen von Musik über Bücher bis zum Lieblingsfußballverein
- Intimste Angaben zu Religion, Partnerschaft, Krankheiten etc.
- Angaben zum aktuellen Standort (Bild 1.2) oder häufig besuchten Restaurants etc.
- Bewertungen der laufenden Fernsehsendungen, des gerade bestellten Essens etc.
- Fotos und Videos aus allen Lebenslagen
- Aktivitäten und Favoriten im Internet

Nimmt man all diese Informationen zusammen, ist man dem gläsernen Menschen in der Tat bereits sehr nah. Die vielfach geäußerte Kritik der Datenschützer am Trend zum Social-Networking ist daher verständlich. Dabei muss man aber bedenken, dass niemand Sie zur Veröffentlichung Ihrer Daten zwingt. Es gibt – außer Namen, E-Mail-Adresse und vielleicht Wohnadresse – keine Pflicht zur Informationspreisgabe gegenüber dem Social-Networking-Anbieter. Was Sie über sich verraten und was nicht, entscheiden allein Sie! Auf jeder Social-Networking-Plattform können Sie zudem umfangreiche Einstellungen zur

Privatsphäre vornehmen, um genau festzulegen, wer Ihr Profil, Ihre Fotos etc. zu sehen bekommt. Eine Vielzahl der Probleme beim Social-Networking könnte vermieden werden, wenn sich Anwender intensiver mit diesen Fragen auseinandersetzen würden. Deshalb werden Sie diesem Thema in diesem Buch immer wieder begegnen.



Bei der XING AG waren im Jahr 2009 die Beiträge der zahlenden Premium-Mitglieder für 80 Prozent des Umsatzes von rund 45 Millionen Euro verantwortlich. Die Werbeeinnahmen machten demgegenüber fünf Prozent aus.

Wie verdienen die Anbieter?

Die wichtigste Säule im Geschäftsmodell der meisten Social-Networking-Anbieter ist Werbung. Durch die vorhandenen Nutzerdaten können werbetreibende Unternehmen auf der Plattform ihre Zielgruppen viel besser erreichen als über die meisten anderen Kanäle. Für Sie bedeutet diese personalisierte Werbung, dass Sie auf der Website Anzeigen für Produkte und Services sehen, die Ihnen laut den Angaben des Nutzerprofils gefallen müssten. Sollten Sie also zum Beispiel unter Hobbys „Tauchen“ eingetragen haben, wundern Sie sich nicht über Offerten von Tauchreiseveranstaltern, Tauchschulen und Tauchgeräteherstellern.

Die Social-Networking-Anbieter haben also ein Interesse daran, möglichst umfangreiche Nutzerdaten von ihren Mitgliedern zu sammeln, um so Werbung noch besser personalisieren zu können. Um das zu erreichen, werden Sie immer wieder sanft zur Eingabe weiterer Daten animiert – entscheiden Sie selbst, wie Sie dazu stehen. Kritischer ist es, wenn ein Anbieter einfach die allgemeinen Geschäftsbedingungen zu ändern versucht, um sich nachträglich mehr Nutzungsrechte an Ihren Daten zu sichern. Oder wenn die Einstellungen zur Privatsphäre umgestellt werden. In solchen Fällen sollten Sie wachsam sein und gegebenenfalls eingreifen bzw. die Zustimmung eindeutig verweigern. Davon abgesehen setzen sich die Umsätze der verschiedenen Social-Networking-Plattformen noch aus anderen Quellen zusammen:

- Mitgliederbeiträge
- Lizenzen an Hersteller von Anwendungen, die auf der Social-Networking-Plattform angeboten werden
- E-Commerce wie zum Beispiel Shops, Jobbörsen etc.

Warum mitmachen?

Die Gründe für Social-Networking sind so vielfältig wie die Mitglieder. Freunde finden, etwas aus dem eigenen Leben erzählen, die moderne Form eines Tagebuchs führen, an sozialen oder politischen Bewegungen teilnehmen und so weiter – all das geht mit Social-Networking und noch viel mehr. Oder vielleicht möchten Sie einfach nur einmal reinschnuppern in ein Phänomen, das so viele Menschen bewegt? Hier sind einige Anregungen, warum sich Social-Networking für Sie lohnen könnte:

- Mit Freunden in Kontakt bleiben und neue Freunde finden
- Mit Gleichgesinnten zusammentreffen und sich über bestimmte Themen austauschen
- Ehemalige Kollegen und Verwandte finden
- Omas, Opas, Onkeln und Tanten etc. unabhängig vom Wohnort einen aktuellen Einblick in das eigene Leben ermöglichen
- Bürgerinitiativen auf einfache Art mit Informationen versorgen und organisieren
- Vereinsleben dokumentieren
- Veranstaltungen ankündigen und bewerben, Gäste einladen

Auch für den Beruf bietet Social-Networking umfangreiche Möglichkeiten:

- Elektronische Visitenkarte statt eigener Webseite
- Veröffentlichung der eigenen Kompetenzen
- Recherche von Neukunden, möglichen Arbeitgebern etc.
- Einfache Anbahnung von Geschäftskontakten
- Immer aktuelles Adressbuch
- Know-how-Aufbau durch Mitarbeit in Gruppen
- Sichtbarkeit für Headhunter und Personalabteilungen
- Schnelle Information über interessante Gelegenheiten im Kontaktnetzwerk

Nur für junge Leute?

Eines der hartnäckigsten Vorurteile über soziale Netzwerke ist die Vorstellung, dass sich dort nur Jugendliche und junge Erwachsene aufhalten würden. Das ist so nicht richtig: Bei Facebook Deutschland waren bereits 2009 mehr als 120.000 Mitglieder über 50 Jahre alt. Allgemein stellen die über 50-Jährigen eine der am schnellsten wachsenden Gruppen im Social-Networking. Darüber hinaus

gibt es Social-Media-Plattformen, die sich speziell an die sogenannten **Silver Surfer** bzw. **Best Ager** richten und auf denen ältere Mitglieder klar die Mehrheit stellen, so zum Beispiel **Feierabend.de**. Es gibt viele Gründe, warum die Generation 50+ das Social-Networking für sich entdeckt:

VORSICHT



Es ist nicht ungewöhnlich, wenn sich ganze Familien über das Internet vernetzen. Ausnahme sind Jugendliche, vor allem in der Pubertät. Diese möchten lieber unter ihresgleichen bleiben, und das sollte man respektieren.