



Vorwort

Die ersten Worte meiner Bachelorarbeit zu wählen sind nicht einfach. Sie sind die Einleitung zu dem Ergebnis von 4 Jahren Studium. Alles, was ich bisher an Erfahrung gesammelt habe, kommt in einem Werk zusammen. Es stellen sich viele Fragen, die zu beantworten sind: Wie fange ich an? Ist das richtig so? Was mache ich da eigentlich? Um diese Fragen zu beantworten, musste ich mich erstmal mit mir und meinem bisherigen Werdegang auseinandersetzen.

Seit meiner Kindheit legte ich viel Wert auf meine Freizeit und war ständig unterwegs mit meinen Freunden. Die meiste Zeit haben wir auf Freiplätzen verbracht, wo wir immer wieder unsere Ausgangszeiten und die Nerven unserer Eltern ausgereizt oder sogar überreizt haben. Egal bei welcher Wetterlage, sobald wir zusammen kamen, hatten wir immer Spaß. Uns reichte nur ein Ball und schon haben wir die Zeit vergessen.

So geht es mir heute noch und ich bin froh, auf Gleichgesinnte zu treffen wird allerdings immer schwerer. Hauptproblem ist meine eigene demografische Entwicklung und die meines Umfelds. Die Zeiten, in denen man mittags nach Hause kam und nach den Hausaufgaben den ganzen Mittag für sich hatte, sind lange vorbei. Die meisten von uns sind mit ihrer beruflichen Karriere ausreichend beschäftigt oder haben mittlerweile schon eine Familie gegründet, die ebenso viel Aufmerksamkeit benötigen. Viel Freizeit bleibt da nicht. Es ist schwer genug, Leute zu finden, die zur selben Zeit frei haben. Es bedeutet mittlerweile viel Aufwand, Freunde für gemeinsame Aktivitäten zusammen zu „trommeln“.

„Die Zeit vergeht nicht schneller als früher, aber wir laufen eiliger an ihr vorbei.“¹

¹ George Orwell | Britischer Schriftsteller

Unsere schnelllebige Gesellschaft macht es uns immer schwerer, Zeit für einen selbst zu finden. Von allen Seiten stehen wir unter Leistungsdruck. Aus diesen Gründen ist es mir wichtig, dagegen zu steuern. Mir persönlich ist meine Freizeit sehr wichtig, auch wenn ich manchmal zu wenig davon habe.

Schon bei der Arbeit an meiner Mappe, für die Eignungsprüfung an der FH Düsseldorf, ist der Einfluss der Freizeit und die Begeisterung dafür zu sehen. Angefangen als fotografische Sammlung und Dokumentation von Basketballkörben auf Freiplätzen in Mülheim an der Ruhr (meiner Heimatstadt), hat sich meine Arbeit zu einem Guide für Streetballer entwickelt. Dieses entstandene Buch hilft anderen Streetballern, den richtigen Freiplatz für sich zu finden. Mithilfe von Angaben zu Größe, Beschaffenheit und Spielstärke können die Spieler im Vorfeld den geeigneten Ort zum austoben selektieren.

Weil mich das Thema so sehr beschäftigt und begeistert hatte, habe ich im Laufe meines Studiums eine weiterführende Arbeit entwickelt. Ergebnis war eine Online-Version des Buches mit weiteren Funktionen. Diese Website ist konzeptionell sowie gestalterisch entstanden und dient nur der Illustration, wie eine mögliche Durchführung in der Realität aussehen könnte. Angedacht war ein Funktionsumfang, in der User ihren eigenen Freiplatz mit Bildern und Informationen uploaden konnten. Außerdem beinhaltete die Website eine Community, in der sich Mitglieder mit Gleichgesinnten austauschen und verabreden konnten.

Das alles und noch mehr hat zu dieser Arbeit geführt. Es bedeutet mir sehr viel, dieses Projekt auch zu realisieren, damit es in der Zukunft wieder zu einer Zeit kommt, in der sich Menschen wieder an Freiplätzen treffen, gemeinsam Spaß haben und neue Freunde kennen lernen.

Einleitung

In der heutigen Zeit spielen Medien eine große Rolle. Den Nutzern wird eine Botschaft über die Wirklichkeit vermittelt, die andere sich erschaffen haben. Als problematisch erweisen sich hierbei nicht so sehr die Inhalte, die vermittelt werden, sondern vielmehr ihre Aneignungsprozesse, die damit verbunden sind.

Erfahrungen werden sich nicht mehr selber angeeignet, sondern aus zweiter Hand entnommen, den Medien. Der Aspekt der veränderten Zeitökonomie sollte im Hinblick auf die leeren Freiplätze und im Kontext zum erhöhten Medien Konsum nicht ungeachtet gelassen werden.

Die Freizeit von Kindern und Jugendlichen wird durch schematische, befristete, kommerzialisierte und budgetierte Zeit ersetzt. Sie unterliegen schon früh einer ständigen Belastung des Zeitdrucks und haben deshalb öfter den Wunsch nach frei verfügbarer Zeit.

Zudem übt die mediale Welt eine ungesunde Sogwirkung aus, fesselt Kinder und Jugendliche so sehr, dass sie nicht mehr an die frische Luft gehen, sich nicht mehr genug bewegen und insgesamt ihren Körper vernachlässigen.

Heutzutage erfahren vor allem Kinder ihre Anschauung über die Welt nur mit Hilfe von symbolischen Repräsentationen der Welt. Dies führt keines Falls zu einem Verlust wertvoller Informationen, sondern zu einem Verlust unmittelbarer Erfahrungswerte. Es strömen immer mehr Medien auf Kinder und Jugendliche ein, so dass die immer öfter leeren Freiplätze in den Städten nicht weiter verwundern.

Jedoch gibt es immer mehr kommunikative Medien, die die Beziehungen unter den Kindern und Jugendlichen aufrecht erhalten (wie z.B. ICQ, Facebook, StudiVZ, etc.).

Alte und neue Medien werden auf vielfältige Weise inhaltlich miteinander vernetzt, so dass es zu einer zunehmenden Verdichtung der Medienökologie bei Kindern und Jugendlichen kommt.²

Um Kinder und Jugendliche wieder an die frische Luft zu bringen, damit diese sich auf Freiplätzen „austoben“ habe ich das Konzept „straßensport“ entwickelt. Die Marke „straßensport“ repräsentiert Sport, wie Basketball und Fußball, die man auf Schulhöfen, Sportplätzen, Parks und jede weitere Art von Freiplätzen ausüben kann.

Im Vordergrund steht die Internet-Plattform als soziales Netzwerk. Dort können alle die sich für Sport interessieren vernetzen. Unterstützt wird die Website von Apps für den mobilen Gebrauch und diversen Aktionen zur Bekanntmachung der Marke.

Um das Thema ausführlich bearbeiten zu können, muss man sich erstmal mit Netzwerken aus soziologischer Sicht auseinandersetzen. Dabei entstanden einige Fragestellungen, wie „Wie entstehen Netzwerke?“ oder „Welche Art von Netzwerken und Beziehungen gibt es?“

Nicht außer acht zu lassen ist die Rolle der Jugend und wie sich das Verhalten von Kindern und Jugendlichen und den Medien in den letzten Jahren verändert hat.

² Martin K.W. Schweer / Aktuelle Aspekte medienpädagogischer Forschung / Westdeutscher Verlag / 2001 / Seite 23

Theoretische Vorarbeit

Soziologische Entwicklung

Netzwerke

Netzwerk bezeichnet ein Beziehungsgeflecht, das den Menschen mit anderen Menschen und Institutionen mit anderen Institutionen verbindet.

Erstmals entstanden ist der Begriff „Netzwerk“ in der englischen social Anthropology. J. Clyde Mitchell, A.L. Epstein und Bruce Kapferer haben lose Selbstorganisationen von einzelnen Zuwanderern in kolonialen Industriestätten ermittelt und erklärt, indem sie erstmals den Begriff des sozialen Netzwerks einführten.³

Als der Begriff nach Europa kam, nutzten ihn Franz Urban Pappi und Peter Kappelhoff unter anderem um Willensbildungen in der kommunalen Politik zu erschließen. Der Vorteil war, dass soziale Netzwerke kein Hauptziel haben, sondern sehr differenzierte Ziele einzelner Akteure verknüpfen.⁴

Dem gleich zu setzen ist die Moreno-Soziometrie, benannt nach dem Arzt und Psychiater Jacob-Levy Moreno (1932, 1934). Bekannt geworden ist seine Soziometrie vor allem für grafische Verbildlichungen von Netzwerken und Beziehungen, aber auch für Alternativen der Netzwerkinterventionen in psychosozialer Arbeit oder in der Netzwerktherapie.⁵

3 [http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales_Netzwerk_\(Soziologie\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales_Netzwerk_(Soziologie)) [07.03.2011]

4 <http://de.wikipedia.org/wiki/Soziometrie> [08.03.2011]

5 Franz Urban Pappi / Techniken der empirischen Sozialforschung (Band 1, Methoden der Netzwerkanalyse) / Oldenbourg Wissenschaftsverlag / 1987 / Seite 12

Qualität der Beziehungen

im Netzwerk

Einen sehr hohen Stellenwert hat die Qualität einer sozialen Beziehung in sozialen Netzwerken. Mit dem klassischen Freundschaftsbegriff werden eher enge Beziehungen verbunden. Die Menschen stehen sich sehr nah, Verbringen Zeit miteinander, haben Vertrauen und es herrscht eine gewisse Intimität. Oft wird behauptet, dass es Tendenzen dazu geben würde, dass sich Freundschaften von einer „tieferen Beziehung“ hin zu „lockeren Bekanntschaften“ entwickeln.

Die Entwicklung von Beziehungen geht von „strong ties“ hin zu „weak ties“. Als „strong ties“ werden lockere und schwache Beziehungen beschrieben, als „weak ties“ eher intime und lang anhaltende Beziehungen.⁶

Dieser aufgefasste Unterschied wurde von Granovetter analysiert und beschreibt die Stärke einer Beziehung:

Wie ist

- » der Zeitumfang, den Personen miteinander haben
- » die Intimität, die Personen verbindet
- » die gegenseitige Vertrautheit und
- » die Leistungen, die Personen miteinander austauschen.

Soziale Netzwerke stellen Beziehungen zu anderen Menschen dar, ob, wie oben beschrieben, eher locker oder sehr vertraut, gar intim.⁷

⁶ Natalie Binczek / Strong ties / Weak ties: Freundschaftssemantik und Netzwerktheorie / Universitätsverlag Winter / 2010

⁷ <http://www.soz.uni-frankfurt.de/Netzwerktagung/Stegbauer-Freundschaften.pdf> [28.03.2011]

Schon pränatal findet eine Beziehung zwischen der Mutter und dem Kind statt. Nach Eric Erikson, Schüler von Freud, erwirbt der Säugling schon in seinem ersten Lebensjahr ein Grundgefühl dafür, welchen Menschen und Situationen er vertrauen kann und welchen nicht. Bekommt der Säugling viel Zuwendung, Hautkontakt, Zärtlichkeit, Ruhe, Wärme und Pflege, so entsteht eine Grundhaltung des Urvertrauens- im negativen Fall die des Urmissstrauens.⁸

Der Aufbau der Beziehung zur Welt kann als die wichtigste Entwicklungsaufgabe in dieser Phase (orale Phase nach Freud) gedeutet werden. Übertriebene Frustration der kindlichen Triebwünsche kann später das Geschehen von Depression und Ängstlichkeit begünstigen. Entwicklungspsychologen stimmen heute mit Erikson darin überein, dass in den ersten Lebensjahren die Weichen dafür gestellt werden, ob wir der Welt und den Menschen um uns herum tendenziell vertrauen oder eher nicht.

In persönlichen Beziehungen entwickeln wir unser Bild von der Welt und ein Selbstbild von uns in der Welt. Beziehungen können fördernde und einschränkende, hilfreiche und belastende Wirkungen haben. Persönliche Beziehungen können enden, sobald eine Person aus der Beziehung ausscheidet und haben keinen Anspruch auf ewige Dauer.⁹

⁸ August Flammer / Entwicklungstheorien. Psychologische Theorien der menschlichen Entwicklung (4. Auflage) / Huber / 2009

⁹ R. Murray Thomas / Die Entwicklung des Kindes: Ein Lehr- und Praxisbuch / Beltz / 2002

Jugend

Der Begriff der „Jugend“ entstand erst im 19. Jahrhundert und ist somit historisch gesehen noch eher „jung“. ¹⁰

Aufgrund der einsetzenden Industrialisierung veränderten sich die Produktions- und die Sozialstrukturen in der westlichen Zivilisation grundlegend. Die Voraussetzungen für die Ausübung gewisser beruflicher Tätigkeiten stiegen an, so dass bestimmte Qualifikationen und Eignungen die höheren Anforderungen unterstützten.

Mit dem Hintergrund sich zu binden und sich auf berufliche Tätigkeiten vorzubereiten, etablierte sich das Jugendalter als eigenständige Ära. Allerdings stand anfangs nur einer privilegierten Gesellschaftsschicht die Jugendphase als Bildungszeit zu.

„Jugend“ bezeichnet einerseits einen bestimmten Lebensabschnitt zwischen Kindheit und Erwachsenenalter im individuellen Lebenslauf mit spezifischen Lern- und Entwicklungsaufgaben, andererseits aber auch eine bestimmte soziale Gruppe in der Gesellschaft mit eigenen Merkmalen, Lebensbedingungen und Ausdrucksformen.

Im Laufe der Zeit hat sich die Trennung vom Jugendalter gegenüber der Kindheit, aber auch gegenüber dem Erwachsenenalter verändert. Es ist nicht einfach diese Abgrenzung vorzunehmen, denn grundsätzlich wird mit Beginn der biologischen Geschlechtsreife der Wechsel zwischen Kindheit und Jugendalter bezeichnet, jedoch setzt diese kontinuierlich früher ein, seit Gründung des Jugendbegriffs. Ursprünglich wurde der Übergang zum Erwachsenenalter mit einer Eheschließung oder ökonomischer Selbstständigkeit besiegelt. Diese beiden Kriterien sind jedoch nicht mehr relevant. ¹¹

¹⁰ Herbert Gudjons / Pädagogisches Grundwissen (2. Auflage) / Klinkhardt / 1995

¹¹ Klaus Hurrelmann / Lebensphase Jugend: Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung (10. Auflage) / Juventa / 2009

Heutzutage existieren neben der Ehe auch noch andere Lebensformen, Wohngemeinschaften und nicht eheliche Lebensgemeinschaften sind vermehrt im Jugendalter vorzufinden. Aber auch der Einstieg ins Arbeitsleben hat sich verändert, da sich das Alter für den Berufseinstieg durch fehlende Ausbildungs- und Arbeitsplätze, lange Studienzeiten oder durch freiwillige individuell gewählte Lebensformen erhöht hat.

In der internationalen Jugendforschung wird im Kontext zum Jugendalter auch der Begriff der Adoleszenz im Zusammenhang entwicklungsbezogener Veränderungen verwendet. Hier lässt sich die Jugendphase in 3 Phasen unterteilen:

- » Frühe Adoleszenz
im Alter von 10- 13 Jahren
- » Mittlere Adoleszenz
im Alter von 14- 17 Jahren
- » Späte Adoleszenz
im Alter von 18- 22 Jahren

Die späte Adoleszenz kann jedoch weit über das Alter von 22 Jahren hinausreichen. Daher könnte man das Jugendalter auch unter rechtlichen Aspekten betrachten. Allerdings müsste man diese Theorien landesweit unabhängig voneinander untersuchen, aufgrund der jeweils individuellen Rechtslage. ¹²

¹² August Flammer / Entwicklungspsychologie der Adoleszenz. Die Erschließung innerer und äußerer Welten im Jugendalter / Huber / 2001

Entwicklungsaufgaben

im Jugendalter

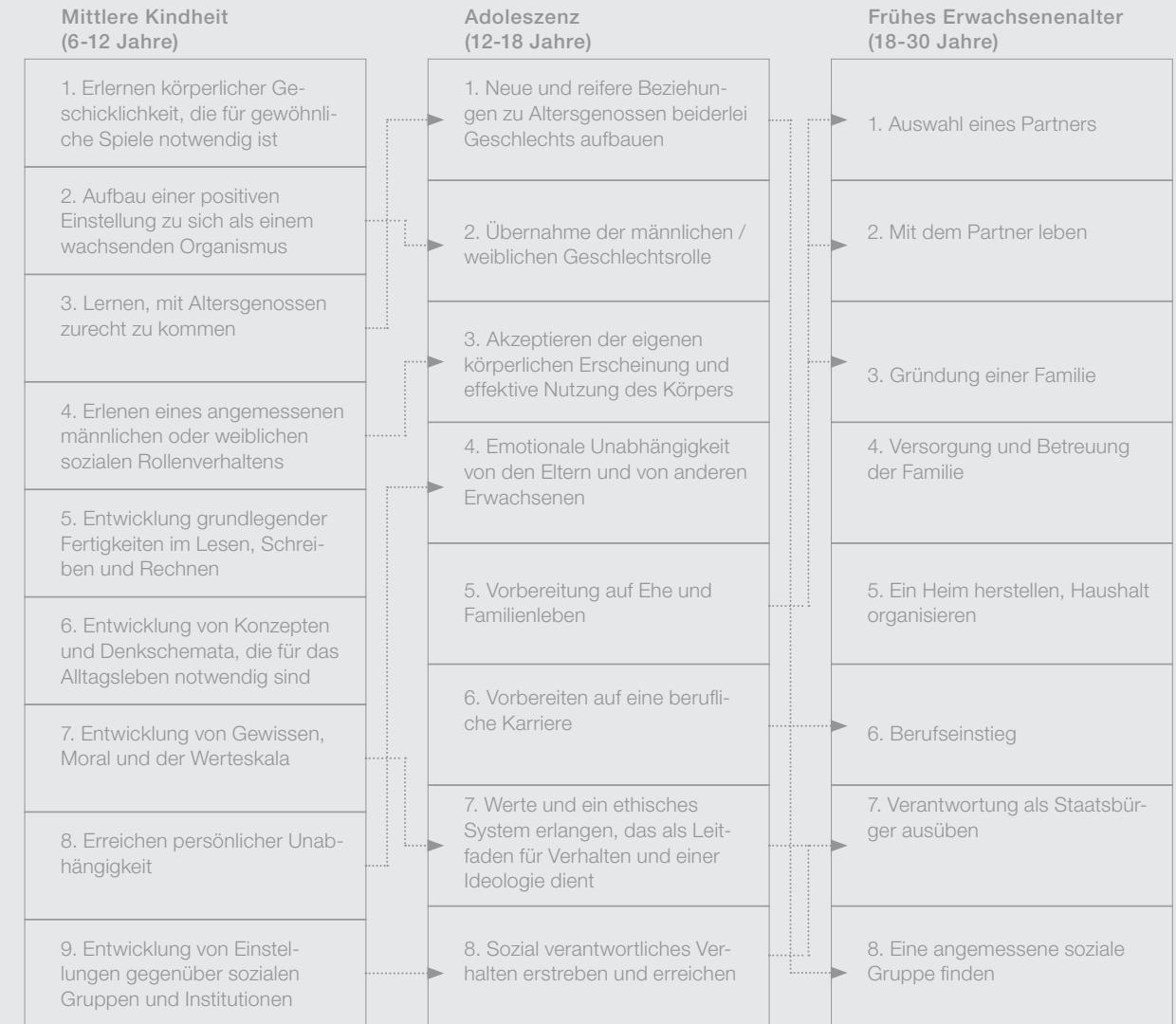
„Unter einer Entwicklungsaufgabe versteht man jene kulturell und gesellschaftlich vorgegebenen Erwartungen und Anforderungen, die an Personen einer bestimmten Altersgruppe gestellt werden. Sie definieren für jedes Individuum in bestimmten Lebenslagen objektiv vorgegebene Handlungsprobleme, denen es sich stellen muss. Sie fungieren auch als Bezugssysteme, innerhalb derer, die personelle und soziale Identität entwickelt werden müssen.“¹³ Robert J. Havighurst hat in den 1990er und 1940er Jahren das Konzept der Entwicklungsaufgaben entwickelt. Dieses Konzept versteht Entwicklung als lebenslangen Lernprozess. Havighurst versteht Entwicklungsaufgaben als Bindeglied im Spannungsverhältnis zwischen individuellen Bedürfnissen und gesellschaftlichen Anforderungen. Er differenziert Aufgaben, die zeitlich begrenzt sind und Aufgaben, die sich über eine breitere Lebensspanne erstrecken können.

Für die Phase der Adoleszenz im Alter von 12 bis 18 Jahren erarbeitete Havighurst folgende Entwicklungsaufgaben:

- » Emotionale Unabhängigkeit von den Eltern und anderen Erwachsenen
- » Neue und reifere Beziehungen zu Altersgenossen beiderlei Geschlechts aufbauen
- » Akzeptanz des eigenen Erscheinungsbild
- » Vorbereitung auf Ehe und Familienleben
- » Vorbereitung auf eine berufliche Karriere
- » Entwicklung einer Ideologie
- » Sozial verantwortliches Verhalten erstreben und erreichen¹⁴

¹³ <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/psychologieentwicklung/entwicklungsaufgabeyugend.shtml>

¹⁴ Rolf Göppel / Das Jugendalter: Entwicklungsaufgaben - Entwicklungskrisen - Bewältigungsformen / Kohlhammer / 2005



¹⁵ Bernad Batinic / Medienpsychologie / Springer / 2008 / Seite 367

Phasen der Adoleszenz

Havighurst geht von der Annahme aus, dass bestimmte Zeiträume für gewisse Lernprozesse besonders geeignet sind. Die Entwicklungsaufgaben der Adoleszenz stehen alle in Verbindung entweder zu denjenigen der mittleren Kindheit (6-12 Jahre) oder zu denjenigen des frühen Erwachsenenalters, was auch dem Übergangs-Charakter des Jugendalters entspricht.¹⁶

Daraus resultiert ist folgende Auflistung:

Peer

Einen Freundeskreis aufbauen, d.h. zu Altersgenossen beiderlei Geschlechts neue tiefere Beziehungen herstellen.

Körper

Veränderungen des Körpers und des eigenen Aussehens akzeptieren.

Rolle

Sich Verhaltensweisen aneignen, die in unserer Gesellschaft zur Rolle eines Mannes bzw. zur Rolle einer Frau gehören.

Beziehung

Engere Beziehungen zu einem Freund bzw. einer Freundin aufnehmen.

¹⁶ Rainer K. Silbereisen / Enzyklopädie der Psychologie: Entwicklungspsychologie des Jugendalters / Hogrefe-Verlag / 2008 / Seite 849

Ablösung

Sich von den Eltern loslösen, d.h. von den Eltern unabhängig werden.

Beruf

Sich über Ausbildung und Beruf Gedanken machen: Überlegen, was man werden will und was man dafür können, bzw. lernen muss.

Partnerschaft bzw. Familie

Vorstellung entwickeln, wie man die eigene zukünftige Partnerschaft bzw. Familie gestalten möchte.

Selbst

Sich selbst kennen lernen und wissen, wie andere einen sehen, d.h. Klarheit über sich selbst gewinnen.

Werte

Eine eigene Weltanschauung entwickeln: sich darüber klar werden, welche Werte man vertritt und an welchen Prinzipien man das eigene Handeln ausrichten will.

Zukunft

Eine Zukunftsperspektive entwickeln: sein Leben planen und Ziele ansteuern, von denen man annimmt, dass man sie erreichen könnte.

Netzwerke im Jugendalter

Das Jugendalter im Hinblick auf die individuellen Sichtweisen (soziale, entwicklungspsychologische und rechtliche) ist nicht genau festzulegen. Jedoch wird der Eintritt ins Jugendalter mit dem Zeitpunkt gleichgesetzt, wenn Menschen beginnen, intensive Beziehungen in „Cliques“ oder engeren, vorerst gleichgeschlechtlichen Freundschaften und späteren Paarbeziehungen einzugehen.

In der frühen Jugendphase liegt die Qualität einer Beziehung darin, dass das wechselseitige Verhalten auf gemeinsame Erwartungen ausgerichtet ist. Freunde werden in das eigene Handeln, Denken und Fühlen mit einbezogen, was bedingt, dass es den Jugendlichen gelingt, aus sich herauszutreten und sich selber aus der Perspektive des anderen zu sehen.

Eine wichtige Entwicklungsaufgabe in der frühen Jugendphase ist das Mitteilen von Interessen, Befindlichkeiten, Enttäuschungen und Schwächen. Aber dies kann nur verfolgt werden, wenn die Freundschaften auf Werten, wie Gemeinsamkeit, Vertrauen, gegenseitige Hilfe, Loyalität und Ehrlichkeit basieren.

In der späteren Jugendphase hingegen gelingt es den Jugendlichen zwar sich selbst zu reflektieren, ihren Standpunkt zu orten und festzulegen, aber noch nicht, sich über die gegenseitigen Erwartungen auszutauschen. Durch zwar entstehende aber noch nicht gemeinsam ausgehende Freundschaftskonzepte sind die Beziehungen daher noch eher instabil und konfliktbehaftet. Daher ist es eine wichtige Entwicklungsaufgabe, die Erwartungen an eine Beziehung wechselseitig abzustimmen und einen gemeinsamen Erwartungshorizont abzustecken. Voraussetzung dafür ist die Fähigkeit eine dritte Person Perspektive einnehmen zu können.^{17 18}

17 Marius Harring / Freundschaften, Cliques und Jugendkulturen: Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen / VS Verlag / 2010 / Seite 61

18 Petra Kolip / Freundschaften im Jugendalter. Der Beitrag sozialer Netzwerke zur Problembewältigung / Juventa / 1993

Nach Piaget beherrschen das schon Kinder im 10. Lebensjahr, jedoch stellt es in der späten Jugendphase einen hohen Anspruch an die Jugendlichen. Schaffen sie es, diese neue Perspektive einzunehmen, werden Werte wie Gleichberechtigung, gegenseitiger Respekt, Verzicht auf Gewalt, gegenseitige Verantwortung, Ehrlichkeit zu sich selbst und zu anderen in persönlichen Beziehungen zunehmend thematisiert.¹⁹

Familiäre Bindungen bleiben auch im Jugendalter weiterhin bestehen, wenn auch in einer anderen Qualität, als sie vorher waren. Gleichaltrige werden zunehmend interessanter, so dass der Ablösungsprozess von den Eltern beginnt. Eltern und Freunden werden verschiedene Kompetenzbereiche zugemessen und die Gewichtung der Gesprächsthemen aufgeteilt.

Mit Eltern werden weiterhin die „wichtigen“ Themen, wie Schule, Berufswahl etc. besprochen, hingegen mit den Freunden Freizeitgestaltungen und persönliche individuelle Probleme.²⁰

Der größte Unterschied dieser beiden Beziehungen liegt in der Freiwilligkeit. So sind Freunde selbst ausgewählt nach Interessen, Neigungen und Bedürfnissen, die Familienkonstruktion jedoch ist schon fest verankert.

19 Jean Piaget / Meine Theorien der geistigen Entwicklung (2. Auflage) / Beltz / 2010 / Seite 95

20 Stefan Fredeweiß / Wandel der Eltern-Kind-Beziehungen während des Jugendalters / Diplomarbeiten Agentur diplom.de / 2003

Beziehungen

Die Beziehungen zu Gleichaltrigen werden immer wichtiger und nehmen einen immer höheren Stellenwert in Leben eines Individuums ein. Dazu gibt es drei mögliche Beziehungsformen, auf die sich Jugendliche schnell und gezielt einlassen können:

Peer-Beziehung

Mit Peer-Beziehung werden unverbindliche Kontakte bezeichnet. Es sind Gruppierungen die den gleichen Kleidungsstil, den gleichen Musikgeschmack, oder einen Sprachstil verfolgen. Vor allem gemeinsame Normen und Wertvorstellungen charakterisieren diesen Begriff.

Clique

In Cliques findet man eine kleine überschaubare Gruppe von Jugendlichen an, die oft gemeinsame Interessen (z.B. Sport) oder einem gleichen Lebensstil verfolgen. Der Spaßfaktor steht hierbei mit gemeinsamen Aktivitäten im Vordergrund. Aber auch Stressabbau ist ein Motiv für die Konstituierung einer Clique. Dies kann positiv durch Gespräche oder z.B. durch Sport und gemeinsame Interessen erfolgen aber auch in eine negative Gruppendynamik umschlagen (Konkurrenz mit anderen Cliques, Schikanen).

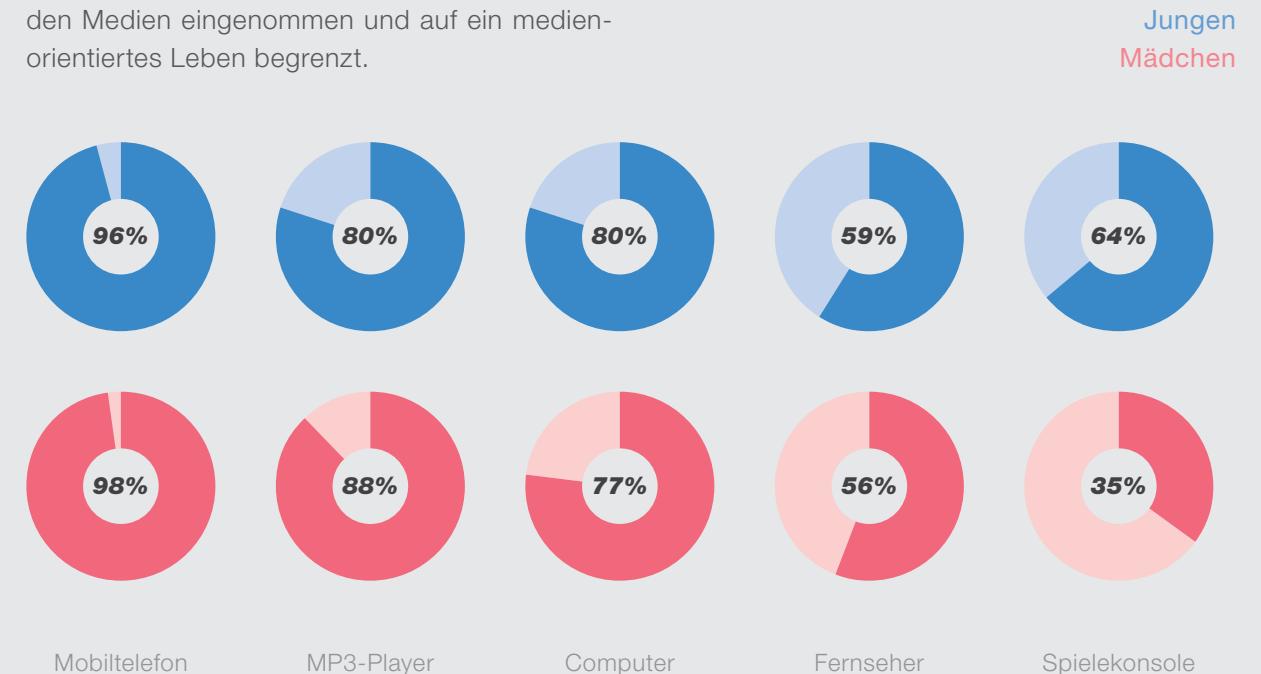
Jugendfreundschaft

Es gibt verschiedene Studien die belegen, dass „Freundschaft“ durch zwei Komponenten charakterisiert wird. Zum einen als Stützfunktion, zum anderen als Störfunktion.

Gerätebesitz Jugendlicher

2010 (in %) ²¹

Die Entwicklung der Jugend in der heutigen Zeit wird zu einem von den neuen und vielfältigen Medien unterstützt, aber sie wird auch von den Medien eingenommen und auf ein medienorientiertes Leben begrenzt.



Digital Native

Als „Digital Native“ werden Menschen bezeichnet, die mit digitalen Technologien, wie z.B. Computer, Handys und MP3 aufgewachsen sind. Als „Digital Immigrant“ hingegen werden vorzugsweise Erwachsene Menschen bezeichnet, die digitalen Technologien erst spät kennengelernt haben.²²

Für die Digital Natives ist der Umgang mit digitalen Medien ein Teil des Lebens und nicht mehr weg zu denken. Online Netzwerke, Plattformen mit Freunden dienen zur ständigen Sozialisierung. John Palfrey und Urs Gasser haben in ihrem 2008 erschienen Buch „Born digital“ eine andere Art des Denkens durch die Digitalisierung beschrieben. Es gibt einen fundamentalen Unterschied, Informationen zu verarbeiten, da unterschiedliche Erfahrungen zu unterschiedlichen Hirnstrukturen führen.

Die digitalen Natives sind es gewohnt, direkten Zugriff auf alle Informationen zu haben, sie schnell zu empfangen und dabei parallel in Multitasking zu arbeiten. Sie funktionieren am besten, wenn sie vernetzt sind.

Im Kontext dazu stehen die digital Immigrants, die nicht von klein auf mit dem breiten Spektrum von Informationsfluss vertraut sind. Sie adaptieren ihre Umwelt, um damit zu arbeiten. Im Umgang mit den digitalen Medien sind sie eher skeptisch, brauchen etwas in der Hand, um damit arbeiten zu können. Zudem fällt es ihnen schwer, dass Multitasking zu akzeptieren, da sie sich selbst nicht darauf einlassen können. Nach Prenzky hat man durch diese zeitlichen Unterschiede im Bezug auf das Jugendalter die Unterrichtsmethoden und den Inhalt anzupassen. Im negativen Zusammenhang zu der eher positiven digitalen Entwicklung steht die hohe Risikobereitschaft und ein schnelles Handeln der jungen Menschen.

²² Johann Günther / Digital Natives & Digital Immigrants / Studienverlag GmbH / 2007

Durch Computerspiele die sämtliche Lebensbereiche auffangen und verdeutlichen, lernen Jugendliche einen freieren Umgang mit individuellen Lebenssituationen. Hat man früher gescheiterte Geschäftsideen verworfen, so geht man heute eher ein Risiko ein, ist offen für neue Ideen, Vorschläge und Umsetzungen.

Auch spielte die Akzeptanz für neue Technologien für die Einführung im Unternehmen eine wichtige Rolle und deshalb wird es beim Eintreten der Digital Natives in die Führungsebenen zu einem radikalen Umdenken in Unternehmensführungen kommen.

Digital Native	Digital Immigrant
schnell	langsam
jung	alt
Zukunft	Vergangenheit
Multitasking	Serial-thinking
Bild	Text
verspielt	seriös
digital	analog
Action	Wissen

Technologische Entwicklung

Das Internet

„Like distant islands sundered by the sea,
we had no sense of one community.

We lived and worked apart and rarely knew
that others searched with us for knowledge, too [...]

But could these new resources not be shared?
Let links be built; machines and men be paired!

Let distance be no barrier! They set
that goal: design and built the ARPANET!“ ²³

Ursprünge

Die Entstehung des Internet ist relativ schwierig zu beschreiben, da die Ursprünge in unterschiedlichen Ausprägungen von Netzwerken liegen. Bereits die Chinesen, Perser, Assyrer, Römer und Mongolen unterhielten umfangreiche Straßen- und Kommunikationsnetze, die deshalb als antike Vorbilder benannt werden könnten. Afrikanische Trommelketten und indianische Rauchzeichen zählen in diesem Sinne ebenso zu den Ahnen heutiger Computernetze wie das Telegraphen- und das Telefonnetz.

Das Internet, wie wir es heute kennen, ist die Abkürzung für „interconnected Networks“ (miteinander verbundene Netzwerke).²⁴ Dieses Netzwerk besteht aus mehreren Rechnern, die nach bestimmten Regeln weltübergreifend miteinander kommunizieren. Größe und Komplexität dieser Systeme liegt außerhalb menschlicher Vorstellungskraft – es ist mehr als ein Computernetz – es ist ein soziales Gebilde mit eigener Kultur, dass sich von Tag zu Tag weiterentwickelt.

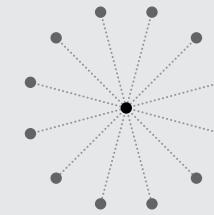
²⁴ <http://de.wikipedia.org/wiki/Internet> [05.05.2011]

Computer dienten in den 1950er Jahren ausschließlich als Rechenmaschinen des Militärs und der Wirtschaft. Die Anfänge des Internet gehen zurück bis 1958, wo das amerikanische Verteidigungsministerium als eine von mehreren Reaktionen auf den Sputnik-Schock die Advanced Research Projects Agency (ARPA) gründete. Als Kind des kalten Krieges stand die ARPA unter der Vorgabe, im Dienste der Landesverteidigung den technologischen Vorsprung der Vereinigten Staaten durch Förderung hierzu geeigneter Projekte zu sichern. Die Politik der ARPA bestand darin, keine eigenen Forschungseinrichtungen zu unterhalten, sondern mit den universitären und industriellen Vertragspartnern zu kooperieren und die von ihr finanzierten Projekte zu koordinieren.²⁵

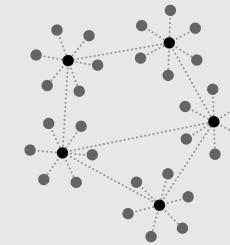
1962 wechselte der amerikanische Psychologie-Professor Joseph Carl Robnett Licklider, der Computer immer mehr als Kommunikationsmedium verstand von BBN zur ARPA.

²⁵ <http://de.selfhtml.org/intro/internet/entstehung.htm> [05.05.2011]

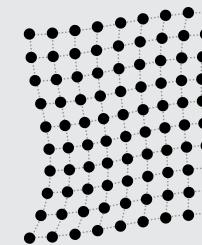
zentrales
Netzwerk



dezentrales
Netzwerk



distribuiertes
Netzwerk



Als Leiter des ARPA-Forschungsbereich war er nun in der Lage, diesen Paradigmenwechsel in der Netzplanung zur Wirkung zu bringen. Als erster Vorläufer ist das ARPA-Net zu nennen, welches von der wissenschaftlichen Einrichtung aufgebaut wurde. Das ARPA-Net orientierte sich seitdem an dem Konzept des „dezentralen Netzwerks“. Der Sinn dieses zunächst firmeninternen Netzwerkes bestand darin, Daten so extern zu lagern, dass sie gesichert und mehrfach vorhanden sind und dass sie jederzeit abgerufen und aktualisiert werden konnten. Unabhängig von der ARPA befasste sich Paul Baran, ein Wissenschaftler der RAND Corporation im Auftrag des Verteidigungsministeriums mit der Angreifbarkeit von Netzwerken. Zwischen 1961 und 1964 legte er Arbeiten vor, die ein sogenanntes „Distributed Network“ sehr detailliert beschreiben. Ein dezentrales Netzwerk, in dem jeder Rechner mit jedem Rechner verbunden sein sollte, das paketorientiert ist, in dem sich die Pakete die jeweils beste zur Verfügung stehende Route suchen.²⁶

²⁶ <http://www.points.de/geschichte-des-internet.php> [05.05.2011]

Geburtsstunde

Die Geburtsstunde des Internet begann, als die ersten vier Großrechner in der UCLA (University of California), im SRI (Stanford Research Institute), der UCSB (University of California in Santa Barbara) und der University of Utah miteinander verbunden wurden.

Am 29. Oktober 1969 war „lo“ die erste gelungene Internetbotschaft, die versuchsweise von der UCLA an das Stanford Research Institut übermittelt wurde.²⁷ Beim dritten Buchstaben, dem „g“, brach der Computer des Empfängers zusammen. Am selben Abend wurde das Experiment ein zweites Mal wiederholt. Mit Erfolg kam die Nachricht an:

Log

²⁷ http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_des_Internets
[05.05.2011]

Zwei Jahre später waren schon 6 mal so viele amerikanische Universitäten im ARPANET miteinander verbunden. Außerhalb der USA waren 1973 England und Norwegen die ersten Rechner, die im ARPANET aufgenommen wurden.

Ray Tomlinson brachte 1972 richtig Schwung in die Sache, als er ein Programm zum Versenden und Empfangen von E-Mails schrieb. Das Internet breitete sich in Reichweite und Funktionsumfang immer weiter aus.

Aber es gab noch einige Probleme, wie die noch umständliche Übersetzung für Netzwerke zwischen den unterschiedlichsten Technologien. Um diese zu lösen hat 1974 Robert Kahn, zusammen mit Vinton Cerf ein allgemeines Protokollsystem entwickelt, welches Daten zerstückelt und wieder zusammen setzt. Das TCP/IP (Transfer Control Protocol / Internet Protocol) Protokoll wurde geboren und stellte von nun an die Basis für die Datenübertragung im ARPANET.²⁸

²⁸ <http://www.points.de/geschichte-des-internet.php>
[05.05.2011]

Der Ausdruck „Internet“ wurde zum ersten Mal benutzt, um den Zusammenschluss einzelner lokaler Netzwerke zu bezeichnen. Die ersten Schritte waren gemacht und das ARPAnet entwickelte sich tatsächlich zu einem Netzwerk von Netzwerken. 1977 verfügte das ARPANET bereits über 111 Knoten.²⁹

Als freie Alternative zum Arpanet wurde 1979 das Usenet als eine Art „black board“ entwickelt. Es diente anfangs noch als Verbindung zweier UNIX -Rechner an der University of North Carolina und der Duke University. Der Datenaustausch erfolgte über herkömmliche Telefonleitungen mit dem UNIX-Protokoll UNIX To UNIX Copy (UUCP). Schon bald wurden weitere Rechner in das Netz integriert. Wegen des verwendeten UUCP-Protokolls war das Netz jedoch auf UNIX-Rechner beschränkt. Dort rührt auch der Name Usenet her von UNIX User Network. 1985 gehörten Email und Newsgroups bereits an vielen amerikanischen Universitäten zum Alltag.

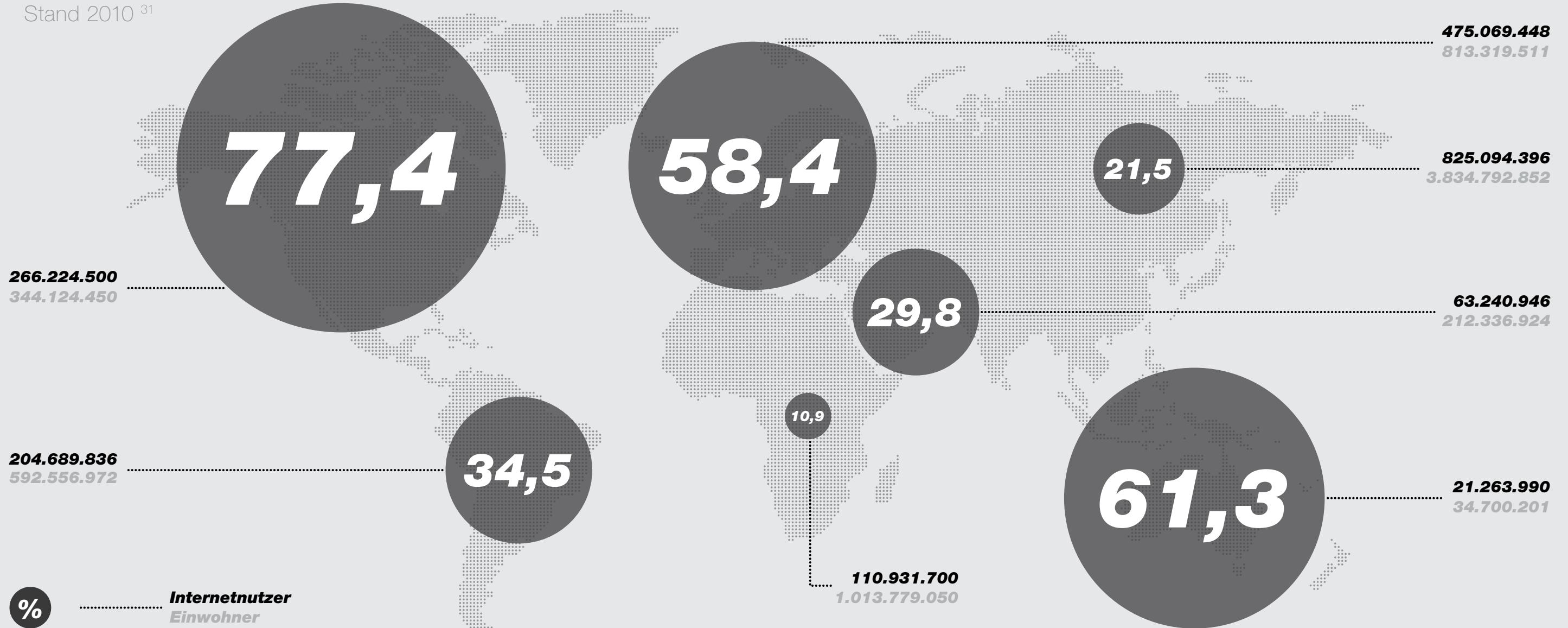
²⁹ http://de.wikipedia.org/wiki/Chronologie_des_Internets
[07.05.2011]

Die Gefahren eines offenen Netzes machten sich am 1. November 1988 deutlich, als ein Virus namens „Internet Worm“ 6.000 der 60.000 Server deaktivierte. Daraufhin wurde das CERT (Computer Emergency Response Team) gegründet. 1990 war das Jahr, indem das ursprüngliche ARPANET aufgelöst wurde, während die Zahl der Internet-Server 300.000 erreichte.³⁰

³⁰ <http://janeden.net/die-geschichte-des-internet>
[21.03.2011]

Wer ist alles online?

Stand 2010 ³¹



%

Internetnutzer
Einwohner

Internationalisierung

Auch in Europa entwickelte sich in den 80er Jahren das Internet mit den ersten Wählverbindungen und UUCP-basierende Netzen, mit Knoten in den Niederlanden, Dänemark, Schweden und England.

Das erste Rechnernetz, das über einen E-Mail-Link in die USA und dort über ein Gateway ins Internet verfügte, war das 1984 gestartete European Academic Research Network (EARN).

Die Universität Dortmund war 1988 einer der Vorreiter des IP-Netz in Deutschland. Im Rahmen des europaweiten InterUNet-Verbundes bestand die Verbindung erst über Datex-P, dann über eine Standleitung nach Amsterdam und von dort aus an das US-amerikanische Internet.

Nach Kanada, Dänemark, Finnland, Frankreich, Island, Norwegen und Schweden kamen im November 1989 mit insgesamt 160.000 Hosts auch Australien, Deutschland, Israel, Italien, Japan, Mexiko, die Niederlande, Neuseeland und Großbritannien dazu. 1990 schließen sich Argentinien, Österreich, Belgien, Brasilien, Chile, Griechenland, Indien, Irland, Südkorea, Spanien und die Schweiz auch an. 1991 sind es Kroatien, Tschechien, Hongkong, Ungarn, Polen, Portugal, Singapur, Südafrika, Republik China und Tunesien.³²

Die Eine-Million-Grenze der Hosts wurde 1992 überschritten. Immer mehr Länder, wie Zypern, die Antarktis, Kuwait und Luxemburg meldeten Länder-Domains an. 1997 kommen noch eine Reihe von Inselnationen und Protektorate hinzu, so dass heute die gesamte Weltkarte auf dem Adressraum des Internet abgebildet ist.

³² http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_des_Internets [05.05.2011]

World Wide Web

Der enorme Wachstum des Internet entwickelte sich in den Jahren 1989/1990 an die Grenzen ihrer Kapazitäten. Tim Berners-Lee, ein Wissenschaftler am Forschungsinstitut CERN in der Schweiz suchte nach einer Lösung, einen schnellen Zugriff auf die ständig zunehmende Zahl zu ermöglichen. Sein Ziel war es, dass in einer Arbeit zitierte Quellen direkt aufrufbar sein sollten. Daraus entwickelte sich die Idee eines Hyperlinks. Zu diesem Zweck wurde am CERN die gesamte Software entwickelt, die dafür notwendig war: Die Sprache HTML zur Erstellung von Dokumenten mit Hyperlinks, ein Browser zum Lesen dieser Dokumente sowie das Protokoll http zur Kommunikation des Browsers mit dem Server. Auch die nach wie vor gültige Struktur einer URL (<http://www.>) wurde festgelegt.³³

Bis heute hat sich an dieser Form der URL nichts geändert und es ist erkennbar, dass URLs ursprünglich nur für den internen Gebrauch durch Wissenschaftler konzipiert waren

³³ <http://www.geschichte-oesterreich.com/erfindungen/internet.html> [15.03.10]

und nicht hinsichtlich der Nutzerfreundlichkeit für den Massengebrauch optimiert wurden. Für die beiden Schrägstriche hat sich Berners-Lee später sogar entschuldigt, weil es keinen Grund für ihre Einführung gegeben habe.

ViolaWWW war der erste populäre Browser, mit einer unkomplizierten grafischen Oberfläche. Dieser, von dem Studenten Pei-Yuan Wei der University of California, Berkeley entwickelte Web-Browser setzte Standards für die Gestaltung von Browsern, die bis heute gelten. Aber durch den Wachstum und technischen Weiterentwicklungen konnte der Browser sich nicht auf Dauer durchsetzen. Der Durchbruch des WWW kam 1992 mit Mosaic. Der Browser, mit grafischer Benutzeroberfläche erschien für Unix/Linux Systeme und später auch für MacOS und Windows. Zusätzlich zur Funktionalität als Web-Browser unterstützte er auch die Protokolle für FTP, Usenet und Gopher.³⁴

³⁴ <http://vsr.informatik.tu-chemnitz.de/proseminare/www03/doku/browser/geschichte.htm> [20.03.10]

Durch die gemeinsame Darstellung von Text und Bild war Mosaic der Vorreiter aller heutigen Browser. Damit konnten jeder, auch ohne Kenntnisse das WWW nutzen.

1994 gab es etwa 3 Millionen Rechner im Netz. Die Anzahl stieg stetig an, so dass 1997 schon 6 Millionen Rechner am Netz waren. Die millionste „.de - Domain“ wurde nur 2 Jahre später registriert. Zur Jahrtausendwende sind es schon ca. 100 Millionen Rechner.³⁵

Im selben Jahr kam es jedoch zu dem Börsencrash, der einen allgemeinen Abwärtstrend an der Börse und die rückblickend bezeichnete Dotcom-Blase einläutete. Viele der gegründeten Internet-StartUps, die ihr Geld im WWW verdienten, konnten sich finanziell nicht mehr halten und mussten wieder schließen.

³⁵ http://www.dasinternet.net/geschichte_90ziger.php [22.05.2011]

Die allererste Domain der Welt nordu.net wurde am 01. Januar 1985 registriert und dazu genutzt, die Nordischen Länder miteinander zu verbinden. symbolics.com war am 15. März 1985 die erste .com Domain, die vom amerikanischen Unternehmen und Software-Entwickler Symbolics Inc. registriert wurde. Am 5. November 1986 registrierte die Universität Dortmund die erste de-Domain uni-dortmund.de.³⁶

2010 sind 69,4% der deutschen Bevölkerung online, das entspricht insgesamt 49 Millionen Internetnutzern. Schüler können gar nicht mehr ohne das Internet. Im Vergleich zu der älteren Generation wird die weibliche Bevölkerung von Jahr zu Jahr immer aktiver.

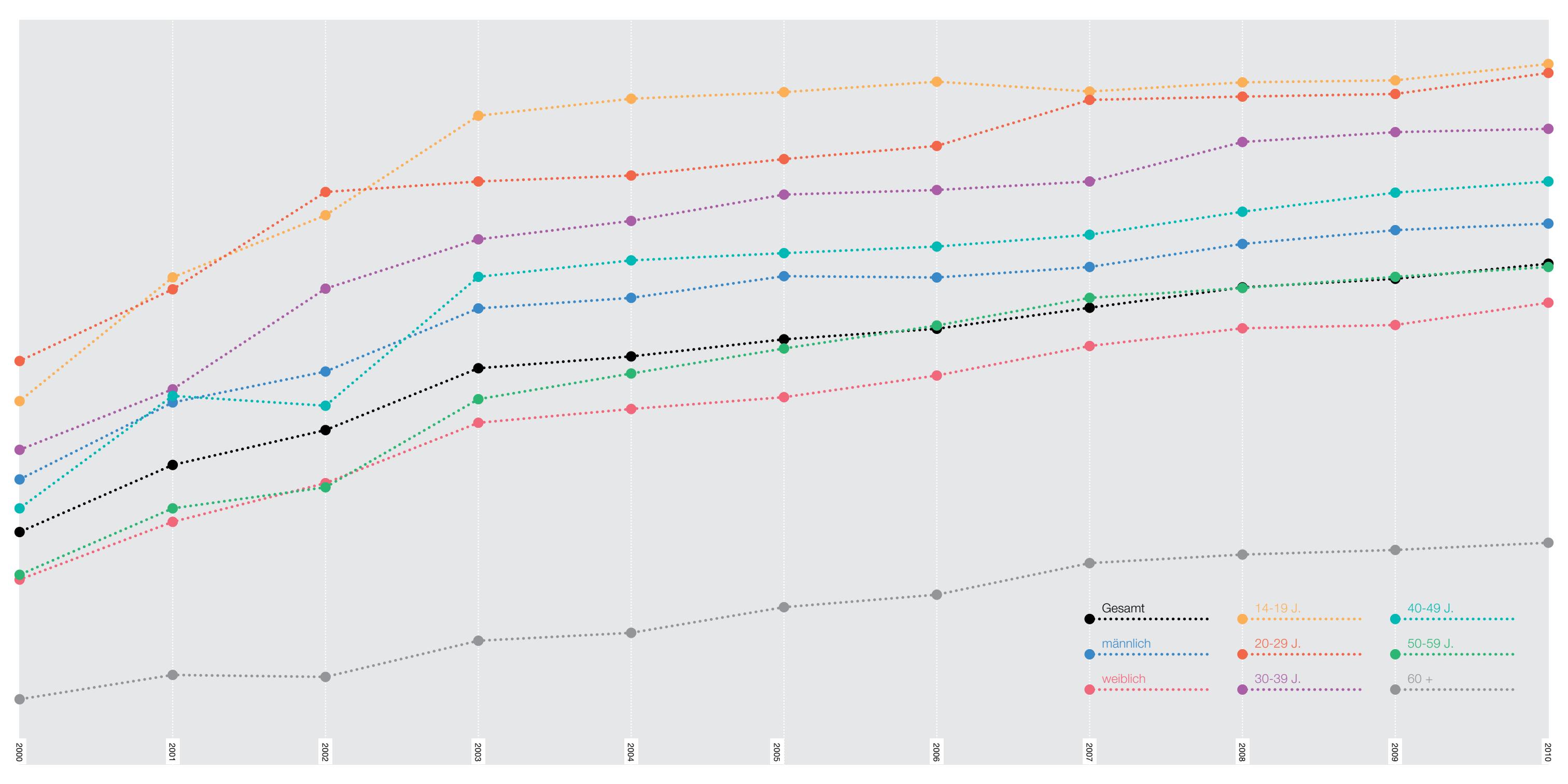
³⁶ <http://www.ulf-theis.de/internet/die-aeltesten-domains-der-welt.html> [10.04.2011]

Entwicklung der Onlinenutzung

in Deutschland in %³⁷

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gesamt	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7	65,8	67,1	69,4
Geschlecht											
männlich	36,6	48,3	53,0	62,6	64,2	67,5	67,3	68,9	72,4	74,5	75,5
weiblich	21,3	30,1	36,0	45,2	47,3	49,1	52,4	56,9	59,6	60,1	63,5
Alter											
14-19 J.	48,5	67,4	76,9	92,1	94,7	95,7	97,3	95,8	97,2	97,5	100,0
20-29 J.	54,6	65,5	80,3	81,9	82,8	85,3	87,3	94,3	94,8	95,2	98,4
30-39 J.	41,1	50,3	65,6	73,1	75,9	79,9	80,6	81,9	87,9	89,4	89,9
40-49 J.	32,2	49,3	47,8	67,4	69,9	71,0	72,0	73,8	77,3	80,2	81,9
50-59 J.	22,1	32,2	35,4	48,8	52,7	56,5	60,0	64,2	65,7	67,4	68,9
60 +	4,4	8,1	7,8	13,3	14,5	18,4	20,3	25,1	26,4	27,1	28,2

³⁷ ARD/ZDF-Onlinestudie 2000 - 2010



Kurz-Chronologie

1969

Die ersten 4 Knoten des ARPANET gehen in Betrieb

1985

Erste Domain „nordu.net“ wird registriert

1991

Berners - Lee stellt sein Projekt World Wide Web (kurz WWW) vor.

1977

ARPANET besitzt nun 111 Knoten

1987

27000 Rechner sind vernetzt

1992

Erster Browser „Mosaic - Browser“

1984

Die erste E-Mail wird in Deutschland empfangen

1990

Erste Website „info.cern.ch“ wird veröffentlicht.

1993

Das WWW wird außerhalb seiner Erfinderstätte dem CERN eingesetzt.

1993

Es gibt etwa 500 Webserver

1999

1 Million „.de - Domains“ sind registriert

2007

Über 90% der versendeten E-Mails sind Spam

1994

Die Zahl der „normalen Internetusern“ übersteigt die der wissenschaftlichen Nutzern.

2000

Ende des Jahres überstieg die Zahl der Rechner im Internet 100 Millionen

2007

Die Zahl der Rechner im Internet überstieg Ende des Jahres die 500 Millionen Marke

1997

Etwa 6 Millionen Rechner sind mit dem Internet verbunden

2005

Der Begriff Web 2.0 wird von Tim O'Reilly beschrieben

2009

Knapp 700 Millionen Rechner sind mit dem Internet verbunden

Schlussbetrachtung

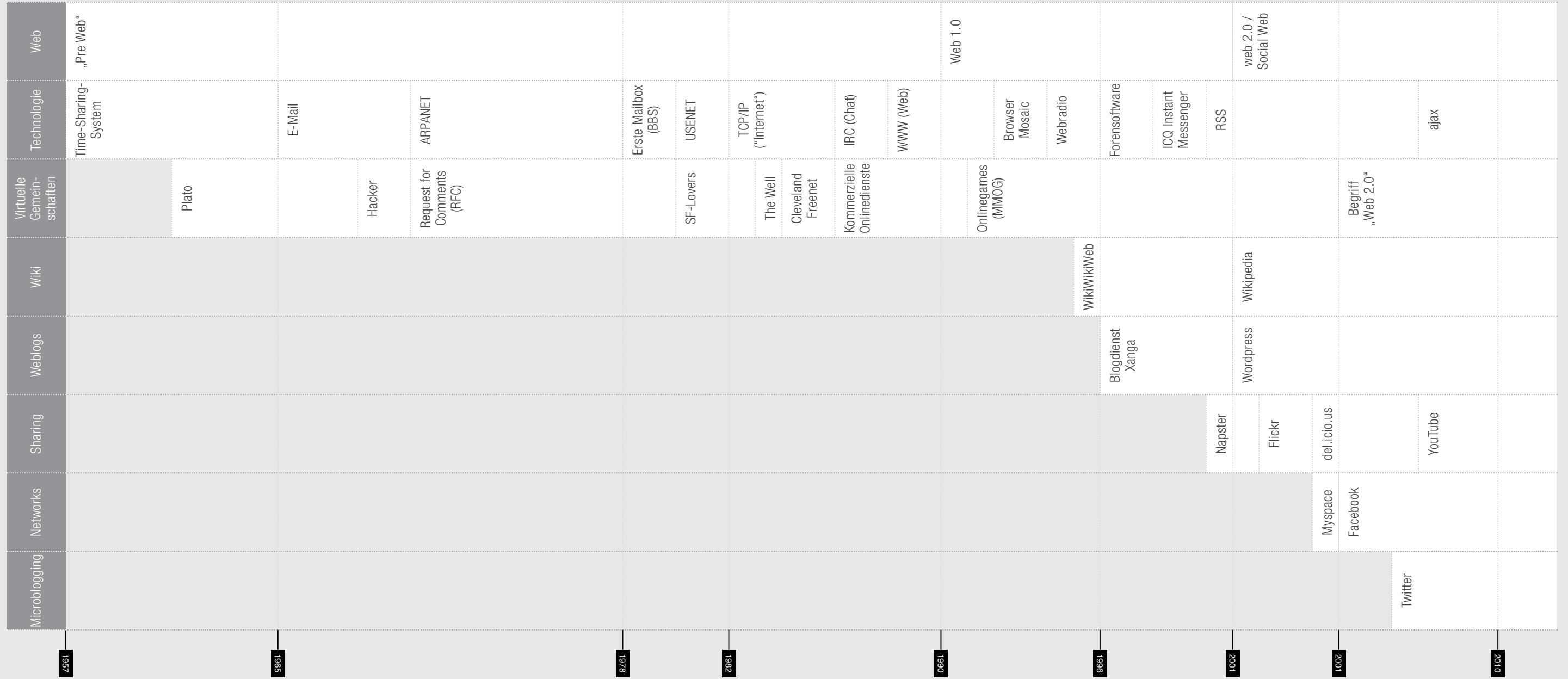
Das Internet hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt, nicht nur bezüglich der Anzahl der angeschlossenen Rechner oder der übertragenen Datenmenge, sondern auch in der Leistungsfähigkeit der Dienste. Da inzwischen nicht nur akademische, computerorientierte Experten Zugang zum Internet besitzen, sondern auch Wissenschaftler und Studenten aus anderen Disziplinen und private Anwender zu den Nutzern der Dienste zählen, wird wesentlich mehr Wert auf den Benutzungscomfort gelegt.

Durch das World Wide Web mit seinen komfortablen Browsern und der Integration vieler verschiedener Dienste unter einer Oberfläche, ist es für Anfänger nicht mehr notwendig, Betriebssystembefehle oder Steuerkommandos zu lernen. Jeder kann ohne technisches Vorwissen im Internet surfen.

Leistungsfähige Suchmaschinen machen das ganze Netz und nicht nur einzelne Server zu einer einzigen Informationsquelle, so dass es nicht mehr notwendig ist zu wissen, wer welche Informationen anbietet.

Zudem ist es der weltweiten Vernetzung zu verdanken, dass die Kommunikation grenzüberschreitend stattfinden kann. Seit ca. 2005 kann man davon sprechen, dass das Internet fest in den Alltag integriert ist. Man verabredet sich immer öfter per Messenger, per E-Mail oder Websites wie StudiVZ oder Facebook.

Für viele ist es die Quelle Nummer 1, wenn es um Informationen geht, die man per Suchmaschine oder auf Websites wie Wikipedia sucht und findet. Diese Verfestigung des Internet im Alltag wird in den kommenden Jahren immer deutlicher werden.



Web 2.0

Das World Wide Web ist inzwischen der populärste Dienst im Internet. Bis vor wenigen Jahren zeichnete es sich vor allem dadurch aus, dass die dort vorzufindenden Inhalte einfach abgerufen wurden. Der Umgang mit dem Medium war von Passivität geprägt, denn nur in Ausnahmefällen steuerte der Internetnutzer selbst Inhalte, etwa in Form einer eigenen Homepage, bei. Web 2.0 propagiert einen grundlegenden Wandel im Umgang mit dem World Wide Web.

Unter dem Schlagwort „Mitmachnetz“ oder „User-Generated-Content“ beschreibt Web 2.0 vielfältige Möglichkeiten der Partizipation. Möglichkeiten zum aktiven Austausch oder zur Beteiligung boten sich den Onlinern dabei schon vor dem Aufkommen des Web 2.0. Internetdienste wie Chats, Foren und die E-Mail-Funktionalität sind traditionelle Säulen des Onlinemediums.

Was ist Web 2.0?

Web 2.0 ist ein Schlagwort, das für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internet, speziell des World Wide Webs, verwendet wird. Der Begriff postuliert in Anlehnung an die Versionsnummern von Softwareprodukten eine neue Generation des Webs und grenzt diese von früheren Nutzungsarten ab.³⁹

Bis vor wenigen Jahren noch zeichnete sich das World Wide Web vor allem dadurch aus, dass die dort vorzufindenden Inhalte schlicht abgerufen wurden. Der Umgang mit dem Medium war durch vergleichsweise geringe Aktivität geprägt.

Unter dem Schlagwort „Mitmachnetz“ beschreibt Web 2.0 nun vielfältige Möglichkeiten der Partizipation, die Chance zum aktiven Austausch und zur Beteiligung.

Charakteristisch für das Web 2.0 ist seine einfache Handhabbarkeit. Der Nutzer kann ohne technisches Vorwissen eigene Beiträge im World Wide Web publizieren, Beiträge anderer kommentieren, sich virtuell vernetzen oder in Foren präsentieren.

Hinter solchen Internetseiten kommen Softwarelösungen zum Einsatz, die eine Beteiligung überhaupt erst ermöglichen, so genannte Social Software. Diese wertet das Abrufnetz World Wide Web technisch auf und überführt es in das leicht zu bedienende „Internet zum Mitmachen“.

So ist es dem Nutzer möglich, beispielsweise Beiträge auf Wikipedia zu veröffentlichen oder ein Video auf YouTube einzustellen. Doch diese neuen Möglichkeiten werden derzeit noch deutlich weniger genutzt als die klassischen Formen der aktiven Beteiligung bzw. Kommunikation.

³⁹ http://de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 [10.05.2011]

Tim O'Reilly, Gründer des in den Vereinigten Staaten beheimateten Fachverlags O'Reilly Media, gilt als Schöpfer des Begriffs Web 2.0. Dale Dougherty (O'Reilly-Verlag) und Craig Cline (MediaLive) haben auch ihren Anteil beigetragen.⁴⁰

Dougherty verglich Web 1.0 und Web 2.0 Anwendungen miteinander:

Web 1.0	Web 2.0
publishing	participation
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
CMS	wikis
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
page views	cost per click
personal websites	blogging

40 <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [11.03.2011]

Dougherty bezog John Battelle ein, um eine geschäftliche Perspektive zu erarbeiten. Daraufhin veranstalteten O'Reilly Media, Battelle und MediaLive die erste Web-2.0-Konferenz im Oktober 2004. Die Konferenz findet seitdem jährlich im Oktober statt.

O'Reilly und Battelle fassten Schlüsselprinzipien zur Charakterisierung von Anwendungen zusammen, die dem Begriff Web 2.0 zugeordnet werden können:⁴¹

- » das Web als Plattform (anstatt des lokalen Rechners)
- » datengetriebene Anwendungen (Inhalte sind wichtiger als das Aussehen)
- » die Vernetzung wird verstärkt durch eine „Architektur des Mitwirkens“ (jeder kann mitmachen)
- » Innovationen beim Aufbau von Systemen und Seiten durch die Verwendung von Komponenten, die von verschiedenen Entwicklern erstellt worden sind und beliebig miteinander kombiniert werden können (ähnlich dem Open-Source-Entwicklungsmodell)
- » einfache Geschäftsmodelle durch das verteilte, gemeinsame Nutzen von Inhalten und technischen Diensten
- » das Ende des klassischen Softwarelebenszyklus; die Projekte befinden sich immerwährend im Beta-Stadium
- » die Software geht über die Fähigkeiten eines einzelnen Verwendungszwecks hinaus
- » es wird nicht nur auf die Vorhut von Web-Anwendungen abgezielt, sondern auf die breite Masse der Anwendungen.

41 http://de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 [11.03.2011]

6 Angebotsformen des Web 2.0

1. Virtuelle Spielewelten

Eine künstliche internetbasierte Welt, die hauptsächlich von den Nutzern gestaltet wird und durch die sich der User mit einer persönlichen Figur (Avatar) bewegt (z. B. Second Life).

2. Weblog

Weblogs oder kurz Blogs sind zumeist private Onlineangebote, in denen in periodischen Abständen Einträge verfasst werden. Sie bieten eine relativ einfache und schnelle Möglichkeit, im Internet eigene Beiträge zu publizieren. Im Normalfall können Texte und Bilder eines Bloggers (Blog-Betreiber) durch die Leser kommentiert und verlinkt werden. Die Gesamtheit aller Weblogs wird als Blogosphäre bezeichnet. Einzelne Blogs werden durch eine häufige Vernetzung mit anderen Blogs (durch Verlinkung, Kommentierung) in der gesamten Blogosphäre relevant.

3. Wikipedia

Die Onlineenzyklopädie ermöglicht es jedermann, Artikel einzustellen oder zu verändern.

4. Bilder- und Videocommunitys

Auf Plattformen wie beispielsweise flickr (Bilder) oder YouTube (Videos) können sich die User mit ihren eigenen Bildern oder Videos präsentieren, sich untereinander vernetzen, bewerten und kommentieren. Die Inhalte können meistens genutzt werden, ohne selbst als Mitglied registriert zu sein.

5. Soziale Netzwerke / Communitys

Kontakt- bzw. Beziehungsnetzwerke, beruflich (z. B. Xing oder LinkedIn) oder privat (z. B. Facebook, StudiVZ oder Wer kennt wen?). In sozialen Netzwerken präsentieren sich User mit einem eigenen Profil und können vielfältige Funktionen zur Vernetzung, Kontaktpflege oder Kommunikation mit anderen Mitgliedern nutzen.

6. Soziale Lesezeichensammlungen (Social Bookmarking)

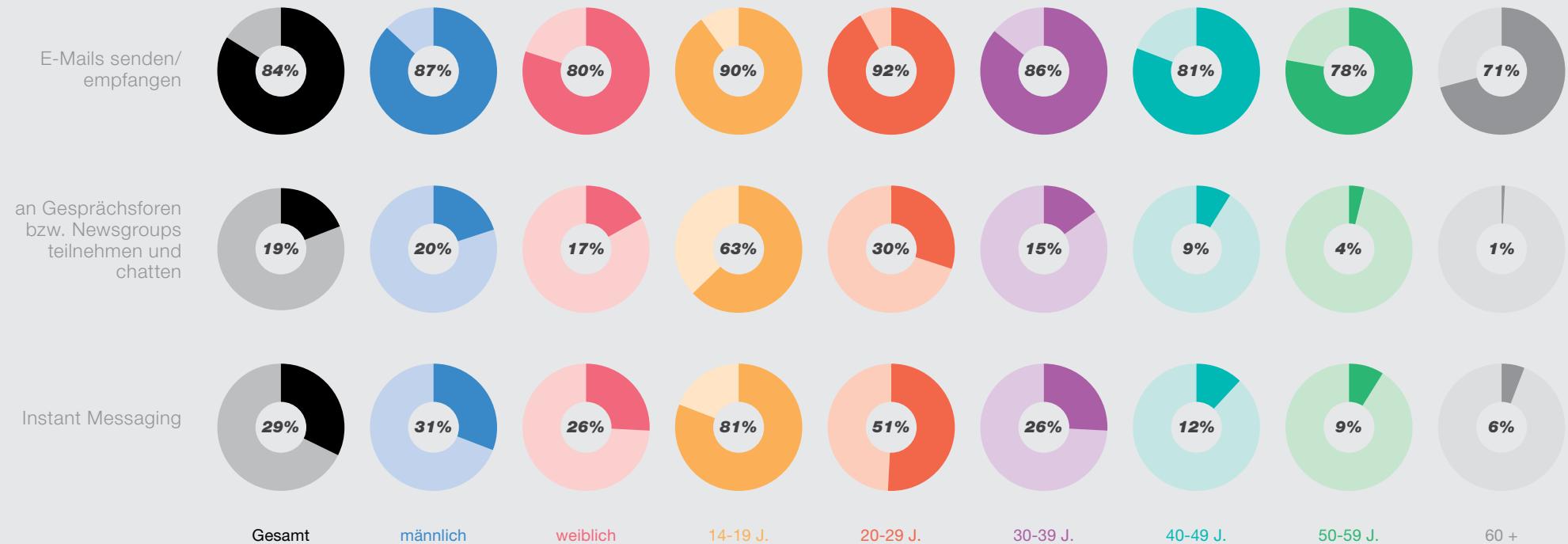
Zu den bekanntesten Anbietern gehören del.icio.us, Digg, Mister Wong oder Furl. Die User stellen dort ihre persönlichen Lesezeichen (Bookmarks) der Webgemeinde zur Verfügung und indexieren diese mit Schlagworten.

Klassische Formen weiter gefragt

Nach wie vor zählen die E-Mail-Funktion, das Chatten oder die Teilnahme an Foren zu den meistgenutzten Internetanwendungen.

84 Prozent senden und empfangen wöchentlich E-Mails, 29 Prozent nutzen Instant-Messaging-Dienste wie ICQ, MSM Messenger oder AIM, und knapp ein Viertel tauscht sich in Gesprächsforen, Newsgroups oder Chats aus.⁴²

Trotz der aufkommenden Konkurrenz durch Web-2.0-Angebote ist die Nachfrage nach diesen Angeboten ungebrochen.



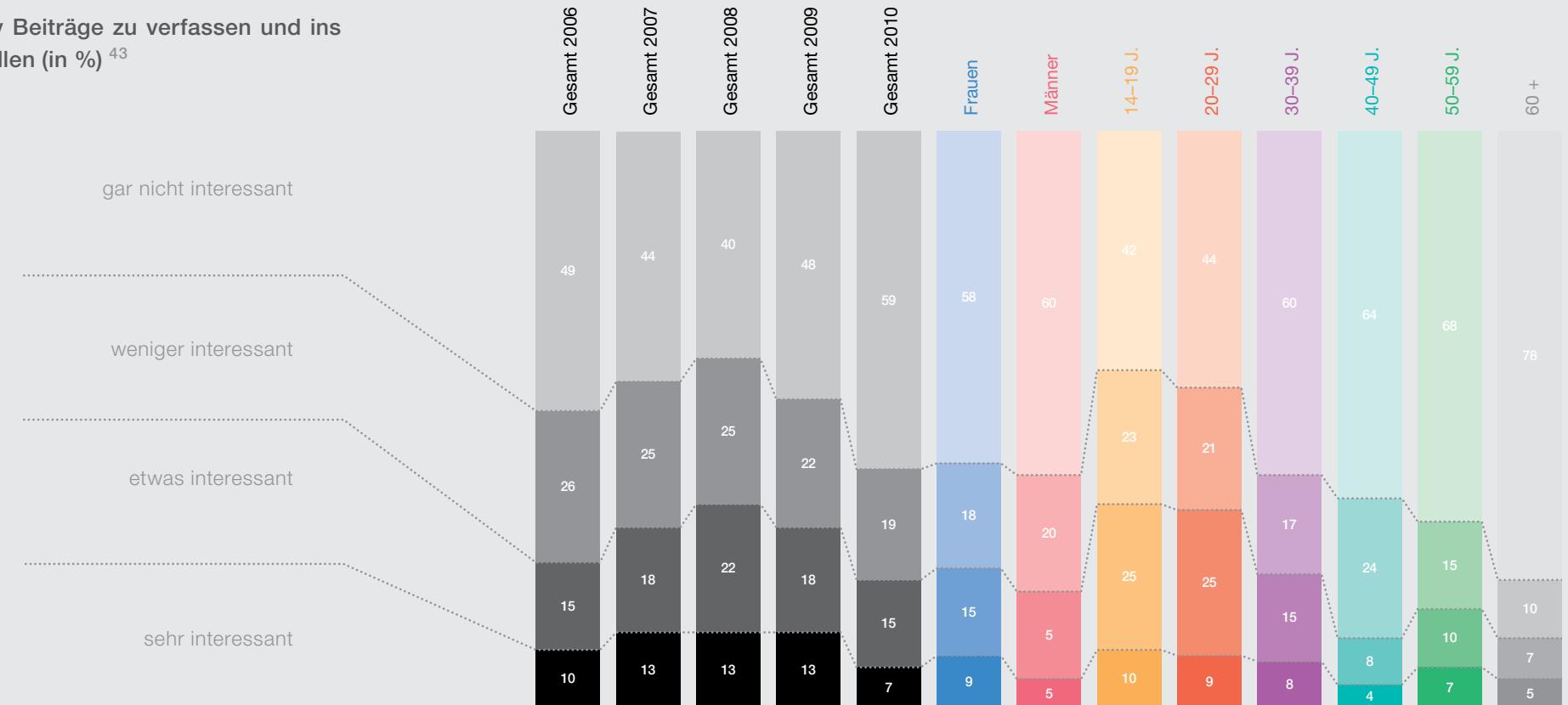
Verlagerung der Kommunikation

in das Web 2.0

Junge Leute zeigen sich im Internet besonders kommunikationsfreudig. Instant Messaging und Chats bzw. Foren werden von 14- bis 19-jährigen stark überdurchschnittlich genutzt. Bis 2009 stand auch die E-Mail-Funktion in dieser Altersgruppe hoch im Kurs, ein Jahr später ist der Anteil derer, die wöchentlich elektronische Post senden und empfangen, gesunken. Der leichte Rückgang hat dabei weniger mit einem Bedeutungsverlust des Mailens zu tun. Vielmehr verlagern sich Funktionen wie Mailen oder Chatten in das Web 2.0. Teenager zählen zu den Intensivnutzern des Mitmachnetzes und sind gerade bei Anwendungen wie Soziale Netzwerke stark vertreten.

Die meisten dieser virtuellen Gemeinschaften, zum Beispiel StudiVZ oder Wer-kennt-wen?, haben E-Mail- und Chat-Funktionalität in ihre Angebote bereits integriert und ermöglichen so eine einfache Kommunikation.

Interesse aktiv Beiträge zu verfassen und ins Internet zu stellen (in %) ⁴³



Jüngere sind die Intensivnutzer

Die Grenzen zwischen klassischen Anwendungen und solchen aus dem Web 2.0 sind fließend. Aktive Nutzung gibt es in beiden Welten.

Zu den bekanntesten Mitmach-Angeboten gehören die Onlineenzyklopädie Wikipedia, die Communitys Facebook, Myspace, StudiVZ sowie das Videoportal YouTube. Diese Web-2.0-Angebote „leben“ von der Beteiligung der Nutzer, da die dort zu findenden Inhalte von den Nutzern bereitgestellt werden.

Dieser so genannte „User-Generated-Content“, ist also integraler Bestandteil solcher Angebote. Dies setzt auf Nutzerseite aber zwingend die Bereitschaft voraus, tatsächlich aktiv zu werden. Der Wille, sich aktiv mit einzubringen, ist unter den Onlinern bislang allerdings nur wenig ausgeprägt. Nur 7 Prozent der Internetnutzer zeigen sich sehr interessiert am aktiven Mitwirken. Deren Anteil ist damit unverändert niedrig. Nimmt man die Gruppe de-

rer hinzu, die sich am Web-2.0-Prinzip interessiert zeigen, erhöht sich das Potenzial auf 15 Prozent. Zwar zeigen die jüngsten Ergebnisse, dass in Sachen aktiver Internetnutzung noch kein entscheidender Umdenkprozess bei den Onlinern stattgefunden hat, die Nachfrage nach Web-2.0-Anwendungen ist seit der letzten Erhebung allerdings – teilweise deutlich – gestiegen.

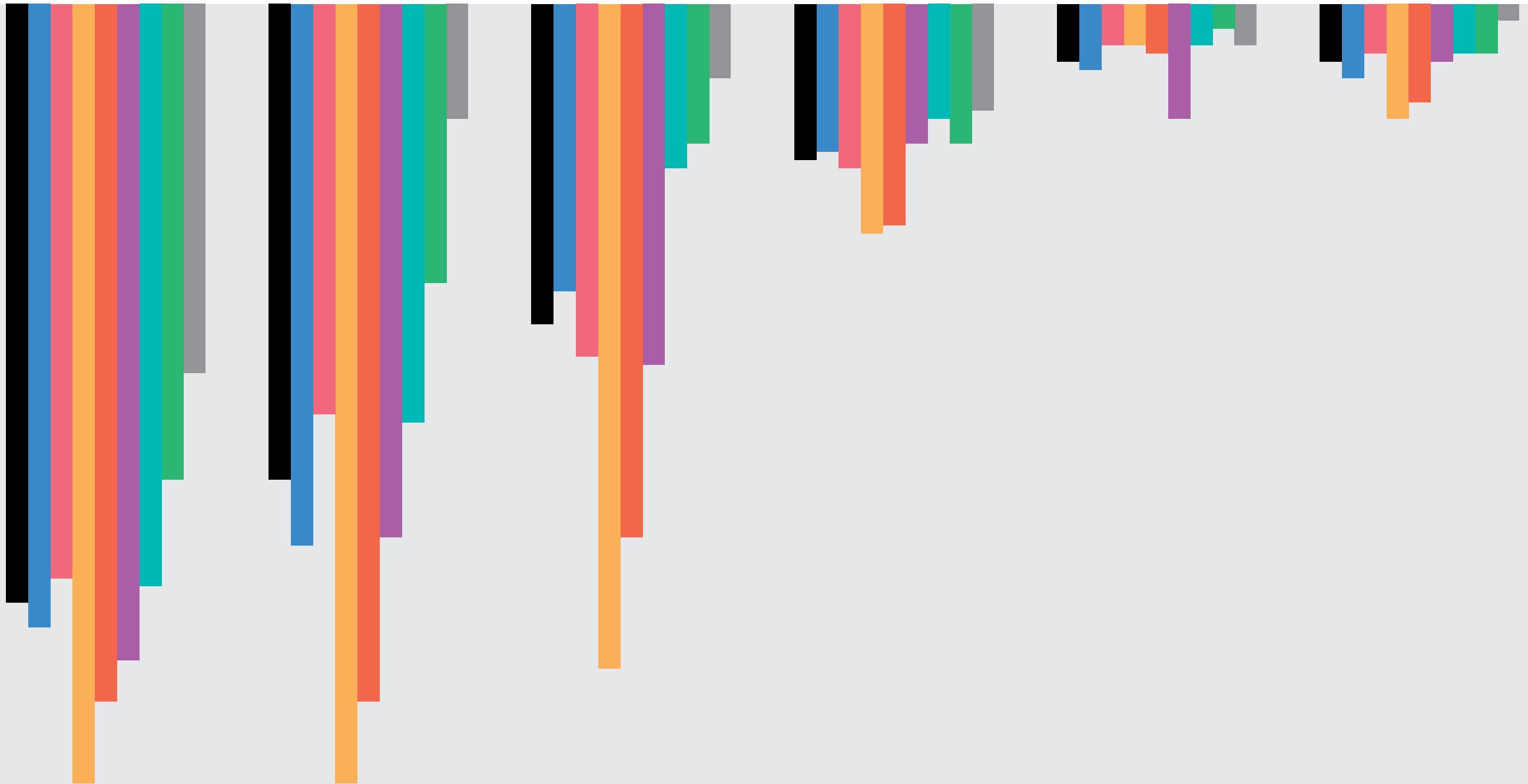
Nur Weblogs und berufliche Netzwerke verzeichnen leicht rückläufige Akzeptanz. Den größten Sprung verzeichnen die privaten Netzwerke, die zumindest wöchentliche Nutzung von Facebook, Myspace, StudiVZ und Wer kennt Wen? verdreifachte sich. Je jünger die Onliner, umso intensiver nutzen sie die Angebote des Web 2.0.

Unter den jüngeren Internetnutzern zählen Mitmach-Angebote zu den festen Koordinaten der Onlinenutzung. So tummeln sich 73 Prozent der 14 bis 29 Jährigen in privaten Netzwerken, 90 Prozent suchen regelmäßig, zumindest wö-

chentlich, Videoportale auf, und auch Wikipedia ist mit 90 Prozent ein fester, regelmäßiger Bestandteil der Onlinenutzung in dieser Altersgruppe. Gerade bei den privaten Communitys zeigt sich die Bedeutung von Web 2.0 deutlich. 14 bis 29 Jährige nutzen diese Angebote fast dreimal so häufig wie die Gesamtheit der Onliner.

Web 2.0 Nutzung nach Alter und Geschlecht 2010 (in %) ⁴⁴

	Wikis	Videoportale	private Netzwerke	Fotocommunitys	berufliche Netzwerke	Weblogs
Gesamt	73	58	39	19	7	7
männlich	76	66	35	18	8	9
weiblich	70	50	43	20	5	6
14-19 J.	95	95	81	28	5	14
20-29 J.	85	85	65	27	6	12
30-39 J.	80	65	44	17	14	7
40-49 J.	71	51	20	14	5	6
50-59 J.	58	34	17	17	3	6
60 +	45	14	9	13	5	2



Wikis

Videoportale

private Netzwerke

Fotocommunitys

berufliche Netzwerke

Weblogs

Nutzung von Communitys

Communitys verzeichnen nicht nur den höchsten Zuwachs unter den Web-2.0-Anwendungen, auch die Integration privater Onlinenetzwerke in den Alltag der Nutzer schreitet voran. Gab es vor Jahren noch keine nennenswerte Einbindung auch nur einer Mitmach-Anwendung in tägliche Surfroutrinen, zählen mittlerweile Facebook, Myspace, StudiVZ oder Wer-kennt-wen? als Vertreter der privaten Netzwerke für Onliner zur täglichen Onlinebeschäftigung.

Es gibt also Befunde, die auf eine langsame Habitualisierung der Web-2.0-Anwendungen hindeuten. Besonders hoch ist die Begeisterung für virtuelle Gemeinschaften bei der Jugend. Fast jeder Teenager ist mittlerweile bei Communitys dabei. Damit bestätigen sich bei der Communitynutzung Befunde, die sich auch bei anderen Kommunikationsformen finden.

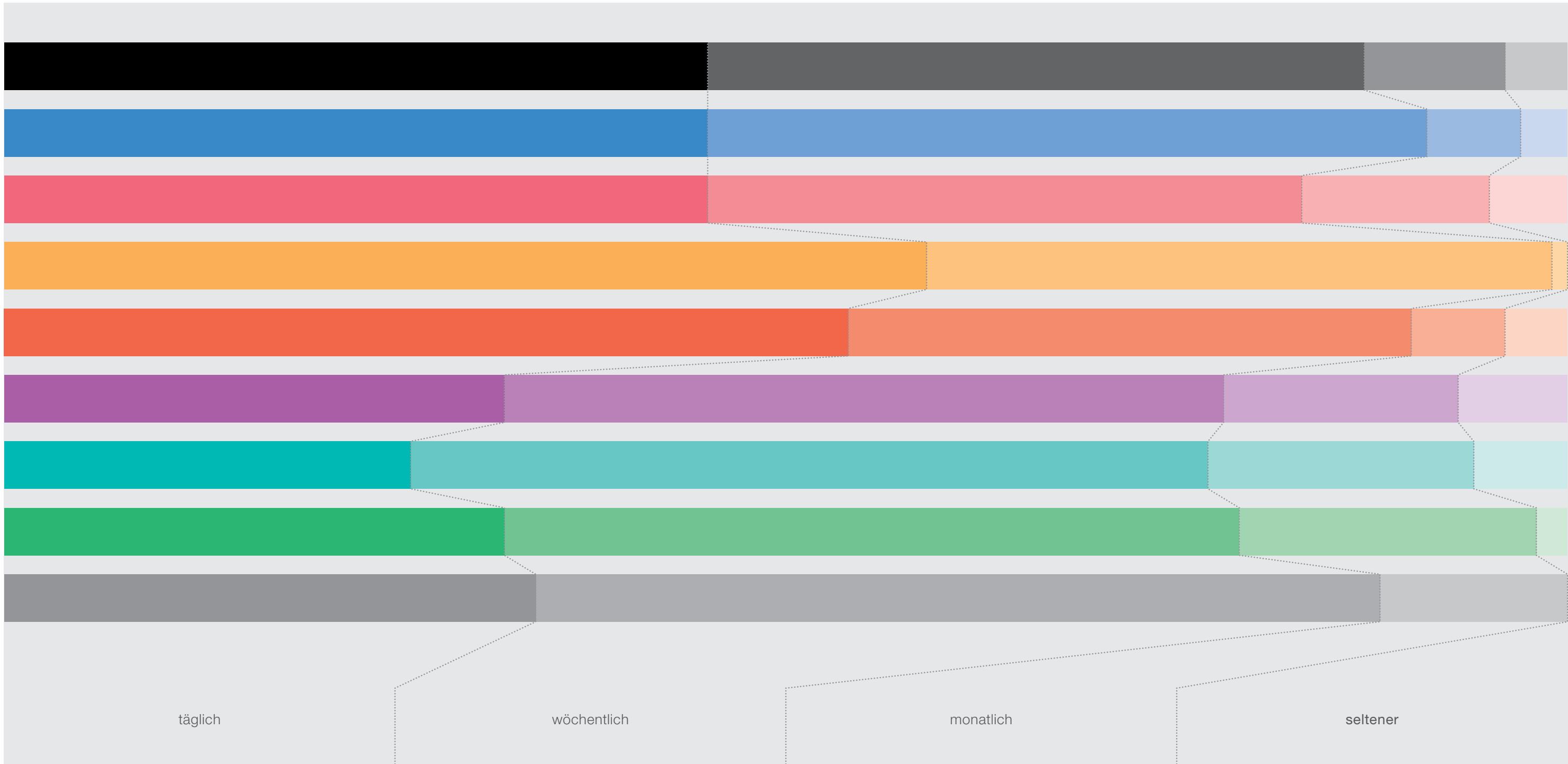
Instant Messaging, Gesprächsforen und Newsgroups zeichnen sich ebenfalls durch eine vorwiegend junge Klientel aus, ab 30-Jährige beschäftigen sich deutlich weniger mit solchen Angeboten. Junge Onliner nutzen Communitys aber nicht nur häufiger, sie verfügen auch eher über mehrere Mitgliedschaften. Viele der 14 bis 29-Jährigen sind bei zwei oder mehr Netzwerken registriert. Aber: Das Gros der Netzwerker konzentriert sich auf maximal zwei Communitys.

Der Umgang der Onliner mit solchen Communitys unterscheidet sich stark, je nach dem, ob eher private oder berufliche Aspekte im Vordergrund des Netzwerkes stehen. Die Mitgliedschaft in beruflichen Communitys ist deutlich seltener als die in Privatnetzwerken. Zum Vergleich: Bei privaten Communitys sind fünfmal so viele Onliner erfasst. Besonders häufig mit einem Profil in beruflichen Netzwerken vertreten sind die Akademiker.

Der Umgang mit solchen Angeboten ist überwiegend an konkrete Anlässe geknüpft und weniger regelmäßig als bei den privaten Netzwerken. So ist die wichtigste Funktion beruflicher Netzwerke für neun von zehn Nutzern die Suche und Beschaffung von geschäftlichen Informationen, gefolgt vom mehr oder weniger informationsgeleiteten Stöbern in Profilen anderer Nutzer, dem Aktualisieren des eigenen Profils und dem Schreiben von Beiträgen und Kommentaren innerhalb der Community.

Nutzungshäufigkeit privater Netzwerke 2010 (in %) ⁴⁵

	täglich	wöchentlich	monatlich	seltener
Gesamt	45	42	9	4
männlich	45	46	6	3
weiblich	45	38	12	5
14-19 J.	59	40	1	0
20-29 J.	54	36	6	4
30-39 J.	32	46	15	7
40-49 J.	25	51	17	6
50-59 J.	32	47	19	2
60 +	34	54	12	0



Private Communitys boomen

Deutlich an Attraktivität gewonnen haben die privaten Netzwerke. Während die Resonanz der beruflichen Netzwerke rückläufig ist, geht es hier also deutlich voran. Bei den Teenagern ist eine eigene Präsenz in einschlägigen Communitys schon so selbstverständlich wie die eigene Playstation. Gerade bei jugendlichen Onlinern schlägt sich die Attraktivität der privaten Communitys auch in regelmäßiger Nutzung nieder. Wie keine andere Web-2.0-Anwendung werden Onlinegemeinschaften bereits in tägliche Routinen eingebunden. Bei den 14 bis 19 Jährigen gehören StudiVZ und Co. ebenso zu den festen Koordinaten im Netz wie bei den 20 bis 29 Jährigen. Was macht den Reiz dieser Angebote aus?

Im Gegensatz zu beruflichen Netzwerken steht bei privaten Communitys nicht die Suche nach Informationen im Vordergrund, sondern das Stöbern in Profilen anderer Mitglieder.

Der Nutzer klickt sich täglich durch die Profile von Bekannten, Gleichgesinnten oder potenziellen Partnern und Partnerinnen. Auch das Schreiben von Beiträgen und Kommentaren innerhalb der Community gehört zu den wichtigsten Funktionen. Ein Großteil der Communitynutzer tauschen sich dort täglich aus und substituieren damit die E-Mail-Funktion. Etwas seltener, aber trotzdem wichtig, ist die gezielte Suche nach Kontakten. Die Chance, dabei auch fündig zu werden, ist groß – gerade bei den Teenagern.

Da fast jeder der 14 bis 19 Jährigen ein Profil in einer privaten Community angelegt hat, kann er somit auch über die Kontaktsuche in Communitys gefunden werden. Vor allem bei Jüngeren ist es deshalb relativ einfach möglich, den kompletten Freundes- und Bekanntenkreis aus der Offlinewelt in der Onlinecommunity zu überführen, selbst Personen, die man eigentlich kaum bis gar nicht persönlich trifft.

Der Markt der gängigsten Community-Anbieter ist zudem überschaubar und wenig diversifiziert. Ein Beispiel: Mit SchülerVZ existiert ein „Platzhirsch“ unter Teenagern. Nach dem Schulabschluss wird das Profil zu StudiVZ oder MeinVZ umgezogen, die Community „wächst“ quasi mit. Der Erfolg von Communitys, gerade bei Jüngeren, könnte nicht nur die Ursache für eine geringere Nutzung der E-Mail-Anwendung in dieser Altersgruppe sein, es gibt auch zahlreiche Funktionsüberschneidungen zu den Weblogs.

Communitys erfüllen ihren Nutzern ebenfalls den Wunsch, sich zu präsentieren und zu vernetzen. So kann ein unter Facebook angelegtes Profil wie ein Blog betrieben werden, Schreiben, Kommentieren und Verlinken ist hier einfach, schnell und komfortabel möglich. Zusätzlich zu den bekannten Blogfunktionen sind auch die Vorteile einer Community nutzbar, zum Beispiel sich mit Kontakten zu vernetzen.

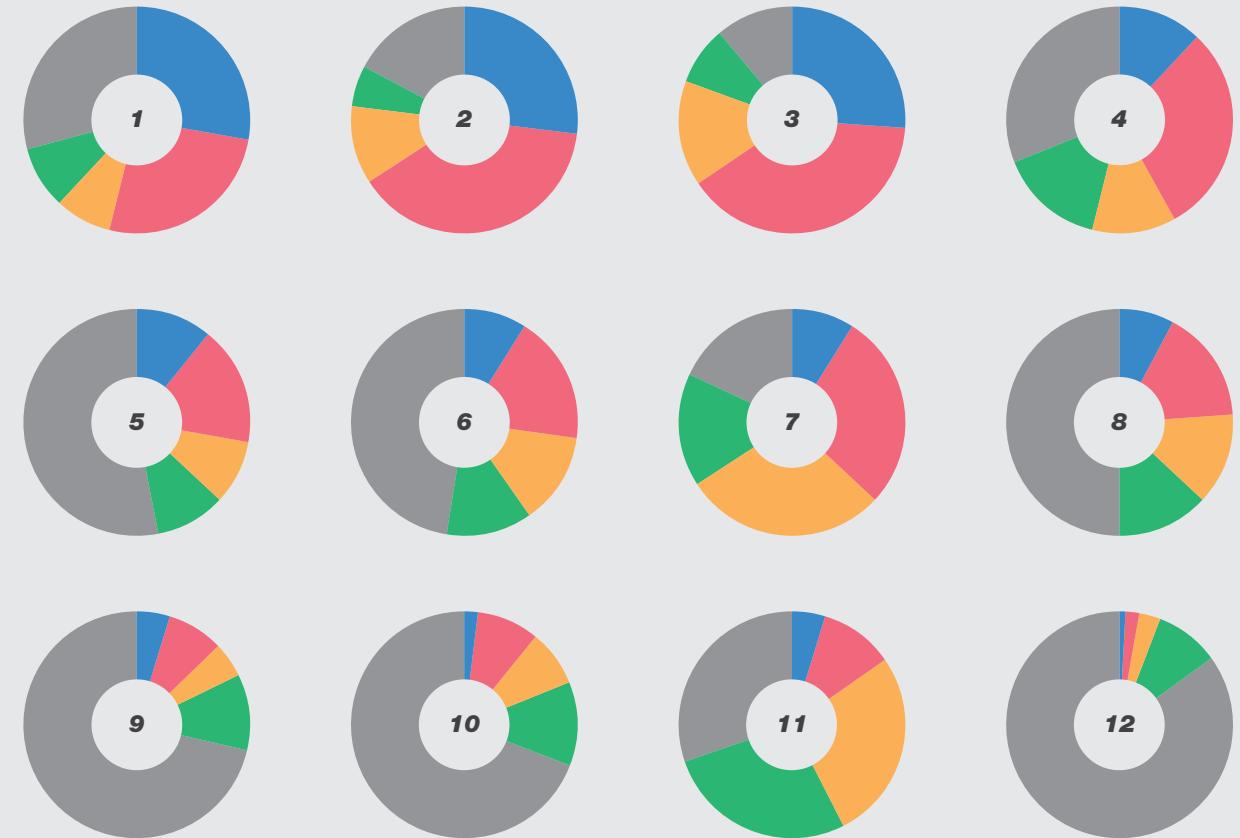
Innerhalb von Communitys funktioniert der Gedanke des „Mitmachens“. Profile werden angelegt, die favorisierte Gemeinschaft regelmäßig konsultiert, man partizipiert aktiv. Das heißt, die Communitys haben bei der Internetnutzung vor allem der jüngeren Onliner einen wichtigen Stellenwert. Das eigene Netzwerk von Freunden und Bekannten ist idealerweise komplett online verfügbar, Kommunikation im Netzwerk somit über verschiedene Wege möglich. Umfangreiche Suchfunktionen, durch Standardisierung geschaffen, bergen schier unbegrenzte Potenziale.

Klassische Internetanwendungen, die der Kommunikation dienen, wie zum Beispiel E-Mail oder Chat, können perspektivisch in den Communitys aufgehen, wenn die Mehrheit per Onlinepräsenz und eigenem Profil erreichbar ist. In den jüngeren Altersgruppen ist dies vielfach schon der Fall.

Nutzungshäufigkeit von Funktionen

innerhalb Netzwerke unter eigenem Profil 2010 (in %) ⁴⁶

	täglich	wöchentlich	monatlich	seltener	nie
1 Chatten	28	26	8	9	29
2 Informieren, was im eigenen Netzwerk oder Freundeskreis passiert ist	27	39	11	6	17
3 Persönliche Nachrichten an Community-Mitglieder verschicken	26	39	15	8	11
4 Beiträge und Kommentaren innerhalb der Community schreiben	12	30	12	15	31
5 Mitteilen, was ich gerade mache	11	17	9	10	53
6 Suche nach Informationen	9	18	13	12	47
7 Suche nach Kontakten, Bekannten	9	28	29	16	18
8 Posten von Links und Informationen	8	16	13	13	50
9 Anwendungen wie z. B. Quiz, Spiele oder Horoskope nutzen	5	8	5	11	72
10 Fanseiten nutzen	2	9	8	12	69
11 Hochladen von eigenen Bildern	2	11	28	28	31
12 Hochladen von eigenen Video	1	2	3	9	85



Schlussbetrachtung

Die Nutzerschaft von Web-2.0-Anwendungen wächst. Drei Viertel aller Onliner haben sich bereits per Onlineenzyklopädien schlau gemacht, über die Hälfte sieht sich Filme und anderes Bewegtbildmaterial in Videoportalen an, und der Zuwachs bei privaten Netzwerken nimmt von Jahr zu Jahr weiter zu.

Attraktiv ist in erster Linie allerdings nicht der Mitmachgedanke des Web 2.0, sondern ein klassisches Nutzungsmotiv im Internet: das Unterhaltungs- und Informationsbedürfnis. Neue Dienste wie Twitter werden zwar rasch aufgegriffen, doch auch hier zeigt die Messung, dass einmal mehr der passive Umgang mit dem Angebot dominiert.

Web-2.0-Anwendungen sind bei Jüngeren nach wie vor weiter verbreitet als bei Älteren – bei ab 30 Jährigen bestehen demnach noch Nutzungspotenziale.

Dabei stellt sich die Frage, ob Videoportale, Communitys und andere Anwendungen in diesen Altersgruppen überhaupt von Interesse sind, oder ob die Web-2.0-Welt bei Eintritt in die Berufstätigkeit – sei es aus Zeitmangel, sei es aus anderen Gründen – schlicht keine Relevanz mehr besitzt. Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere bei 30 bis 39 Jährigen eine Nutzungssteigerung stattgefunden hat.

So wuchs die Zahl derer, die Videoportale oder Wikipedia schon genutzt haben, jeweils um 10 Prozentpunkte an. Besonders deutlich ist die Entwicklung hinsichtlich der Communitynutzung: 2010 haben fast doppelt so viele 30 bis 39 Jährige ein Profil in einem privaten Netzwerk wie im Vorjahr. Gleiches gilt auch für die Mitgliedschaft in beruflichen Communitys. Während die Zahlen hier in den übrigen Altersgruppen eher stagnieren oder gar leicht rückläufig sind, legen die 30 bis 39 Jährigen zu.

Communitys sind für ihre Mitglieder eine zentrale Online-Anlaufstelle, quasi eine netzbasierte Kommunikationszentrale, die um verschiedenste Dienste erweiterbar ist und die zudem andere Web-2.0-Anwendungen, wie beispielsweise Blogs oder Videoportale, in sich vereint. Die Grenzen zwischen den unterschiedlichen Web-2.0-Angeboten werden damit fließend, immer mehr Dienste werden an verschiedenen Stellen angeboten.

Ein Bild beispielsweise muss nicht mehr ausschließlich per Flickr ins Netz gelangen, es kann ebenso gut in die Galerie der eigenen privaten Community hochgeladen werden. Gerade bei der Internetnutzung der jüngeren Onliner haben die Netzwerke einen wichtigen Stellenwert.

Social Web

Ein Teilbereich des Webs 2.0 ist das „Social Web“. Der Begriff fokussiert auf die Bereiche des Webs 2.0, bei denen es nicht um neue Formate oder Programmarchitekturen, sondern um die Unterstützung sozialer Strukturen und Interaktionen über das Netz geht. Gegenstand sozialer Software sind also Programme oder dynamische Websites, die die Techniken des Internet als Trägermedium für sich nutzen. Es geht dabei nicht primär darum, Verbindungen zwischen Servern herzustellen oder Daten auszutauschen, sondern Menschen als Zielpublikum dabei zu helfen, bestimmte zwischenmenschliche Interaktionen auszuführen. Diese bewegen sich vor allem in den Bereichen Austausch von Informationen oder Wissen, Herstellung von Kontakten zu anderen Personen und Unterhaltung mit diesen über das Internet. Diese Interaktionen finden innerhalb eines definierbaren Netzwerks statt, sind also zielgerichtet und durch Regeln gebunden. Beziehungen werden im Social Web nicht nur aufgebaut, sondern auch aufgefrischt oder

gepflegt, wenn dies anderweitig nicht mehr so leicht möglich ist. Soziale Netzwerke im Sinne der Informatik sind Netzgemeinschaften bzw. Webdienste, die Netzgemeinschaften beherbergen. Handelt es sich um Netzwerke, bei denen die Benutzer gemeinsam eigene Inhalte erstellen (User-Generated-Content), bezeichnet man diese auch als soziale Medien.⁴⁷

Der Begriff „Social“ ist im Englischen doppeldeutig und wird mit „gesellschaftlich“ oder „gesellig“ übersetzt. Er besitzt also sowohl eine gesellschaftliche als auch eine gemeinschaftliche Dimension. Während sich Mitglieder einer Gesellschaft dieser aus rationalen Gründen und Zwecküberlegungen anschließen, überwiegt bei der Gemeinschaft ein emotionales Moment. Beide können im Social Web gefunden werden. Dies gilt sowohl bei der Wahl der Plattformen, auf denen die Webnutzer partizipieren, als auch bei der Art der Teilnahme.

47 Ebersbach/Glaser/Heigl / Social Web / UTB / 2010 / Seite 29

Geschichte

Die Anfänge des Internet, sind auch die Anfänge des sozialen Netzwerks. Durch die Vernetzung mehrerer Rechner und dem E-Mail-System war es möglich über weite Entfernungen miteinander zu kommunizieren.

Der erste Vorläufer eines sozialen Netzwerks, GeoCities wurde 1994 gegründet. User konnten kostenlosen Speicherplatz für ihre eigenen Websites nutzen. Ein Jahr später ging theGlobe.com online. Internetuser konnten eigenen Content veröffentlichen und sich mit anderen Usern mit ähnlichen Interessen austauschen. Die folgenden Jahre galten dem Instant Messaging. AOL war mit einem eigenen Messenger der Vorreiter, es folgten ICQ, MSN (heute Windows Live Messenger) und der Messenger von Yahoo.⁴⁸

Das erste soziale Netzwerk, so wie wir es heute kennen, war die 1995 gegründete US-amerikanische Schulfreunde-Community classmates.com. Der Sinn und Zweck der Community

48 <http://www.onlineschools.org/blog/history-of-social-networking/> [12.04.2011]

war, die Pflege von Kontakten zwischen ehemaligen Schul-, Universitäten- und Wehrdienstkameraden. Nicht unerwähnt sollte bleiben, dass classmates.com im Jahre 2008 bereits mehr als 40 Millionen Mitglieder verbuchen konnte.

2003 setzte dann im Bereich der sozialen Netzwerke der ultimative Boom ein. In dieser Zeit wurden Hi5.com, Friendster.com und Myspace gelauncht. Im Jahr 2005 wurde Myspace für nicht weniger als 580 Millionen US-Dollar von der News Corporation gekauft und meldete am 9. August 2006 100 Millionen User.⁴⁹

2004 ist das wohl wichtigste Jahr in der Geschichte der sozialen Netzwerke – Facebook wird gegründet. Die Grundidee bestand nur darin, Collegestudenten miteinander zu verbinden, Mittlerweile ist das soziale Netzwerk zum Marktführer aufgestiegen.

49 <http://blog.skloog.com/history-social-media-history-social-media-bookmarking/> [11.04.2011]

Im August 2008 meldete Facebook 100 Millionen Nutzer, im Februar 2010 400 Millionen Nutzer, am 21. Juli 2010 eine halbe Milliarde Nutzer und aktuell zählt das Netzwerk über 600 Millionen User weltweit.⁵⁰

Zu den jüngeren Mitgliedern der großen „Social Network“-Familie gehören unter anderem Twitter, YouTube, Flickr, About.me, LinkedIn. Aber auch das, in Deutschland erfolgreiche StudiVZ, welches von Ehssan Dariani 2005 gegründet wurde. Aufgrund des großen Erfolges in den deutschsprachigen Ländern und dem immer größeren Zuwachs an Nicht-Studenten, wurden mit SchülerVZ und MeinVZ fast identische Projekte mit einer anderen Zielgruppe gestartet.

Das 2005 gegründete Soziale Netzwerk Bebo wurde im März 2008 von AOL für 850 Millionen US-Dollar (ca. 545 Millionen Euro) gekauft.

Inzwischen sind die Möglichkeiten für Unternehmen und private User unendlich und ein Ende der Geschichte ist noch lange nicht in Sicht. Vor allem Unternehmen müssen sich über den Einsatz von sozialen Netzwerken als Marketingwerkzeug Gedanken machen, da sie die beste Möglichkeit darstellen, die Kunden auf Augenhöhe zu erreichen.

⁵⁰ [http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales_Netzwerk_\(Internet\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales_Netzwerk_(Internet)) [20.04.2011]

Möglichkeiten im Social Web

Die Anwendungen im Social Web sind sehr zahlreich und es existieren zu fast jedem Bereich des Lebens spezifische Communitys im Netz. Dennoch existieren gewisse Prototypen von Plattformen, die den vier Bereichen: Wikis, Blogs, Social-Network- Dienste und Social Sharing zugeordnet werden können.

- » Bei Wikis steht die kollaborative Erstellung von Texten im Zentrum. Die Community welche sich an einem Wiki beteiligt, verfolgt das Ziel Inhalte zu spezifischen Themen gemeinsam zu erarbeiten und zu veröffentlichen.
- » Blogs resp. Weblogs sind vergleichbar mit im Internet öffentlich zugänglichen, persönlichen Journalen oder Online-Tagebüchern. Meist werden Blogs zu einem spezifischen Thema oder Gegenstand von einer oder wenigen Personen zusammen geführt.

- » Soziale Netzwerke unterstützen den Aufbau und die Pflege von Kontakten. Es existieren verschiedene Vernetzungsplattformen zu ganz unterschiedlichen Themen.
- » Unter Social Sharing werden Angebote zusammengefasst, bei denen es um das Bereitstellen und den Tausch von digitalen Inhalten wie z.B. Videos oder Fotos geht.

Außer diesen vier Hauptgruppen im Social Web existieren noch weitere Anwendungen, die sich nicht nur einem dieser Prototypen zuordnen lassen, da sie diese z.T. miteinander verbinden. Tagging, Newsfeeds und Mashups sind Beispiele dafür. Die unterschiedlichen Anwendungen im Social Web lassen sich auch in Bezug auf ihren Zweck einteilen. Oft werden in der Literatur zum Social Web die drei Bereiche Information, Beziehung und Kommunikation als zentrale Einteilungskriterien erwähnt.

Online Social Networks

Die erwähnten Angebote im Social Web unterstützen alle die Entstehung von online Communities. Meist finden sich Leute zu einem bestimmten Thema, oder durch das Verfolgen eines gemeinsamen Ziels in einer online Community zusammen.

Bei den Online Social Networks, auch bekannt unter dem Namen Social-Network-Dienste, steht der Mensch mit seinen Beziehungen im Mittelpunkt. Die Plattformen dienen der Vernetzung von Personen.

Die besonderen Merkmale von sozialen Netzwerken sind: erforderliche Registrierung, Profileseiten mit Interessen und Tätigkeiten, Daten liegen hauptsächlich in strukturierter Form vor, Beziehungen zu anderen Menschen werden dargestellt, Bekanntschaften über die sprichwörtlichen „fünf Ecken“ werden nachvollziehbar gemacht und ein starker Bezug zu realen Sozialbindungen.

Der Entstehung von neuen sozialen Netzwerken liegt ein Schneeballsystem zugrunde: Ein Nutzer wird geworben und meldet sich an, erstellt ein Profil und lädt dann Freunde, Bekannte oder Geschäftspartner zur Teilnahme am Netzwerk ein.

Typische Funktionen

Die Webportale bieten ihren Nutzern üblicherweise folgende Funktionen an:

- » Persönliches Profil, mit diversen Sichtbarkeitseinstellungen für Mitglieder der Netzgemeinschaft oder generell der Öffentlichkeit des Netzes
- » Kontaktliste oder Adressbuch, samt Funktionen, mit denen die Verweise auf diese anderen Mitglieder der Netzgemeinschaft (etwa Freunde, Bekannte, Kollegen usw.) verwaltet werden können (etwa Datenimport aus E-Mail-Konto oder anderen Portalen)
- » Empfang und Versand von Nachrichten an andere Mitglieder (einzeln, an alle usw.)
- » Empfang und Versand von Benachrichtigungen über diverse Ereignisse (Profiländerungen, eingestellte Bilder, Videos, Kritiken, Anklopfen usw.)
- » Blogs oder Mikroblogging-Funktionen bzw. Veröffentlichen von einzelnen Statusupdates
- » Suche nach Inhalten, Kontakten, Nachrichten, usw.

Tätigkeiten / Aktivitäten

(in %) ⁵¹

persönl. Nachrichten senden / empfangen	81
Freunde / Bekannte suchen	77
Profile durchlesen	69
über Neuigkeiten informieren	67
Bilder / Videos ansehen	66
sich zu bestimmten Themen austauschen	49
öffentliche Postings schreiben	44
Statusupdates aktualisieren	42
Bilder / Videos veröffentlichen	36
Spiele spielen	35
über Produkte / Firmen informieren	27
Verweise zu Internetseiten posten	26
geschäftliche Kontakte pflegen	24
neue geschäftliche Kontakte suchen	22
Partner finden / sich daten	19
zu anderen Anlässen	37

Verhalten

Als zentrale Tätigkeit, die auf dem sozialen Netzwerk ausgeübt werden, wird von allen Jugendlichen das Schreiben als zentrale Tätigkeit erwähnt. Viele weitere Tätigkeiten im sozialen Netzwerk stehen in einem Zusammenhang mit der schriftlichen Kommunikation.

Für die Kommunikation im sozialen Netzwerk erwähnen die Jugendlichen insbesondere drei Kommunikationskanäle: das Versenden persönlicher Nachrichten, das Kommunizieren im Chat und das sogenannte „posten“ (anbringen) von Nachrichten auf den persönlichen Profilen.

Die Kommunikation via sozialen Netzwerk hat aus Sicht der Jugendlichen Vorteile gegenüber der Kommunikation per Telefon oder E-Mail. Der finanzielle Aspekt ist für einige Jugendliche ein Vorteil z.B. gegenüber dem Versenden von SMS.

Die Chatfunktion ist für Jugendliche ebenfalls eine attraktive Alternative zum Telefonieren – anstatt herum zu telefonieren schreibt man im Chat. Attraktiv an der Chatfunktion ist die Möglichkeit zu sehen, wer gerade online ist und spontan schriftlich kontaktiert werden kann, aber auch die Möglichkeit mit mehreren Personen praktisch zeitgleich kommunizieren zu können.

Nebst dem Schreiben, das auch als Grundlage für weitere Tätigkeiten im sozialen Netzwerk dient, zählt der Umgang mit Bildern über das soziale Netzwerk ebenfalls zu den zentralen Tätigkeiten, die Jugendliche ausüben. Auf der einen Seite wird das Bildmaterial der anderen Teilnehmer angeschaut und auf der anderen Seite wird auch mit Bildmaterial das eigene Profil gestaltet.

Werden die Inhalte der Kommunikation betrachtet, so kann festgestellt werden, dass Jugendliche die sozialen Netzwerke zu einem großen Teil im Zusammenhang mit ihrem Kollegenkreis nutzen. So können Jugendliche z.B. die Übersicht besser behalten, indem sie ihre unterschiedlichen Beziehungen ordnen und ihre Freunde in verschiedene Gruppen einteilen können. Auch die neuesten Informationen aus dem Kollegenkreis sind auf dem sozialen Netzwerk direkt. Es geht ihnen aber auch darum, jemanden erreichen zu können, und sich für gemeinsame Aktivitäten zu verabreden.

Nebst dem allgemeinen Verabreden im Kollegenkreis hat insbesondere das Ausgehen resp. Partys und Events für die Jugendlichen einen starken Bezug. Einerseits um sich darüber zu informieren was, wo, wann stattfindet, andererseits aber auch um dies mit den Kollegen zu besprechen, zu planen und dann wiederum konkret zu verabreden.

Dies hat wiederum einen starken Bezug zu den veröffentlichten Fotos, die meist von Partys oder Events stammen. Es ist aufgefallen, dass ausschließlich die männlichen Jugendlichen davon berichten, dass sie das soziale Netzwerk im Zusammenhang mit Partys und Events nutzen.

Außerdem gibt es auch Tätigkeiten, die ausschließlich online stattfinden. So bieten soziale Netzwerke, z.B. auch die Möglichkeit einfach mal „herumzustöbern“. Nicht nur in Bezug auf neue Bekanntschaften, auch in Bezug auf den bestehenden Kollegenkreis erleben die Jugendlichen die Möglichkeiten der Online-Kommunikation als zusätzliche Bereicherung zu den bestehenden Kontaktmöglichkeiten.

Bedeutungsdimensionen

Jugendliche nutzen soziale Netzwerke auf unterschiedlichen Ebenen, die untereinander starke Bezüge zueinander haben, wie auch Bezüge zu anderen Kategorien aufweisen. Es scheint vielen Jugendlichen beim Gebrauch von sozialen Netzwerken um den Zugewinn von Spaß zu gehen.

Viele der benannten Tätigkeiten werden ausgeführt, um Spaß zu haben, so z.B. auch die Spiele oder auch das Kennenlernen neuer Leute. Eine weitere Bedeutungsdimension bezieht sich auf die verschiedenen praktischen Aspekte des sozialen Netzwerks. Insbesondere die Möglichkeit in Kontakt bleiben zu können, wenn der offline Kontakt abbricht.

Ebenfalls praktisch ist für die Jugendlichen, dass ihnen das soziale Netzwerk hilft, ihre vielseitigen Kontakte zu organisieren, um den Überblick zu behalten, dass die Kommunikation nichts kostet und, dass die Möglichkeit im Chatforum besteht mit mehreren Personen gleichzeitig kommunizieren zu können.

Viele Jugendliche erleben soziale Netzwerke als etwas jugendspezifisches. Einerseits die Normalität, dass der Gebrauch im Jugendalter etwas normales ist, andererseits auch Hinweise darauf, dass das soziale Netzwerk als ein exklusiver Raum der Jugendlichen verstanden wird.

Gefahren

Offenlegung privater Daten

- » Alle Profildaten, wie E-Mail-Adressen, Telefonnummern, Hobbys und Vorlieben können von Firmen dazu missbraucht werden, die Nutzer gezielt mit Werbung zu belästigen.
- » Die Privatsphäre-Einstellungen sind bei Eröffnung eines Accounts in den meisten Fällen offen. Alle Daten sind so automatisch für alle Nutzer des sozialen Netzwerks sichtbar. Über Suchmaschinen können sogar Teile der Profile gefunden werden und sind somit für jeden im Internet zugänglich.
- » Profile werden inzwischen als Personenbeschreibung genutzt. Unternehmen, Versicherungen und Vermieter schauen erst auf ein Profil und machen sich mit den dort zugänglichen Informationen und Fotos ein Bild über den Menschen.
- » Alle möglichen Daten, die in einem Profil veröffentlicht werden, wie Informationen, Texte und insbesondere Bilder können von anderen Personen archiviert und für andere Zwecke missbraucht werden.

Phishing

- » Über gefälschte Websites versuchen Betrüger an die Zugangsdaten für soziale Netzwerke heranzukommen. Über Links in E-Mails gelangen die Nutzer auf eine Seite, die der des sozialen Netzwerks täuschend ähnlich sieht. Versuchen sie sich dort einzuloggen, können die Betrüger Nutzernamen und Passwörter abfischen und haben ab dann vollen Zugriff auf den Account, können Daten einsehen und ändern, Nachrichten verschicken und chatten. Die Freunde merken davon nichts und denken alle Änderungen und Nachrichten kämen von der bekannten Person.

Identitätsdiebstahl

- » Kriminelle versuchen zunehmend, bestehende Nutzer-Accounts zu hacken, um diese Identität für ihre Betrugereien zu nutzen. Oftmals täuschen diese Hacker nach Übernahme eines Accounts eine Notsituation vor und bitten die vernetzten Freunde um finanzielle Hilfe. Das über das Nutzerprofil erlesene Wissen kann dazu beitragen, das Vertrauen zu untermauern und Freunde zu täuschen.
- » „Unechte“ Profile werden zunehmend dazu genutzt, Personen zu schaden: Diebe können so zum Beispiel ausspionieren, wann jemand im Urlaub ist und die Wohnung leer steht.

Verbreitung von Schadsoftware

- » Das Vertrauen der Nutzer in die sozialen Netzwerke ist meist groß. Betrüger haben deshalb eine gewohnte Masche auf diese Plattformen übertragen: Sie verschicken Nachrichten, die einen Link auf manipulierte Websites enthalten. Über diese Seiten werden dann die Schadprogramme verbreitet. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist der Wurm „Koobface“, der zum Beispiel über Facebook und Myspace verbreitet wurde. Von zuvor infizierten Konten aus wurden Einladungen an andere Nutzer verschickt, sich ein Video anzusehen. Klickte der Empfänger auf den angegebenen Link, wurde er jedoch auf eine gefälschte Facebook- oder YouTube-Seite geleitet, auf der er zum Download des Flash-Players aufgefordert wurde. Hinter dem angebotenen Download verbarg sich aber der Wurm, der sich so immer weiter verbreiten konnte.
- » Manche soziale Netzwerke bieten Zusatz-Anwendungen an, die Nutzer ihrem Profil hinzufügen können. Ein Beispiel hierfür sind Mini-Spiele, die die Nutzer auch vernetzt spielen können. Problematisch ist, dass diese Anwendungen von Drittanbietern stammen, deren Sicherheitsstandards nicht zwangsläufig denen der sozialen Netzwerke entsprechen müssen. Auf diese Weise können – ob beabsichtigt oder ungewollt – Schadprogramme verbreitet werden.

Mobbing

- » Soziale Netzwerke haben Mobbing auf eine neue Ebene gebracht. Personen können zum Beispiel bewusst aus Freundesgruppen ausgeschlossen oder ihre digitalen Pinnwände mit Beleidigungen bombardiert werden.
- » Freundschaften sind in sozialen Netzwerken schneller geschlossen als in der „realen“ Welt. So gelangen Informationen an Personen, die diesen sonst vielleicht nicht anvertraut worden wären. Wer böswillige Absichten hat, kann jemanden bewusst bloß stellen oder gegen ihn intrigieren.
- » So genannte „Cyberstalker“ können sich „unechte“ Profile anlegen, in denen sie sich als eine reelle oder fiktive andere Person ausgeben. So können sie in vollkommener Anonymität andere Personen über das soziale Netzwerk belästigen.

Realitätsverlust

- » Freundschaften werden über nur noch wenige Klicks gewählt und geschlossen. Echte und persönliche Freunde werden weniger, stattdessen werden in sozialen Netzwerken Freundschaften über die Quantität und nicht über Qualität gemessen.

Schlussbetrachtung

Soziale Netzwerke sind der absolute Trend und Teil der Kommunikation geworden. Die Nutzung und das Interesse steigt von Tag zu Tag. Die Anmeldungen sind schnell vollzogen und meistens kostenlos. Nutzer können sich mit allmöglichen Daten selbst präsentieren und sich andere anschauen. Es ist relativ einfach, alte Bekannte und Gleichgesinnte zu finden und sie in die Freundesliste aufzunehmen. Auch bestehende Freundschaften können so verwaltet werden.

Auch die Geschäftswelt hat das Social Web für sich entdeckt und nutzt diese zur Pflege und Akquirierung von Kunden und Partnern.

Die Gefahr ist allerdings, dass viele User sich nicht bewusst sind, dass soziale Netzwerke keine Privatsphärenbereiche sind, sondern öffentlich zugänglich. Daher können sensible Daten aus ihrem Profil von allen im Internet eingesehen werden. User sollten sich ihre Einstellungen genau anschauen, da die Standardeinstellungen meistens sehr freizügig sind.

Es zeichnen sich schon gewisse Trends bei den sozialen Netzwerken ab. Neue Zielgruppen wie Minderjährige und Senioren wurden entdeckt und haben großen Zuwachs. Zudem werden sich viele Netzwerke auf bestimmte Themen spezialisieren. Ebenso entwickeln sich Meta Social Networks, damit nicht immer neue Profile angelegt werden müssen. Ein erfolgreicher Trend hat auch immer eine Gegenbewegung. So gibt es die Antisozialen Netzwerke, in denen man sich dem Trend verweigert.

Persönliche Schlussbetrachtung

Anfangs war ich sehr fasziniert von dem Thema „Soziale Netzwerke“. Die sozialen Beziehungen im realen Leben haben sich auch auf die virtuelle Welt verlagert.

Sehr beeindruckt hat mich die Möglichkeit, mich mit meinen persönlichen Daten, Vorlieben, Hobbies und Fotos zu präsentieren und damit neue Freunde und Gleichgesinnte kennen zu lernen. Außerdem bieten Netzwerke einfache und schnelle Wege miteinander zu kommunizieren.

Ein großer Vorteil ist, dass man auf Geburtstage hingewiesen wird und somit keine mehr vergisst. Die Möglichkeit auch grenzüberschreitend Freundschaften zu knüpfen und zu pflegen gehört allerdings zu den größten Vorteilen von einem sozialen Netzwerk. Auch lang verschollene Bekannte konnten mithilfe von diesen Netzwerken wiedergefunden werden.

Allerdings bringt große Macht auch große Verantwortung mit sich! Die Gefahren sollten nicht unterschätzt werden. Fähigkeiten, wie soziale Kontakte im realen Leben zu knüpfen gehen immer mehr verloren und viele Verhaltensweisen verschieben sich in die digitale Welt.

Insbesondere die junge Generation ist von diesen Gefahren betroffen, da sie bereits in der digitalen Welt aufwächst und nicht weiß, wie es vorher war. Zeiten in denen Kinder und Jugendliche auf den Schulhöfen und Freiplätzen herumtollten geraten immer mehr in Vergessenheit. Stattdessen trifft man sich online.

Marktanalyse

Soziale Netzwerke weltweit

Einleitung

Soziale Netzwerke schießen wie Pilze aus dem Boden und sind zu einem der beliebtesten Treffpunkte im Internet geworden.

Neben großen Kontaktnetzwerken wie Myspace, StudiVZ oder Facebook mit jeweils mehreren Millionen Nutzern, existieren unzählige kleinere Plattformen, die sich auf bestimmte Themengebiete konzentrieren. Zu den erfolgreichsten Communitys zählen YouTube oder Flickr, die ihren Nutzern das Hochladen, Tauschen und Bewerten von Videos beziehungsweise Fotos ermöglichen. Viele deutschsprachige Plattformen haben einen eher regionalen Bezug oder widmen sich speziellen Nischenthemen. Während sich beispielsweise die Nutzer auf Solebich.de über die neuesten Trends in der Inneneinrichtung beratschlagen, bietet Meine-Bundeswehr.de einen Online-Treffpunkt für ehemalige, aktive oder zukünftige Soldaten. Auf Autoki.de können Autoliebhaber mit ihren fahrbaren Untersätzen angeben, und Dogspot.de ermöglicht den Aus-

tausch von Infos rund um den Hund. Skurril geht es in Communitys wie Alleine-kochen-ist-doof.de oder auch Frag-mutti.de zu. Der Name lässt hier schon auf den Inhalt der Seiten schließen. Communitys mit regionalem Bezug gibt es in den meisten deutschen Großstädten. Kwick.de und Freiburgeins.de etwa widmen sich vor allem der Veranstaltungsszene, auf der Kontaktplattform Lokalisten.de trifft man sich mit Freunden und Bekannten aus der gleichen Stadt oder Region.

Unabhängig von ihrer Größe und thematischer Ausrichtung haben alle Communitys eines gemeinsam: Ihr Erfolg hängt ab von der aktiven Teilnahme der Nutzer. Und da die Online-Zeit dieser Nutzer endlich ist, bekommen soziale Netzwerke ein Problem: Wer hat schon Zeit, sein Profil in zehn Netzwerken gleichzeitig zu pflegen? Aus diesem Grund sollten die Nutzer auf dem Punkt angesprochen und der Nutzen eindeutig kommuniziert werden.

Hier eine Liste von Netzwerken verschiedener Bereiche aus der ganzen Welt: ⁵²

Kontaktnetzwerke (international)

Facebook.com

Eine der weltweit größten Kontaktplattformen

Myspace.com

Weltweit mitgliederreichste Plattform, vor allem Teenies und Bands

Orkut.com

Googles Plattform, vor allem in Südamerika und Asien erfolgreich

Friendster.com

Einer der Marktführer im asiatischen Raum

Hi5.com

Großes Netzwerk in Südamerika

Trig.com

Vor allem auf hippe Bands spezialisierte Plattform

Xanga.com

Blog erstellen, Fotogalerien erstellen, Freunde treffen

Virb.com

Kontaktplattform, beliebt wegen besserem Design als Myspace

Mash.yahoo.com

Bestes Feature: man kann die Seiten seiner Freunde umgestalten

Weblin.com

Stellt Besucher als Avatare dar, benötigt allerdings eine Installation

Kontaktnetzwerke (national)

Wer-kennt-wen.de

Wer kennt wen über wen?

SchülerVZ.de

StudiVZ-Ableger für Schüler

Kontaktnetzwerke Business

Xing.com

Großes Netzwerk für Businesskontakte, Deutschland und International

LinkedIn.com

Internationales Business-Netzwerk

Marketing.de

Deutsche Community rund um Marketing

Comeunited.com

Kontaktplattform für Medienmacher, Kreative und Künstler

Femity.net

Ein Business-Netzwerk für Businessfrauen

Thewebs.com

Community für E-Business und Networking

MeinVZ.de

StudiVZ-Ableger für alle Nicht-Schüler und Nicht-Studenten

Stayfriends.de

Ermöglicht Kontakte mit früheren Mitschülern

Jetzt.de

Community der Süddeutschen Zeitung, Nutzerbeiträge zu allen möglichen Themen

Neon.de

Community der Zeitschrift NEON

Spin.de

Kontaktplattform mit integrierten Onlinespielen

Utopia.de

Community für bewussten Konsum

Jappy.de

Kontaktplattform

Blaabla.de

Freundenetzwerk

Morphex.de

Eventbilder/Video/Musik-Community

Dugg.de

Kontaktnetzwerk!

Mapmyfriends.de

Fotos und Karten mit Geoinfo

Nitestar.de

Ein weiteres Kontaktnetzwerk mit verschiedenen Funktionen

Unddu.de

Eine (weitere) deutsche Ausgabe von Myspace.com

7just7.de

Netzwerk, Videos, Fotos, Filesharing

Livejournal.com

Plattform vereint Blogging, privates Tagebuch und soziales Netzwerk

Kaioo.de

Echtes Social Network: alle Werbeeinnahmen werden gespendet, die AGB demokratisch erstellt

52 <http://fudder.de/artikel/2008/04/09/175-internet-communitys/> [11.03.2011]

Studentennetzwerke

StudiVZ.net

Größte deutschsprachige Plattform

Campux.com

Infos über und um den Campus

Nurstudenten.de

Ein Plattform, die nur für Studenten ist

Students.de

Netzwerk mit WG-Suche

StudentSN.com

Eine mehrsprachige Plattform für Studenten

Studentum.de

Netzwerk mit allen üblichen Funktionen und Jobangeboten

Unister.de

Internationales Netzwerk für Studenten, Absolventen und Abiturienten

Studi.net

Weltweites Studentennetzwerk in vielen Sprachen

Studyounge.de

Ein Studentennetzwerk.

Sport

Traineo.com

Motivationsplattform für Gewichtsreduktion und Fitness

Sportme.de

Plattform für alle Sportler, Mannschaften, Clubs und Vereine

Freizeitsportler.net

Sport- und Freizeitcommunity

Netzathleten.de

Netzwerk für alle Freizeit- und Leistungssportler

Get2Sport

Mehrsprachige Plattform

Meinsport.de

Freizeitsportportal mit Netzwerkfunktionen und Sportplaner

Meet2Move.de

Schweizer Sport Community

Sportato.de

Community für Freizeitsport

Streetball-League.de

Streetball Community mit Turnierorganisation

Klettervz.de

Netzwerk für alle Kletterfans

Diefans.de

Fußball, Fans und Leidenschaft der Name ist Programm

Yabadu.de

Outdoor-Community mit Wandern, Mountainbiking und Radfahren

Sportalis.de

Community rund um Sport in Freiburg

Ballhype.com

Englischsprachige Newscommunity mit bewerteten Sportmeldungen

Championsworld.de

Trainingspartner finden, Teams verwalten, Fotos hochladen und mehr

Reisen

Couchsurfing.com

Finde einen Schlafplatz überall auf der Welt

Tripflip.de

Alles rund ums Thema Reisen: Blogs, Fotos, Bewertungen etc.

Trivago.de

Community mit Hotelbewertungen und Reiseführern

Globalzoo.de

Reisepartner finden, Sprachreisen, Reisetipps

Geo-Reisecommunity.de

Reiseberichte, Tipps, Bilder und mehr

Travbuddy.com

Reisende treffen, Blogs lesen, Fotos tauschen

Urlaubswerk.de

Hotelbewertungen, Reiseberichte und Fotogalerien

Strayeasy.com

Reiseinfos, Reisepartner finden, Bewertung von Unterkünften

Art, Design und Foto

Flickr.com

Eine der ersten bekannten Fotocommunitys

Deviantart.com

Anspruchsvollere Fotos und Grafiken

Fotocommunity.de

Der Name sagt alles

Piqs.de

Kostenlose Bilddatenbank

Fotolog.com

Enorm umfangreiche Fotocommunity, mittlerweile größer als Flickr

Panoramio.com

Pfiffige Fotocommunity mit Google Maps-Anbindung

Augensound.de

Anspruchsvolle Fotos, Grafiken, Bilder

Dreamstime.com

Fotocommunity mit teilweise lizenzierten Bildern

Snapis.net

Fotoplattform

Zeec.de

Fotos und Videos zum Sammeln, Tauschen, Kommentieren

Video

YouTube.com

Bekannteste Videocommunity, weltweiter Marktführer

Myvideo.de

Große deutsche Videoseite

Sevenload.com

Fotos und Videos hochladen und tauschen

Clipfish.de

Deutsche Videoseite

Vimeo.com

Videos machen und teilen

Bendecho.de

Upload und Tausch von Videos

Veoh.com

Großes Videoarchiv, abonmierbare Kanäle zu verschiedenen Themen

Musik

Last.fm

Riesige internationale Musikplattform mit vielen Features

Jamendo.de

Plattform mit kostenloser Musik

Purevolume.com

Schicke Plattform für Künstler und Hörer

Buzznet.com

Innovative Community für Musik und Popkultur

Thesimsonstage.com

Karaoke-Plattform: Nichts für schwache Nerven

Youmix.de

Events, Locations, Fotos

Housefan.de

Community für Housemusik

Bücher

Alexandria.de

Deutsche Buch-Community

Goodreads.com

Buchempfehlungen von und an Freunde

Buchrezensionen.eu

Literaturrezensionen von Nutzern

Shelfari.com

Virtuelles Bücherregal

Booksmilers.com

Mein Bücherregal, meine Bücher, meine Texte

Lesenswert.net

Bücher rezensieren, diskutieren, kaufen, tauschen und verschenken

Lovelybooks.de

Netzwerk von Bücherfreunden

Auto / Motor

Autoki.de

Community mit allem über Autos

Carmondo.de

Tipps und Diskussionen für Autofans

Carsablanca.de

Netzwerk für Liebhaber von Oldtimern

Tuningsuche.de

Eigenes Auto präsentieren, über Events und News informieren

Essen und Trinken

Rezepezaar.com

Sehr viele Rezepte zum Ausprobieren

Chefkoch.de

Große deutsche Plattform mit unzähligen Rezepten

Alleine-kochen-ist-doof.de

Der Name sagt alles

Coffeegeek.com

Community rund um Kaffee

Verkostet.de

Lecker Weincommunity

Tiere

Tierfreunde.de

Community über alles rund ums Tier

Dospot.de

Hundeherrchen-Community aus Deutschland

Dogster.com

Internationale Hundeliebhaber-Community

Mycat.de

Katzencommunity diskutiert über Katzen

Tiercommunity.com

Haustiercommunity über Katze, Hund, Hamster etc.

Tierfc.de

Fotos und Videos von Haustieren hochladen, anderen Besitzern helfen

News

Digg.com

Sammeln und Bewerten von News und Meldungen aus dem Web

Webnews.de

Newsseite mit deutschen Nachrichten

Yigg.de

Deutsche Seite mit nutzerbewerteten News

Reddit.com

Newsseite mit allem was momentan brandaktuell ist

lokaler Bezug

Townster.de

Verbindung von Community und lokaler Suchmaschine

Lokalisten.de

Kontaktplattform mit regionalem Bezug

Fudder.de

Neuigkeiten aus und Veranstaltungen in Freiburg

Kwick.de

Große deutschsprachige Community mit Kontakten, Partys, Events etc.

Freiburgeins.de

Community rund ums Freiburger Nachtleben

Virtualnights.com

Großes Netzwerk mit Veranstaltungen

Schwarzekarte.de

Geschlossene Community mit lokalem Eventkalender und eigenen Events

Youop.de

Veranstaltungen und Empfehlungen in verschiedenen deutschen Großstädten

Stadtleben.de

Community mit Veranstaltungstipps aus ganz Deutschland (und Ibiza)

Linksammlungen

Del.icio.us

Platzhirsch unter den „Social Bookmarking“-Plattformen

Mister-wong.de

Umfangreiche deutsche Linksammlung

Technorati.com

Größte Blogsammlung des Internet

Ratgeber

Qype.de

Bewertung von Restaurants, Frisören etc. in vielen deutschen Städten

Edelight.de

Geschenkeratgeber

Fellowweb.de

Tipps zur Berufs- und Studienwahl für Schüler

Gutefrage.de

Frage-Antwort-Plattform zu vielen Themen

Wer-weiss-was.de

Knowhow von Nutzer zu Nutzer

Moviepilot.de

Nutzer bewerten Filme

Mynesto.com

Haus, Wohnen, Einrichten, Heimwerken

Instructables.com

Do-it-Yourself-Ratgeberplattform

Metafilter.com

Nutzer stellen und beantworten Fragen zu allen Themen, die es gibt

Answers.yahoo.de

Wissen teilen, Anderen helfen, Neues lernen

Talkteria.de

Forumartige Community mit allen möglichen Themen

Strohalm.org

Community rund um die technische Entwicklung des Internet

Matheboard.de

Mathetipps für Schüler und Studenten

Curbly.com

Tipps zur Wohnraumgestaltung

Imedo.de

Das Gesundheitsportal

Flixster.com

Umfangreiche Bewertungen von Filmen

Helpster.de

Ärztbewertungen, Infos über Zipperlein, Tipps aus der Community

Tutorials.de

User helfen Usern mit verschiedensten Tutorials, hauptsächlich zu Programmierthemen

Sonstige

Twitter.com

Nutzer zwitschern in die Welt, was sie grade so machen

Amiando.de

Online Eventplaner

Einestages.de

Von Nutzern dokumentiertes Zeitgeschehen

Eventful.com

Weltweite Sammlung lokaler Events

43things.com

Erstellung und Tausch von Listen über wirklich alle Themen

Myheritage.com

Erstellung von Familienstammbäumen

Podster.de

Deutsche Podcast-Community

Care2.com

Umweltschutz, Menschenrechte, Klimawandel

Snobes.com

Eine Online-Gerüchteküche

Groovr.com

Internationale Mobile-Community

Rottenneighbour.com

Fiese Community zum Bewerten von Nachbarn

Frappr.com

Witzige Mischung aus Gästebuch, Community und Landkarte

Ravelry.com

Eine Nähcommunity

Sprachnudel.de

Das Wörterbuch der Jetztzeit

Soldaten.com

Community um Militär und Bundeswehr

Zivity.com

Modelnetzwerk

Stylediary.com

Mode und Stil

Machdudas.de

Eine Art virtuelle Nachbarschaftshilfe

Chess.com

Internationale Schachcommunity

Bequeen.de

Community für Frauen

Gfxartist.com

Plattform für Künstler mit Tutorials und Tipps

Humblevoice.com

Künstlercommunity mit Fotografen, Musikern, Filmemachern

Meine-Bundeswehr.de

Community für ehemalige, aktive und zukünftige Bundis

Threadless.com

Über T-Shirt-Designs abstimmen, und/oder T-Shirts kaufen

Trupoli.de

Politikcommunity, unter anderem Bewertung des Wahrheitsgehalts von Politikeraussagen

Das ist nur ein Auszug von den unzähligen sozialen Netzwerken, die sich im Internet aufhalten. Durchsetzen konnten sich allerdings nur wenige.

Top 20

Eindeutige Besucher in Deutschland 2010 ⁵³

Platz	2009		Besucher 2010 in Mio.	Differenz zu 2009 in Mio.	Differenz zu 2009 in %
1	1	Facebook.com	18,00	10,60	143,2
2	4	Wer-kennt-wen.de	5,50	-1,20	17,9
3	7	Stayfriends.de	5,10	0,90	21,4
4	3	SchülerVZ.de	4,60	-2,10	31,3
5	2	StudiVZ.de	4,20	-2,60	38,2
6	6	MeinVZ.de	3,80	-0,40	9,5
7	5	Myspace.com	3,20	-2,40	42,9
8	9	Xing.com	2,90	0,30	11,5
9	10	Twitter.com	2,80	0,40	16,7
10	11	Jappy.de	2,60	0,80	44,4
11	8	Flickr.com	1,80	-1,10	37,9
12	12	Lokalisten.de	1,00	-0,80	44,4
13	16	Odnoklassniki.ru	1,00	-0,10	9,1
14	14	Kwick.de	0,92	-0,28	23,3
15	13	Last.fm	0,90	-0,60	40,0
16	30	LinkedIn.com	0,76	0,25	49,0
17	15	Friendscout24.de	0,75	-0,25	25,0
18	17	Schueler.cc	0,75	-0,25	25,0
19	20	Netlog.com	0,70	-0,21	23,1
20	19	Spin.de	0,70	-0,23	24,7

Soziale Netzwerke im Vergleich

Einleitung

Immer mehr Internet-Communitys buhlen um Mitglieder. Aber welche bieten was?

Millionen Deutsche sind bei Online-Communitys wie Facebook, StudiVZ oder Xing angemeldet, die Plattformen gehören zu den meist abgerufenen Websites. Es gibt unzählige davon – jede mit einem anderen Schwerpunkt, einer anderen Zielgruppe und anderen Funktionen.

Das Grundprinzip ist bei allen Netzwerken gleich: Der Nutzer legt sich ein Profil mit seinem Namen, einem Foto und weiteren Informationen über sich selbst an. Dann sucht er andere Mitglieder, die er kennt, und vernetzt sich mit ihnen. So findet man online alte Freunde oder Kollegen wieder, schaut nach, wen diese kennen und tauscht Nachrichten mit ihnen aus. Jedoch sind in vielen Netzwerken viele Gefahren verborgen.

Die VZ-Gruppe

StudiVZ, MeinVZ und SchülerVZ

Die Communities mit dem VZ im Namen gehören zu den bekanntesten und meistgenutzten in Deutschland – vor allem SchülerVZ und StudiVZ. Die erste Plattform der Reihe war StudiVZ, sie wurde 2005 gegründet. Im Januar 2007 übernahm die Verlagsgruppe Holtzbrinck das Netzwerk. Geschätzter Kaufpreis: 85 Millionen Euro. Einen Monat später eröffnete SchülerVZ, Anfang 2008 kam MeinVZ hinzu.⁵⁴

Die drei Plattformen haben unterschiedliche Zielgruppen, funktionieren aber nach demselben Prinzip. SchülerVZ ist für Kinder und Jugendliche ab zwölf Jahren gedacht, StudiVZ für Studenten und MeinVZ für alle anderen. Bei den Plattformen für Erwachsene kann sich jeder anmelden, Einschränkungen gibt es nur bei SchülerVZ – aus Jugendschutzgründen. Hier kann nur Mitglied werden, wer von einem angemeldeten Nutzer eingeladen wird. Alle VZ-Netzwerke zusammen haben 16 Millionen Mitglieder.

Ein Mitglied legt bei der jeweiligen Plattform zunächst ein Profil an. Dafür gibt es zahlreiche Optionen: Neben Name, Geburtsdatum, politischen Interessen und Hobbys kann man bei StudiVZ beispielsweise die eigene Hochschule und sogar alle Seminarveranstaltungen sowie Dozenten eintragen.

Jedes Mitglied kann eigene Fotoalben erstellen und diese öffentlich zugänglich machen – auf Wunsch auch nur bestimmten Nutzern. Außerdem kann man Gruppen beitreten oder selbst gründen. Nach Angaben der Betreiber gibt es davon allein bei StudiVZ mehr als eine Million. Darunter sind anders als zum Beispiel bei Xing viele nicht ernst gemeinte Spaßgruppen. Die Mitglieder vernetzen sich gegenseitig und schreiben sich Nachrichten sowie Gästebucheinträge. Die Verbindungen zwischen den Mitgliedern können alle anderen sehen.



Stand 22.05.2011

54 http://lexikon2.blog.de/2007/01/24/lexikon2_studivz-1615792/

Eine Besonderheit bei den VZ-Sites ist das sogenannte „Gruscheln“ – eine Wortschöpfung aus Kuschneln und Grüßen. So nimmt jemand Kontakt mit einem anderen Mitglied auf.

Die verschiedenen Netzwerke sind stark Zielgruppengerichtet und innerhalb der Zielgruppe ist es einfach neue und alte Freunde und Bekannte zu finden und zu treffen. Navigation und Inhalte sind simpel gestrickt und dadurch besonders übersichtlich.

Mit der „Gruschel“-Funktion lassen sich Freunde wachrütteln oder Flirtchancen ausloten. Interessen können durch Erstellen und/oder Betreten von Gruppen verstärkt werden. Die VZ-Plattformen sind kostenlos. Einstellungen müssen erst geändert werden, damit die Party-Bilder und andere Profilinformationen nur für Freunde zu sehen sind.

Es ist keine eigene Weiterentwicklung zu sehen, stattdessen werden Ideen und Innovationen von anderen Netzwerken kopiert. Durch diese scheinbar unbedachte Weiterentwicklung verlieren die Netzwerke an Stärke und werden immer Unübersichtlicher.

StudiVZ, SchülerVZ und MeinVZ gehören zu den meistgenutzten Communitys in Deutschland. Anfangs gerieten die Plattformen massiv in die Kritik, unter anderem aus Datenschutzgründen. Die Gefahr ist groß, dass Facebook den Spitzenreiterplatz in Deutschland in den nächsten Jahren übernehmen wird, da viele Nutzer bereits jetzt schon wechseln.

Struktur

Die Startseite eines Users gibt einem eine Übersicht über alle aktuellen Geschehnisse und informiert über Aktionen des Netzwerks. Alle weiteren Seiten sind übersichtlich, man muss nicht erst lange suchen um das Gewollte zu erreichen.

Navigation

Die Hauptnavigation steht immer oben links und führt das Mitglied schnell und einfach zu den wichtigsten Rubriken. Innerhalb der Rubriken sind die jeweiligen Funktionen schnell erreichbar.

Funktion

Die VZ-Netzwerke haben sich immer weiter weg von den eigentlichen Studenten- und Schülernetzwerken zu Kontaktnetzwerken entwickelt. Die eigentliche Idee rückt immer mehr in den Hintergrund. Trotzdem verfügt das Netzwerke über alle nötigen Funktionen für die Zielgruppen.

Design

Die Website ist zweispaltig aufgebaut und durchgehend im rötlichen Stil gehalten mit einem großen Weißraum. Hintergründe werden von geschalteten Werbebannern vorgegeben. Durch die unzähligen Werbebanner wirkt die Website sehr unruhig und zerstört die eigentlich klare und einfache Struktur.



Facebook

Allrounder mit Extras

Facebook ist weltweit die größte und bekannteste Community. Der Student Mark Zuckerberg gründete sie im Februar 2004 an der Harvard University in den USA. Ursprünglich war Facebook nur für die dortigen Studenten gedacht.

Das Netzwerk gibt es seit März 2008 auch auf Deutsch. Die Abrufzahlen des Ablegers liegen aber deutlich unter denen des größten Konkurrenten StudiVZ – obwohl dieser als Facebook-Klon gescholten wurde. Weltweit ist Facebook in mehr als 20 Sprachen verfügbar. Im Oktober 2007 kaufte der Software-Gigant Microsoft einen Anteil von 1,6 Prozent an der Firma und zahlte dafür 240 Millionen Dollar.⁵⁵

Facebook hat weltweit über 500 Millionen Mitglieder, in Deutschland sind es angeblich zehn Millionen. Das Netzwerk steht allen Interessierten offen, nachdem sich die Site anfangs nur an Studenten richtete.

Heute wird das Netzwerk von seinen Mitgliedern vorrangig für private Zwecke genutzt, bietet jedoch auch genügend Möglichkeiten für eine berufliche Ausrichtung des Profils.

Facebook dürfte die Community sein, bei der den Mitgliedern die meisten Spiel- und Werkzeuge zur Verfügung stehen. Wie bei den anderen Netzwerken auch kann man ein Profil mit persönlichen Angaben, Fotoalben und Hobbys erstellen – bis ins Detail, inklusive religiöser Einstellung. Auch der berufliche Werdegang nimmt bei Facebook einen größeren Raum ein als zum Beispiel bei anderen Communitys.

Auf der Profilseite eines Mitglieds sind seine Kontakte zu sehen. Die Nutzer können sich Nachrichten schicken, öffentlich sichtbare Notizen in ihrem Profil erstellen oder auf einem Marktplatz alles Mögliche anbieten und finden – von iPhones bis zu Wohnungen.

⁵⁵ http://lexikon2.blog.de/2007/07/04/facebook_com~2572442/



Stand 22.05.2011

Darüber hinaus bietet Facebook nahezu unbegrenzte Personalisierungsmöglichkeiten: Die Mitglieder können in ihre Profile verschiedene Tools einbinden und beispielsweise anzeigen lassen, was sie gerade tun, welche Songs sie gerade hören, Videos einbinden oder Links veröffentlichen. Es gibt mehr als 3000 Programme, die zum Teil von externen Entwicklern speziell für Facebook geschrieben wurden.

Bei derzeit über 500 Millionen aktiven Nutzern ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass Sie hier die meisten Ihrer Freunde finden werden. Auch lassen sich berufliche Kontakte von privaten trennen und mit unterschiedlichen Lese- und Schreibrechten belegen. So können Sie etwa verhindern, dass Ihr Chef Ihre Party-Bilder einsehen kann. Außerdem bietet die Plattform viele Möglichkeiten der Unterhaltung mit Games und Applikationen.

Mit den von Facebook vorgegebenen Standard-Einstellungen „posaunen“ Sie das meiste von sich ins World Wide Web hinaus. Erst nach zäher Optimierung der Einstellungen wird es privater. Die Menge an Möglichkeiten und Benachrichtigungen über jede Kleinigkeit wirken auf dem Profil sehr unübersichtlich. Die Navigation ist nicht klar strukturiert und man erreicht sein Ziel meistens erst über mehrere Ecken.

Facebook ist nach Myspace die weltweit größte Community – mit vielen Möglichkeiten. In Deutschland wird sie allerdings noch deutlich seltener genutzt als der Konkurrent StudiVZ.

Struktur

Die sogenannte Pinnwand ist stark überladen mit Benachrichtigungen, Einträgen, Werbeanzeigen, etc. Es gibt keine Möglichkeit zu selektieren, um schneller bestimmte Inhalte zu erreichen.



Navigation

So wie bei der bekannten Redewendung „Viele Wege führen nach Rom“ ist es auch bei Facebook. Einige Inhalte lassen sich erst über mehrere Ecken erreichen.



Funktion

Facebook gibt einem Nutzer viele Möglichkeiten der Selbstdarstellung, Unterhaltung und Interaktion – Inhalte können eigenständig generiert werden. Großer Vorteil von Facebook ist, dass viele Funktionen auch auf anderen Websites eingebaut und mit dem Netzwerk verknüpft sind.



Design

Bei Facebook wird eher auf die technische Umsetzung geachtet, statt diese auch visuell attraktiver zu machen. Farblich wird mit viel Weißraum gearbeitet und das Facebook-Blau nur selten genutzt. Der Aufbau wechselt je nach Rubrik zwischen drei- und zweispaltig.



Myspace

Für Musiker und Künstler

Myspace ist neben Facebook das weltweit bekannteste Online-Netzwerk. Es wurde im Juli 2003 in den USA gegründet und zwei Jahre später vom Medienmogul Rupert Murdoch für 580 Millionen Dollar gekauft. Myspace gibt es seit Ende 2006 auch auf Deutsch. Die Website ist in 31 länderspezifischen Varianten und 17 Sprachen abrufbar. Mit „They call us Candy Girls“ lief auf Myspace im Mai 2008 die erste Web-TV-Serie Deutschlands.⁵⁶

Myspace hat weltweit 200 Millionen Mitglieder. Die Plattform richtet sich an alle Internetnutzer. Einer der Schwerpunkte bei Myspace ist die Musik: Viele Künstler und Bands nutzen die Site, um Kontakt mit Fans zu halten.

Zusammen mit Facebook bietet Myspace die vielfältigsten Möglichkeiten für Nutzer. Auf beiden Plattformen gibt es Tausende kleine Programme und Werkzeuge, mit denen man seine Profilseite individualisieren kann.

⁵⁶ http://www.bernd-schmitz.net/wiki/index.php/Geschichte,_Facts_&_Figures_von_MySpace

Der erste Schritt bei Myspace ist das Erstellen eines eigenen Profils inklusive Bild oder Fotoalbum. Der Nutzer kann hierbei auf Wunsch zahlreiche Angaben machen: von Hobbys bis hin zu Helden, Religion, Einkommen und Fragen wie: „Wen ich gerne kennenlernen möchte“. Auch Schulen und Firmen lassen sich eintragen. Die Wahl des Namens – entweder des richtigen oder eines ausgedachten – ist bei Myspace ein wichtiger Faktor: Jede Mitgliederseite ist unter einer eigenen Internetadresse erreichbar, die sich aus dem User-Namen generiert.

Eine weitere Besonderheit bei der Plattform: Jeder Nutzer, egal ob er Musiker ist oder nicht, kann Songs auf seine Profilseite laden, die andere anhören können. Zudem darf man Clips einbinden – Myspace versteht sich auch als Videoplattform. Jedes Mitglied kann verschiedenen Gruppen beitreten, die bei Myspace Netzwerke genannt werden.



Stand 22.05.2011

Es bestehen gute Chancen für einen direkten Draht zur Lieblingsband. Das Netzwerk erlaubt es Musikern und Künstlern, Songs und andere Media anzubieten und kostenlos zum Download bereit zu stellen.

Von allen Community-Netzwerken ist Myspace am unübersichtlichsten. Auch sind Grundkenntnisse in HTML notwendig, um die eigene Seite individuell zu gestalten. Auch sind viele der Profilseiten visuell nicht schön anzusehen.

Myspace hat weltweit die zweitmeisten Nutzer und ist die richtige Seite für alle, die sich selbst darstellen wollen, zum Beispiel als Musiker. Aber auch hier sind fallende Nutzerzahlen zu beobachten.

Struktur

Der einfache Baukasten-Aufbau macht es, je nach individueller Gestaltung der Seite sehr leicht, Inhalte auseinander zu halten. In den meisten Fällen sind auf jeweiligem Profil die Inhalte, wie Musik, Videos, Fotos, Kommentare, uvm. an der selben Stelle.



Navigation

Die Hauptnavigation steht immer fix oben in einer Leiste. Um die einzelnen Bereiche eines Profils zu durchforsten, steht die Navigation auf der linken Seite des Contents.



Funktion

Ein Nutzer kann sein Profil nach belieben individualisieren. Es gibt unzählige Angaben, die ein Nutzer ausfüllen kann, um sich selbst zu präsentieren. Das alles überfordert manchen User. Wie auch in vielen anderen Netzwerken kann man hier einiges an Fotos, Videos, usw. einsetzen.



Design

Der Grundaufbau ist sehr spärlich gestaltet. Allerdings kann der Nutzer sein Profil mit verschiedenen vorgefertigten Designs oder mit gewissen Programmier-Kenntnissen komplett umgestalten. Das Baukastenprinzip ist aber immer noch zu erkennen.



Wer-kennt-wen

Für alte Bekannte

Wer-kennt-wen ist eine Community, bei der Mitglieder alte Bekannte und Freunde suchen und sich mit diesen vernetzen können. Sie wurde im Herbst 2006 gegründet und gehört zu den am schnellsten wachsenden Communitys, was die Abrufzahlen betrifft. Im Februar 2008 kaufte RTL Interactive 49 Prozent der Anteile an dem Netzwerk – für einen nicht genannten Preis. Anfang Februar 2009 übernahm der Sender das Angebot schließlich komplett.⁵⁷

Wer-kennt-wen hat mehr als acht Millionen Mitglieder. Anders als Xing und StudiVZ richtet sich die Plattform nicht an ein spezielles Publikum, sondern jeder kann sich nach Angaben der Betreiber registrieren – „vom Azubi oder Studenten über die Hausfrau bis hin zum Angestellten, Selbstständigen oder Rentner“. Um mitmachen zu können, muss man von einem Mitglied eingeladen werden. Auffällig ist: Im Gegensatz zu anderen Online-Communitys finden sich bei Wer-kennt-wen auch viele ältere Mitglieder.

⁵⁷ <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/rtl-kauft-wer-kennt-wen-komplett/3103070.html>

Das Netzwerk ist besonders geeignet für Gelegenheitssurfer, die einen einfachen Einstieg in ein soziales Netzwerk suchen. Generell jedoch ist es offen für jedermann. In letzter Zeit erfreut sich das deutsche Netzwerk über regen Zulauf.

Wer-kennt-wen bietet die Möglichkeit, ein eigenes Profil anzulegen – mit Fotos, Hobbys und Lieblingsmusik. Darüber hinaus kann das Mitglied Fotoalben erstellen und Nachrichten an andere Nutzer schicken. Diese vernetzen sich untereinander – jedes andere Mitglied kann sehen, wer wen kennt.

Eine wichtige Information ist die Angabe des aktuellen und der früheren Wohnorte. Denn die Seite setzt den Schwerpunkt auf das Wiederfinden alter Bekannter. Diese sucht man nicht nur nach dem Namen oder anderen Angaben, sondern auch nach früheren Adressen.



Jedes Mitglied kann Gruppen gründen oder sich ihnen anschließen. Beispielsweise gibt es Gruppen für bestimmte Städte, Ehemalige von Schulen, Clubs oder Fans einer Band. Innerhalb der Gruppen tauschen sich die Mitglieder in Foren zu speziellen Themen aus.

In den Einstellungen lässt sich die Privatsphäre präzise definieren. Die Handhabung ist durch überschaubare Funktionen sehr leicht. Allerdings gibt es keine individuelle Gestaltung des Profils oder Erweiterungsmöglichkeiten über Applikationen.

„Wer kennt wen?“ bietet im Gegensatz zu StudiVZ & Co. nicht allzu viele verschiedene Funktionen. Für das Hauptziel der Community ist das aber nicht nötig: alte Bekannte wieder zu finden und mit ihnen in Kontakt zu treten.

Struktur

Der Aufbau ist relativ übersichtlich. Viele der Seiten bieten immer wieder die Funktion, Leute zu finden und einzuladen. Allerdings sind viele Bereiche erst durch umständliche Wege zu erreichen.



Navigation

Durch die geringen Funktionen, ist das Netzwerk auch nicht überfüllt mit Navigationen und beschränkt sich auf die Hauptnavigationsleiste mit den wichtigsten Bereichen.



Funktion

Der Funktionsumfang beschränkt sich auf das Wesentliche – Leute wieder finden, neue Freunde kennen lernen und mit diesen kommunizieren. Auf viele der Spielereien anderer Netzwerke verzichtet das Kontaktnetzwerk.



Design

Die Gestaltung ist sehr anspruchslos. Der Blauton des Logos zieht sich in vielen Elementen durch die komplette Website. Von Vorteil ist die Ansicht der geografischen Standpunkte der Freunde.



Xing

Geschäftskontakte

Xing versteht sich als Business-Netzwerk für Geschäftsleute und Berufstätige. Die 2003 gegründete Plattform hieß ursprünglich OpenBC und wurde 2006 umbenannt. Im selben Jahr ging die Firma als erstes deutsches Web-2.0-Unternehmen an die Börse. Firmengründer Lars Hinrichs gibt im Januar 2009 seinen Posten als Vorstandschef auf und wechselt in den Aufsichtsrat. Sein Nachfolger ist der bisherige Ebay-Deutschland Chef Stefan Groß-Selbeck.⁵⁸

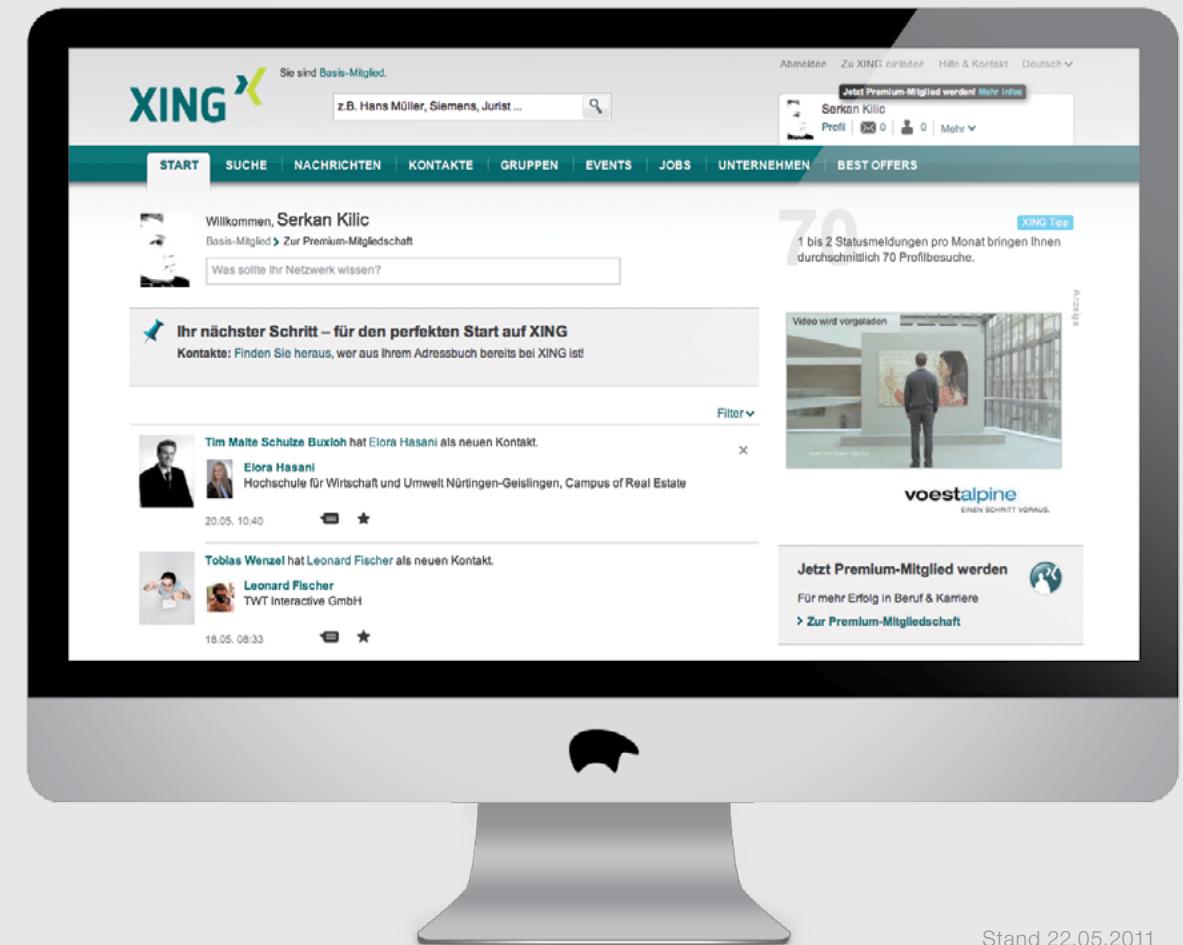
Xing wird nach Angaben der Betreiber von Geschäftsleuten und Berufstätigen genutzt, aber auch von Wissenschaftlern, Kreativen oder Akademikern. 8,75 Millionen Mitglieder hat Xing mittlerweile, die Website ist in 16 Sprachen verfügbar. Wer sich beruflich im Internet profilieren und austauschen möchte, registriert sich bei Xing. Das Business-Netzwerk hat sich vor allem in Deutschland etabliert.

Die Idee: Mitglieder legen sich bei Xing ein Profil an und hinterlassen dort Informationen über ihren beruflichen Werdegang. Außerdem können sie angeben, ob sie neue Jobs und Herausforderungen suchen oder anbieten. Das eigene Profil verknüpft man mit anderen Xing-Usern, so entsteht ein großes Kontaktnetzwerk. Die Verbindungen sind für alle angemeldeten Mitglieder sichtbar.

Darüber hinaus gibt es auf der Website einen Marktplatz für Dienstleistungen, Aufträge und Jobs. Über die Plattform haben sich weltweit mehr als 20.000 Expertengruppen gegründet. Dort sollen Fachleute Rat geben und finden. Zudem werden regelmäßig Networking-Events in verschiedenen Städten veranstaltet.

Mit einem Klick lässt sich der berufliche Werdegang des neuen Kollegen überprüfen. Die persönliche Startseite lässt sich im Baukastenprinzip mit Info-Kästchen individuell gestalten.

⁵⁸ http://lexikon2.blog.de/2007/01/24/lexikon2_xing-1611572/



Stand 22.05.2011

Etwa mit einem Netzwerk-Ticker, der Sie über wichtige Veränderungen bei Ihren Geschäftskontakten informiert. Über die Event-Funktion werden regelmäßig (interessante) Termine und Veranstaltungen angeboten. Auch die Job-Börse ist ein beachtenswertes Feature. Allerdings weist die Jobbörse noch viel zu wenig Angebote auf.

Zwar ist die Nutzung der Plattform kostenfrei möglich, allerdings eingeschränkt. Wer alle Funktionen auf Xing nutzen möchte, muss dafür zahlen. Mit einem Premium-Account lassen sich weitere Funktionen frei schalten. Kosten dafür: rund sechs Euro pro Monat.

Xing ist die Plattform für alle Berufstätigen, Arbeitssuchenden oder Wechselwilligen. Eine Alternative mit ebenso vielen Funktionen gab es in Deutschland bisher nicht.

Struktur

Durch die individuell gestaltbare Übersichtsseite eines Profils, kann der User ganz simpel nur die Inhalte anzeigen lassen, die für ihn nötig sind. Einige Bereiche sind in verschiedenen Ansichtsformen aufzufinden – vielleicht auch manchmal unnötig.



Navigation

Die Hauptnavigationsleiste ist auffällig und bietet die wichtigsten Bereiche, um schnell dorthin zu finden. Im Contentbereich sind wiederum zu viele Navigationsmöglichkeiten.



Funktion

Alle Funktionen machen für ein Business-Netzwerk Sinn und sind zielgerichtet. Es ist alles dabei, was dazu gehört, um geschäftliche Kontakte zu knüpfen, zu organisieren und zu pflegen. Nachteil ist, dass nur Premium-User in den Genuss des vollen Funktionsumfangs kommen.



Design

Der große Weißraum und die dezenten Farbakzente sind sehr ansprechend und machen einen passend seriösen Eindruck für ein Business-Netzwerk. Mit Hilfe von einfachen und selbsterklärenden Piktogrammen sind einzelne Funktionen leicht zu verstehen.



LinkedIn

Nichts als Business

Ähnlich wie Xing ist LinkedIn eine Online-Plattform zur Pflege und zum Knüpfen von Geschäftskontakten. Die 2003 gegründete Website hat nach eigenen Angaben weltweit 60 Millionen Mitglieder. LinkedIn gibt es auch auf Deutsch.⁵⁹

LinkedIn bezeichnet sich als „Wissensnetzwerk für Entscheider“. Vor allem Fach- und Führungskräfte sowie Experten sollen sich hier vernetzen. Der Aufbau des Netzwerks dient Geschäftskontakten.

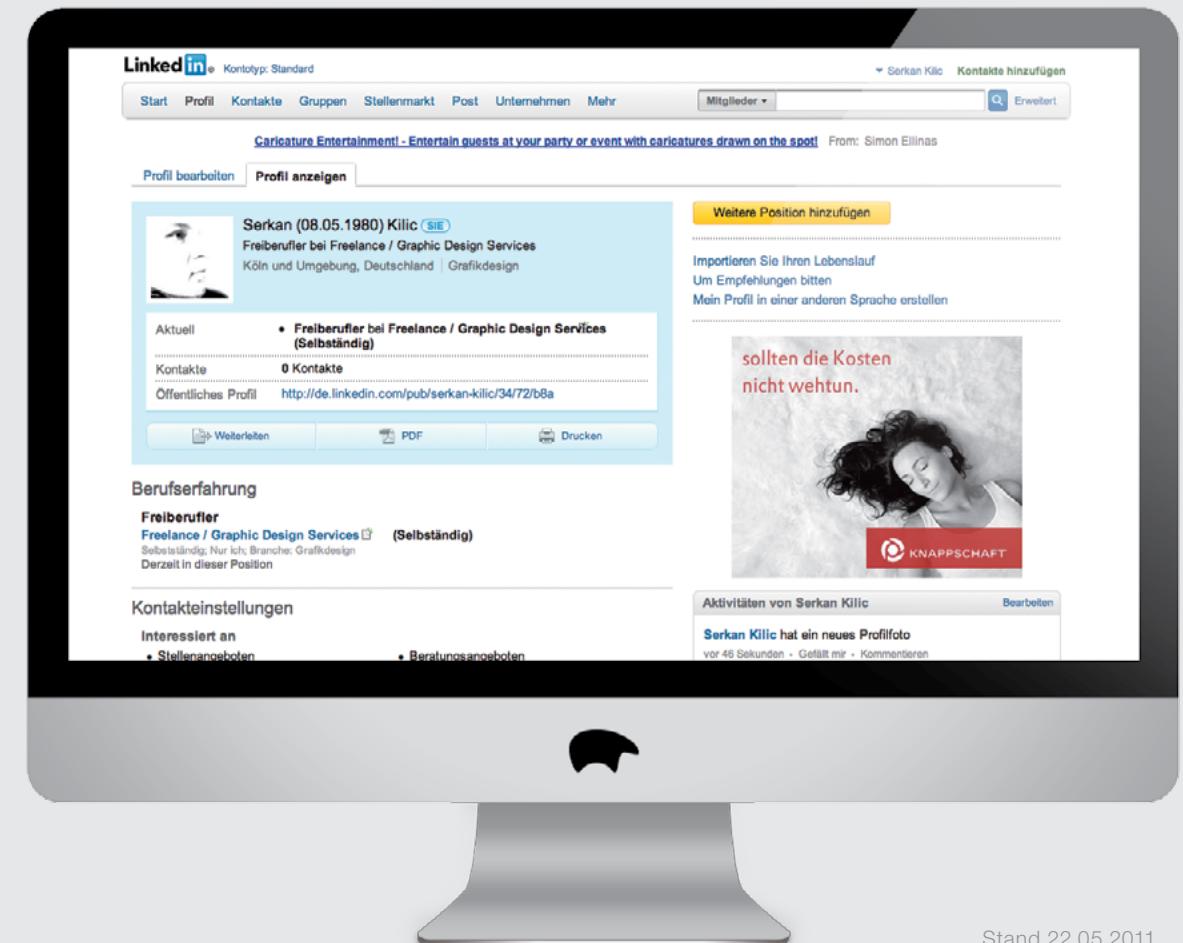
Die Kontaktaufnahme bei LinkedIn ist stärker als beim Konkurrenten Xing auf die Vermittlung durch andere Mitglieder ausgerichtet. Um sein Netzwerk zu erweitern, kann man Anfragen an beliebige Mitglieder schicken oder sich durch einen gemeinsamen Kontakt einführen lassen. Dieses Empfehlungssystem sieht LinkedIn als Vorteil gegenüber der Konkurrenz an, da die Kontaktaufnahme damit seriöser wird. Das ist vor allem für Jobs und Geschäfte wichtig.

⁵⁹ <http://lexikon2.blog.de/2007/08/14/linkedin~2807767/>

Interessant ist, dass es möglich ist, Bewertungen zu Mitgliedern abzugeben, mit denen man vernetzt ist – zum Beispiel, dass jemand ein guter Chef sei. Das steht dann als eine Art Gütesiegel auch auf der Profilseite des Kontakts.

Weltweite Vernetzung bedeutet auch Jobangebote weit über die deutsche Grenze hinaus. Möglichkeit der Drittanbieter-Verknüpfung heißt, Website-Betreiber rund um den Globus können ihren Besuchern einen Log-in anbieten

Wie bei Xing muss dafür gezahlt werden, um den vollen Funktionsumfang genießen zu dürfen. Die deutschsprachige Version ist noch nicht ausgereift und konkurrenzfähig und die Jobbörse weist noch viel zu wenig Angebote auf.



Die Nutzung der Plattform ist kostenfrei möglich. Damit lassen sich alle Grundfunktionen nutzen. Weiter reichende Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme mit anderen Mitgliedern sind nur gegen Bezahlung zu haben. Wer etwa Personen, mit denen man nicht vernetzt ist, eine Mail schicken möchte, muss nach einem kleinen Freikontingent zahlen. Die Lösung sind kostenpflichtige Accounts, mit denen die direkten Kontaktmöglichkeiten ausgebaut werden. Der stolze Preis dafür in der internationalen Version: zwischen 25 und 500 Dollar im Monat. Allerdings richten diese Accounts sich nach Angaben des Betreibers vor allem an professionelle Personaler.

Seriosität, Management, Empfehlungen: LinkedIn setzt nicht auf die breite Masse. Interessant ist, ob der weltweite Marktführer nun mit der deutschsprachigen Version seines Angebots den hierzulande erfolgreichen Konkurrenten Xing angreifen kann.

Struktur

Es gibt keine klare Struktur der Inhalte. Einzelne Bereiche sehen unterschiedlich aus und lassen sich nicht klar unterscheiden.



Navigation

Die Hauptnavigation mit seinen Drop-Down-Menüs bietet einen guten Überblick über die jeweiligen Bereiche. Die 2. Navigationsebene wird mit Hilfe von sehr dezenten Taps angezeigt. Alle anderen Navigationsmöglichkeiten im Content sind allerdings sehr unübersichtlich.



Funktion

Viele der Funktionen sind noch nicht wirklich ausgereift und zum Teil sogar noch im Beta-Entwicklungsstadium.



Design

Zwar beschränkt sich die Gestaltung der Website meist auf den Blauton, so wirken die verschiedenen Farbakzente sehr bunt und nicht durchdacht. Viele verschiedene Schriftgrößen verwirren stark.



Sport-Netzwerke im Vergleich

Einleitung

Sportler- und Vereinsnnetzwerke sprießen derzeit wie Pilze aus dem Boden. Ein Marktführer ist, in dieser anfänglichen Phase noch nicht in Sicht, denn bei der breiten Masse sind die Sportnetzwerke längst nicht angekommen.

Für wen sind Sport-Netzwerke? Für Sportler, die auf der Suche nach Trainingspartnern sind, neue Leute kennen lernen möchten oder ihre Ziele konsequenter verfolgen wollen. Dabei ist es egal, ob Sie Hobbykicker oder Fitness-Experte sind – jeder kann hier Gleichgesinnte und Gruppen zum Austauschen finden. Auch für Vereine bieten die Netzwerke Möglichkeiten, sich zu präsentieren und das Vereinsleben zu managen, zum Beispiel Veranstaltungen anzukündigen.

Grundsätzlich bieten alle Sport-Netzwerke ähnliche Funktionen. Sie legen ein Profil an und wählen die Sportarten aus, in denen Sie aktiv sind. Von A wie American Football bis Y wie Yoga ist hier alles vertreten. Besonders beliebt: Fußball, Laufen, Fitness und Schwimmen. Aber auch Kampfsportler, Kletterer oder Biker kommen auf ihre Kosten.

Je nach Community liegt der Schwerpunkt auf neue Bekanntschaften, der Trainings-Optimierung oder Vereinspflege. Dazu gibt es jede Menge Fotos, Videos, Blogs und News.

Streetball League

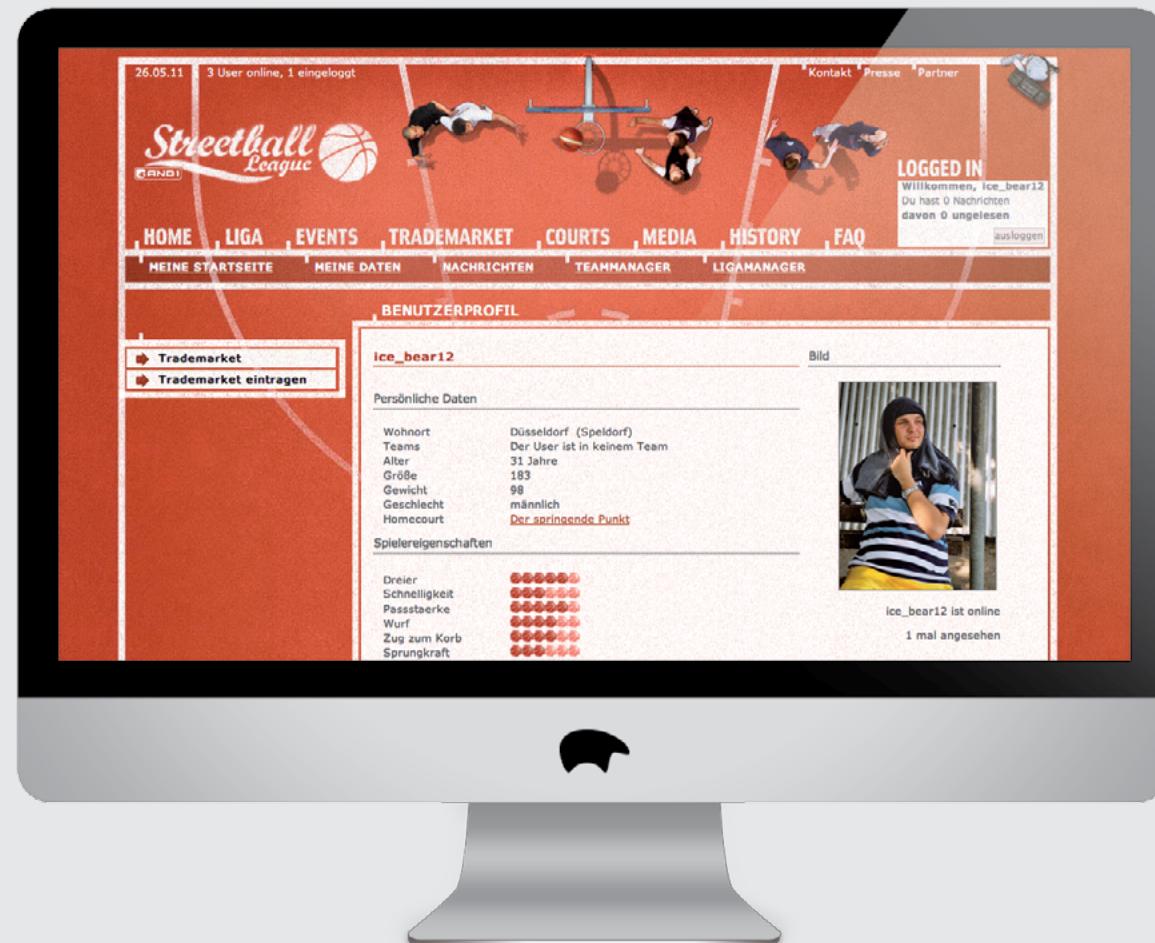
Get organized, go out & play

Die Streetball League ist ein gemeinnütziger Verein, der eine nationale Meisterschaft im Streetball organisiert und veranstaltet. Vorerst nur regional ging die Website im März 2005 online und entwickelte sich seitdem stets weiter. Seit dem die Streetball-Bekleidungsmarke AND1 2007 als Partner eingestiegen ist, hat sich das Portal zu einem Netzwerk für alle Streetballer und Basketballer in Deutschland entwickelt. Streetballer spielen gegen andere Basketball Teams in ihrer Umgebung, um das beste Team Deutschlands zu werden. Die Zielgruppe ist mit Streetballern klar definiert.

Es ist ein Portal, wo sich einzelne Spieler anmelden und in Teams organisieren können und die Möglichkeit haben, selbstorganisierte Streetball-Ligen zu gründen. Über dieses Portal können sich die einzelnen Teams zum Spiel herausfordern. Am Ende des Jahres kommt es dann zum Finale und die Deutschen Meister im Streetball werden ermittelt.

Die derzeit wohl größte nationale Streetball-Community ist eine gut organisierte Website, die viele mögliche Kanäle bereitstellt, um sich und sein Können zu präsentieren. Allerdings bleibt der Verein noch auf dem Stand einer Community und erreicht den Rang eines sozialen Netzwerk nicht oder hat diesen Schritt verpasst.





Struktur

Die Website bietet zu viele verschiedenen Inhalte, die das eigentliche Ziel nicht klar kommunizieren. Der gegenwärtige Aufenthaltsort in der Website-Struktur ist nicht ersichtlich.



Navigation

Mit der Hauptnavigation oben und der 2. Navigationsebene auf der linken Seite sind die Inhalte schnell auffindbar.



Funktion

Einige der Funktionen sind sehr hilfreich und vom Ansatz her eine gute Idee, aber noch nicht ausgereift. Vieles ist noch auf dem Stand eines Forums.



Design

Die grobe Gestaltung lässt direkt erkennen, worum es geht – Streetball. Alle anderen Elemente scheinen nicht oder einfach nur schlecht gestaltet worden zu sein. Die Website ergibt kein harmonisches Gesamtbild.



Freizeitsportler.net

Finde Sportplätze und Freizeitsportler

Die 2009 gestartete Freizeitsportler.net ist eine Sport- und Freizeitcommunity mit dem Ziel, Sportplätze und Sportarten zu sammeln. Besucher und Mitglieder können an der Community aktiv teilnehmen und die Inhalte erweitern.

Man kann sein eigenes Profil mit Gästebuch einrichten, Sportplätze eintragen, kommentieren und bewerten, neue Sportarten vorschlagen, Gleichgesinnte und Trainingspartner finden, Freundschaften schließen, Bilder hochladen und verwalten sowie Nachrichten senden und empfangen. Die Vielzahl an Möglichkeiten und die selbständige Erweiterung um Sportarten sind ein großes Plus. Mit derzeit (inkl. meiner Person) 37 aktiven Freizeitsportlern und deutschlandweit 63 Sportplätzen erfährt das Netzwerk kaum an Nutzen. Selbst die News sind veraltet. Die Werbung ist kaum von Inhalten zu unterscheiden.

Vom Ansatz her ist Freizeitsportler.net eine gute Sache, aber es wurde leider nicht weiter gedacht und entwickelt. Programmierung und Gestaltung sind noch nicht ausgereift um dem Nutzer eine gute Plattform zu bieten.





Struktur

Das Baukasten-Prinzip, in dem jeder Inhalt seine eigene Box bekommt, trägt zu einer ausreichenden Übersicht bei. Die Word-Cloud bietet einen direkten Zugriff auf bestimmte Inhalte.

Navigation

Bis auf die Hauptnavigation sind alle anderen chaotisch angeordnet. Manche Funktionen sind erst gar nicht auffindbar. Der gegenwärtige Aufenthaltsort in der Website-Struktur ist nicht ersichtlich.

Funktion

Die Inhalte lassen sich durch den Nutzer selbständig mit Sportarten und Sportplätzen erweitern. Die Privatsphäre-Funktion ist mit „nur intern sichtbar“ und „für alle sichtbar“ sehr dürftig geraten.

Design

Mit dem Nutzen von den Komplementärfarben Blau, im Hintergrund und Gelb in den Kästen werden die Augen des Users extrem beansprucht. Zudem sind alle anderen Elemente nicht anspruchsvoll gestaltet.



Get2Sport

Das WIR-Gefühl entscheidet

Auf dieser mehrsprachigen Plattform, mit Firmensitz in London können sich, seit 2007 Sportbegeisterte aller Sportarten austauschen.

Es besteht die Möglichkeit, ein eigenes Sportlerprofil, Photoalben als auch Videoalben zu erstellen. Über die Google Map lassen sich Sportplätze und -strecken verlinken und in Gruppen zusammen mit Sportlern organisieren. Darüber hinaus gibt es einen zentralen Eventkatalog und viele Diskussionsforen.

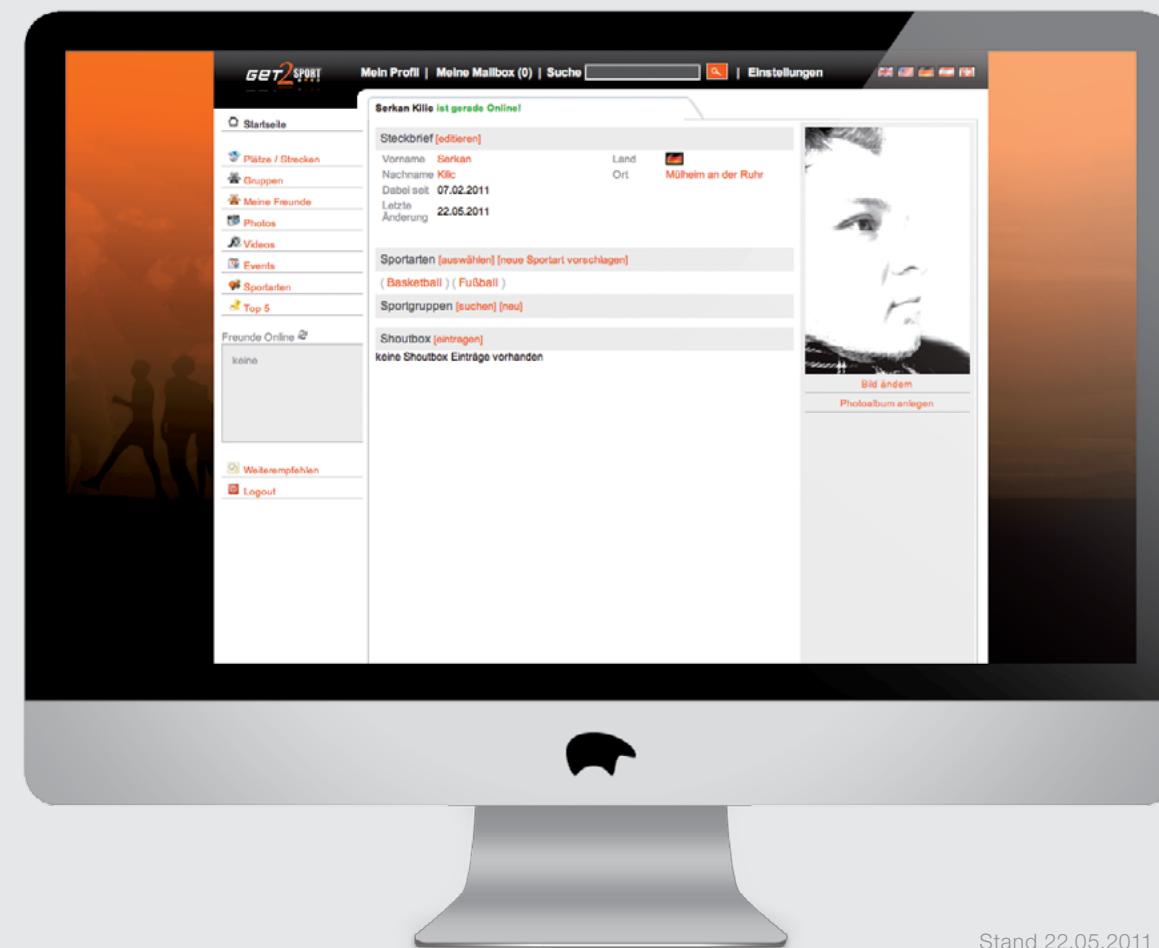
Diese Community dient aber auch der Organisation von Vereinen, von Trainingsspielen, Trainingsplänen usw. Man kann hier ersehen, welche Mannschaft an welchem Tag Zeit und die Möglichkeit hat, um z.B. ein Freundschaftsspiel auszurichten, man erfährt wann und wo in jeder Sportart Wettkämpfe stattfinden oder Spiele ausgetragen werden, wer wo trainiert und welche Plätze oder Hallen wann besetzt sind.

Die Tour verschafft dem interessierten Besucher einen ausreichenden Einblick auf das, was ihm als Mitglied der Community bevor steht.

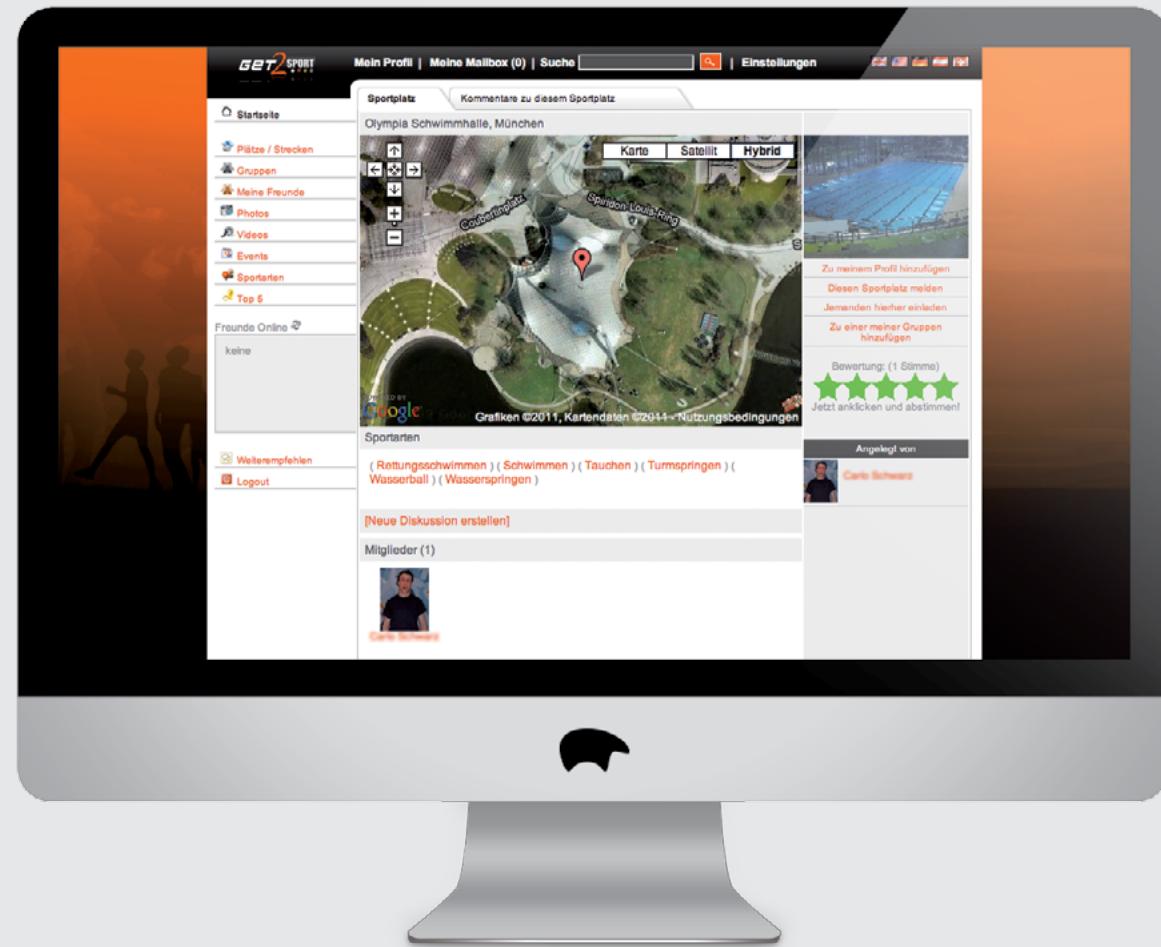
Der Auswahl an Sportarten sind keine Grenzen gesetzt und jedes Mitglied kann den Content mit erweitern.

Die versprochene Masse an Inhalten und Informationen wird nicht geboten. Auch hier ist der Content sehr dürrt und wurde anscheinend nicht weiter entwickelt. Das an den falschen Baustellen gearbeitet wurde, sieht man der Möglichkeit sich das Netzwerk in fünf verschiedenen Sprachen anzusehen.

Der Grundgedanke ist hier ebenfalls schon ganz gut. Jedoch wurde das Projekt nicht weiter gepflegt und kommuniziert und dient anscheinend eher der Kommunikation im Karlsruher Freundeskreis. Wodurch sich der Sinn der mehreren Sprachen immer noch nicht deuten lässt.



Stand 22.05.2011



Struktur

In den einzelnen Bereichen findet man auf der rechten Seite weiterführende und unterstützende Informationen. Die Reiter-Navigation oberhalb vom Content führt einen User zu jeweiligen Unterseiten.

Navigation

Die fixen Navigationen oben und auf der linken Seite sind leicht zu finden. Jedoch tauchen im Contentbereich immer wieder andere Navigationsmöglichkeiten auf, die verwirren und die Website überfrachten.

Funktion

Obwohl unbegrenzte Sportarten eingetragen werden können, beschränkt sich der Funktionsumfang, bis auf wenige Ausnahmen auf das Wesentliche.

Design

Kleine Icons unterstützen und verdeutlichen die Navigation, sind allerdings zu kleinteilig, um sie erkennen zu können. Farblich beschränkt sich die Gestaltung weitestgehend auf Schwarz und Orange.



Netzathleten

Alles was Sportlern Spaß macht

Ziel ist es, Sport in komprimierter Form darzustellen und interessant zu gestalten, indem für alle Sportler und deren Sportarten eine Plattform geschaffen wird.

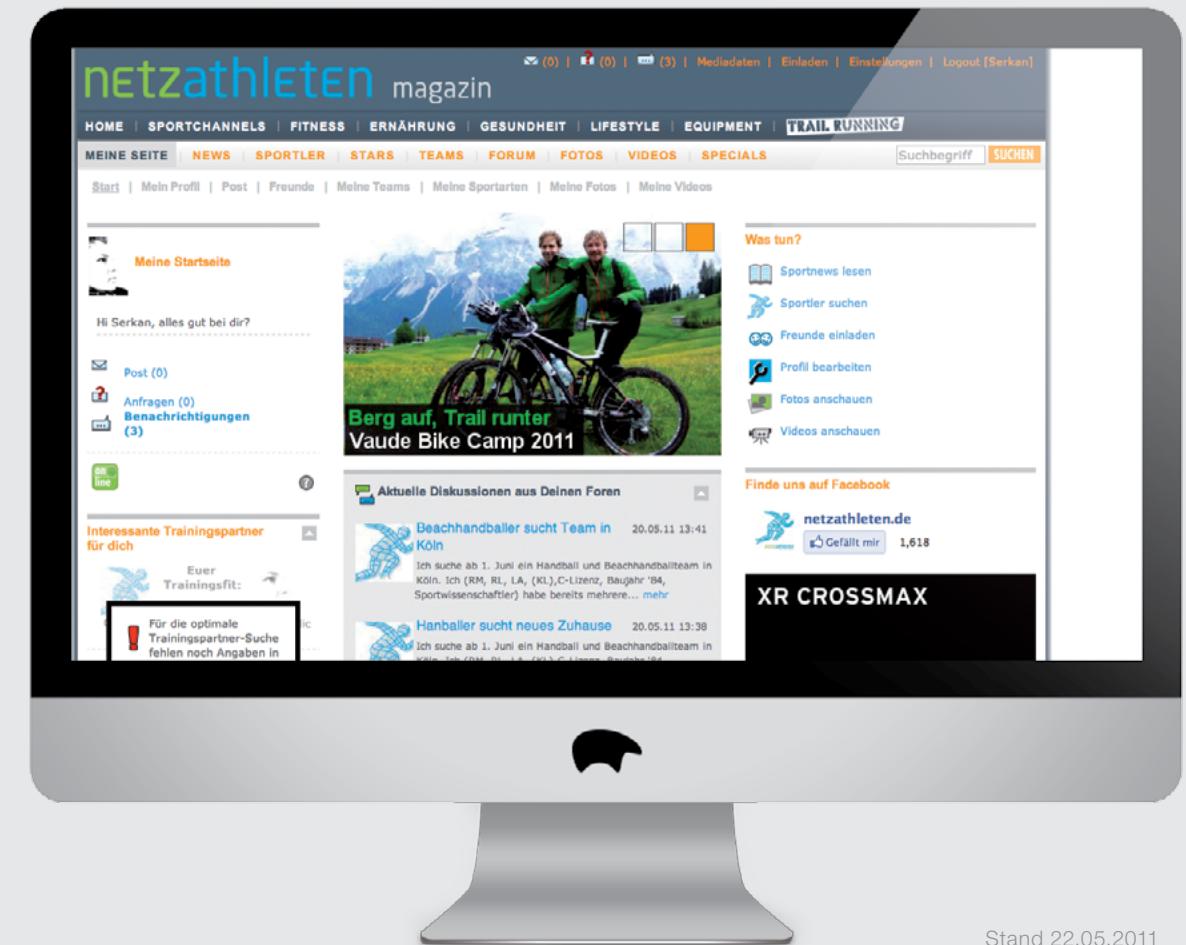
Netzathleten.de, verkörpert dabei die innovative Form eines interaktiven Sportportals.

Das Netzathleten Magazin informiert und unterhält den sportlichen Leser mit fundiertem Sportjournalismus rund um Themen wie Fitness, Ernährung, Gesundheit und sportlichem Lifestyle. Regelmäßig erfahren Nutzer wertvolle Insider-Tipps.

Neben den Magazin-Artikeln, können die sogenannten Netzathleten selbst zum Sportjournalisten werden und eigene Artikel verfassen.

Für alle, die sich gern mit anderen Sportlern austauschen möchten, gibt es ein Sportforum, mit über 300 Sportarten, indem Nutzer den für sie passenden Trainingspartner in der Nähe finden können.

Sportlich besonders Aktive können andere Netzathleten mit sogenannten „Wasserbomben“ bewerfen, wie es schon von Facebook und dem „anstubsen“ bekannt ist.





Struktur

Die Profilstartseite zeigt zu viele Inhalte, die einen verwirren. Es besteht keine Möglichkeit zu selektieren, um gezielt und schnell das zu erhalten, was man als User will.

Navigation

Mit circa 5 Navigationsebenen wird es einem Nutzer erschwert gewünschte Inhalte zu finden. Trotz mehrerer Ebenen, führen diese nicht immer direkt ans Ziel. Hingegen sind die Privatsphäre-Einstellungen einfach zu bedienen.

Funktion

Sportlern werden hier Unmengen an Funktionen geboten, um sich zu präsentieren, auszutauschen und zu informieren. Leider findet sich kein roter Faden, stattdessen wirkt es so, als ob einfach alles gedankenlos in einen Topf geschmissen würde.

Design

Auf den ersten Blick macht die Website zwar einen modernen und harmonischen Eindruck, aber beim genauen Hinsehen ist kein eindeutiger Gestaltungsstil zu erkennen. Inhalte werden immer wieder unterschiedlich gestaltet.



Sportalis

Deutsches Sportportal

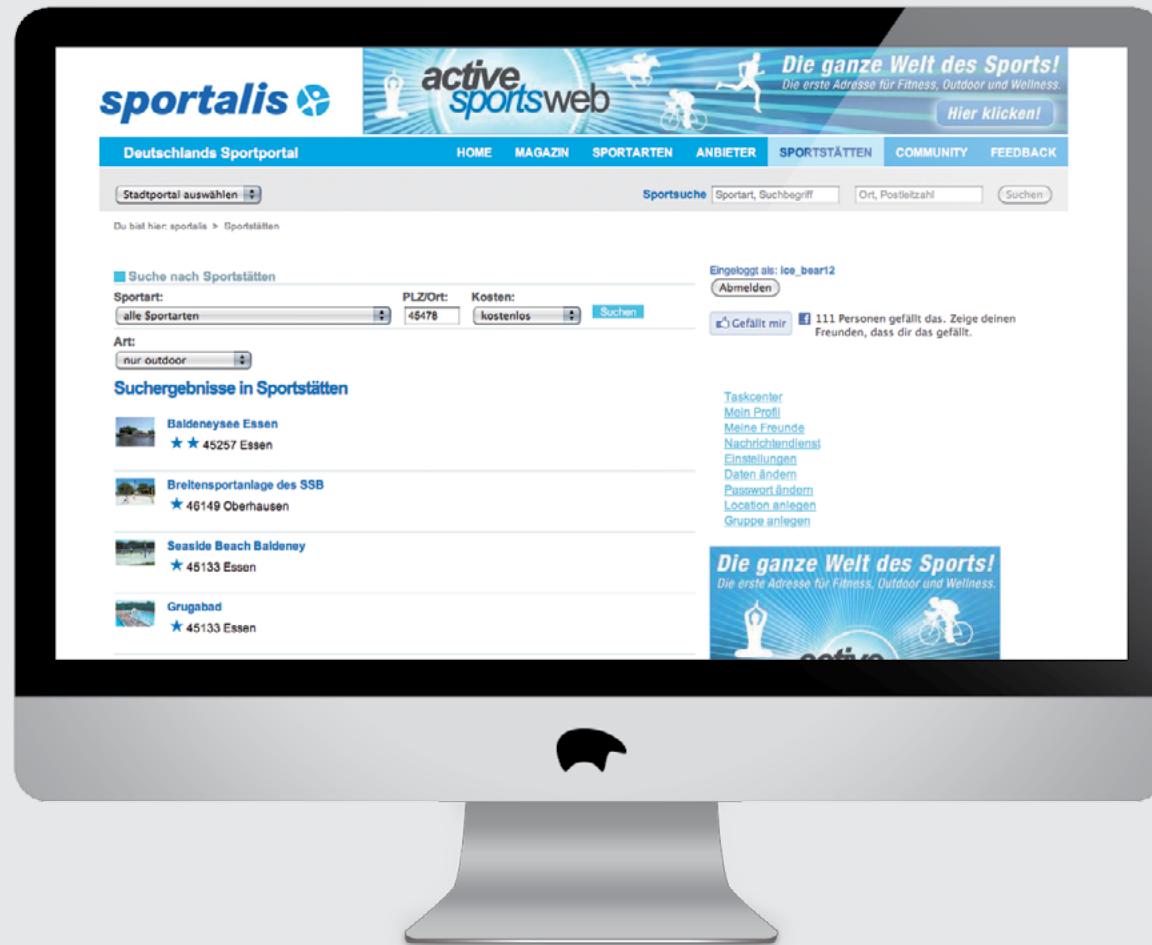
Sportalis wurde von einem sportbegeisterten Team von Absolventen und Studenten der Deutschen Sporthochschule Köln entwickelt.

Das Sport- und Gesundheitsportal berichtet mit einer eigenen Redaktion über Sportnachrichten, insbesondere zu den Themen Breitensport, Vereinssport, Freizeitsport, Trendsport und Sportausrüstung. Das Magazin besteht aus vier Rubriken: Thema des Monats, Interviews und Portraits, Neues aus der Sportwissenschaft und dem Serviceteil.

Eine Sportarten- und Städtesuche ermöglicht es, Sportangebote mit der jeweiligen Lieblingssportart in der Nähe zu finden. Man kann Sportstätten nach Sportarten filtern.

Sportbegeisterte haben die Möglichkeit, sich in einer Sportcommunity mit anderen Mitgliedern über ihren Lieblingssport auszutauschen. Innerhalb der Community können sich Nutzer, um geeignete Sportpartner zu finden bei den Lieblingssportplätzen, Laufwegen und Ähnlichem der anderen eintragen und diese mit anderen teilen. Über gemeinsame Sportarten können sich die User zum Sporttreiben verabreden. User können nach PLZ, Ort und Sportarten gesucht werden.





Struktur

Die versprochenen Funktionen, um mit anderen Mitgliedern zu kommunizieren sind extrem umständlich zu finden, als wolle man nicht, dass diese genutzt werden.

Navigation

Die Hauptnavigation mit seinem Drop-Down-Menü ist auffällig und einfach. Ab da ist es aber sehr schwierig, weiter zu navigieren. Die Unterpunkte sind in dem ganzen Chaos kaum zu erkennen.

Funktion

Zwar ist Sportalis eigentlich ein Sportportal und gibt viele Informationen rund um den Sport, beinhaltet aber auch eine Community, in der sich Sportler austauschen und verabreden können.

Design

Die Farben der Website bestehen aus einem großen Weißraum, Blautönen und einem dezenten Grauteil. Insgesamt wirkt die Plattform wenig durchgestaltet und unübersichtlich. Einige der Elemente sehen von Seite zu Seite unterschiedlich aus.



Meinsport.de

Freizeitsportportal für Jedermann

Meinsport.de wurde im Juni 2007 von den sportbegeisterten Karsten Wysk und Benjamin Nitschke gegründet. Das reale Sportleben steht im Vordergrund und soll keinesfalls durch das Internet-Surfen ersetzt werden, denn „Sixpacks“, eine gesunde Fitness oder persönliche Bestzeiten erreicht man nur durch aktives Sporttreiben.

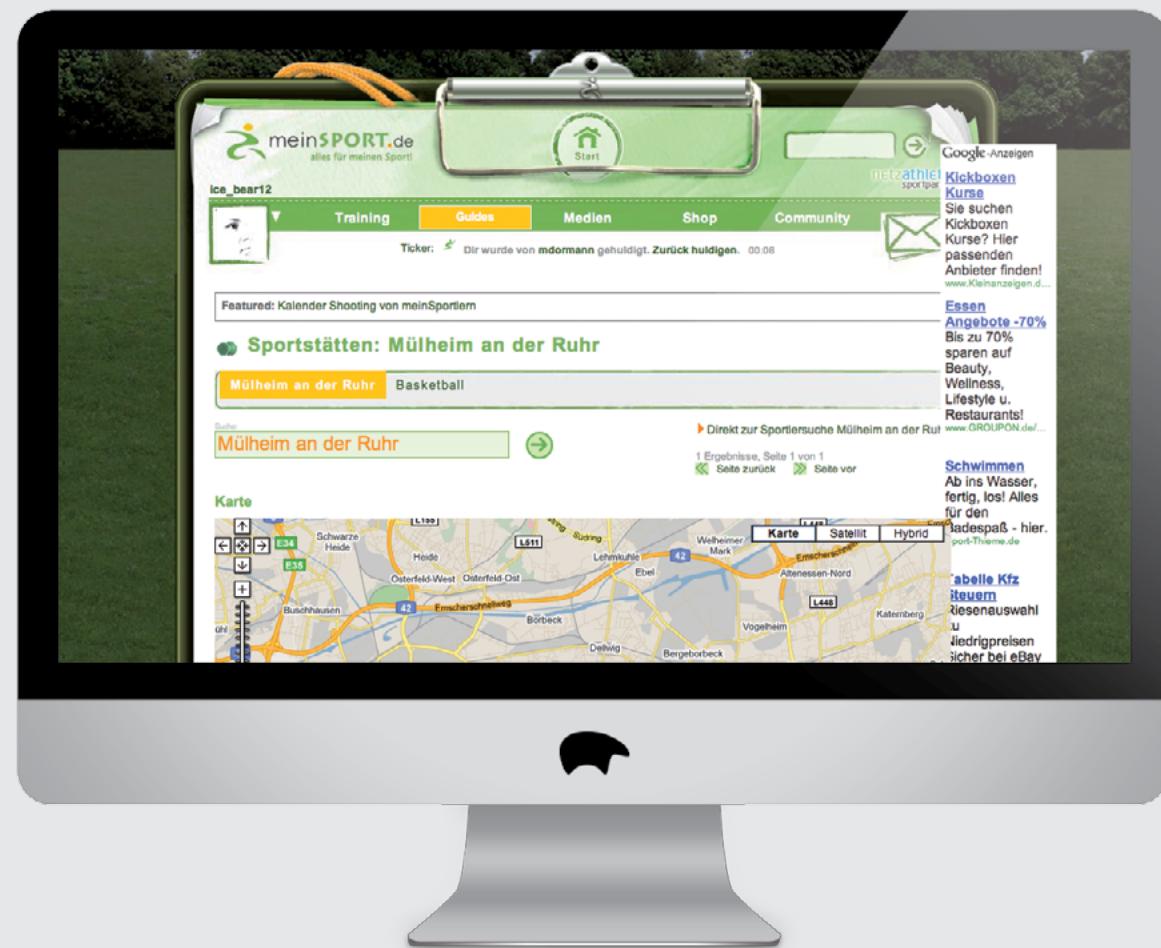
Man kann Kontakte zu Sportlern, Mannschaften und Vereinen aus der jeweiligen Region sowie überregional knüpfen oder bereitet mit Hilfe des persönlichen Sportplaners seine nächste Trainingseinheit vor, und präsentiert seine Sporterlebnisse auf seinem eigenen Sportsender.

Der User bekommt auf Meinsport.de seine eigene Playercard, kann sein Profil anlegen, sich in seinen Vereins- oder Mannschaftsgruppen organisieren und jederzeit neue Interessen-Gruppen gründen. Das User-Profil besteht aus drei funktionellen Ebenen: „mein Sportnetzwerk“, „mein Sportplaner“ und „mein Sportsender“.

Der Sportplaner hilft bei der Organisation von Terminen und informiert über Sportmöglichkeiten im unmittelbaren Umfeld der User. Der Sportsender informiert und gibt jedem Sportler die Möglichkeit selbst Berichte zu verfassen, und seine persönlichen Sporterlebnisse in seinem sportlichen Umfeld zu veröffentlichen. Das Insider-Wissen der User bietet viele interessante Aspekte, die weit über die Berichterstattung in der Presse hinausgehen.

Meinsport.de bietet zudem die Möglichkeit die eigene Mannschaft vorzustellen und selbst Spielberichte zu veröffentlichen. So können eigene Sport-Erlebnisse in Wort, Bild oder Video veröffentlicht und jederzeit Sportler aus dem eigenen Umfeld auf dem Laufenden gehalten werden. Weitere interessante Features wie Tipp-spiele, Ratgeber sowie Aktionen, wie „Rent a Spochtler“ runden das interaktive Angebot von Meinsport.de ab.





Struktur

Teilweise werden nicht eigene Inhalte angeboten. Andere Websites werden mit Hilfe eines iFrames eingeladen. Es gibt keine Seite, die einem eine Übersicht über eigene Inhalte bietet.

Navigation

Die Navigation ist undurchsichtig, man gelangt erst über mehrere Ecken zu dem gewünschten Ziel. Hat man endlich den gewünschten Inhalt erreicht, hilft die 2. Navigationsebene sich innerhalb des Contents zu orientieren.

Funktion

Meinsport.de bietet viele Funktionen um einen guten Überblick über die eigene Fitness zu organisieren. Allerdings sind diese Funktionen keine eigenen und werden nur von anderen Websites eingeladen.

Design

Mit dem Clipboard als Rahmen wird der Fitness-Charakter bestärkt. Die Einzelnen Elemente sind unterschiedlich gestaltet und ergeben im Gesamtbild ein unharmonisches Bild. Die Playercard als Profilbild ist eine nette Idee.



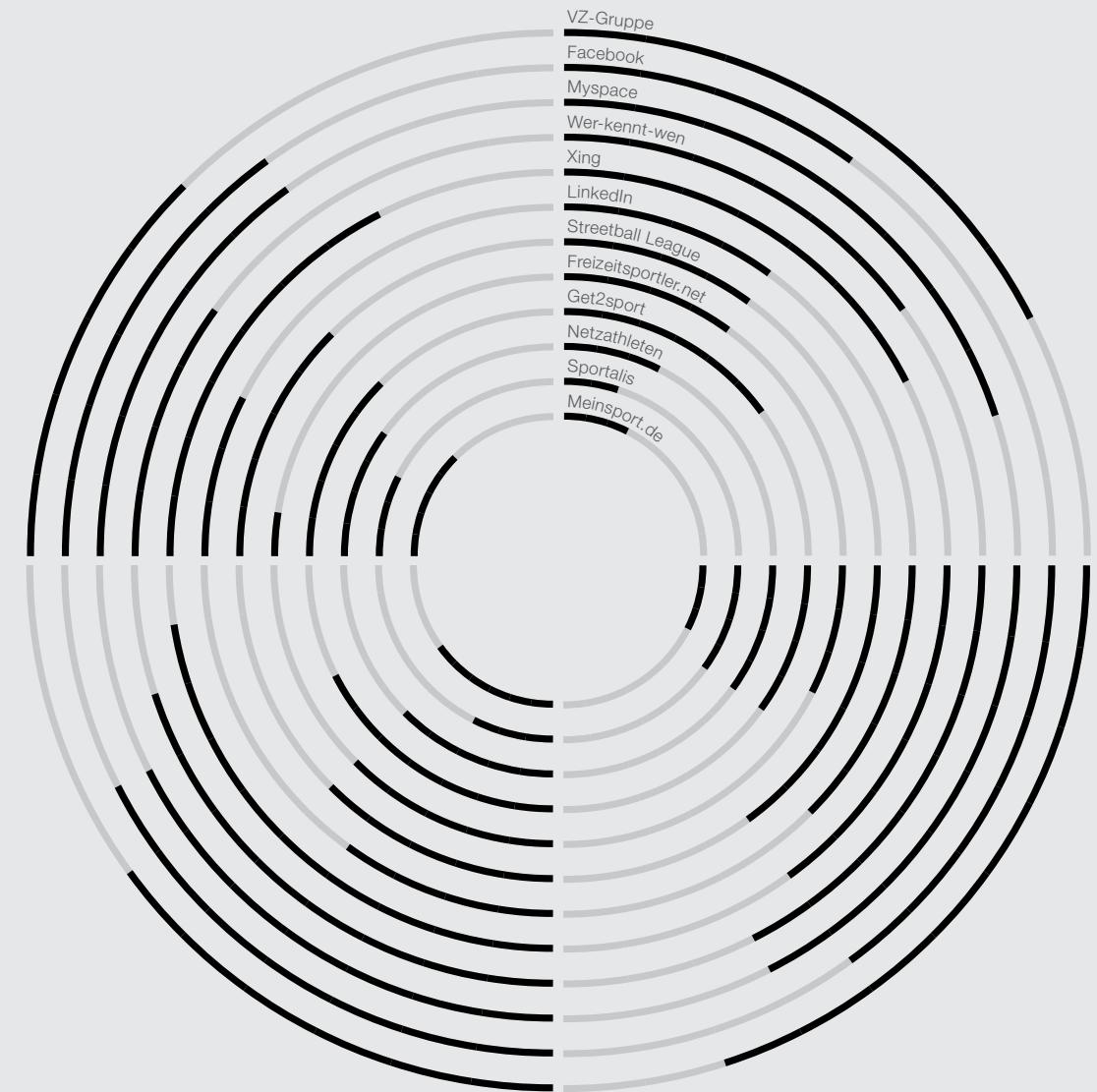
Zusammenfassung

Viele der Netzwerke versuchen viel zu sehr, den Vorreiter Facebook zu kopieren und vergessen dabei das Wesentliche – den Nutzer. Oberflächen der Netzwerke werden unübersichtlicher und wirken überladen. Der Funktionsumfang beinhaltet oft Dinge, die ein Nutzer überhaupt nicht braucht. Es wird oft der eigentliche Nutzen und die Grundidee außer acht gelassen. Ziel sollte es sein, dem Nutzer eine Plattform zu bieten, die ihn schnell und simpel zu den gesuchten Funktionen bringt und ihn in seinem Alltag unterstützt.

Bis auf wenige bietet keines der Netzwerke eine Möglichkeit, die Inhalte individuell zu selektieren, um nur das Angezeigt zu bekommen, was man in dem Moment sehen möchte und braucht.

Die Navigation sollte einen einfachen Weg durch das Netzwerk bieten, damit man mit wenigen Klicks ans Ziel gelangt.

Visuell sind die meisten Netzwerke überfüllt und strapazieren die Nerven der Nutzer. Die kleineren, zielgerichteten Netzwerke sind in den meisten Fällen noch gar nicht ausgereift, um sich ein Soziales Netzwerk nennen zu dürfen.



Situationsanalyse

Problem

Freiplätze wie ausgestorben

In den letzten Jahren ging der Trend immer mehr dahin, sich nicht mehr zum Freizeitsport zu treffen oder ihn überhaupt zu betreiben. Stattdessen wird lieber Sport an der Spielekonsole simuliert oder es wird sich im World Wide Web getroffen und geschattet, gepostet, „gegruschelt“, „angestubst“, „gefällt mir“-Daumen vergeben. Das Internet hat sich zu dem Kommunikationsmittel Nummer 1 entwickelt und ist endgültig für fast alle Jugendlichen zu einem alltäglichen Medium geworden.

Vor dem Social-Network-Trend war es noch möglich nach getaner Arbeit, ohne sich vorher dazu verabreden zu müssen, auf den Freiplatz zu gehen und sich mit Freunden oder vielleicht potenziellen Freunden auszutoben. Man konnte sich jederzeit und fast bei jeder Wetterlage darauf verlassen, dass die Freiplätze gefüllt waren.

Heutzutage ist es leider so, dass die Freiplätze auch bei schönstem Wetter leer bleiben und man alleine „eine ruhige Kugel schieben“ muss. Die sportliche Herausforderung und der Austausch mit anderen bleibt so leider aus.

Die heutige, junge Generation ist mehr damit beschäftigt digitale Freundschaften bei besagten sozialen Netzwerken zu sammeln, anstatt sich mit realen Freunden zu realen Treffen zu verabreden. Freundschaften im sozialen Netz sind eher oberflächlich und man kennt sich nicht persönlich. Stattdessen kennt man seine Bekanntschaften durch die Angaben der Profile.

Idee

Trend zum Gegentrend

Um diesen Trend entgegen zu steuern, soll eine Online-Plattform genutzt werden, in der die User die Möglichkeit haben mit Gleichgesinnten zu kommunizieren, um sich gemeinsam auf öffentlichen Plätzen zu treffen und in den Sportarten Basketball und Fußball auszutoben.

Basketball und Fußball gehören deutschlandweit zu den beliebtesten Sportarten im Freizeitbereich. Für diese beiden Sportarten bestehen auch die meisten Möglichkeiten. Fast an jedem Schulhof existieren Tore und Körbe.

Das Online-Netzwerk soll dazu dienen, den User dort anzusprechen, wo er sich am meisten aufhält – im Internet. Damit nutzt das Netzwerk den Kanal, der zum Aussterben der Straßensport-Kultur beigetragen hat, um genau diese wieder aufleben zu lassen.

In erster Linie zielt das Projekt auf Jugendliche ab, insbesondere auf solche, die zu viel Zeit am Rechner verbringen. Aber auch alle Sportbegeisterte sind ein wichtiger Teil. All denen wird eine Plattform geboten, in der sie sich schnell und unkompliziert verabreden können.

Ziel

Real-Life statt Second Life

Der direkte, zwischenmenschliche Austausch ist etwas persönliches und intimes, das kein digitales Netzwerk bieten kann. Es geht sogar so weit, dass Nutzer sich immer mehr in der digitalen Welt, wie in Onlinespielen oder sozialen Netzwerken verstecken und den Kontakt zur Außenwelt verlieren.

Die Jugend muss von den Bildschirmen weggeholt und wieder motiviert werden, aktiv auf Freiplätzen Sport zu treiben, damit diese wieder mit Leben und Spaß gefüllt werden.

Es ist wichtig wieder Freunde im echten Leben zu finden und nicht solche, die man nur von Profilfotos kennt. Freundschaften bekommen so wieder mehr Bedeutung. Ein reales „high five“ hat mehr Bedeutung als ein „gruseln“.

Nicht zu vergessen ist natürlich auch, dass die körperliche Fitness und das motorische Vermögen in den letzten Generationen nachgelassen hat und mit ein bisschen Straßensport kann man was dafür tun, dass es einem selber und dem eigenen Körper besser geht.

„Straßensport“ soll sich zu einer eigenen Kultur entwickeln, ähnlich wie es schon beim Streetball geschehen ist. Es ist mehr als nur Sport, es ist ein Lifestyle, den man draußen mit Freunden lebt. Es entsteht ein eigener Stil, in der Art und Weise wie man miteinander auf und außerhalb der Freiplätze umgeht und in der Art und Weise, wie man sich kleidet.

Kreation

Corporate Design

Straßensport

Der Name ist eine Wortkombination aus Straße und Sport. Umgangssprachlich ist der Ausdruck auch weitestgehend bekannt.

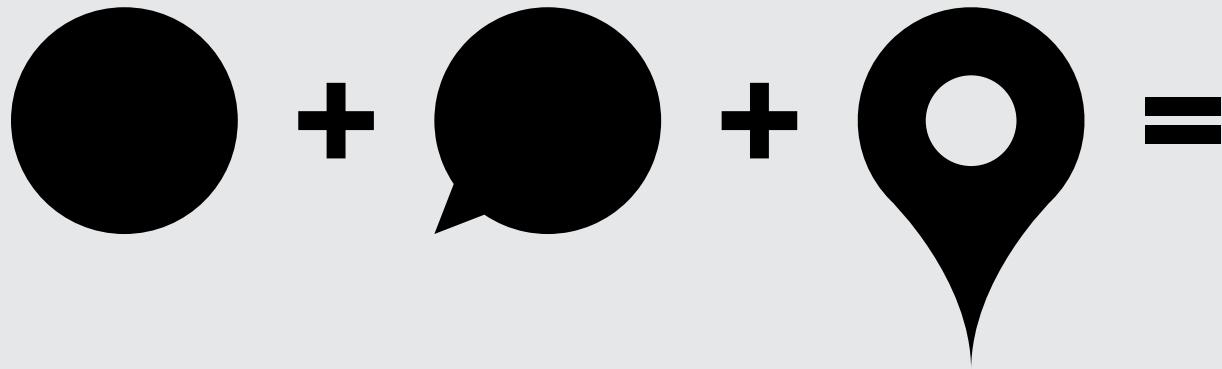
Der Ausdruck Straße leitet sich aus den bereits bekannten Bezeichnungen der Sportarten Streetball und Straßenfußball ab, die beide für die Varianten der eigentlichen Sportart stehen. Umgangssprachlich steht die Bezeichnung außerdem für im Freien liegende Örtlichkeiten. Grundsätzlich ist eine Straße das Bindeglied zwischen zwei Orten. Sie vernetzen auf direktem Weg mehrere Parteien miteinander.

Sport entlehnt sich aus dem englischen „sport“ und ist eine Kurzform für disport (Zerstreuung, Vergnügen), welches seinerseits auf das Altfranzösische desport, déport (Vergnügen) zurück geht.⁶⁰

Allgemein steht Sport für Bewegung und motorische Aktivitäten, aber ein wichtiger Bestandteil, ist sich körperlich und/oder geistig in Wettkämpfen zu messen.

Der Name Straßensport stellt somit eine Vernetzung dar und vereint alle Sportarten, die auf öffentlichen Freiplätzen oder solche, die man dazu macht, ausgeführt werden können.

Logo



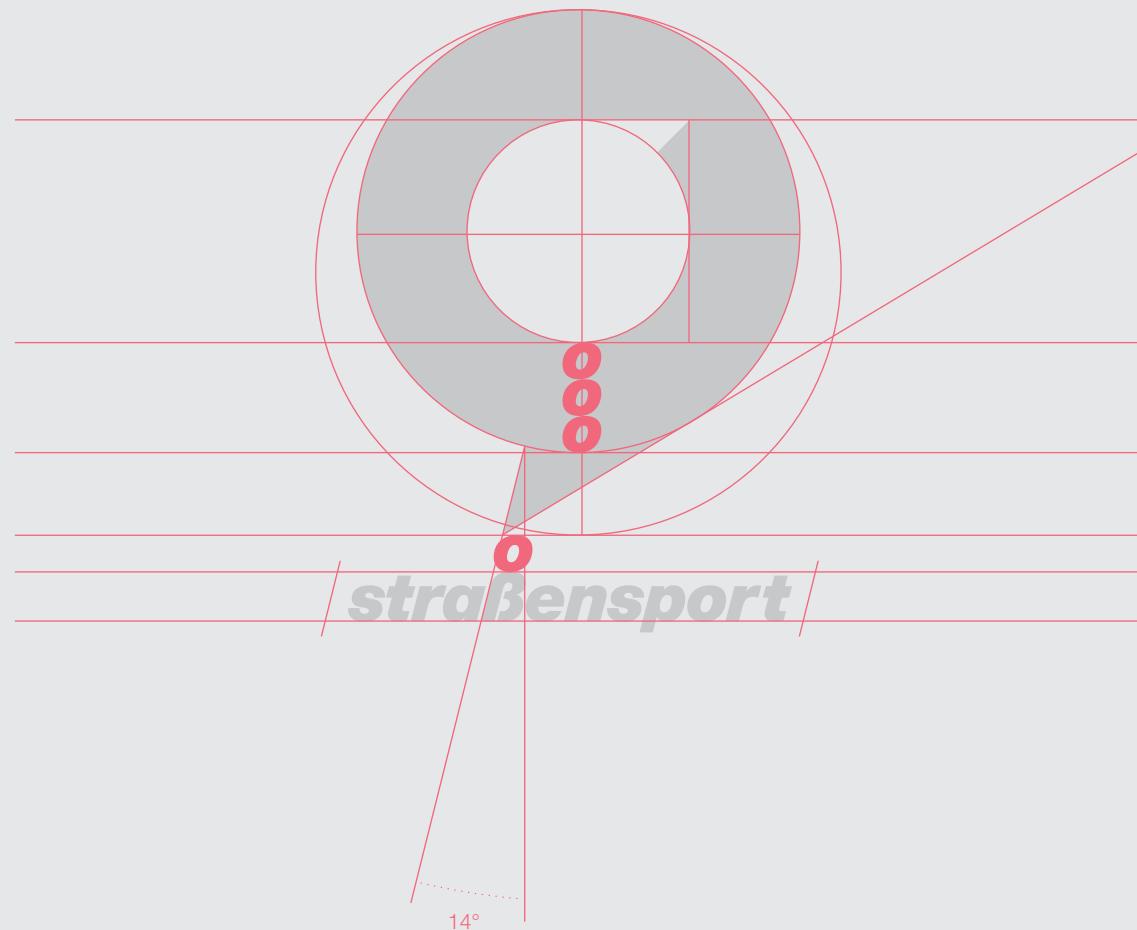
Ball

Sprechblase

Marker



straßensport



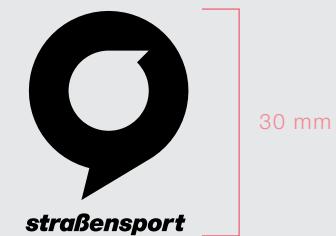
Das „straßensport“-Logo vereint alle relevanten Formen und Elemente auf einmal:

- » Das runde Grundgerüst der Bildmarke kommt aus der Form der Bälle und steht für Sport und Bewegung.
- » Mit dem Hinweisstrich unten, bildet sich aus der runden Grundform eine Sprechblase. Zusammen mit der zweiten Sprechblase im Inneren wird der Austausch und die Kommunikation verkörpert.

» Der Hinweisstrich der Sprechblase zeigt ähnlich, wie man es von Markern von digitalen Landkarten kennt nach unten.

Mit Hilfe der Drehung der Bildmarke und der Kursivstellung der Wortmarke wird eine Dynamik erzeugt, womit das Logo in Bewegung kommt. Die Wortmarke ist für eine schnelle und flüssige Lesbarkeit in Minuskeln geschrieben.

Mindestgröße



Alternative Schreibweise

straßensport

Website

www.straßensport.de

straßensport.de ist ein soziales Netzwerk, indem sich Mitglieder mit Gleichgesinnten austauschen und verabreden können und bietet eine Plattform, in der sich Freizeitsportler mit ihren Vorlieben und Fähigkeiten präsentieren können. Wichtigster Bestandteil ist dabei die Möglichkeit Termine zu erstellen, um sich auf öffentlichen Plätzen zu treffen.

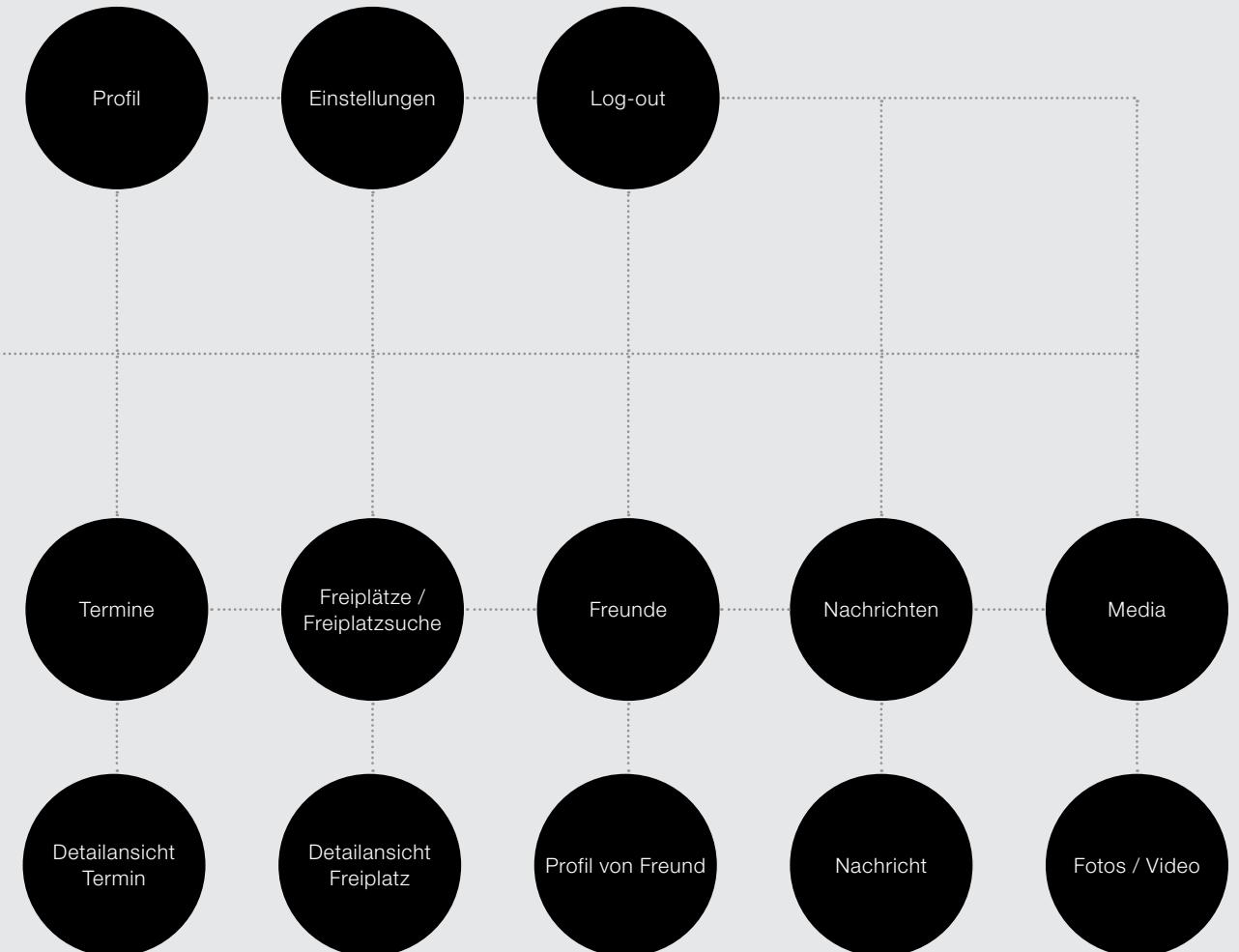
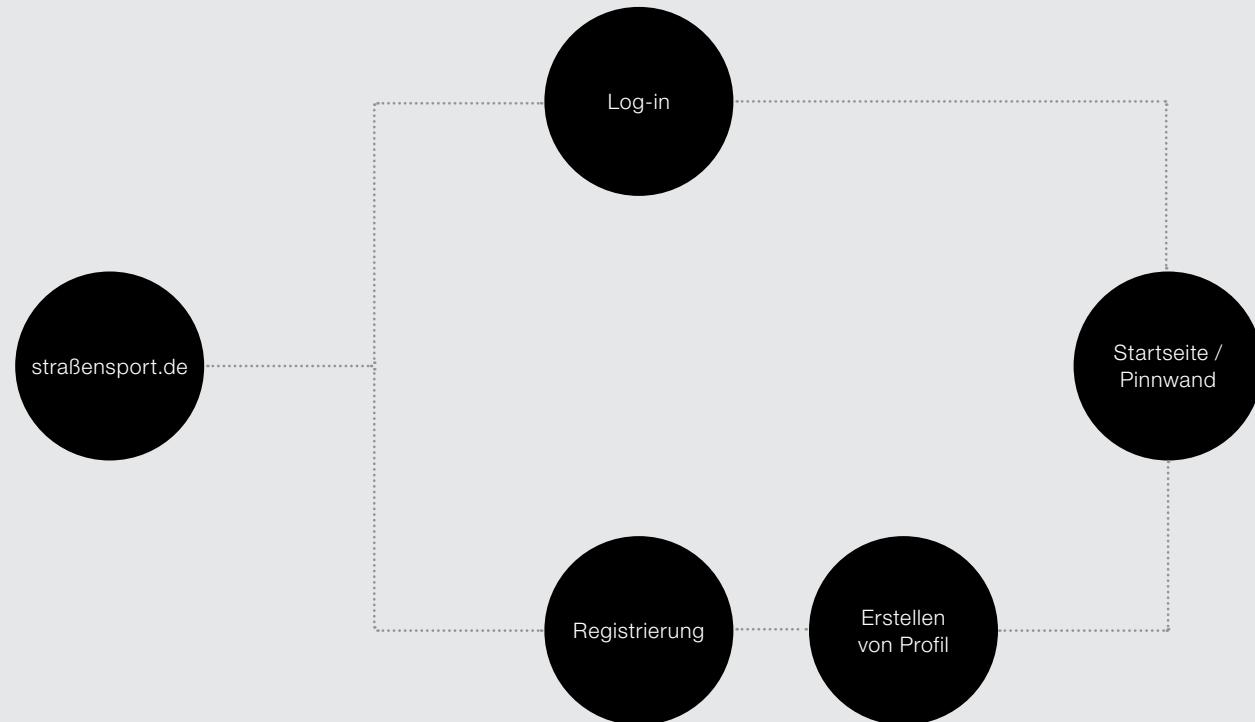
Die flache hierarchische Struktur ermöglicht einen schnellen und simplen Zugriff auf alle Seiten, um auf direktem Weg zum gewünschten Ziel zu gelangen. Das gesamte Konzept ist darauf ausgelegt, sich in kurzer Zeit zu vernetzen.

Als Mitglied der Straßensport-Community hat ein Mitglied die Möglichkeit seinen Lieblingsplatz online zu stellen und anzupreisen, um Termine für ein gemeinsames Treffen bereitzustellen, an dem sich andere beteiligen können.

Funktionen wie Nachrichten hin und her schicken, Freunde sammeln, Fotos und Videos hochladen und präsentieren sind selbstverständlich auch integriert.

Der Funktionsumfang beschränkt sich dabei gezielt auf die Bedürfnisse eines Freizeitsportlers und verzichtet dabei auf unnötige Spielereien und Funktionen.

Hierarchie



Raster

Um auf den verschiedenen Ausgabegeräten und Auflösungen ein gleichmäßiges Gesamtbild zu erzeugen, ist das System flexibel und in einem quadratischen Raster angelegt, das sich der gesamten Browserbreite anpasst.

Dabei haben die einzelnen Elemente eine festgelegte Höhe und eine elastische Breite mit einer festgelegten Mindestbreite, um den Inhalten genug Platz zu bieten. Je nach Auflösung verringert oder vermehrt sich die Anzahl der Spalten.



Auflösung: 1920px



Auflösung: 1600px

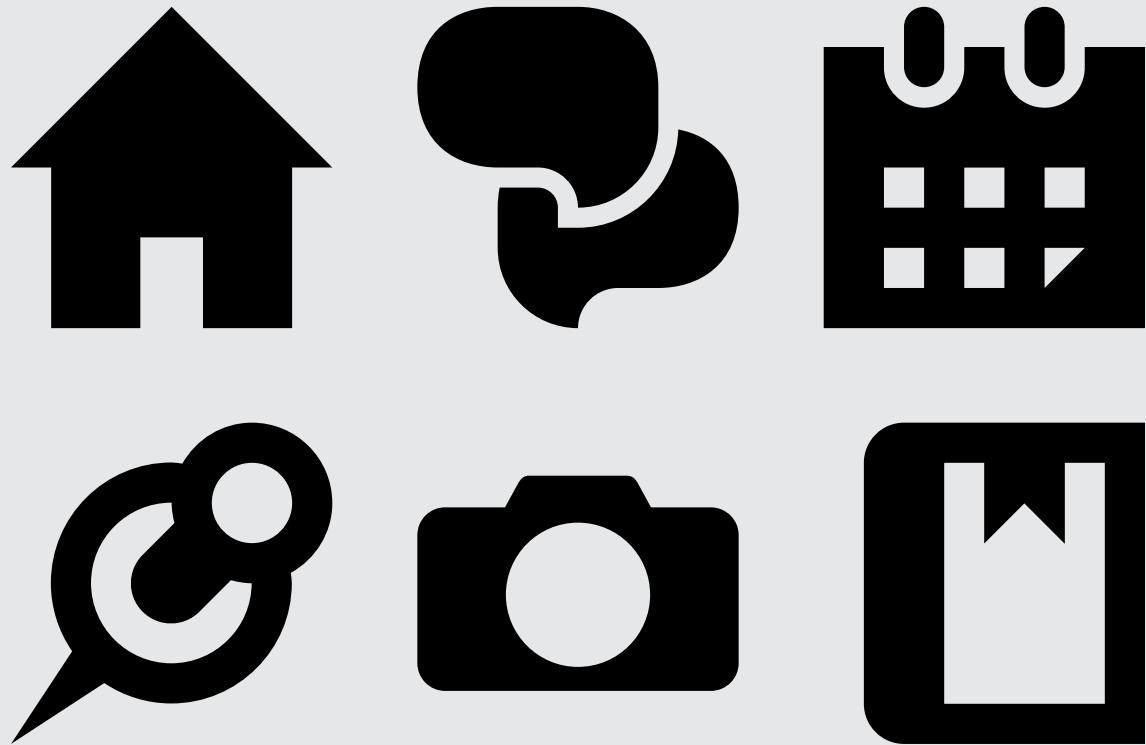


Auflösung: 1280px

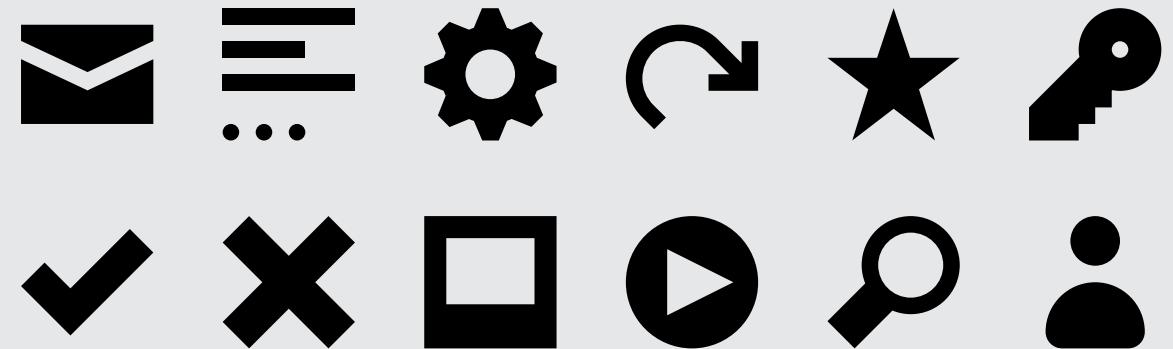


Auflösung iPad vertikal: 768px

Icons



Navigationspunkte werden mit kleinen Symbolen unterstützt. Die Icons sind trotz eines einfachen Stils selbsterklärenden und verhelfen zu einer schnellen Identifikation und Bedienung der einzelnen Navigationspunkte.



Farben

Die Gestaltung des Netzwerks ist hauptsächlich in Grautönen umgesetzt. Das verhilft zu einem ruhigen und neutralen Gesamtbild, welches sich dezent im Hintergrund hält und den User-Generated-Content in den Vordergrund stellt.

Text wird, bis auf wenige Ausnahmen in schwarz angezeigt. Nur Links und kurze Hilfstexte sind Grau.

Auf der Startseite bekommen die einzelnen Kategorien ein Farbsystem, wodurch sich die Bereiche leichter unterscheiden lassen.

 Allgemein

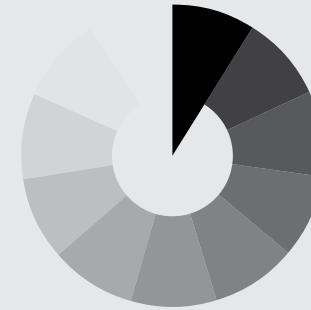
 Mikroblogging

 Termine

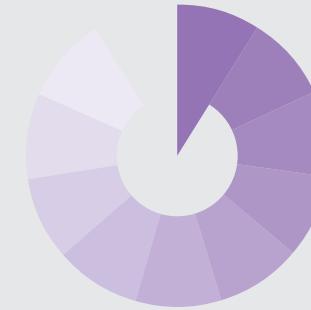
 Freiplätze

 Media

 Profildaten



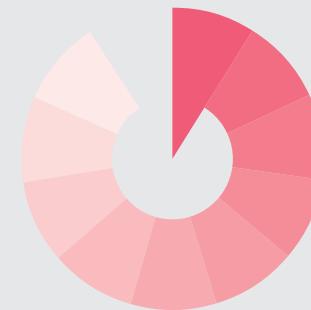
RGB 0 / 0 / 0
HEX #000000
CMYK 0 / 0 / 0 / 100



RGB 153 / 132 / 203
HEX #9984cb
CMYK 45 / 60 / 0 / 0



RGB 0 / 255 / 154
HEX #00ff9a
CMYK 70 / 0 / 45 / 0



RGB 255 / 90 / 116
HEX #ff5a74
CMYK 0 / 80 / 35 / 0



RGB 0 / 128 / 255
HEX #0080ff
CMYK 80 / 35 / 0 / 0



RGB 255 / 166 / 63
HEX #ffa63f
CMYK 0 / 40 / 80 / 0

Typografie

Die grundlegende Schriftgröße beträgt 11px, nur Mikroblogging-Texte und andere wichtige Informationen werden größer angezeigt.

```
font-size:  
11px;
```

Um auf möglichst allen Ausgabegeräten ein einheitliches Bild zu erhalten, wird das Fallbackprinzip eingesetzt. Als Hauptschrift wird die, insbesondere bei Apple-Produkten weit verbreitete Helvetica eingesetzt. Sollte diese auf einem System nicht installiert sein, bekommt man als sogenannte Fallback-Schrift, die auf allen gängigen Systemen verbreitete Arial.

```
font-family:  
Helvetica, Arial, sans-serif;
```

Helvetica und Arial sind beide serifenlos und in der analogen wie auch der digitalen Welt die am meist verwendeten Schriften. Die Arial wurde als Alternative zur Helvetica entwickelt und ist geometrisch ähnlich.

Für den Sonderfall, dass auf beide Schriftfamilien nicht zugegriffen werden kann, kommt mit sans-serif eine generische Schriftfamilie zum Einsatz. Damit wird dem Browser die Chance geboten, eine Schriftart auszuwählen, die zumindest vom Typ der gewünschten entspricht.

```
font-family:  
„Helvetica Neue“, Helvetica, Arial,  
sans-serif;
```

Diejenigen, welche die Helvetica Neue auf ihrem System installiert haben, bekommen die Mikroblogging-Texte und auch andere verschiedenen Texte in einer Light-Version angezeigt.

Helvetica

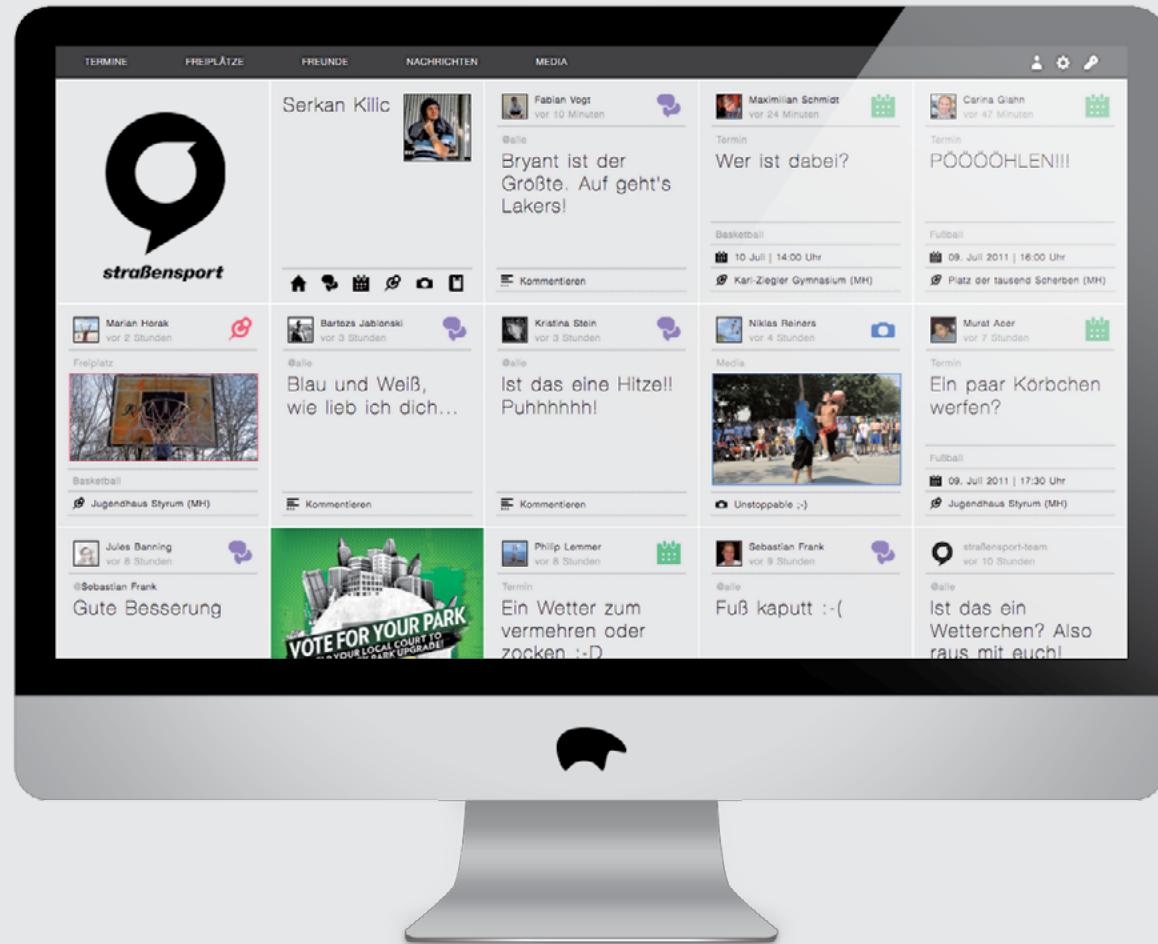
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Schweißgequält zündet Typograf Jakob verflixt öde Pangramme an.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Schweißgequält zündet Typograf Jakob verflixt öde Pangramme an.



Die Startseite

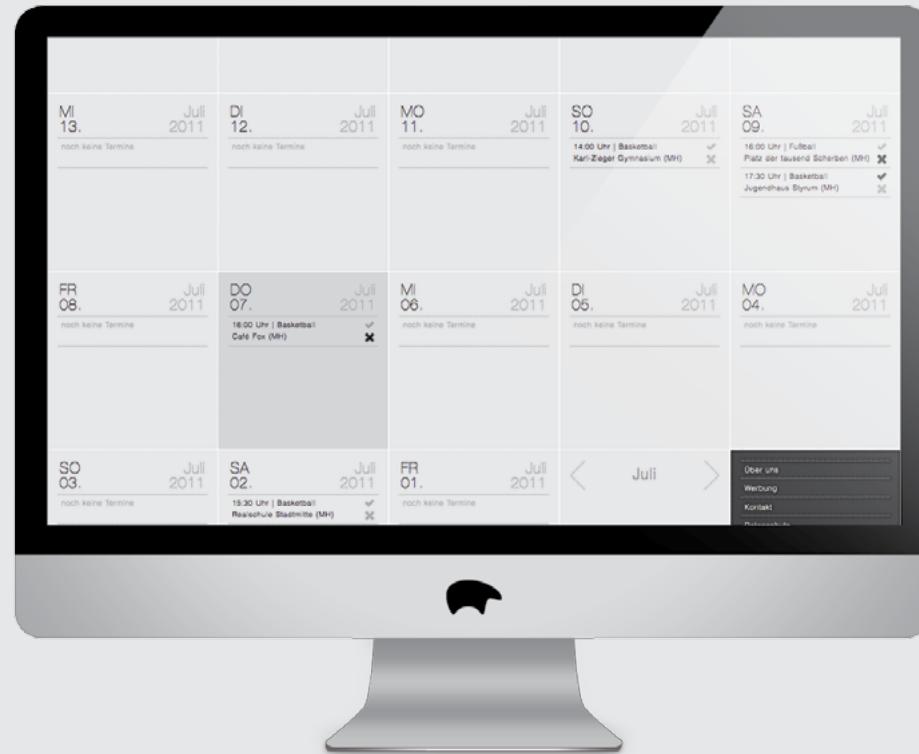
Die Startseite eines Mitglieds, auch Pinnwand genannt, bietet einen Überblick über aktuelle Einträge aller Freunde.

Zu sehen sind Mikroblogging-Einträge, aktuelle Termine, neu eingetragene Freiplätze, hochgeladene Fotos und Videos und geänderte Profildaten von Freunden.

Ein Filter kann dazu genutzt werden, sich nur Einträge aus einem ausgewählten Bereich anzuschauen. Zum Beispiel kann man sich nur die aktuellen Termine ansehen.

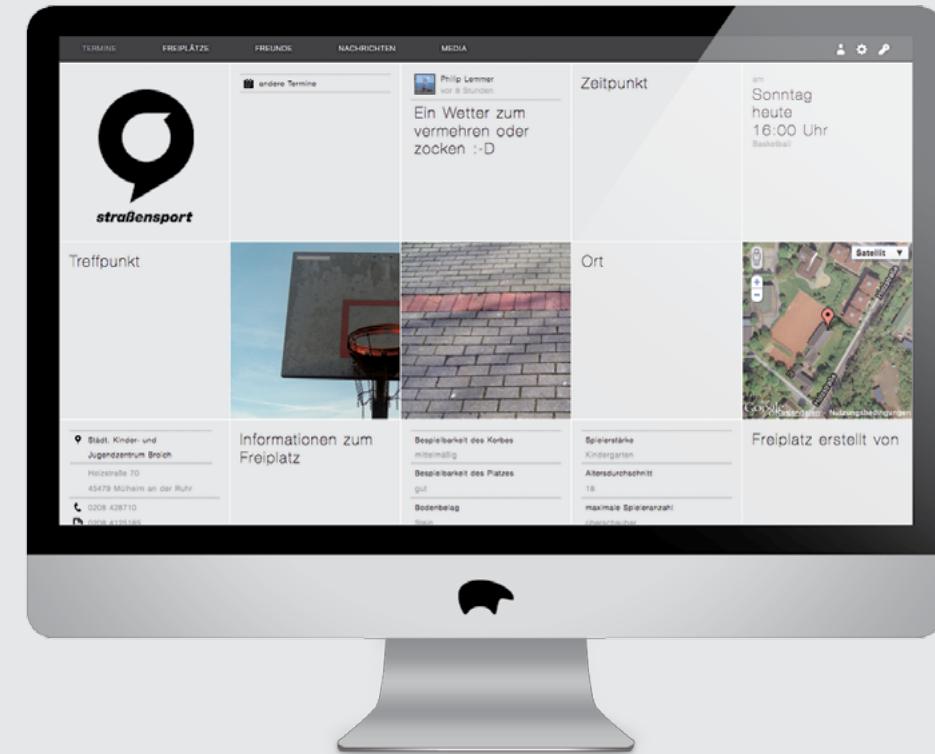
Hin und wieder wird sich auch das Netzwerk an seine Mitglieder mit kurzen Aussagen und Informationen wenden. Werbung zu schalten ist in einer der Boxen ebenfalls möglich.

Übersicht Termine



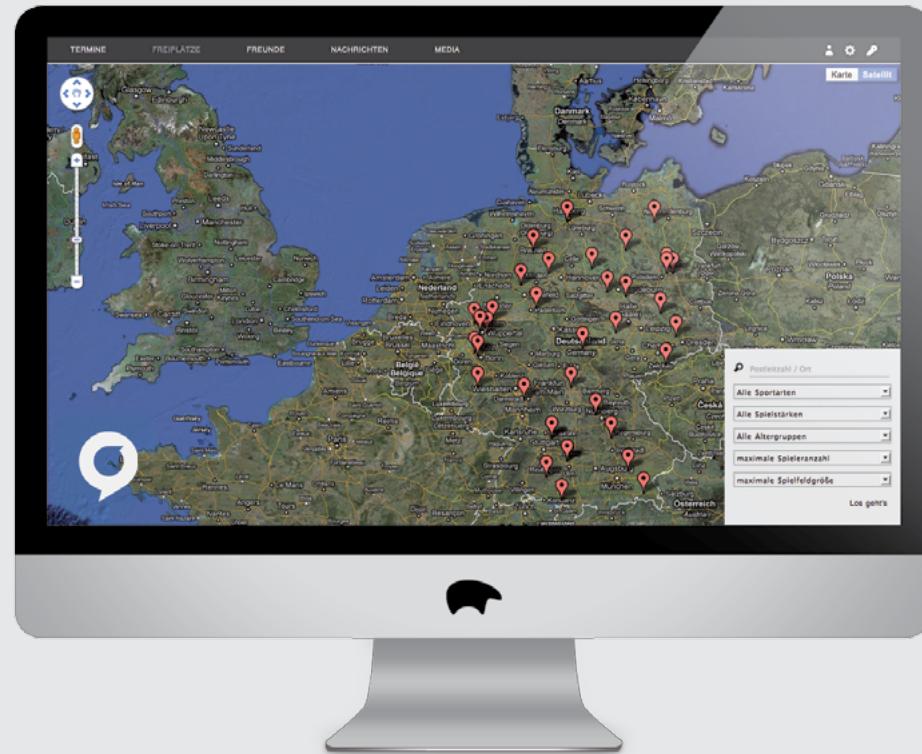
In der Rubrik werden die Termine in einer Monatsansicht angezeigt. Ein Eintrag gibt dem User direkt die Informationen, wie Zeit und Ort des Termins. Außerdem kann der User an diesem Punkt bereits auswählen, ob er teilnehmen möchte oder nicht.

Detailansicht Termin



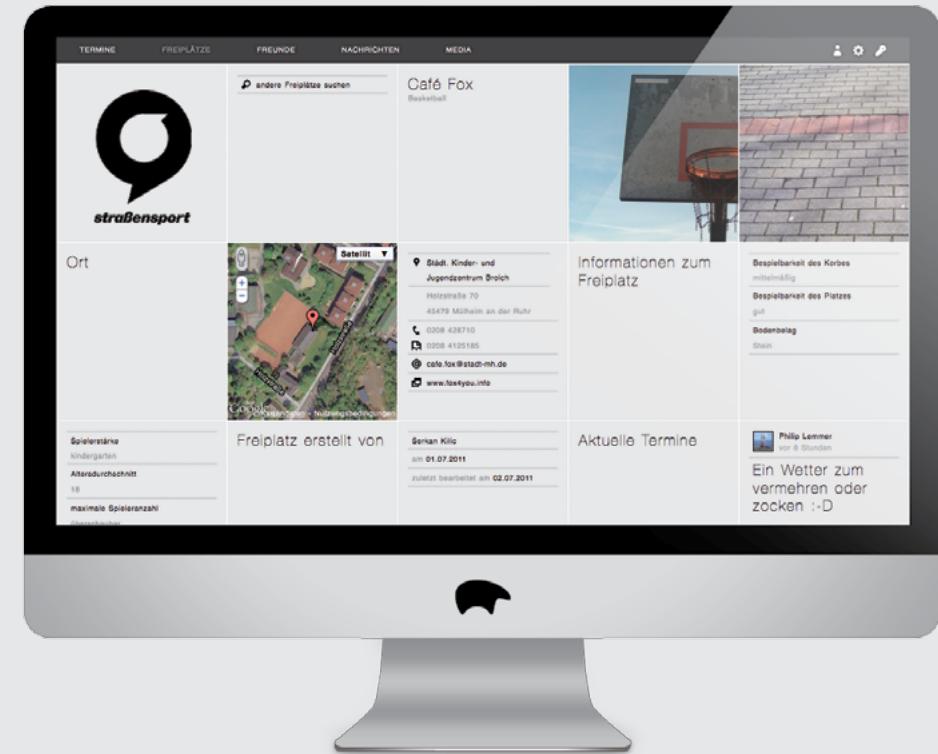
In der Detailansicht eines Termins sind alle nötigen Informationen zu sehen, wie Zeitpunkt, Fotos vom Freiplatz, Informationen zum Ort und Kontaktdaten, allgemeine Spielstärke, Beschaffenheit vom Freiplatz, Zu- und Absagen und Durchschnittliche Spielstärke aller Teilnehmer des Termins.

Übersicht Freiplätze



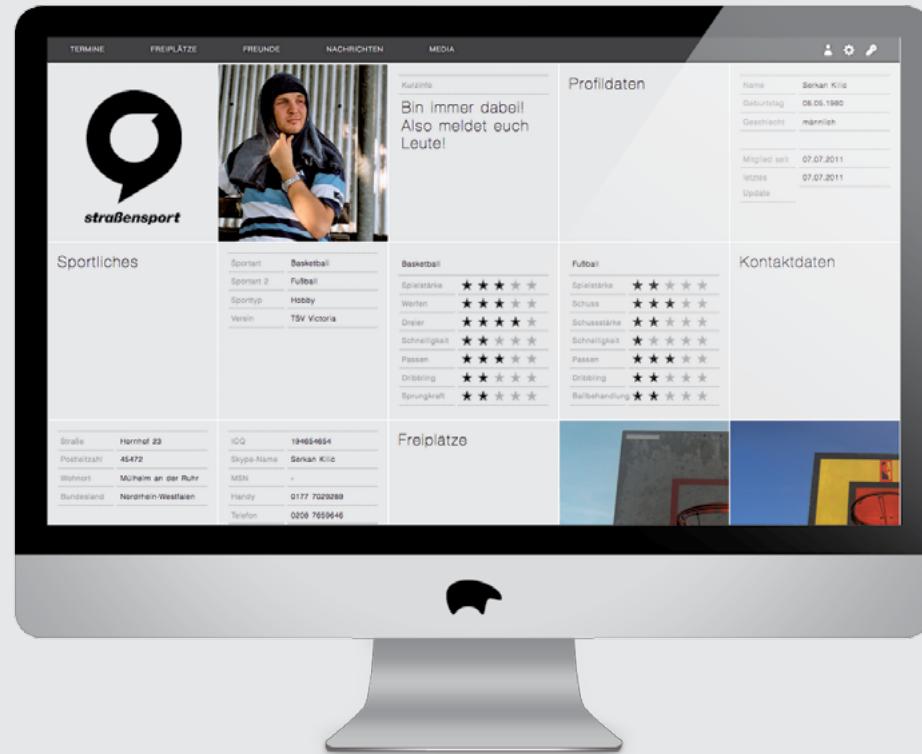
Alle eingetragenen Freiplätze sind auf der Karte markiert und unterscheiden sich zwischen Fußball und Basketball. Mit Hilfe der Suche können die Ergebnisse nach Örtlichkeit, Sportart, Spielstärke und Beschaffenheit eingegrenzt werden.

Detailansicht Freiplatz



Die Detailansicht von einem Freiplatz bietet Informationen, wie Fotos vom Freiplatz, Informationen zum Ort und Kontaktdaten, allgemeine Spielstärke, Beschaffenheit vom Freiplatz, alle aktuellen Termine auf diesem Platz und Kommentare und die Möglichkeit Kommentare einzutragen.

Profil



Auf jeweiligen Profildaten können Mitglieder sich selber, ihre sportlichen Fähigkeiten und ihre Kontaktdaten präsentieren. Außerdem werden alle Freiplätze, die der User eingetragen hat und alle Fotos und Videos, die er hochgeladen hat, angezeigt.

Andere



Diese Seiten gehören zu den bekannten Standardfunktionen von sozialen Netzwerken:

- » Freundeslisten
- » Nachrichtendienst
- » Fotos und Videos

App

Unterwegs auf dem Laufenden

Die App dient der Unterstützung der Website und holt den User schon draußen ab, damit diese nicht erst nach Hause an den Heimrechner müssen. Egal wo man sich befindet können die Daten abgerufen, Termine eingesehen, Informationen zu Freiplätzen und Nachrichten gelesen und geschrieben werden

Neben den Funktionen, die schon auf der Website vorhanden sind, bietet die App ein paar Zusatzfunktionen, die dem Nutzer unterwegs behilflich sein können. Auf den folgenden Seiten sind die Gestaltung und zur Veranschauung drei Szenarien aufgeführt.

Allgemein

Die Gestaltung der App ist an die der Website angelehnt. Die Startseite bietet, wie die Website einen Überblick über die aktuellen Einträge, die ebenfalls nach den einzelnen Rubriken selektiert werden können. Das Menü bietet einen schnellen Zugriff auf die Funktionen und Bereiche.

Auf den folgenden Seiten sind Szenarien aufgeführt um ein paar der Funktionen darzustellen.



Terminhinweis

Sollte jemand aus der Freundesliste einen neuen Termin eintragen, erhält man eine Push-Nachricht mit dem Hinweis und der Möglichkeit direkt dorthin zu springen.

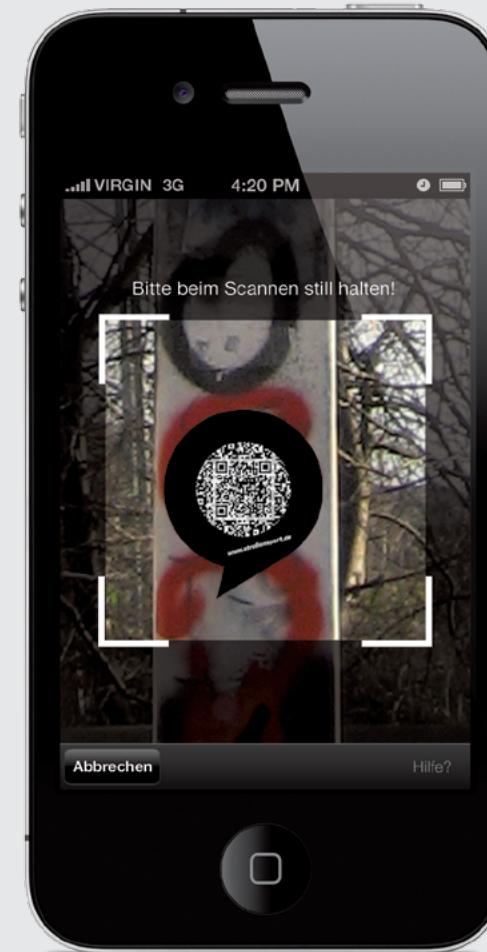
Ein Fingerdruck auf weiter führt direkt zu dem eingetragenen Termin. An diesem Punkt kann man sich weitere Informationen zu Zeitpunkt und Treffpunkt ansehen und sich entscheiden, ob man teilnehmen möchte.



Platzerkennung

Eingetragene Plätze erhalten eine Kennung via QR-Code. Befindet man sich auf einem der eingetragenen Freiplätze, sucht man den QR-Code und scannt diesen mit der App ab.

Nach erfolgreichem Scan leitet die App den Nutzer weiter, direkt zu den Informationen des Freiplatzes, wie z.B. Beschaffenheit des Platzes, Spielstärke, Adresse und Fotos.



Alarm

Die App erkennt den derzeitigen Standort und checkt, über die eingetragenen Termine, ob Freunde in der Nähe sind und „zocken“.

Der Nutzer gelangt auf eine Karte, die den eigenen Standort und den Freiplatz anzeigt. Von dort aus können alle Informationen über den Termin eingesehen werden.

Im Vorfeld können Einstellungen gemacht werden, die die Ergebnisse filtern können. Zum Beispiel kann der Nutzer einstellen, welche Reichweite, Sportart, Uhrzeit und/oder Spielstärke die Ergebnisse haben sollen.



Kommunikation

Fühl den „straßensport“

Mit einer simplen Guerilla-Aktion wird die Zielgruppe zielgerichtet und aufmerksamkeitsstark angesprochen.

Auf und in der Nähe von Freiplätzen, im öffentlichen Raum und überall wo man sonst die Zielgruppe erreichen kann, werden die „straßensport“-Aufkleber an markanten und sichtbaren Stellen angebracht.

Die Aufkleber, in Form der Bildmarke transportieren mit kurzen Aussagen das Gefühl des Straßensport. Auf Freiplätzen, unter den Freizeitsportlern herrscht eine eigene Sprache, um z.B. einen schönen Spielzug/Trick zu kommentieren oder einen Gegner zu verunsichern. Alle Aussagen werden dabei groß, plakativ und aufmerksamkeitsstark kommuniziert.

Um eine Verbindung zu dem „straßensport“-Netzwerk herzustellen, steht unten am Hinweisstrich die URL als Signatur.







Schlusswort

Die intensive Auseinandersetzung mit dem Thema hat mir viel Spaß gemacht. Bei der theoretischen Herangehensweise haben sich neue Wege und Ideen aufgetan, die mir zu anderen Blickwinkeln verholfen haben.

Es gab zwar Phasen, in denen es nicht voranging und ich schon fast verzweifelt bin, aber meine Leidenschaft für Straßensport und Design hat mich am Ball bleiben lassen. Schließlich verfolgt mich das Thema schon mein ganzes Studium. Es zieht sich ein roter Faden von meiner Mappe für die Eignungsprüfung, meinen Semesterarbeiten bis zu dieser Arbeit.

Auch in meinem Privatleben gehe ich dem Straßensport nach, indem ich AG's an Schulen anbiete und jährlich als Betreuer an Freizeiten teilnehme. Damit möchte ich Jugendlichen den Spaß an Sport vermitteln. Natürlich verbringe ich jede freie Minute damit, draußen mit Freunden Fußball und Basketball zu spielen.

Das Internet und insbesondere die Sozialen Netzwerke sind, insbesondere für Jugendliche, als Kommunikationsmittel nicht mehr weg zu denken und ihre Entwicklung geht immer weiter. Genau dort spricht die Website die Jugendlichen und alle Sportbegeisterten an und bietet ihnen eine Plattform, sich zu vernetzen.

„straßensport“ ist mehr als nur eine Marke, sondern ein Lifestyle. Diese Art der Freizeitgestaltung hat eine eigene Kultur und seine eigenen Regeln, weil sich dieser Sport voll und ganz nach den Spielern und deren Einigung untereinander richtet.

Beim spielen miteinander ist der Wettkampf unwichtig. Zwar versucht man sein Bestes zu geben, aber der Spaß steht dabei im Vordergrund.

Durch den Austausch der Spieler entsteht ein Kontakt, der mit einer digitalen Freundschaft nicht zu vergleichen ist. Es entstehen echte Freundschaften, die nicht nur Interessen teilen sondern diese auch ausüben. Auf den Freiplätzen entwickeln sich reale Kontakte, hingegen bilden sich in der digitalen Welt Freundschaften nur durch einen Mausklick.

Kreativität spielt dabei eine ganz große Rolle und es werden dabei keine Grenzen gesetzt. Von dem eigenen Outfit, bis hin zu Tricks mit dem Ball ist alles erlaubt und erwünscht. Je ausgefallener und außergewöhnlicher, umso besser.

Bei der „straßensport“-Plattform steht das Ziel im Vordergrund und keine technischen Innovationen. Mitglieder kommen simpel und schnell an das gewünschte Ziel. Andere Netzwerke werden immer unübersichtlicher und verlieren ihren Weg, indem sie immer wieder neue Funktionen, Spiele und Anwendungen einfügen.

Die Plattform und der Lifestyle bieten noch ein enormes Entwicklungspotenzial. Sie wächst mit seinen Nutzern. Zum Beispiel könnte sich eine eigene Modelinie entwickeln oder es könnten andere Medien mit einbezogen werden.

Gerade wegen diesem großen Potenzial, dass ich in dieser Plattform sehe und meiner Obsession für Straßensport, möchte ich dieses Projekt auch realisieren und hoffe auf eine positive Resonanz und rege Beteiligung.

Anhang

Bücher

Connected!: Die Macht sozialer Netzwerke und warum Glück ansteckend ist

Nicholas A. Christakis
Fischer / 2010

Die Grundlagen der Soziometrie. Wege zur Neuordnung der Gesellschaft

Jacob Lutz Moreno
Verlag für Sozialwissenschaften / 1991

Facebook und Co:
Eine soziologische Analyse von Interaktionsformen in Online Social Networks

David Kirkpatrick
Carl Hanser Verlag / 2011

Facebook: Wie das soziale Netzwerk Facebook unser Leben verändert

Juan Faerman
Südwest Verlag / 2010

Freundschaften im Kindes- und Jugendalter:
Ein Vergleich von realen Freundschaften und Onlinefreundschaften

Carina Dambacher
GRIN Verlag / 2007

Generation Internet: Die Digital Natives: Wie sie leben - Was sie denken - Wie sie arbeiten

John Palfrey / Urs Gasser
Carl Hanser Verlag / 2008

Handbuch Netzwerkforschung

Christian Stegbauer
VS Verlag / 2010

Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Jan-Hinrik Schmidt
Verlag / Jahr

Pubertät und Adoleszenz. Wie Kinder heute erwachsen werden

Hartmut Kasten
Reinhardt / 1999

Web 2.0: Die nächste Generation Internet

Miriam Meckel
Nomos / 2008

Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung:
Navigation durch die digitale Jugendkultur

Jürgen Ertelt
Kopäd / 2007

Wa(h)re Freunde: Wie sich unsere Beziehungen in sozialen Online-Netzwerken verändern

Thomas Wanhoff
Spektrum Akademischer Verlag / 2011

Anhang

Websites

ARD/ZDF-Onlinestudie

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/> [02.03.2011]

Das Internet, Geschichte und Grundlagen

<http://www.bswals.at/pc/internet/inet/inet.htm> [13.03.2011]

Die Geschichte des Internet

http://www.dasinternet.net/geschichte_des_internets.php [11.03.2011]

Die Geschichte des Internet - Referat

<http://www.lerntippsammlung.de/Die-Geschichte-des-Internets.html> [20.03.2011]

History of the Internet

<http://www.YouTube.com/watch?v=9hIQjrMHTv4> [11.03.2011]

Internet – Der größte Erfolg der Neuzeit wird 15

http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article1950384/Internet_Der_groesste_Erfolg_der_Neuzeit_wird_15.html [05.03.2011]

Klassische Definition des Begriffs Soziologie

<http://www.suite101.de/content/klassische-definitionen-der-soziologie-a106221> [14.04.2011]

Mark Granovetter

http://en.wikipedia.org/wiki/Mark_Granovetter [01.04.2011]

Megacommunitys - Soziale Netzwerke verändern die Online-Landschaft

<http://www.heise.de/ct/artikel/Megacommunitys-948944.html> [15.05.2011]

Social Media

http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media [08.03.2011]

Social Media Marketing auf Deutsch

<http://www.socialmedia-blog.de/> [11.03.2011]

Soziale Netzwerke - Zusammenfassung und Fazit

<http://samanthahutter.wordpress.com/> [22.05.2011]

Studie analysiert Verhalten Jugendlicher in sozialen Netzwerken

<http://idw-online.de/pages/de/news414744> [22.04.2011]

Top 100 Soziale Netzwerke in Deutschland

<http://online-ich.de/20100125/top-100-soziale-netzwerke-deutschland/> [20.05.2011]

Vergleich: Facebook, Myspace und SchuelerVZ / StudiVZ

<http://www.allthemedias.de/internet/vergleich-facebook-myspace-und-schuelervz-studivz.html> [05.06.2011]

Web 2.0 mit den Augen eines Suchmaschinenoptimierers / Online Verkäufers

<http://www.design4u.org/hausarbeit-web-2-0-teil-02-inhaltsverzeichnis/> [08.03.2011]

Impressum

straßensport

Konzeption, Entwurf und Realisation eines
Soziales Netzwerks für Freizeitsportler

Serkan Kilic

fh@serkankilic.de
www.serkankilic.de

Matrikelnummer 507377

Bachelorarbeit

Kommunikationsdesign
Fachhochschule Düsseldorf
Sommersemester 2011

Prüfer

Prof. Dr. Stefan Asmus
Ulrich Leschak

Dankeschön

Claudi, Fabian, Kiki, Ute Stein

Ich versichere, dass ich diese Bachelorarbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Alle wörtlich und sinngemäß aus veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Schriften oder sonstigen Quellen entnommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht.

Weiterhin erkläre ich, dass diese Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen wurde.

