

## »Was machst du gerade?«

### »Was machst du gerade?«

Mit Antworten auf diese Frage beschäftigen sich zurzeit weltweit etwa 10 Millionen User-innen, in Deutschland sind fast täglich etwa 40.000 Nutzer-innen damit beschäftigt, Kurzmitteilungen, so genannte Tweets, im Netz zu veröffentlichen. Sie tun dies auf [twitter.com](http://twitter.com) – das Netzgezwitschere, dem Nachrichtendienst im Web 2.0.



# twitter

[twtr.com](http://twtr.com) – eine Idee, die gemeinsam vom blogger.com-Entwickler und ehemaligen Google-Mitarbeiter Evan Williams mit Biz Stone und Jack Dorsey entwickelt und programmiert wurde. Gedacht als ein einfacher Messenger-Dienst, welcher Handy und Internet zusammenbringt: Eine SMS mit 140

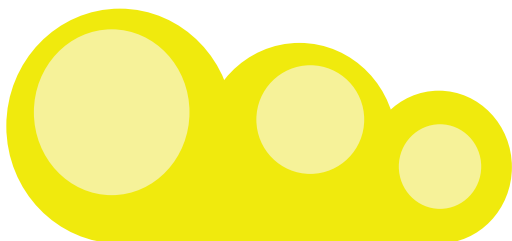
Zeichen an eine Website schicken, um eine Nachricht allen Freunden zugänglich zu machen. Unter dem Dach von Obvious begann Twitter 2006 seinen offiziellen Start im Netz. Kurze

Zeit später wurde Twitter von seinen Gründern in eine eigenständige Firma, Twitter Inc., überführt. Nach jüngsten Übernahmegerüchten (Google zeigte Interesse) wird der Wert des Nachrichtendienstes mittlerweile auf 250 Millionen US Dollar geschätzt.

Mit »was machst Du gerade?« werden Kurzmitteilungen versendet, die über bestimmte Inhalte berichten oder Fragen und Antworten auf andere Tweets geben. Nachrichtenportale wie **BBC, Spiegel, Stern, Zeit oder HAZ** twittern aktuelle Ereignisse, Firmen informieren über aktuelle Produkt- und Dienstleistungen, Blogger twittern Links zu ihren Beiträgen und diskutieren mit ihren Freund-inn-en, das **Los**

**Angeles Fire Department** nutzte Twitter zum Krisenmanagement bei Waldbränden, Künstler-innen wie **Demi Moore, Britney Spears, Tom Cruise** erzählen über ihr Leben im Netz und Politik nutzt Twitter zur Informationsweitergabe für ihre Wähler-innen. Der amerikanische »Yes, we Can-Wahlkampf« konnte vor allem durch seine Netzaktivitäten Massen mobilisieren, **Barack Obamas** Twitterprofil wird von 740.163 Twitterern verfolgt, Tendenz steigend – welches Medium bringt so aktuell, zielgenau und kostenlos Informationen an eine Zielgruppe? Welches Medium bündelt so bedürfnisgerecht Interessierte in einem Informationskanal?

Daneben twittern Einzelpersonen auf ihren Twitteraccounts über alles, was sie bewegt. Durch die Masse an Akteur-inn-en und der noch vorhandenen Durchsatzgeschwindigkeit des Mediums bewegen sich Mitteilungen sprachrohrförmig durch das Netz zu einer Vielzahl von Empfänger-innen und nutzen so die Reproduktionsfähigkeit des Mediums. Von Mund-zu-Mund-Gesagtes wird über Twitter wie auf einem Stadionsdisplay für Massen abgebildet. Dabei wird die 140-Zeicheneingabe in der kritischen Debatte über den Output des Dienstes, ähnlich wie in den Gründerjahren der Weblogs, zwischen Qualitätskritik und Bürgerjournalismus bewertet: über Potenziale und Gefahren von Fehl- und Falsch-



# CHRIST DU



Der LJR twittert unter:  
[twitter.com/ljr\\_nds](https://twitter.com/ljr_nds)

– daher wird im Allgemeinen abgeraten, diesen Weg der Informationsverteilung zu nutzen.

Dies sollte eigentlich einen deutlichen Nutzungsabbruch des

formationen zu Kontrollmechanismen vs. traditionelle Informationskanäle.

»Twitter zu nutzen« heißt, die Funktion zu verstehen und klare Rollenprofile zu entwickeln.

Das Prinzip Twitter funktioniert über einfache Informationseingabe und -abruf. Für die Etablierung von Twitter ist neben dem gefühlten Attraktivitätslevel der Plattform auch die mediale Akzeptanz des Eingabewerkzeugs entscheidend gewesen: Mit dem Volksmedium Handy/SMS konnten digitale Grenzen einfach überwunden werden und SMS-erpobte Inhalte gesendet und abgerufen werden. Dass sich dabei die Anzahl der angesimsten Empfänger mit einem Schlag drastisch vergrößert hat, gehört zur ersten Twitter-Lernerfahrung.

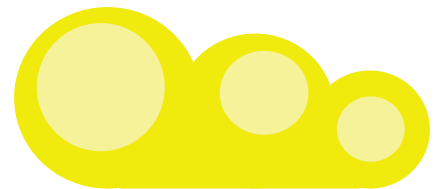
2008 ist die Versendung von Tweets (die Twitter Nachricht) über SMS zu einem Twitteraccount in Europa eingestellt worden. Der deutsche SMS-Versand eines Tweets wird über einen britischen Dienst abgewickelt – die Kosten dafür können erheblich sein

Dienstes zur Folge haben. Das Gegenteil ist der Fall: **Mit der Verbreitung von**

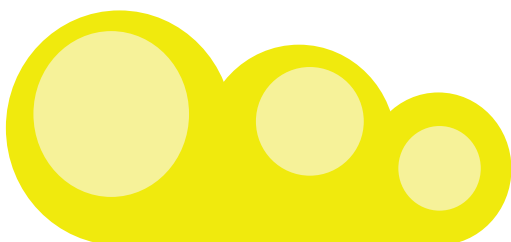
**onlinefähigen Mobilgeräten (Handy mit Datenflat, WLAN-fähiges Mp3-Gerät), fortschreitender DSL-Abdeckung sowie der zunehmenden Integration digitaler Aktivitäten in den eigenen Lebensalltag wird Twitter interessanter denn je:**

Aktuelle Nachrichten im Internet zu veröffentlichen, sie Massen von Freunden zur Verfügung zu stellen, auf der eigenen Website anzeigen zu lassen, kombiniert mit Links zu Bildern geht einfacher denn je. Wie gut, dass es die Beschränkung auf 140 Zeichen gibt – diese regulieren den Arbeitsaufwand während der ständigen Onlineverfügbarkeit und minimieren das immer noch schmerzhafteste Nutzen einer Handytastatur.

**Die Entwicklung verschiedener Nutzungsszenarien, vom passiven Nutzen im Aufspüren neuer Trends bis hin zur aktiven Unterstützung von Kampagnen und Veranstaltungen – Twitter gehört zum kommunikativen Ton des Web 2.0.**



wege ins twitterland gibts  
 auf der nächsten seite!



# TWITTER



## im Twitterland

**Mit Twitter ist ein Micro-Blogging-System entstanden, mit dem Nachrichten in Echtzeit einer großen Leser-innenschaft zugestellt werden. Für Twitter gilt, wie für alle weiteren Social Networks, vorab eine klare gedankliche Definition für das eigene Zeit- und Rollenprofil auf dem Dienst zu erstellen.**

**Der erste Schritt, um dabei zu sein, ist das Anlegen eines eigenen kostenlosen Twitteraccounts auf twitter.com.**

Das Anmeldeprozedere ist zweigeteilt:

**1) Auswahl** eines geeigneten Benutzernamens mit 15 Zeichen. Dieser darf nur Ziffern und Unterstrich beinhalten und dient als Profil- und Absenderinformation. Das Twitter-Passwort kann bei externen Serviceangeboten erneut abgefragt werden, daher empfiehlt es sich, nicht das Online-Banking-Passwort zu verwenden.

**2) Freunde suchen** und hinzufügen. Diese Funktion sollte übersprungen werden, da sie später, nach dem vollständigen Einrichten des eigenen Twitterfeeds, erneut zur Verfügung steht.

Der Account ist erstellt. Im Menüpunkt »Settings« können nun Feinabstimmungen vorgenommen werden: Upload eines Profilbildes und ggf. Designauswahl für das eigene Twitterprofil. Eingaben wie Name, Website, Ort und Kurzbeschreibung sind sehr sinnvoll, erleichtern sie es doch später, bei Suchabfragen gefunden zu werden.

**Der zweite Schritt ist Informations- und Beziehungsmanagement. In einer einfachen Struktur von Following und Followers wird ein Nachrichtennetz aufgebaut.**

Following: Andere Twitterer und deren Nachrichten zu abonnieren (to

follow). Deren Tweets werden in chronologischer Reihenfolge auf der eigenen persönlichen Startseite angezeigt. Die Timeline zeigt die letzten 20 Beiträge sämtlicher Kontakte.

Follower: Eine Anzahl von Twitterern, die dein Twitterprofil abonniert haben und sämtliche Nachrichten von dir lesen.

Das Abonnieren, »follow« eines Profils, wird dem entsprechenden Twitterer standardmäßig per Mail mitgeteilt. Nie war es einfacher, Freunde und Freundinnen zu finden: Suchabfragen unter »Find People«, Ort- bzw. Umkreissuche, Themensuche oder Tweetsuche im Suchfeld neben der Timeline erleichtern das Auffinden und Abonnieren interessanter Personen und Meinungen.

Mit der Funktion DM (Direct Messages) können Twitterer, die sich folgen, Nachrichten austauschen, die nur in ihrem Profil unter einem eigenen Menüpunkt sichtbar sind.

**Das Twitter-Nachrichtensystem: Im dritten Schritt werden Tweets geschrieben – mit maximal 140 Zeichen!**

Tweets können Antworten auf die Frage »Was machst Du gerade?«, Antworten und oder Fragen auf andere Tweets sein. Nach dem Absenden eines Tweets erscheint dieser mit dem vorangestellten Benutzernamen, einem Zeitstempel und dem Dienst, von dem der Tweet geschrieben wurde.

Dialoge entstehen, indem der Empfänger im gesendeten Tweet direkt angesprochen wird. Dies passiert mit einem vorangestellten @-Zeichen vor dem Benutzernamen (@Benutzername). Diese Tweets sind öffentlich, landen aber auch gleichzeitig im entsprechenden Menüpunkt auf der Profileseite des Empfängers.

Soll ein bestimmter Begriff in einem Tweet getaggt werden, wird das #-Zeichen vorangestellt. Dieser so genannte Hashtag macht aus dem Wort ein #Suchwort – und verringert die Zeichenlänge einer Nachricht – da der Bezug nun einfach über einen Gesamt-

zusammenhang, den Hashtag, hergestellt werden kann.

Bilder können per Kurz-URL dem Tweet beigefügt werden. Hier kommt der Dienst Twitpics zum Einsatz. <http://twitpic.com/>

## das Twitteruniversum

Um das eigene Twitterprofil immer aktuell einzusehen und Tweets abzusetzen, ergänzen **Clients** das Arbeiten:

- Browserbasiert: Twit-Bin, TwitterFox (Firefox-Erweiterung)
- Desktoplösungen: Twirl (Adobe Air) – kann mehrere Twitteraccounts gleichzeitig verwalten.

## Vernetzung der Angebote

- Mit Twitterfeeds werden Beiträge eines Weblogs automatisch in das eigene Twitterprofil eingeleitet. <http://twitterfeed.com/>
- Zahlreiche Blog/Redaktionssysteme bieten den automatischen RSS-Import der eigenen Tweets an (Blogger, Werders, Typo3 usw.)

## Statistiktools

- Mit TweetStats und TweetVolume lassen sich Tweets statistisch auswerten ([tweetstats.com](http://tweetstats.com), [tweetvolume.com](http://tweetvolume.com))

Das Twitter-Universum ist ständig in Bewegung, täglich kommen weitere Lösungen und neue Nutzer-innen hinzu. Ein Blick auf <http://twittervision.com> zeigt eindrucksvoll die weltweiten Verknüpfungen.

Der Landesjugendring Niedersachsen twittert auf [twitter.com/ljr\\_nds](http://twitter.com/ljr_nds) – besuch' uns doch mal bei einem deiner nächsten Web 2.0-Streifzüge!

