

Social Media



**Univ.-Prof.
Dipl.-Ing. Dr.techn.
Siegfried Vössner**

Liebe Leserin, lieber Leser,

haben Sie viele Freunde? Wenn ja, was ich annehme, würde mich auch interessieren wie viele es denn sind? Ehe Sie vor Ihrem geistigen Auge oder unter Zuhilfenahme Ihrer Finger zu zählen beginnen, muss ich noch hinzufügen, dass ein moderner, weil digital vernetzter, Mensch laut facebook.com aktuell 120 (!) davon hat. Dabei ist noch anzumerken, dass dies dem Durchschnittswert von ca. 800 Millionen Benutzern entspricht.

Dass ich schon aufgrund meiner Editorials nicht so viele Freunde habe, ist mir bewusst. Auch von einer Leserzahl von 800 Millionen bin ich weit entfernt. Aber, dass ich bei der Zahl meiner Freunde gleich einen ganzen Faktor unterdurchschnittlich sein soll, schmerzt mich doch sehr.

Social Media haben zweifellos unser Leben verändert – mindestens so, wie es das Internet an sich getan hat. Saß man in der guten alten Zeit, also vor etwa 2007, noch Stunden lang vor dem Computer und pflegte seinen Blog oder trieb sich auf Foren herum, so pflegt man heute seine digitalen Freundschaften. Bei durchschnittlich 120 Freunden ist das schon mehr als eine abendfüllende Beschäftigung. Während unsere Großeltern noch Emails schrieben bzw. immer noch schreiben, schickt der moderne Mensch der Neuzeit Kurztextheldungen über die Dinge, die ihn bewegen, via twitter an die treue Gefolgschaft, die neugierig jede Bewegung mitverfolgt.

Diese Entwicklungen haben viel Gutes mit sich gebracht. Drei dieser Dinge möchte ich an dieser Stelle besonders herausheben:

Zum Ersten hat sich dadurch unsere Sprache erfreulicherweise (weiter) vereinfacht. Haben wir damals, in der guten alten Zeit, die Dame unseres Herzens am Ende einer zwei-zeiligen Klartextmeldung noch mit einem liebevollen „xoxo“ umarmt und geküsst, so würde man heute darauf, neben Verwunderung, vielleicht ein schlichtes „TTYYS“ (talk to you soon) als Antwort bekommen und diese mit „Gr8“ (great!) quittieren. Wie sich die Zeiten ändern.

Zum Zweiten haben sich durch Social Media die zwischenmenschlichen Beziehungen deutlich vereinfacht. Wie schwer war es nach einem, wie oben beschriebenen epischen Liebesbrief, der nur durch die 160-Zeichengrenze einer SMS limitiert war, herauszufinden, ob einen die Herzensdame erhört hat. Wie viele Blütenblätter haben dazu auf grausame Weise daran glauben müssen: „Sie liebt mich, sie liebt mich nicht,...“ Heutzutage genügt es, den Beziehungsstatus der

Angeboteten auf facebook zu beobachten und zu hoffen, dass er sich in gewünschter Weise ändert. Auch das Beenden einer Beziehung oder Freundschaft hat sich damit dramatisch vereinfacht. Ein Häkchen gelöscht und schon hat man die Person „ungefreundet“. Das geht nicht nur via facebook sondern auch im echten Leben. „Papa, ich habe mich heute im Kindergarten von Moritz „abgefreundet“ meinte mein Fünfjähriger kürzlich.

Der dritte Beitrag, den wir Social Media zu unserem modernen Leben verdanken, und dies ist mehr eine Revolution als ein Beitrag, ist die Möglichkeit, dass sich in diesen sozialen Netzwerken so etwas wie eine öffentliche Versammlung und Meinung bilden kann und sich auch bildet. Dies hat in eindrucksvoller Weise vor kurzem die ägyptische Demokratiebewegung genutzt, um sich dort zu erfolgreichen Protesten gegen die politischen Machthaber zu organisieren. Die österreichische Variante davon war ein sogenannter „Bier-Flashmob“, bei dem sich 400 Studenten via facebook verabredet hatten, in einer Vorlesung gleichzeitig eine Bierflasche zu öffnen – „Plopp!“.

Neben solchen Spezialanwendungen bilden sich auch Interessensgruppen für Waren, Dienstleistungen und vieles mehr. Damit entdecken auch Firmen zunehmend Social Media, um sich und ihre Produkte darin einer weltweiten, vernetzten Gemeinschaft von Kunden darzustellen.

All dies waren Gründe, warum wir das aktuelle Heft unter das Motto „Social Media“ gestellt haben und wie ich hoffe, sehr interessante Beiträge für Sie zusammen getragen haben.

Unser erster Artikel von Heinz Wittenbrink, Lehrender am Studiengang PR und Journalismus an der FH Joanneum Graz, mit dem Titel „Von den Social Media zum Social Web“ bildet den einleitenden begrifflichen Rahmen unseres Heftthemas. Im zweiten Beitrag beleuchten Univ.-Prof. Dr. Otto Petrovic, Dipl.-Ing. Thomas Puchleitner und Ing. MMMag. Michael Harnisch, vom Institut für Informationswissenschaft und Wirtschaftsinformatik der Karl-Franzens-Universität Graz, das Potenzial von Social Media im Leistungsabsatz. Den Schattenseiten von Social Media widmet sich Frau Mag. Veronika Strauß, Informationsberaterin bei der Logo Jugendmanagement GmbH, mit ihrem Artikel „Sicher im Netz?“. Über „Medienverlage und soziale Medien“ schreibt im Anschluss Rudolf Grutschnig, Leiter der strategischen IT der international tätigen Styria Media Group AG. Die notwendigen Rahmenbedingungen für die erfolgreiche Nutzung von Social Media erläutert dazu Herr Mag. (FH) Johannes Wigand M.A. von der österreichischen Digital Agentur vi knallgrau. Aus der Sicht eines Großkonzerns betrachtet dann Gerhard Kürner, Konzernpressesprecher und Leiter der Corporate Communication-Abteilung der voestalpine AG, in seinem Artikel „Vom Wandel der (digitalen) Medien und dem Gesetz der Trägerfrequenz“ dieses Thema. Den Abschluss des Themenschwerpunktes bildet der Beitrag „Listen 2.0“ von Frau Dipl.-Ing. Iris Uitz, die sich im Rahmen Ihrer Dissertation mit den Marketingaspekten in Social Networks befasst.

Ich hoffe, dass Ihnen die Artikel, die wir in diesem Heft für Sie zusammengestellt haben, gefallen, Denkanstöße geben und verbleibe im Namen des Redaktionsteams mit freundlichen Grüßen,

Ihr Siegfried Vössner