



Ron Faber
Manfred Schwarz



SOCIAL NETWORKS

So funktionieren Facebook, XING & Co.



HANSER

SOCIAL NETWORKS

So funktionieren Facebook, XING & Co.



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

HANSER

SOCIAL NETWORKS

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	6
-------------------	---

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

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

LinkedIn	20
lokalisten	20
Feierabend	21
Jappy	21

2 FACEBOOK FÜR EINSTEIGER: PROFIL, FREUNDE UND PRIVATSPHÄRE 22

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

3 FACEBOOK: TEXTE, FOTOS UND VIDEOS EINSTELLEN 42

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

4 FACEBOOK FÜR KÖNNER: NOTIZEN, GRUPPEN UND ANWENDUNGEN 62

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

Gruppen finden, beitreten und gründen 66

Gruppen finden	67
Gruppen beitreten und verlassen	68
Ungefragt Mitglied geworden?	69
Gruppe gründen	70

Offizielle Seiten finden und beitreten 71

Netzwerke für Ehemalige 72

Gemeinschaftsseiten nutzen 73

Anwendungen finden und einbauen 74

Anwendungen und Privatsphäre	75
Anwendungen installieren	76
Einstellungen kontrollieren.	77

Interessante Anwendungen 77

Microsoft Docs	77
MyCalendar	78
Music	78
Files	78
Doodle	78
Waka-Waka	79
Causes	79
Picnik	79
Pet Society	79

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

Muss es XING sein? 80

Gratis oder kostenpflichtig? 81

Ein Profil anlegen 81

Profil vervollständigen	82
-----------------------------------	----

Ihr Foto: Wichtiger als tausend Worte 84

Foto bearbeiten mit mypictr	84
---------------------------------------	----

Tipps für Ihr Profil 85

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

6 XING FÜR KÖNNER: KONTAKTE, NACHRICHTEN UND GRUPPEN 94

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

Applikationen	106
Datenexport	106

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

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

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

Website oder App?	124
Ortungsdienste	125

Push oder Pull?	125
Facebook mobil	127
Anmelden und abmelden	127
Nachrichten lesen und schreiben	127
Standort mitteilen	128
Freunde kontaktieren	129
XING mobil	129
Anmelden und abmelden	129
Meldungen lesen und schreiben	129
Privatnachrichten lesen und schreiben	130
Kontakte nutzen und hinzufügen.	130
XING-Mitglieder in der Nähe finden	130
Twitter mobil	131
Anmelden und abmelden	131
Meldungen lesen und schreiben	132
Trending Topics lesen	133
Meldungen und Personen finden	133
Nach Personen und Meldungen in der Nähe suchen	133
Wo bin ich? – Foursquare & Co.	134
Anmelden und abmelden	134
Freunde sehen und hinzufügen	134
In Orten einchecken.	135
Foursquare mit Twitter oder Facebook.	135

9 BITTE LÄCHELN: FOTOS UND VIDEOS INS INTERNET STELLEN 136

Warum nicht direkt?	136
Spezielle Hardware?	137
Bildbearbeitung	138
Registrieren oder auch nicht.	138
Bilder auf Photoshop.com hochladen	139

Zuschneiden und Ausrichten.	139
Größe ändern	140
Kleine Unebenheiten, rote Augen korrigieren .140	
Weitere Funktionen und speichern	140
Fotos hochladen bei Flickr	141
Anmelden	141
Foto hochladen	142
Alben anlegen	143
Fotos verlinken oder einbetten	143
Videos hochladen bei YouTube	144

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

Privatsphäre	146
Schutzfunktionen nutzen	147
Unternehmen ändern sich.	148
Hacker, Malware & Co.	149
Schutz vor Hacker-Angriffen	150
Schutz vor Malware	152
Schutz vor Phishing	153
Technische Maßnahmen.	154
Mobbing	154

ANHANG 156

Glossar	156
Index.	158
Impressum.	160

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

Wie dieses Buch „funktioniert“

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

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

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

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

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

URL



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

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

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

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

Andere Boxen und die Web-Tags

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

Sind Sie bereit für Ihr Social-Networking?

Die Autoren wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und Ausprobieren!

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

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

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



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

8

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

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

Was ist ein soziales Netzwerk?

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

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

URL



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

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

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

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

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

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



APROPOS



Bild 1.1 Profil auf Facebook



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

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

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

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

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

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

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

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

Was kostet es?

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

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

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

Was brauche ich?

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

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



Bild 1.2 Standortinformationen inklusive Karte

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

Werde ich zum gläsernen Menschen?

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

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

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

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



Wie verdienen die Anbieter?

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

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

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

Warum mitmachen?

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

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

Auch für den Beruf bietet Social-Networking umfangreiche Möglichkeiten:

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

Nur für junge Leute?

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

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

VORSICHT



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

- Kontakt zu verstreuten Familienmitgliedern
- Partnersuche
- Freunde mit gleichen Interessen finden
- Anschluss an eine aktive Gruppe
- Trotz eingeschränkter Mobilität am Leben teilnehmen
- Für über 50-Jährige ist es schwieriger auf dem Arbeitsmarkt, Netzwerke können hier den entscheidenden Impuls geben.
- Viele über 50-Jährige haben den Wunsch, noch einmal etwas Neues zu versuchen und sich selbstständig zu machen. Auch hier ist Networking Pflicht.
- Menschen im Ruhestand können und möchten oftmals wichtiges Fachwissen und einen reichen Erfahrungsschatz weitergeben.

Social-Networking für kleine Unternehmen

Dieses Buch richtet sich in erster Linie an Privatanwender, aber wenn Sie ein kleines Unternehmen führen, haben Sie sich sicherlich bereits gefragt, ob Ihnen Social-Networking nicht auch geschäftlich Vorteile bringen könnte. In der Tat lassen sich viele Ratschläge, die Sie in den nächsten Kapiteln erhalten, auch 1:1 für ein Unternehmen nutzen. Um Ihnen einen paar Denkanstöße zu geben, folgt ein kurzes Interview mit dem Online-Marketing- und Social-Media-Experten Sönke Prestin von 360 Grad Net Consulting:

15

Ist Social-Media-Marketing nur etwas für große Unternehmen?

Nicht nur große Marken können von Social-Media-Marketing stark profitieren, sondern auch kleine und mittelständische Unternehmen wie zum Beispiel eine Bar, ein Friseur oder ein Weinhändler. Hier ist es manchmal sogar wesentlich einfacher, erfolgreich mit Social-Media-Marketing zu starten, da keine komplexen Abteilungsstrukturen mit großem Abstimmungsbedarf vorherrschen.

Welche Ziele kann man mit Social-Media-Marketing verfolgen?

Diese Ziele variieren je nach Unternehmensart und Produkt sehr stark. Es geht zum Beispiel häufig um Kundenbindung, Marktforschung, Adressgenerierung, Kundendienst, Absatzförderung und darum, über diesen Kanal neue Mitarbeiter zu finden. Es empfiehlt sich, die eigenen Ziele, Prozesse und Kommunikationsrichtlinien genau zu definieren.

Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen.



Bild 1.3 Facebook

Wie startet man richtig?

Viele Unternehmen machen bei ihren Startversuchen in diesem Bereich oft den Fehler, bereits bestehende Kommunikationsinhalte (zum Beispiel eine Pressemitteilung oder vorhandene Marketing-Materialien) unverändert in sozialen Netzwerken wiederzuverwenden. Diese Vorgehensweise führt aber in der Regel nicht zum gewünschten Erfolg. Die Zauberformel lautet **Engaging not broadcasting**, also Aktivierung und Interaktion statt

bloßem Senden. Social Media bietet Unternehmen zum Beispiel eine tolle Möglichkeit, mehr über Kundenwünsche und -einstellungen zu erfahren und direktes Feedback zu bekommen. Dieses Feedback kann wieder in die Entwicklung von besseren Produkten bzw. Dienstleistungen einfließen oder zu einer Sortimentsoptimierung führen.

Was kann man gewinnen?

Gelingt es einem Unternehmen authentisch und kompetent zu kommunizieren und einen Kundenmehrwert zu kreieren, danken es die Kunden mit direktem Feedback, aber auch mit der Weiterempfehlung an andere „Freunde“ in dem jeweiligen sozialen Netzwerk. Durch Entwicklungen wie mobiles Social-Networking oder sogenannte Location-based (also Standort-bezogene) Services entstehen darüber hinaus ganz neue Chancen, insbesondere für Ladengeschäfte und Gastronomie.

Facebook, XING und Twitter

Social-Networking-Plattformen gibt es mittlerweile sehr viele, im Verlauf dieses Buches wird der Schwerpunkt auf Facebook (Bild 1.3), XING (Bild 1.4) und Twitter (Bild 1.5) gelegt. Facebook ist mit 500 Millionen Mitgliedern der weltweit größte Anbieter und bietet viele Funktionen, die das Social-Networking bunt und lebendig machen. Außerdem ist es aufgrund der Größe sehr wahrscheinlich, dass bereits einige Freunde dort auf Sie warten. Wenn Sie in Deutschland Social-Networking für Beruf und Karriere betreiben wol-

len, führt darüber hinaus kein Weg an XING vorbei. Derzeit sind rund zehn Millionen Nutzer aus allen Branchen bei dem Hamburger Anbieter registriert, darunter auch viele Headhunter bzw. Recruiter. Twitter ist eine Besonderheit unter den Social-Networking-Plattformen, da es hier vornehmlich um die schnelle Verbreitung sehr kurzer Nachrichten geht. Durch die Einbindung von Twitter in zum Beispiel Facebook haben Sie die Möglichkeit, ohne großen Aufwand Leben in Ihr Profil zu bringen – und das ist die wichtigste Voraussetzung für erfolgreiches Social-Networking. Die Erfahrungen, die Sie mit Facebook, XING und Twitter auf den nächsten Seiten machen werden, lassen sich darüber hinaus auch hervorragend auf andere soziale Netzwerke übertragen, denn die grundlegenden Prinzipien sind fast überall gleich. Am Ende dieses Kapitels stellen wir Ihnen daher eine Auswahl alternativer sozialer Netzwerke vor, die ebenfalls über viele Millionen Anwender verfügen.



Bild 1.4 XING

Goldene Regeln

Bevor es losgeht, möchten wir Ihnen noch einige einfache Regeln ans Herz legen, mit denen sich das Social-Networking von Anfang an produktiv und stressfrei gestaltet.

- Achten Sie auf Ihren Ton – das Internet vergisst nicht. Deshalb schreiben Sie so, dass Ihnen kein Beitrag jemals peinlich werden kann.
- Veröffentlichen Sie nicht mehr, als Sie möchten. Niemand zwingt Sie zum Striptease.
- Seien Sie doppelt vorsichtig bei Fotos und Videos. Den Eindruck, den ein unpassendes Bild hinterlässt, kann man kaum wieder rückgängig machen.
- Seien Sie extrem vorsichtig bei Beiträgen über Ihren Arbeitgeber.
- Vertrauen Sie keinem Unbekannten und nicht jeder Freundschaftsanfrage.
- Vermischen Sie private und berufliche Kontakte möglichst nicht.
- Nutzen Sie die Einstellungen zur Privatsphäre, und kontrollieren Sie sie regelmäßig.



Bild 1.5 Twitter

- Und noch einmal, weil es so wichtig ist: Nutzen Sie die Einstellungen zur Privatsphäre, und kontrollieren Sie sie regelmäßig.

Vorsichtsmaßnahmen sind wichtig, aber für den maximalen Spaß gelten andere Regeln:

- Seien Sie nicht scheu! Wenn Sie glauben, Sie hätten nichts Interessantes zu erzählen, irren Sie sich!
- Seien Sie nicht zu ängstlich! Geben Sie einfach mal Ihren Namen bei Google

ein. Mit den Informationen, die man sowieso im Internet über Sie findet, müssen Sie auch in sozialen Netzwerken nicht hinterm Berg halten.

- Seien Sie kreativ! Wenn Sie begeisterter Fotoamateur sind, nutzen Sie soziale Netze als Plattform. Dasselbe gilt für unentdeckte Musiker, Poeten und Literaten.
- Seien Sie persönlich und unverwechselbar! Finden Sie Ihren eigenen Ausdruck, und bleiben Sie dabei.
- Seien Sie fair! Behandeln Sie Kontakte im sozialen Netzwerk mit derselben Höflichkeit wie Freunde im realen Leben.



Bild 1.6 MySpace

Alternative Netzwerke

Facebook, XING und Twitter gehören ohne Zweifel zu den Platzhirschen im Bereich Social-Networking und bilden daher einen guten Einstieg – aber das heißt nicht, dass

sich ein Blick über den Tellerrand nicht lohnen würde:

MySpace

Der ehemals wichtigste Konkurrent von Facebook ist heute etwas ins Hintertreffen geraten. Speziell in den USA, aber auch im Rest der Welt gehört das Angebot trotzdem zu den meist genutzten sozialen Netzwerken. Nach eigenen Angaben hat das US-Portal weltweit etwa 180 Millionen Mitglieder. Das Besondere an MySpace (Bild 1.6) ist die Ausrichtung auf Musik und Videos. Jeder Anwender kann neben seinen Profildaten auch Musik oder Videos der Öffentlichkeit präsentieren. Der Schwerpunkt liegt nicht auf der Pflege von bestehenden Kontakten, sondern auf dem Schließen neuer Bekanntschaften. Dabei sollte man wissen, dass auf die Daten standardmäßig auch nicht angemeldete Nutzer Zugriff haben. Die Anmeldung ist auch mit Pseudonym möglich.

studiVZ, schülerVZ und meinVZ

Die drei Portale der Firma studiVZ Ltd. bilden mit 17 Millionen registrierten Mitgliedern eines der größten deutschsprachigen sozialen Netzwerke. studiVZ ist dabei speziell für Studenten und schülerVZ für Schüler ab 12 Jahren gedacht. Für all diejenigen, die nicht unter diese beiden Gruppen fallen, wurde das Netzwerk meinVZ eingerichtet. studiVZ und meinVZ sind



Bild 1.7 meinVZ

dabei stark miteinander verknüpft. Bei studiVZ und meinVZ (Bild 1.7) kann man sich einfach selbst mit Angabe einer E-Mail-Adresse anmelden. Bei schülerVZ muss man sich von einem Mitglied einladen lassen.

Wer-kennt-wen

Wer-kennt-wen gehört seit 2009 zur RTL interactive GmbH. Laut eigenen Angaben sind derzeit 8,5 Millionen Mitglieder registriert. Die Plattform ist damit eines der führenden sozialen Netzwerke in Deutsch-



Herzlich willkommen bei wer-kennt-wen.de

- Wer kennt wen über wen?
- Finde Freunde, Kollegen und Mitschüler!
- Finde Deine Klasse, Deinen Verein oder die Firma, in der Du arbeitest!
- Wenn Du jetzt dabei sein möchtest, sind hier Leute, die Dich gerne zu wer-kennt-wen einladen!



Bild 1.8 Wer-kennt-wen



Bild 1.9 Feierabend

land. Der Großteil der Nutzer kommt gegenwärtig aus Rheinland-Pfalz, Hessen und dem Saarland. In Baden-Württemberg, Berlin und Nordrhein-Westfalen steigen die Nutzerzahlen stetig an. Um sich anmelden zu können, muss man sich einladen lassen. Dieses Verfahren soll für einen gepflegteren Umgang der Mitglieder miteinander sorgen. Wer-kennt-wen gehört zu den beliebtesten Treffpunkten älterer Social-Networking-Nutzer, richtet sich grundsätzlich aber an alle Interessierten ab 14 Jahren.

Stayfriends

Seit dem Start 2002 geht es bei diesem Portal um das Finden und Verwalten von Schulfreunden. Die Website ist nach eigenen Angaben mit mehr als 10 Millionen Einträgen an über 70.000 Schulen und rund 11.000 über ihre Plattform organisierten Klassentreffen (Stand: April 2010) der führende derartige Suchdienst in Deutschland. Stayfriends ist in der Basisversion kostenlos. Für die Nutzung des vollen Funktionsumfangs muss eine kostenpflichtige Gold-Mitgliedschaft abgeschlossen werden. Mitglieder haben die Möglichkeit, sich an einer virtuellen Version ihrer ehemaligen Schule mit Name und Abschlussjahr einzutragen. Die Schulen sind nach Bundesland, Stadt und Schultyp sortiert.

LinkedIn

LinkedIn wurde 2003 in den USA gegründet und richtet sich vor allem an Fach- und Führungskräfte. Nach eigenen Angaben verfügt LinkedIn weltweit über mehr als 83 Millionen Mitglieder aus 170 Branchen und mehr als 200 Ländern. Gleichzeitig gehört LinkedIn zu den 500 am häufigsten besuchten Websites. Seit Februar 2009 ist das Netzwerk auch in deutscher Sprache verfügbar. In Deutschland ist es aber (noch) keine Konkurrenz zu XING.

lokalisten

lokalisten hat derzeit rund 3,6 Millionen registrierte Nutzer. Das im Mai 2005 von fünf Freunden initiierte Netzwerk ist vor allem in Süddeutschland beliebt: Die Mitglieder kommen hauptsächlich aus Augsburg, München und Stuttgart, aber zum Teil auch aus an-

deren deutschen Großstädten, wie beispielsweise Berlin, Köln oder Frankfurt am Main. Bei lokalisten war anfangs eine Anmeldung nur dann möglich, wenn man von einem bestehenden Mitglied eingeladen wurde. Später wurde eine Anmeldung als sogenannter Neuling ermöglicht, die jedoch mit einigen Einschränkungen verbunden ist. Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 Media hält 90 Prozent an der Plattform.

Feierabend

Feierabend (Bild 1.9) ist ein deutsches soziales Netzwerk für Senioren. Die Plattform wurde 1998 als erster deutschsprachiger Internet-Club für die „Zielgruppe 50plus“ gegründet, sie war damit Pionier für diese Nutzergruppe. Sie wird heute von der 1999 gegründeten Feierabend Online Dienste für Senioren AG in Frankfurt betrieben. Mit etwa 150.000 Mitgliedern im Alter von durchschnittlich 60 Jahren ist Feierabend.de das größte deutschsprachige Angebot dieser Art. Das Angebot wurde im September 2008 beim Wettbewerb „Wege ins Netz“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie mit dem Sonderpreis als „Beste Community“ Deutschlands ausgezeichnet.

21

Jappy

Jappy ist ein deutschsprachiges soziales Netzwerk und wurde 2001 gegründet. Nach eigenen Angaben hat Jappy rund 1,9 Millionen Mitglieder aus dem gesamten Bundesgebiet. Mitglieder-Schwerpunkte liegen in den Ballungszentren. Das Durchschnittsalter der Mitglieder liegt bei rund 28 Jahren, das Geschlechterverhältnis ist nahezu ausgeglichen.

Jetzt geht's los: Ihr Profil bei Facebook

Im nächsten Kapitel springen Sie direkt hinein in die Welt des Social-Networking: Sie erfahren, wie man ein Facebook-Profil anlegt und Daten vor unerwünschten Mitlesern schützt.



Am 21. Juli 2010 hatte Facebook nach eigenen Angaben rund 500 Millionen aktive Nutzer weltweit. Damit gehört die erst Ende 2003 gegründete Social-Networking-Plattform ohne Zweifel zu den großen Erfolgsgeschichten des Internet. Derzeit ist Facebook das vielseitigste Netzwerk, in dem sich private Inhalte immer stärker mit beruflichen mischen. Die schiere Größe macht es zudem sehr wahrscheinlich, dass Sie hier bereits jemanden kennen oder frühere Bekanntschaften auffrischen können.

Der Einstieg bei Facebook ist sehr einfach, und Sie bestimmen, wie viel Zeit und Energie Sie investieren möchten. Beginnen Sie mit einem einfachen Profil, und schnup-

pern Sie danach Stück für Stück in die fortgeschrittenen Bereiche rein.

In diesem Kapitel legen Sie ein Facebook-Profil an, füllen es mit Inhalten und kontaktieren Freunde. Beachten Sie danach aber bitte unbedingt auch die Privatsphäre-Einstellungen, die ebenfalls in diesem Kapitel erklärt werden.

Facebook: Täglich neu

Facebook ist eine sehr dynamische Social-Networking-Plattform, das heißt es werden immer mal wieder neue Funktionen, Seiten-Layouts, Menüs etc. ausprobiert – zwar nicht täglich, aber doch sehr viel häufiger als bei anderen Web-Angeboten. Finden die Neuerungen Gefallen, bleiben sie drin, ansonsten verschwinden sie genauso schnell, wie sie gekommen sind. Für den Anwender bedeutet das aber auch, dass man sich öfter an eine neue Bedienung gewöhnen muss.

Wenn Sie also eine Funktion, ein Menü etc. nicht an der Stelle finden, die in diesem Buch beschrieben ist, sehen Sie sich ein wenig um. In den seltensten Fällen



Facebook ist nicht anonym, Sie müssen sich also mit Ihrem echten Namen einloggen. Das hat sich als einer der großen Erfolgsfaktoren von Facebook herausgestellt, denn so können Sie Freunde leichter finden. Außerdem macht es die von Facebook gesammelten Daten wesentlich wertvoller für Werbung und Marketing.

werden bewährte Funktionen ganz gelöscht, meist stehen sie nur an anderer Stelle oder haben einen (leicht) geänderten Namen erhalten. Derzeit (Dezember 2010) können Anwender zum Beispiel zwischen einem klassischen und einem neuen Profil-Layout wählen, sodass sich die Anordnung bestimmter Elemente auf den Facebook-Seiten verschiedener Anwender unterscheiden kann. In diesem Buch orientieren wir uns am klassischen Layout, da es sich über Jahre bewährt hat und noch von den meisten Anwendern genutzt wird. Die Veränderungen in der Bedienung sind zudem nur ein kleiner Preis für die neuen Impulse, die das Social-Networking auf Facebook durch die ständige Weiterentwicklung erhält.

Mitglied bei Facebook werden

Eine Mitgliedschaft bei Facebook ist kostenlos und im Handumdrehen eingerichtet. Sie gehen keinerlei finanzielle Verpflichtungen ein und können Ihr Profil später wieder löschen. Persönliche Profile werden von Privatpersonen angelegt, darüber hinaus gibt es aber auch noch andere Profile. Da Sie gleich bei der Registrierung mit zweien dieser Sonderformen konfrontiert werden, sollen diese Begriffe kurz erläutert werden: Neben Ihrem persönlichen Profil können Sie auch eine **Gemeinschaftsseite** oder eine **offizielle Seite** anlegen.

Gemeinschaftsseiten: Sie werden für bestimmte Themen, gute Zwecke oder Erlebnisse erstellt. Viele Gemeinschaftsseiten zeigen Wikipedia-Artikel zu den betreffenden Themen sowie entsprechende Beiträge von anderen Nutzern in Echtzeit.

Offizielle Seiten: Sie werden durch autorisierte Vertreter eines Unternehmens, eines Vereins, einer Marke, einer berühmten Persönlichkeit oder einer Organisation verwaltet. Sie können Inhalte über die Organisation oder die Person, die sie repräsentieren, erstellen und mit Nutzern teilen.

Registrieren
Facebook ist kostenlos und wird es auch immer bleiben.

Vorname:

Nachname:

Deine E-Mail:

E-Mail nochmals eingeben:

Neues Passwort:

Ich bin:

Geburtsdag:

Warum muss ich das angehen?

Bild 2.1 Registrierung

Gemeinschaftsseiten und offizielle Seiten sind, wie gesagt, Sonderformen von Facebook-Profilen. Wenn Sie lediglich ein persönliches Profil für sich selbst anlegen möchten, brauchen Sie diese Abweichungen von der Regel nicht zu interessieren. So erstellen Sie ein persönliches Profil:



1. Rufen Sie mit Ihrem Internet-Browser die Webseite **www.facebook.com** auf.
2. Füllen Sie das Registrierungsformular (Bild 2.1) aus.
3. Klicken Sie auf **Registrieren**.
4. Sie erhalten eine E-Mail von Facebook.
5. Klicken Sie auf den Link in der E-Mail, um Ihre Registrierung zu bestätigen.

Facebook bietet Ihnen jetzt in mehreren Schritten an, persönliche Daten einzugeben, ein Bild hochzuladen, Ihr Handy für Facebook-SMS zu aktivieren und bestimmte E-Mail-Konten nach Freunden zu durchsuchen. Lehnen Sie alle diese Angebote mit Klick auf **Überspringen** ab. Später können Sie noch genau überlegen, was Sie angeben wollen und was nicht. Es ist übrigens nicht erlaubt, mehrere persönliche Profile für ein- und dieselbe Person anzulegen. Außerdem müssen Sie sich mit Ihrem echten Namen anmelden. Natürlich ist es trotzdem technisch möglich, sich mit einem erfundenen Namen anzumelden oder eine

Seite für Ihr Haustier zu erstellen – aber Sie stoßen damit gegen die allgemeinen Nutzungsbedingungen von Facebook, was bislang allerdings keine Konsequenzen hat. Wenn Sie abstimmen wollen, wer welche Informationen über Sie erhält, können Sie dies über die Einstellungen zur Privatsphäre tun. Dazu später mehr in diesem Kapitel.

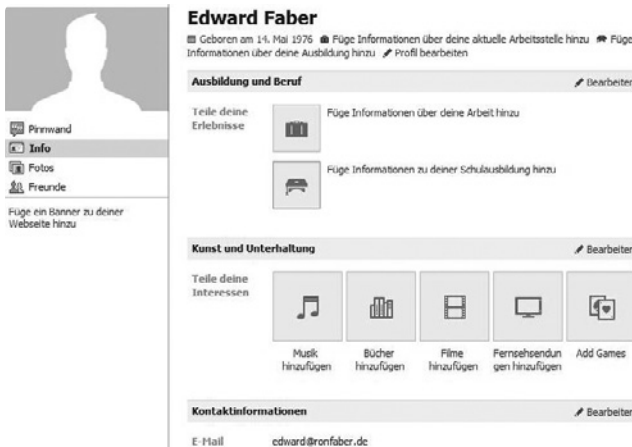


Bild 2.2 Der Info-Bereich

Das Profil einrichten

Als registrierter Facebook-Nutzer gelangen Sie jederzeit zu Ihrem

persönlichen Profil, indem Sie in der oberen blauen Leiste auf **Profil** klicken. Als Standard finden Sie hier die drei Kategorien **Pinnwand**, **Info** und **Fotos**. Zu

Bild 2.3 Ihre Philosophie im Profil

Pinnwand und Fotos kommen wir später, klicken Sie zunächst auf **Info** (Bild 2.2). Hier können Sie nun nach Belieben Angaben zu verschiedenen Bereichen machen. Zur Auswahl stehen zunächst die Bereiche **Ausbildung & Beruf**, **Kunst & Unterhaltung** sowie **Kontaktadressen**. Klicken Sie rechts oben auf die Schaltfläche **Profil bearbeiten**, um weitere Felder aufzurufen. Sie starten mit **Allgemein** und können in der linken Seitenleiste weitere Bereiche, wie zum Beispiel **Sport** oder **Philosophie** (Bild 2.3), anwählen und ausfüllen.

Wie viel oder wie wenig Sie ausfüllen, bestimmen ganz alleine Sie. Aber je mehr Informationen Sie preisgeben, desto leichter wird es für andere, Sie zu finden. Seien Sie sich im Klaren darüber, dass einige der Angaben, die Sie hier machen, vielleicht automatisch mit Gemeinschaftsseiten verlinkt werden.

Ein Beispiel: Sie geben als Arbeitgeber die ABC AG an. Damit erscheinen Sie bzw. Ihr Profil automatisch auf der Gemeinschaftsseite (nicht auf der offiziellen Seite) der ABC AG. Dasselbe gilt für besuchte Ausbildungsstätten, Lieblingssportvereine usw. Das ist ein zweischneidiges Schwert: Einerseits werden alte Studienfreunde, Vereinskameraden oder ehemalige Kollegen so leichter aufeinander aufmerksam, andererseits erfährt vielleicht auch die Personalabteilung Ihres Arbeitgebers schneller von Ihrem Facebook-Profil.

Vorsicht sollten Sie zudem bei der Veröffentlichung von Geburtsdatum und Kontaktadressen walten lassen, da sich diese missbrauchen lassen. Facebook nutzt zudem alle Angaben aus Ihrem Profil, um passende Werbung in Ihrem Browser anzuzeigen.

Facebook möchte bei verschiedenen Gelegenheiten E-Mail-Adressen aus Ihrem E-Mail-Programm importieren – lehnen Sie dies ab! Es werden alle Adressen gespeichert, und Sie wissen nicht, ob Ihren Kontakten das recht ist. Sie können das Absammeln auch nachträglich rückgängig machen, mehr dazu bei den Links in diesem Kapitel.



VORSICHT

Ein Profilfoto einstellen

Zu einem Facebook-Profil gehört natürlich auch ein Foto. Gewünscht ist ein aktuelles Porträt von Ihnen, aber niemand kann Sie daran hindern, ein Bild Ihres Kanarienvogels zu verwenden. So binden Sie ein Foto ein:



1. In der linken Menüleiste sehen Sie oben einen Platzhalter für Ihr Profilfoto. Bewegen Sie die Maus darauf, und es erscheint die Schaltfläche **Bild ändern**.
2. Klicken Sie darauf. Sie haben jetzt zwei Möglichkeiten:
3. Mit **Durchsuchen** können Sie ein auf Ihrem Computer gespeichertes Bild hochladen. Navigieren Sie zum Speicherplatz, markieren Sie die Datei, und klicken Sie auf **Öffnen**.
4. Alternativ können Sie auch direkt ein Bild aufnehmen, falls Ihr Computer über eine Webcam verfügt. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Bild aufnehmen**, und es öffnet sich ein Fenster des Adobe Flash Players (Bild 2.4).
5. Hier müssen Sie Facebook den Zugriff auf Ihre Webcam gestatten, indem Sie in den Kreis vor **Zulassen** und danach auf **Schließen** klicken.
6. Wenn alles richtig funktioniert, sollten Sie sich jetzt selber sehen. Setzen Sie sich in Positur, zeigen Sie Ihr schönstes Lächeln, und klicken Sie auf das **blaue Kame-rasymbol**.

Nachdem das Bild aufgeladen wurde, haben Sie zwei neue Optionen: Mit **Miniaturbild verschieben** können Sie den angezeigten Bildausschnitt einstellen. Klicken Sie auf die Miniaturdarstellung, und ziehen Sie das Bild mit der Maus in die gewünschte Position.

Wenn alles stimmt, klicken Sie auf **Speichern**. Mit **Profil-bild entfernen** löschen Sie das Bild wieder. Haben Sie für das Profilbild ein Foto aus einem Album (siehe Kapitel 3) verwendet, wird das Bild nur aus dem Profil, nicht aber aus dem Album gelöscht.



Bild 2.4 Kamerazugriff gestatten

Freunde finden

Sie verfügen nun über ein mehr oder minder ausführliches Facebook-Profil, daher sollten Sie sich jetzt der ei-

gentlichen Aufgabe des Social-Networking zuwenden: Freunde finden. Dazu bietet Ihnen Facebook folgende Möglichkeiten:

1. Das **große Suchfeld** im blauen Balken
2. Die Schaltfläche **Freunde finden** oben rechts im blauen Balken
3. Die Schaltfläche **Freunde** in der linken Menüleiste der **Startseite**
4. Die Option **Freunde bearbeiten**, die über die Schaltfläche **Konto** im blauen Balken aufgerufen wird.

Am einfachsten ist die Suche über das große Suchfeld: Geben Sie hier einen Namen ein, und Sie erhalten eine Liste mit möglichen Treffern. Wenn Sie auf der Startseite den Punkt **Freunde** wählen und im Info-Bereich unter Arbeitgeber, Ausbildung etc. etwas eingetragen haben, kann Ihnen Facebook mögliche Bekannte aus diesen Bereichen automatisch herausuchen. Insgesamt können Sie bei Facebook maximal 5.000 Freunde haben – im realen Leben natürlich auch weitaus mehr.

Freunde über E-Mail-Adressen finden

Je nach gewählter Suchmethode schlägt Facebook Ihnen unter Umständen die Option **Finde deine Freunde, egal wo sie sich aufhalten** (Bild 2.5) vor. Dabei handelt es sich um eine automatische Durchsuchung Ihrer E-Mail-Adressbücher. Geben Sie in der Liste an, welchen E-Mail-Anbieter Sie nutzen, und geben Sie Ihr E-Mail-Passwort ein. Facebook wird alle gefundenen Adressen speichern und mit den Adressen von Facebook-Nutzern abgleichen. Diese Funktion soll hier ausdrücklich nicht empfohlen werden, da viele Menschen nicht ohne ihr Wissen in die Facebook-Datenbank aufgenommen wer-

The screenshot shows the Facebook 'Freunde' (Friends) interface. At the top, there's a 'Freunde' header with a 'Freunde bearbeiten' button. Below it, a section titled 'Finde deine Freunde, egal wo sie sich aufhalten' (Find your friends, no matter where they are) is active. It asks the user to choose an email provider from a list (GMX, GMX is selected) and enter their email address and password. A 'Freunde finden' button is at the bottom of the form. A small note at the bottom says 'Facebook speichert dein Passwort nicht. Mehr dazu.' (Facebook does not store your password. More on this.)

Bild 2.5 E-Mail-Programme durchsuchen

Im Bereich **Featured People** Ihres Profils können Sie Ihren Beziehungsstatus angeben, also Single, verlobt etc. Eingeschworene Facebook-Fans achten sehr genau darauf, ob ihr Partner sich hier zur Beziehung bekennt!



A PROPOS



Bild 2.6 Freundschaftsanfrage

den wollen. Am Ende der E-Mail-Anbieterliste finden Sie zudem den Punkt **Andere Funktionen**. Hier können Sie eine Liste mit Kontakten aus Outlook, Thunderbird und anderen E-Mail-Programmen hochladen. Außerdem haben Sie hier wieder die Möglichkeit, nach Facebook-Nutzern zu suchen, die unter Info dieselben Einträge für Arbeitgeber etc. gemacht haben.

Anfragen versenden

Die Liste, die Sie als Ergebnis einer Suchanfrage erhalten, kann bei häufigen Namen durchaus etwas länger sein – bei 500 Millionen Facebook-Nutzern ist die Chance einfach groß, dass ein Name mehrfach vorkommt. Versuchen Sie dann anhand des Fotos und der Profilinformationen die richtige Person herauszufinden. Wenn Sie sich einigermaßen sicher sind, klicken Sie auf die Schaltfläche **Als FreundIn hinzufügen**, die rechts neben dem jeweiligen Listeneintrag zu finden ist. Es erscheint ein neues Fenster, in dem Sie die **Anfrage versenden** oder noch eine **Persönliche Nachricht hinzufügen** können. Letzteres ist eigentlich immer eine gute Idee, eine kurze Begrüßung kann nie schaden. Was macht man aber, wenn man sich nicht ganz sicher ist, ob man die richtige Person anspricht, oder man nicht davon ausgehen kann, dass die andere Person sofort weiß, wer man ist? In diesen Fällen helfen Sie dem potenziellen Freund etwas auf die Sprünge und erklären kurz, woher oder über wen Sie beide sich kennen. Nach Klick auf **Anfrage versenden** erhält die gewünschte Person Ihre Freundschaftsanfrage (Bild 2.6) und kann diese bestätigen oder ablehnen. Im ersten Fall erhalten Sie eine Nachricht, im zweiten nicht.

Anfragen erhalten

In der oberen blauen Leiste der Facebook-Seite sehen Sie ganz links drei dunkelblaue Symbole, die für **Freundschaftsanfragen**, **Nachrichten** und **Benachrichtigungen** stehen.

Wenn Sie eine oder mehrere neue Freundschaftsanfragen erhalten, wird dem Symbol eine entsprechende Ziffer in einem roten Kreis hinzugefügt. Klicken Sie auf das Symbol, um alle aktuellen Freundschaftsanfragen anzeigen zu lassen. Hier können Sie die Anfragen jetzt sofort **Bestätigen**, die Entscheidung mit **Nicht jetzt** verschieben oder durch Klick auf den Namen weitere Informationen einholen. Weitere Möglichkeiten haben Sie, wenn Sie auf der **Startseite** in der rechten Seitenleiste unter **Anfragen** auf **Freundschaftsanfragen** klicken. Hier werden Ihre aktuellen Freundschaftsanfragen aufgelistet. Mit den Schaltflächen **Bestätigen** und **Anfrage löschen** können Sie wieder über die Anfrage entscheiden. Falls Sie die Anfrage löschen, wird die andere Person darüber nicht extra informiert.

Um nie wieder eine Anfrage dieser Person zu erhalten, klicken Sie nach dem Löschen auf **Ich kenne diese Person nicht**.

Falls Sie vor der Entscheidung weitere Informationen wünschen, klicken Sie auf den Namen der Person, und Sie gelangen zum entsprechenden Profil. Um eine Nachricht zu senden, klicken Sie auf **Nachricht senden**. Mit **Freundschaftsanfrage beantworten** können Sie die Anfrage bestätigen und die Person gleich einer bestimmten Liste zuordnen (siehe weiter hinten in diesem Kapitel).



Bild 2.7 Freunde bearbeiten

Freundeslisten definieren

Ihre Facebook-Freunde bilden bislang eine einzige große Gruppe mit identischen Rechten. Manchmal kann es aber sinnvoll sein, Freunde nochmal in Untergruppen aufzuteilen, sodass zum Beispiel entferntere Bekannte nicht alle Beiträge mitlesen können. Oder Sie möchten mit bestimmten Personen zwar vernetzt sein, aber benötigen deren Beiträge nicht unbedingt auf Ihrer Startseite.

Für diese Zwecke bietet Facebook die Möglichkeit zum Anlegen benutzerdefinierter Listen. So geht's:

1. Klicken Sie auf der **Startseite** im blauen Balken auf **Konto** (Bild 2.7).
2. Klicken Sie auf **Freunde bearbeiten** und dann auf **Liste erstellen**.



3. Es öffnet sich ein neues Fenster. Geben Sie hier einen Namen für die Liste ein, und markieren Sie per Klick die Freunde, die dazugehören sollen.
4. Wenn Sie fertig sind, klicken Sie auf **Liste erstellen**.

Zu Ihren Listen gelangen Sie zukünftig immer über **Startseite > Konto > Freunde bearbeiten** oder über **Startseite > Freunde** in der linken Seitenleiste. Hier nochmal ein Überblick, wozu Sie die sehr sinnvollen Listen nutzen können:

- Genauere Einstellungen der Privatsphäre
- Veröffentlichung von Beiträgen für bestimmte Personen
- Anpassung der Meldungen auf der Startseite
- Filtern der Personen, für die Sie im Chat verfügbar sind

Personen können natürlich zu mehreren Listen gehören. Umgekehrt ist es auch möglich, dass sich eine Liste aus anderen Listen oder aus einer Mischung von Listen und Personen zusammensetzt. Machen Sie die Sache aber besser nicht zu kompliziert, sonst geht der Überblick verloren und Personen erhalten Beiträge, die nicht für sie gedacht waren.

Freundeslisten bearbeiten oder löschen

Um eine Liste zu bearbeiten oder zu löschen, wählen Sie auf der **Startseite > Konto > Freunde bearbeiten**. In der linken Menüleiste erscheinen Ihre Listen, wählen Sie eine davon aus. Jetzt haben Sie verschiedene Möglichkeiten:



1. Um eine Person hinzuzufügen, geben Sie den Namen im Suchfeld ein und klicken auf den Eintrag.
2. Um mehrere Personen hinzuzufügen, klicken Sie auf **Mehrere Personen** und wählen die Einträge in der Liste aus. Personen, die bereits zur Liste gehören, sind in der Übersicht blau hinterlegt. Treffen Sie Ihre Auswahl, und klicken Sie dann auf **Liste speichern**.
3. Um eine Person aus der Liste zu entfernen, klicken Sie in der Übersicht auf das **X-Symbol** ganz rechts neben dem Namen der Person.
4. Um die ganze Liste zu löschen, klicken Sie auf **Liste löschen**.

Einen Freund löschen

Manche Verbindungen sind nicht für die Ewigkeit, darin unterscheidet sich Facebook nicht von der realen Welt. Wenn Sie sich also von einem Facebook-Freund trennen wollen, wählen Sie auf der **Startseite > Konto > Freunde bearbeiten**. Klicken Sie dann in der linken Seitenleiste auf **Freunde**, und stellen Sie im Drop-down-Menü **Alle Freunde** ein. In der Übersicht Ihrer Freunde klicken Sie jetzt auf das **X-Symbol** ganz rechts neben dem Eintrag der Person, die Sie löschen wollen. Die Person wird über die Löschung nicht ausdrücklich informiert, kann aber sehen, dass die Anzahl ihrer Freunde gesunken ist.

Privatsphäre und Facebook

Mit den Tipps aus diesem Kapitel haben Sie sich bislang ein Profil angelegt und einige Freunde eingeladen. Bevor Sie damit beginnen, eigene Texte, Links und Fotos zu veröffentlichen, sollten Sie sich jetzt den Einstellungen für die Privatsphäre zuwenden. Facebook ist oftmals dafür kritisiert worden, die Optionen für die Privatsphäre unnötig kompliziert zu gestalten und auch zu tief in den Menüs zu verstecken – und diese Kritik ist nicht unberechtigt. Mit der großen Erneuerung der Privatsphäre-Einstellungen Ende 2009 hat sich etwas zum Besseren geändert. Mithilfe der folgenden Anleitungen wird es Ihnen problemlos gelingen, Facebook die allzu freizügige Informationsverbreitung auszutreiben. Aber mit der einmaligen Einstellung ist es nicht getan: Als Wirtschaftsunternehmen hat Facebook ein klares geschäftliches Interesse daran, dass möglichst viele Nutzer möglichst viele Informationen über sich verbreiten. Facebook wird dadurch zu einem wichtigen Partner für Unternehmen aus Werbung, Marketing, PR und Marktforschung.

Dieses Interesse an mehr Nutzerinformationen zeigt sich auch daran, dass die Standardeinstellungen für den Schutz der Privatsphäre im Laufe der Jahre immer schwächer werden und weniger Bereiche abdecken. So waren zum Beispiel noch 2005 eingestellte Fotos nur für andere Facebook-Nutzer sichtbar, 2010 lassen sich dieselben Fotos von jedermann mit Internet-Suchmaschinen finden. Bislang hat Facebook die Standardeinstellungen fast jedes Jahr geändert, und jede Änderung gilt erst einmal für alle Nutzer. Selbst wenn Sie also jetzt die Privatsphäre nach Ihren Vorstellungen festlegen, können diese Einstellungen durch neue allgemeine Standardeinstellungen überschrieben werden. In diesem Fall müssten Sie wieder aktiv werden, um Ihre Privatsphäre erneut zu

schützen. Achten Sie also genau auf Änderungen der allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) von Facebook oder Nachrichten zum Privatsphärestandard. Im Zweifelsfall werfen Sie auch zwischendurch mal einen Blick auf die Einstellungen – ansonsten könnte es sein, dass Sie Ihre Informationen nicht nur für Freunde auf Facebook, sondern auch für Fremde im kompletten Internet veröffentlichen.

Übersicht: Privatsphäre einstellen

Sie können genau festlegen, welche Ihrer Informationen allgemein und welche nur für Freunde sichtbar sind. Zur weiteren Abstufung innerhalb der Gruppe Ihrer Freunde sind die Freundeslisten sehr hilfreich, die Sie weiter vorn kennengelernt haben. Um die Sichtbarkeit von Profil und Beiträgen zu reglementieren, gehen Sie folgendermaßen vor:

1. Klicken Sie oben im blauen Balken auf **Konto**.
2. Wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
3. Es öffnet sich eine neue Seite mit den Bereichen **Auf Facebook vernetzen**, **Inhalte auf Facebook teilen** (Bild 2.8), **Anwendungen und Webseiten** sowie **Blockierlisten**.

Klicken Sie auf einen der Bereiche, um die dazugehörigen Einstelloptionen aufzurufen. Für nahezu jede Option können Sie wählen zwischen **Alle**, **Freunde**, **Freunde von Freunden** und **Benutzerdefiniert**. Unter Benutzerdefiniert haben Sie wiederum die Wahl zwischen **Listen**, **Einzelpersonen** und **Nur ich**. Im Folgenden ein Kurzüberblick zu den Bereichen der Privatsphäre-Einstellungen:

Auf Facebook vernetzen: Wer darf Sie suchen und Ihnen Nachrichten schicken? Wer darf die Informationen zu Arbeitgeber, Sportverein etc. sehen?

Inhalte teilen: Wer darf Ihre Beiträge sehen? Welche Beiträge mit Bezug zu Ihnen dürfen andere Personen einstellen? Wer darf Kontaktinformationen sehen?

Anwendungen und Webseiten: Wer darf sehen, welche Facebook-Spiele und -Anwendungen Sie nutzen? Welche Informationen dürfen Anwendungen und Spiele weitergeben?




Inhalte auf Facebook teilen

Diese Einstellungen bestimmen, wer sehen kann, was du teilst.

	Alle	Freunde von Freunden	Nur Freunde	Andere
Alle				
Freunde von Freunden				
Nur Freunde				
Empfohlen				
Benutzerdefiniert ✓				
Status, Fotos und Beiträge			•	
Biografie und Lieblingszitate			•	
Familie und Beziehungen			•	
Fotos und Videos, in denen du markiert wurdest				•
Religiöse Ansichten und politische Einstellung			•	
Geburtstag			•	
Genehmigung zum Kommentieren deiner Beiträge			•	
Orte, die du besuchst [?]			•	
Kontaktinformationen			•	

 Benutzerdefinierte Einstellungen
  Das sind deine aktuellen Einstellungen

Bild 2.8 Privatsphäre-Einstellungen

Blockierlisten: Hier blockieren Sie andere Nutzer sowie Einladungen zu Anwendungen oder Veranstaltungen.

Am besten, Sie nehmen sich einmal die Zeit, und überlegen genau, wie Sie zu jedem einzelnen Punkt stehen. Im Folgenden stellen wir zusätzlich eine Reihe von empfehlenswerten Einstellungen vor.

Sichtbarkeit von Beiträgen und Profil begrenzen

Im ersten Schritt begrenzen Sie ganz allgemein die Sichtbarkeit Ihres Profils und Ihrer Beiträge auf Ihre **Freunde**. Bei einzelnen Punkten können Sie auch überlegen, **Freunde von Freunden** zuzulassen. Ganz selten sollten Sie **Alle** verwenden, auch wenn Facebook Sie immer wieder zur Freizügigkeit animiert.



1. Klicken Sie auf **Konto > Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Im Abschnitt **Inhalte auf Facebook teilen** klicken Sie links auf **Nur Freunde** und dann auf **Einstellungen übernehmen**.
3. Um diese Konfiguration weiter zu verfeinern, klicken Sie unten auf den Link **Benutzerdefinierte Einstellungen**.
4. Es öffnet sich eine neue Übersicht. Hier können Sie jeden einzelnen Punkt noch einmal überprüfen und gegebenenfalls noch restriktiver einstellen.

Ist es zum Beispiel wirklich nötig, dass Sie Ihre private Handy-Nummer veröffentlichen? Andere Facebook-Nutzer haben genug Möglichkeiten, Sie zu kontaktieren, also kann man auf diese Information auch verzichten. Um Handy-Nummer, E-Mail-Adresse oder anderes ganz zu verbergen, gehen Sie wie folgt vor:



1. Klicken Sie auf **Konto > Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Im Abschnitt **Inhalte auf Facebook teilen** klicken Sie unten auf den Link **Benutzerdefinierte Einstellungen**.
3. Wählen Sie aus dem Drop-down-Menü neben dem jeweiligen Eintrag **Benutzerdefiniert** (Bild 2.9).
4. Es öffnet sich das Fenster **Individuelle Privatsphäre** (Bild 2.10).
5. Unter **Dies sichtbar machen für** wählen Sie nun entweder **Bestimmte Personen** und tragen diese ein, oder Sie wählen **Nur ich**.
6. Unter **Das vor folgenden Personen verbergen** können Sie auch einstellen, dass die Information nur für bestimmte Personen unsichtbar ist.

7. Schließen Sie die Einstellungen mit **Einstellung speichern** ab.

Beiträge von mir Standardeinstellungen für Beiträge, einschließlich Statusmeldungen und Fotos	
Familie	Nur Freunde
Beziehungen	Nur Freunde
„Interessiert an“ und „Auf der Suche nach“	Nur Freunde
Biografie und Lieblingszitate	Nur Freunde

Bild 2.9 Einträge für die Privatsphäre

Mit diesem Verfahren sollten Sie auf jeden Fall die Option **Fotos und Videos, in denen ich markiert bin** auf **Nur ich** setzen. Der Grund: Facebook bietet die Möglichkeit, Personen auf Fotos und Videos zu markieren.

Ein Beispiel: Ein Freund von Ihnen hat auf seiner letzten Party Fotos gemacht und stellt diese bei Facebook ein. Durch die Markierung (**Tag**) kann Ihr Freund zusätzlich angeben, dass Sie und andere Personen auf den Bildern zu sehen sind. Jetzt erfahren Sie und alle vernetzten Kontakte, dass Sie auf einem Partyfoto zu sehen sind. Das ist nicht immer wünschenswert.

Man kann Personen übrigens nicht nur auf eigenen Fotos markieren (**taggen**), sondern auch in den Fotoalben aller vernetzten Personen und Seiten.

Durch die oben beschriebene Einstellung gewinnen Sie etwas Zeit, da nur Sie über die Markierung informiert werden. Sie können sich dann das ungefragt hochgeladene Foto ansehen, eventuell die Markierung entfernen oder den Fotografen kontaktieren.



Bild 2.10 Individuelle Privatsphäre

Standort-basierte Informationen ausschalten

Social-Networking ist nicht mehr nur auf den heimischen Computer begrenzt, sondern breitet sich immer stärker auch auf Smartphones aus. Über das neue **Facebook Places** (auf Deutsch Facebook Orte) lassen sich Beiträge, die Sie oder andere mit einem Smartphone unterwegs erstellen, automatisch mit dem Standort verknüpfen. So können Freunde sehen, wo Sie sich gerade befinden. Falls Sie das nicht möchten, müssen Sie es ausschalten:

1. Klicken Sie oben im blauen Balken auf **Konto**, und wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Unter **Inhalte auf Facebook teilen** klicken Sie auf den Link **Benutzerdefinierte Einstellungen**.
3. Unter **Dinge, die ich teile** finden Sie den Eintrag **Orte, die ich besuche**.
4. Daneben wählen Sie im Drop-down-Menü **Benutzerdefiniert** und dann **Nur ich**.
5. Darunter entfernen Sie den Haken unter **Aktivieren neben Mich im „Personen, die jetzt hier sind“-Abschnitt anzeigen, nachdem ich angegeben habe, wo ich mich befinde**.



6. Falls Sie auch nicht möchten, dass andere Facebook-Nutzer Ihren Standort bekannt geben, gehen Sie zum Abschnitt **Dinge, die andere Personen teilen**. Finden Sie hier den Eintrag **Freunde können angeben, dass ich mich an einem Ort befinde**.
7. Klicken Sie auf **Einstellungen bearbeiten** rechts neben dem Eintrag. Es öffnet sich das Fenster **Orte: Markierungen von Freunden**.
8. Klicken Sie auf **Auswählen** und dann auf **Gesperrt**.
9. Bestätigen Sie mit **OK**.

Sie müssen Facebook Places natürlich nicht komplett abschalten, sondern können es auch im 4. Schritt nur für bestimmte Personen oder alle Freunde freigeben.

Einträge auf der Pinnwand kontrollieren

In der normalen Einstellung ist es Freunden erlaubt, neue Einträge an Ihre Pinnwand zu schreiben (zu **posten**) und Ihre Einträge zu kommentieren – aber das muss nicht so sein. Sie können die Schreibrechte begrenzen, aber bedenken Sie, dass es dann nur schwerlich zu einer Unterhaltung kommen wird.



1. Klicken Sie oben im blauen Balken auf **Konto**, und wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Unter **Inhalte auf Facebook teilen** klicken Sie auf den Link **Benutzerdefinierte Einstellungen**.
3. Finden Sie den Abschnitt **Dinge, die andere Personen teilen**.
4. Falls Sie keine Kommentare auf Ihre eingestellten Beiträge, Fotos etc. wünschen, gehen Sie zur Option **Kann Beiträge kommentieren**. Im Drop-down-Menü rechts daneben wählen Sie **Benutzerdefiniert** > **Bestimmte Personen** und tragen diese ein. Wählen Sie **Benutzerdefiniert** > **Nur ich**, um alle Kommentare zu verhindern.
5. Falls Freunde zwar Ihre Beiträge kommentieren, aber keine eigenen Beiträge posten dürfen, entfernen Sie den Haken neben **Freunde können an meine Pinnwand posten**.
6. Um festzulegen, wer Pinnwandeinträge von Freunden sehen kann, gehen Sie zur Option **Pinnwandeinträge von Freunden**. Im Drop-down-Menü rechts daneben wählen

Sie **Benutzerdefiniert** > **Bestimmte Personen** und tragen diese ein. Wählen Sie **Benutzerdefiniert** > **Nur ich**, damit nur Sie die Beiträge sehen.

Falls Sie Anwendungen nutzen wollen, ist es mit den allgemeinen Einstellungen nicht getan. Unter **Konto** > **Anwendungseinstellungen** müssen Sie für jede einzelne Anwendung einstellen, was erlaubt ist und was nicht.



VORSICHT

Anwendungen kontrollieren

Facebook bietet Ihnen verschiedene Anwendungen an, darunter zum Beispiel Spiele, Quiz etc. Durch die Nutzung vernetzen Sie sich über die Anwendungen mit anderen Personen, die dann zumindest theoretisch Zugriff auf Ihr Profil haben. Das sollten Sie ändern:

1. Klicken Sie oben im blauen Balken auf **Konto**, und wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Gehen Sie zu **Anwendungen und Webseiten**, und klicken Sie auf **Bearbeite Deine Einstellungen**.
3. Falls andere Personen nicht sehen sollen, welche Spiele und Anwendungen Sie benutzen, gehen Sie zur Option **Aktivitäten in Spielen und Anwendungen**. Im Drop-down-Menü rechts daneben wählen Sie **Benutzerdefiniert** > **Bestimmte Personen** und tragen diese ein. Alternativ wählen Sie **Benutzerdefiniert** > **Nur ich**.
4. Falls andere Personen bei der Nutzung von Spielen und Anwendungen keine Informationen über Sie weitergeben dürfen, gehen Sie zur Option **Informationen, die durch deine Freunde zugänglich sind**. Klicken Sie auf **Einstellungen bearbeiten**, und entfernen Sie alle oder nur bestimmte Haken. Klicken Sie auf **Änderungen speichern**.



Internet-Suchmaschinen blockieren

In der Standardeinstellung gibt Facebook Profilinformationen an Internet-Suchmaschinen weiter. Im Klartext: Wenn jemand nach Ihrem Namen bei Google sucht, taucht in der Ergebnisliste auch Ihre Facebook-Seite auf – aber Sie haben ja bereits die vorne empfohlenen Einstellungen für die Privatsphäre umgesetzt, sodass es für Fremde nicht mehr viel zu sehen gibt. Um Facebook die Weitergabe von Informationen an Suchmaschinen ganz zu verbieten, gehen Sie folgendermaßen vor:



1. Klicken Sie oben im blauen Balken auf **Konto**, und wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Gehen Sie zu **Anwendungen und Webseiten**, und klicken Sie auf **Bearbeite Deine Einstellungen**.
3. Gehen Sie zum Eintrag **Öffentliche Suche**, und klicken Sie auf **Einstellungen bearbeiten**.
4. Entfernen Sie den Haken vor **Öffentliche Suche aktivieren**, und klicken Sie in der Warnung auf **Bestätigen**.

Werbung bei Freunden blockieren

Facebook ist zum großen Teil durch Werbung finanziert und kann nur so für seine Nutzer kostenlos bleiben. Mit einem gewissen Maß an Werbung werden sich daher die meisten Anwender anfreunden können. Bei der sogenannten umfeldorientierten Werbung wird aber mit Ihrem Namen bei Freunden Werbung gemacht, deshalb haben Sie die Möglichkeit, diese spezielle Werbeform zu blockieren.

Ein Beispiel zu umfeldorientierter Werbung: Norbert ist begeisterter Koch und dementsprechend Fan der Facebook-Seite des Bratpfannenherstellers Ultrabrat. Neue Meldungen von Ultrabrat wurden von ihm schon mehrfach mit „Gefällt mir“ (siehe nächstes Kapitel) bewertet. Dadurch kann es dazu kommen, dass bei Norberts Facebook-Freunden irgendwann Ultrabrat-Werbung mit dem Zusatz „Norbert gefällt Ultrabrat“ erscheint.

Wenn Sie dergleichen vermeiden wollen, gehen Sie folgendermaßen vor:



1. Klicken Sie in der blauen Leiste auf **Konto** und dann auf **Kontoeinstellungen**.
2. Klicken Sie auf den Reiter **Facebook-Werbeanzeigen**.

URL



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- www.facebook.com
- www.facebook.com/privacy/explanation.php
- www.facebook.com/contact_importer/remove_uploads.php
- www.facebook.com/invite_history.php
- www.facebook.com/help/contact.php?show_form=database_removal

3. Gehen Sie zum Abschnitt **Werbeanzeigen, die von Facebook angezeigt werden**. Hier finden Sie die Option **Mache meine umfeldorientierten Handlungen in Facebook-Werbeanzeigen für die folgenden Personen sichtbar**. Im nebenstehenden Drop-down-Menü stellen Sie **Niemand** ein.
4. Bestätigen Sie mit **Änderungen speichern**.

Zukünftige Werbeformen blockieren

In den Facebook-Einstellungen finden sich derzeit (Dezember 2010) Hinweise auf für die Zukunft geplante Werbung außerhalb von Facebook bzw. die Zusammenarbeit mit anderen Websites. Die Angaben hierzu sind sehr kryptisch formuliert oder schlecht aus dem Englischen übersetzt, sodass unklar bleibt, was genau geplant ist. Hier trotzdem der Versuch einer Erklärung: Facebook gestattet es derzeit nicht, dass Anwendungen Dritter oder Werbenetzwerke mit Ihrem Namen oder Profilbild Werbung machen. Das kann sich aber offensichtlich jederzeit ändern (Bild 2.11). Die Privatsphäre-Einstellung hierfür ist bereits vorhanden und als Standard auf Erlauben gesetzt. Das sollten Sie ändern:

1. Klicken Sie in der blauen Leiste auf **Konto** und dann auf **Kontoeinstellungen**.
2. Klicken Sie auf den Reiter **Facebook-Werbeanzeigen**.
3. Gehen Sie zum Abschnitt **Werbeanzeigen, die von Anwendungen Dritter angezeigt werden**. Hier finden Sie die Option **Werbeanzeigen auf Plattformseiten gestatten, meine Informationen folgenden Personen zu zeigen**. Im nebenstehenden Drop-down-Menü stellen Sie **Niemand** ein. Bestätigen Sie mit **Änderungen speichern**.



Darüber hinaus arbeitet Facebook in den USA offensichtlich bereits mit Websites zusammen, die Informationen über Ihre Freunde und Ihre Facebook-Aktivitäten nutzen dürfen. Das

Werbeanzeigen, die von Anwendungen Dritter angezeigt werden

Facebook berechtigt Anwendungen Dritter bzw. Werbenetzwerke weder zur Nutzung deines Namens noch zur Nutzung deines Bildes für Werbeanzeigen. Sollte dies in Zukunft gestattet werden, so wird diese Einstellung die Nutzung deiner Informationen regeln.

Werbeanzeigen auf Plattformseiten
gestatten, meine Informationen folgenden
Personen zu zeigen

Niemand

Bild 2.11 Werbung verboten, bis es sich ändert

könnte ungefähr so aussehen: Sie besuchen eine Website mit Kinokritiken und bekommen sofort angezeigt, welche Filme von Ihren Freunden rezensiert oder mit „Gefällt mir“ bewertet wurden. Facebook nennt dies **Umgehende Personalisierung**. Auch hierfür ist bereits eine Einstellung vorhanden, mit der Sie der Nutzung Ihrer Daten durch die Facebook-Partner zustimmen. Weil es aktuell aber noch keine deutschen Partner gibt und diese Option also noch nicht aktiv ist, können Sie Ihre Zustimmung auch noch nicht widerrufen. Sollten Sie in naher Zukunft eine Website besuchen und dort von Ihren Facebook-Freunden begrüßt werden, können Sie dies folgendermaßen blockieren:



1. Klicken Sie oben im blauen Balken auf **Konto**, und wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Gehen Sie zu **Anwendungen und Webseiten**, und klicken Sie auf **Bearbeite Deine Einstellungen**.
3. Finden Sie den Eintrag **Umgehende Personalisierung**, und klicken Sie auf **Einstellungen bearbeiten**.
4. Entfernen Sie den Haken vor **Umgehende Personalisierung auf Partnerseiten zulassen**. Derzeit (Dezember 2010) lässt sich der Haken noch nicht entfernen.
5. Wahrscheinlich werden Sie die Änderung noch speichern müssen.

Es ist natürlich sehr unbefriedigend, dass diese Einstellung noch nicht vorgenommen werden kann. Facebook setzt offensichtlich darauf, dass Sie die **Umgehende Personalisierung** schon lange vergessen haben, bis es irgendwann ernst wird.

Blockierlisten

Jetzt reicht ´s – wenn Sie von einer Person oder einer Anwendung wiederholt genervt worden sind, können Sie den Störenfried auf eine Blockierliste setzen und damit jede Interaktion unterbinden. Vor allem Anwendungen verschicken oftmals unzählige Einladungen, die man wirklich nicht braucht, also sollten Sie auch diese blockieren.



1. Klicken Sie oben im blauen Balken auf **Konto**, und wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
2. Unter **Blockierlisten** klicken Sie auf den Link **Bearbeite Deine Listen**.

3. Unter **Nutzer blockieren** (Bild 2.12) tragen Sie den Namen oder die E-Mail-Adresse einer Person ein, von der Sie nichts mehr hören wollen.

Wenn du jemanden blockierst, kann diese Person nicht mehr mit dir auf Facebook befreundet sein oder mit dir interagieren (außer in Anwendungen und Spielen, die ihr beide verwendet).

Name:		Diesen Nutzer blockieren
E-Mail:		Diesen Nutzer blockieren

Du hast niemanden zu deiner Blockierliste hinzugefügt.

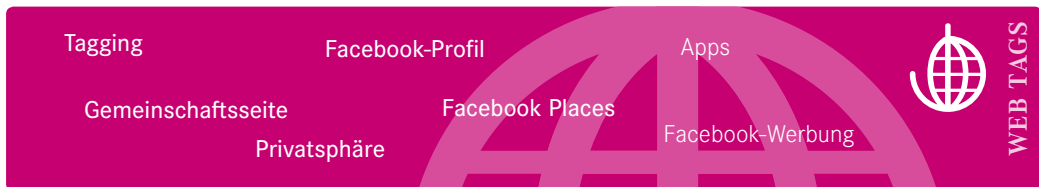
4. Unter **App-Anfragen blockieren** tragen Sie den Namen einer Person ein, die Ihnen keine App-Anfragen mehr schicken darf. App-Anfragen (Einladungen) werden von vielen Anwendungen automatisch generiert und an alle Freunde des Nutzers geschickt – wenn man nicht aufpasst.
5. Unter **Veranstaltungseinladungen blockieren** tragen Sie den Namen einer Person ein, von der Sie keine Einladungen zu Veranstaltungen mehr erhalten möchten.

Bild 2.12 Nutzer blockieren

Hinter jedem Punkt finden Sie den Link **Blockierung aufheben**, mit dem Sie die Sperre rückgängig machen. Haben Sie im 3. Schritt eine Person blockiert, wird auch die Freundschaft gelöscht. Sie müssen dann zusätzlich wieder eine Freundschaftsanfrage starten, um die Blockierung ganz aufzuheben.

Schweigen ist Silber, Posten ist Gold

Im nächsten Kapitel geht es endlich richtig mit dem Netzwerken los: Sie erfahren alles über das Einstellen eigener Beiträge, Fotos und Videos sowie über Kommentieren, Anstupsen und Teilen.



FACEBOOK: TEXTE, FOTOS UND VIDEOS EINSTELLEN

Facebook-Einsteiger sind am Anfang meist etwas gehemmt, wenn es um das Erstellen eigener Beiträge geht. Seien Sie nicht zu kritisch mit sich: Niemand erwartet von Ihnen, dass jeder Beitrag ein stilistisches und inhaltliches Meisterwerk wird. Für Ihre Freunde ist es viel interessanter, an Ihrem Leben teilzuhaben, und dafür genügen meist ein, zwei Sätze oder ein Foto. Der Social-Networking-Effekt ist vor allem dann spürbar, wenn man sich mit Personen unterhält, die man im realen Leben nur selten trifft, aber zu seinen Facebook-Freunden zählt: Auch nach langen Zeiten ohne direkten Kontakt ist man im Bilde und hat aktuelle Anknüpfungspunkte.

In diesem Kapitel wird das Networking sozial: Sie erfahren, wie Sie eigene Texte, Fotos, Videos etc. bei Facebook online stellen und auf die Beiträge Ihrer Freunde reagieren.

Facebook-Deutsch: Postings und posten

An anderer Stelle haben wir bereits angemerkt, dass die deutschen Übersetzungen der englischen Facebook-Begriffe für Schaltflächen etc. oftmals etwas verwirrend sein können. Teilweise fehlt einfach ein perfekt passendes deutsches Wort, teilweise hätte man aber auch bessere Übersetzungen finden können.

Außerdem verwendet Facebook dieselben Begriffe an verschiedenen Stellen mit leicht unterschiedlichen Bedeutungen, was die Sache nicht einfacher macht. Die Facebook-Gemeinde hat darauf reagiert, indem sie englische Begriffe verwendet, um Eindeutigkeit herzustellen.

Bestes Beispiel ist der Begriff **Teilen**, der zwar exakt dem englischen „Share“ entspricht, aber auf Deutsch besser mit „Veröffentlichen“ oder „Mitteilen“ übersetzt werden sollte. Facebook-Nutzer haben sich deshalb beim allgemeinen Internet-Slang bedient und verwenden statt **Teilen** das Verb **Posten** für die Veröf-



Bild 3.1 Posting an eigener Pinnwand

fentlichung von Beiträgen. Die geposteten Statusmeldungen, Kommentare etc. heißen dementsprechend **Postings**.

Eigene Postings schreiben

Sowohl auf Ihrer Startseite als auch auf Ihrer Pinnwand finden Sie ein Eingabefeld namens **Was machst Du gerade?** Sollte das Feld nicht sofort sichtbar sein, klicken Sie ganz oben im Feld **Teilen** auf **Status** (Bild 3.1). Geben Sie hier einfach den gewünschten Text ein, um eine Statusmeldung zu veröffentlichen. Natürlich müssen Sie die Frage „Was machst Du gerade?“ nicht beantworten, das ist nur als Anregung zu verstehen. Schreiben Sie einfach über alles, was Ihnen gerade durch den Kopf geht. Klicken Sie dann auf das **kleine Schlosssymbol**, um die Privatsphäre-Einstellungen für das aktuelle Posting zu verändern – falls Sie das möchten. Die Voreinstellung (zum Beispiel **Nur Freunde**) entspricht den Einstellungen, die Sie unter Privatsphäre allgemein festgelegt haben (siehe Kapitel 2). Aber vielleicht möchten Sie ja dieses eine Posting für **Alle** sichtbar machen? Dann stellen Sie dies hier ein. Mit Klick auf die blaue Schaltfläche **Teilen** wird Ihr neuer Beitrag veröffentlicht. Jetzt erscheint Ihr Posting auf Ihrer Pinnwand, als Kopie auf Ihrer Startseite und auf den Startseiten Ihrer Freunde, je nach Ihren und den Privatsphäre-Einstellungen Ihrer Freunde.

43

Auf Pinnwände von Freunden schreiben

Sie können mit der oben beschriebenen Methode auch direkt auf die Pinnwand eines Freundes schreiben (wenn Ihr Freund dies erlaubt hat). Rufen Sie dazu die Profilseite des gewünschten Freundes auf, zum Beispiel über das Suchfeld ganz oben. Schreiben Sie jetzt Ihren Text in das Feld **Schreib etwas...** Sollte das Feld nicht sofort sichtbar sein, klicken Sie ganz oben im Feld **Teilen** auf **Beitrag** (Bild 3.2). Mit Klick auf die



Bild 3.2 Posting an fremder Pinnwand

blaue Schaltfläche **Teilen** wird Ihr neuer Beitrag veröffentlicht. Sie haben beim Schreiben an fremde Pinnwände übrigens kein Schlosssymbol für Privatsphäre-Einstellungen, weil es keinen Sinn machen würde, an eine fremde Pinnwand zu schreiben und dem Besitzer dann das Lesen zu verbieten. Wo liegt der Unterschied zwischen dem Schreiben an eigene und fremde Pinnwände? Es hat sich bei Facebook eingebürgert, dass man direkt an eine fremde Pinnwand schreibt, wenn man der Person etwas Bestimmtes mitteilen möchte. Wenn zum Beispiel ein Freund glühen der Formel-1-Fan ist und oft über dieses Thema schreibt, sollten Sie Ihre Neuigkeiten, Ansichten und Fragen zum Rennsport auf seine Pinnwand stellen. So führen Sie die Diskussion fort, die in erster Linie von Ihrem Freund in Gang gehalten wird. Dieses Verfahren ist aber wie gesagt nur Teil einer nicht zwingenden Etikette – Sie können es auch ganz anders handhaben.

Auf Freunde verweisen

Falls Sie in Ihren Postings über Personen oder Facebook-Seiten bzw. Gruppen schreiben, möchten Sie vielleicht, dass der Leser ganz einfach die entsprechende Seite bzw. das entsprechende Profil besuchen kann. Dafür stellt Facebook die **@mention-Funktion** bereit.

Ein Beispiel: Sie schreiben über Ihren Facebook-Freund Frank. Im Text geben Sie nun @Frank ein (oder wählen einen Namen aus der Liste aus). Der Name Frank ist jetzt anklickbar und leitet den Leser zum Profil von Frank weiter. Ihr Beitrag erscheint zudem auf Franks Pinnwand in Kopie. Frank kann Ihr Posting auf seiner Pinnwand aber nicht direkt kommentieren, sondern muss mit **Beitrag anzeigen** zum Original-Posting springen. Allerdings können Personen, die mit @mention in einem Posting verlinkt wurden, diese Verknüpfung durch **Markierung entfernen** (unter dem Posting) rückgängig machen. Der Name bleibt dann zwar erhalten, er ist jedoch nicht mehr anklickbar.

Links posten

Ein Posting muss nicht unbedingt Text beinhalten. Viele Anwender nutzen Facebook, um Freunde einfach nur schnell auf interessante Webseiten, amüsante YouTube-Videos etc. hinzuweisen. Am einfachsten geht das, indem Sie die Adresse der Webseite (den Link) direkt in der Adresszeile Ihres Internet-Browsers kopieren und bei Facebook in das Feld für neue Postings einfügen. Sie können aber auch zunächst einige einleitende Sätze schreiben, damit Ihre Leser wissen, warum sie den Link anklicken sollen.

1. Klicken Sie auf **Link** im Feld **Teilen** ganz oben auf der Facebook-Seite.
2. In das neue Feld schreiben oder kopieren Sie die Internet-Adresse und klicken auf **Anhängen**.
3. Facebook sammelt jetzt von der Internet-Adresse einige Informationen und Bilder, um daraus eine Überschrift zu generieren und eine Vorschau-Galerie anzulegen (Bild 3.3).
4. Falls Sie keine Miniaturbilder wünschen, klicken Sie auf **Kein Miniaturbild**.
5. Alle von Facebook ausgefüllten Felder sind nur Vorschläge, die Sie nach Belieben ändern können.
6. Wenn Ihnen das Posting gefällt, klicken Sie auf **Teilen**.



Fotos posten

Das alte Sprichwort „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ gilt auch für Facebook und sollte hier heißen „Ein Foto-Posting sagt mehr als tausend Statusmeldungen“. Durch Bilder und Fotos wird Ihr Profil lebendig und entfernte Freunde und Bekannte können direkter an Ihrem Leben teilhaben. Es gibt keine Regeln – außer denen des Anstandes – für die Inhalte Ihrer Fotos. Wenn Sie sich also über Ihren neuen Kühlschrank freuen: Sofort ein Bild auf Facebook stellen! Klicken Sie zunächst auf **Status** im Feld **Teilen** ganz oben auf der Facebook-Webseite, und schreiben Sie ein paar erklärende Worte. Klicken Sie dann auf **Fotos**. Es öffnet sich ein Feld mit drei Optionen (Bild 3.4):

Foto hochladen: Klicken Sie auf diesen Link, wenn sich das gewünschte Foto auf Ihrem Computer befindet. Mit Klick auf **Durchsuchen** können Sie durch die Ordner auf Ihrer Festplatte navigieren. Markieren Sie das Bild, und klicken Sie auf **Öffnen**. Das Bild wird zu Facebook hochgeladen und Ihrem Posting angehängt. Klicken Sie anschließend auf **Teilen**. Diese Methode eignet sich, um ein einzelnes Bild anzuhängen. Außerdem finden Sie hier die Option **Fotos per Email hochladen**,



Bild 3.3 Link posten



Bild 3.4 Foto hochladen

die weiter unten erklärt wird.

Foto aufnehmen: Wenn Sie der Welt (oder zumindest Ihren Facebook-Freunden) Ihre ak-

tuelle Verfassung mitteilen wollen, können Sie mit dieser Funktion einen Schnappschuss aufnehmen. Sie benötigen dazu eine Webcam, auf die Facebook zugreifen darf (siehe Kapitel 2). Das Bild wird zu Facebook hochgeladen und Ihrem Posting angehängt. Klicken Sie anschließend auf **Teilen**.

Album erstellen: Klicken Sie auf diesen Link, um mehrere Fotos in einem Album zu gruppieren und hochzuladen. Mit Klick auf **Fotos auswählen** öffnet sich ein neues Fenster, in dem Sie alle gewünschten Fotos bei gedrückter Strg- (Win) bzw. Ctrl-Taste (Mac) auswählen können. Klicken Sie danach auf **Öffnen**. Während des Hochladens können Sie einen Albumnamen sowie den Ort angeben, an dem die Fotos gemacht wurden (zum Beispiel Ihr Urlaubsort, Ihr Garten etc.). In der folgenden Übersicht lassen sich noch Bildunterschriften eingeben, Titelbilder für das Album festlegen oder einzelne Bilder löschen. Wenn Sie zufrieden sind, klicken Sie auf **Album im Profil posten**.

Fotos per E-Mail hochladen

Unter **Fotos hochladen** haben Sie vielleicht den Link **Fotos per Email hochladen** bemerkt. Dies ist eine besondere Methode, um mehrere Bilder gleichzeitig hochzuladen.



1. Klicken Sie auf Fotos hochladen.
2. Es öffnet sich ein Erklärungsfenster mit einer E-Mail-Adresse. Diese Adresse wurde von Facebook nur für Sie und nur für das Hochladen von Fotos eingerichtet.
3. Starten Sie Ihr normales E-Mail-Programm, und erstellen Sie eine neue E-Mail. Setzen Sie die oben angegebene E-Mail-Adresse als Empfänger ein, und hängen Sie beliebig viele Bilder an.
4. Versenden Sie die E-Mail (was bei vielen Bildern etwas dauern kann).
5. Das neue Album erscheint in Ihrem **Profil** unter **Fotos > Mobile Uploads**.

6. Ist nur ein Bild angehängt, verwendet Facebook die Betreffzeile der E-Mail als Bildunterschrift.
7. Wenn Sie das Album veröffentlichen wollen, gehen Sie zu **Fotos**, und klicken das gewünschte Album an.
8. Im Fenster wählen Sie **Album im Profil posten**. Jetzt können Sie einen zusätzlichen Text eingeben.
9. Veröffentlichen Sie das Posting per Klick auf **Teilen**.

Der Nachteil: Sie können diese Methode nicht verwenden, um schnell ein paar Fotos an ein schon geschriebenes Posting anzuhängen. Wenn Sie das Album veröffentlichen wollen, gehen Sie zu Fotos und klicken das gewünschte Album an. Im folgenden Fenster wählen Sie **Album im Profil posten**. Jetzt können Sie einen zusätzlichen Text eingeben und das Posting per Klick auf **Teilen** veröffentlichen.

Fotos außerhalb des eigenen Profils posten

Genau wie Textbeiträge können Sie auch Fotos außerhalb des eigenen Profils posten, zum Beispiel an die Pinnwand eines Freundes oder in einer Gruppe. Rufen Sie dazu die Profilseite des gewünschten Freundes auf, zum Beispiel über das Suchfeld ganz oben. Klicken Sie jetzt ganz oben im Feld **Teilen** auf **Foto**. Sie haben nun die Wahl zwischen **Foto aufnehmen** und **Foto hochladen** (siehe oben). Wenn Sie Fotos auf Ihre eigene Pinnwand posten, landen diese gleichzeitig auch im Album **Pinnwand-Fotos**. Bei Foto-Postings auf fremde Pinnwände ist dies nicht so:

Foto auf fremder Pinnwand: Hier landet das Bild ausschließlich auf der Pinnwand Ihres Freundes. Sowohl Sie als auch Ihr Freund können das Foto von der Pinnwand wieder entfernen.

Foto auf offizieller Seite: Posten Sie das Foto auf einer offiziellen Seite, so erscheint es auf der Pinnwand und im Album **Fanfotos**. Sowohl Sie als auch der Seitenadministrator können das Foto wieder entfernen.

Fotos in Gruppen: Fotos erscheinen auf der Pinnwand und unter dem Reiter **Foto**. Sowohl Sie als auch der Gruppenadministrator können das Foto wieder entfernen.

Personen markieren

Auf vielen Familienfotos, Party-Schnappschüssen etc. sind mehrere Personen zu sehen. Für den Betrachter stellt sich nun die Frage: Wer sind diese Leute? Kenne ich die? Um dies zu beantworten, bietet Facebook die Möglichkeit, Personen (oder auch Bildbereiche) auf Fotos zu markieren. Im Facebook-Jargon heißt dieser Vorgang **Taggen** und die Markierung entsprechend **Tag**.



1. Um eigene Fotos zu taggen, klicken Sie in Ihrem Profil oben auf **Fotos** und wählen dann ein Album aus.
2. Klicken Sie jetzt auf das gewünschte Foto, damit das Bild vergrößert in der Einzelansicht erscheint.
3. Jetzt finden Sie rechts unten die Option **Jemanden auf diesem Foto markieren**.
4. Klicken Sie auf diesen Link und danach auf das Gesicht der Person, die Sie markieren wollen (Bild 3.5).
5. Es öffnet sich ein Fenster, in dem Sie den Namen der Person eingeben oder aus einer Liste Ihrer Freunde auswählen können.

6. Klicken Sie danach rechts oben auf **Fertig markiert**.
7. Unter dem Foto erscheint jetzt die Anmerkung: **Auf diesem Bild: Name**. Der Name ist zudem direkt mit dem entsprechenden Facebook-Profil verknüpft.



Bild 3.5 Personen auf Fotos taggen

Über die Markierung erhält die getaggte Person eine Nachricht. Sie können Personen nicht nur in Ihren eigenen Alben taggen, sondern auch in allen Alben von Personen, Seiten und Gruppen, mit denen Sie vernetzt sind. Wie Sie kontrollieren können, auf welchen Fotos Sie getaggt werden, lesen Sie in Kapitel 2.

Videos posten

Natürlich können Sie auch Ihre Videos auf Facebook präsentieren, allerdings sind hier Grenzen gesetzt: Zwei Minuten Laufzeit und 100 MB Speicherplatz markieren das Maximum für bewegte Bilder. Ist Ihr Video länger, müssen Sie es aufteilen.

Oder Sie laden das Video auf eine andere Internet-Plattform (zum Beispiel YouTube) und posten bei Facebook nur den entsprechenden Link. Um Videos zu posten, klicken Sie zunächst auf **Status** im Feld **Teilen** ganz oben auf der Facebook-Webseite und schreiben ein paar erklärende Worte. Klicken Sie dann auf **Video**. Genau wie bei Fotos erhalten Sie jetzt zwei Optionen

- **Video aufnehmen** (über eine angeschlossene Webcam)
- **Video hochladen** (von Ihrer Festplatte)

Der Upload funktioniert über ein Popup-Fenster. Wenn Sie die Verwendung von Popups in Ihrem Internet-Browser verboten haben, müssen Sie diese Einstellung für den Upload ändern. Nachdem das Video hochgeladen wurde, benötigt Facebook zudem etwas – oder auch etwas mehr – Bearbeitungszeit, seien Sie geduldig. Anschließend haben Sie noch Gelegenheit, einen Titel oder erklärenden Text einzufügen. Mit Klick auf **Teilen** wird Ihr Posting mit angehängtem Video veröffentlicht. Außerdem finden Sie das Video von nun an unter dem Reiter **Video** in Ihrem Profil. Fehlt dieser Reiter, müssen Sie ihn durch Klick auf das **Plus-Symbol** neben den Reitern sichtbar machen.

Facebook arbeitet schon seit Langem daran, das Markieren von Personen auf Fotos zu automatisieren. Zukünftig wird mit Sicherheit eine Form von Gesichtserkennung eingesetzt werden, um alle Fotos richtig zu markieren.



A PROPOS

Fotos und Videos aus fremder Quelle posten

Bei Ihren Streifzügen durch das Internet finden Sie bestimmt oftmals Videos oder Fotos, die Sie mit Ihren Facebook-Freunden teilen möchten. Da diese Videos und Fotos schon online sind, müssen Sie sie nicht wie oben beschrieben hochladen. Stattdessen posten Sie einfach einen entsprechenden Link. Kopieren Sie dazu die Adresse (URL) des Videos oder Fotos aus der Adresszeile Ihres Internet-Browsers und klicken dann auf der Facebook-Seite auf **Link** im Feld **Teilen** (Bild 3.6). Hier fügen Sie den Link ein und klicken



Bild 3.6 YouTube-Video als Link

auf **Teilen**. Unter Windows können Sie auch mit der rechten Maustaste auf das gewünschte Foto klicken und **Grafikadresse kopieren** auswählen, um diese dann wie oben beschrieben zu posten.

Veranstaltungen (Termine) posten

Um Freunde bei Facebook auf eine Veranstaltung bzw. einen Termin hinzuweisen, können Sie einfach eine Seite für Ihre Party, Ihren Ausflug etc. mit allen nötigen Informationen erstellen (Bild 3.7). Eingeladene Gäste haben die Möglichkeit zu- oder abzusagen.

50



1. Klicken Sie in Ihrem Profil auf den Reiter **Veranstaltungen**. Fehlt dieser Reiter, müssen Sie ihn per Klick auf das **Plus-Symbol** neben den Reitern sichtbar machen.
2. Klicken Sie nun auf **Veranstaltung erstellen**. Es öffnet sich ein Formular, in das Sie die wesentlichen Details der Veranstaltung und auch ein Titelbild eingeben können.
3. Außerdem haben Sie hier Gelegenheit, sofort Gäste einzuladen – Sie können diesen Punkt aber auch überspringen, um sich erst später für eine Gästeliste zu entscheiden.
4. Klicken Sie auf **Veranstaltung erstellen**, damit Facebook eine Seite für diese Veranstaltung generiert.

Zu der **Veranstaltungsseite** gelangen Sie durch Klick auf den **Veranstaltungstitel** in der Übersicht der **Veranstaltungen**. Hier können Sie über den Link **Gäste auswählen** auch nachträglich Einladungen verschicken. Sie haben jederzeit den Überblick über Zu- und Absagen. Ganz oben rechts finden Sie zudem die Option **Veranstaltung bearbeiten**. Klicken Sie darauf, um zum Beispiel zwischen **öffentlicher** und **privater** Veranstaltung zu

URL



Das ist der Link zu diesem Kapitel:

- www.tagesschau.de/inland/facebook148.html

unterscheiden oder um festzulegen, ob Gäste weitere Freunde einladen dürfen. Das Anlegen einer Veranstaltung wird zudem automatisch auf Ihrer Pinnwand gepostet. Wenn Sie das nicht möchten, müssen Sie den Eintrag manuell entfernen.

Fremde Postings kommentieren

In diesem Kapitel haben Sie bislang erfahren, wie Sie eigene Texte, Fotos, Links etc. auf Facebook veröffentlichen und damit an Ihre Freunde senden. Das ist zwar schon sehr spannend, aber so kommt natürlich kein „Gespräch“ in Gange, denn dazu müsste man wechselseitig auf Postings reagieren können. Und genau das ermöglicht das **Kommentieren**. Jedes Posting, das Sie auf Ihrer Startseite oder auf der Pinnwand eines Freundes sehen, können Sie auch kommentieren. Ist der Beitrag bislang unkommentiert, klicken Sie auf den Link **Kommentieren** unterhalb des Postings. Haben andere bereits einen oder mehrere Kommentare verfasst, steht hier ein Eingabefeld mit der Aufforderung **Schreibe einen Kommentar** – lassen Sie sich nicht lange bitten! Schreiben Sie einfach Ihren Text in das freie Feld, und klicken Sie auf **Kommentieren**. Ihr Beitrag erscheint jetzt in der Liste der Kommentare und kann wiederum kommentiert werden. Sie können **Kommentare löschen**, indem Sie die Maus über den Kommentar bewegen und auf das **X-Symbol** in der rechten oberen Ecke klicken. Außerdem kann jeder Kommentar von den Lesern mit **Gefällt mir** bewertet werden (siehe unten).

51

Kommentieren oder selber posten?

Erst durch das Kommentieren kommt richtig Schwung in die Bude, denn so treten Sie in den Dialog mit Ihren Facebook-Freunden. Deshalb macht es auch keinen Sinn, auf eine laufende Diskussion mit einem eigenen Posting (siehe oben) zu antworten, denn dieses würde nicht in die Abfolge der Kommentare eingeordnet werden, wodurch das Hin und Her der Beiträge „zerrissen“ würde. Ihre Facebook-Freunde würden so ein

Dienstag, 7. Dezember



Glühweinschlürfen

Wo: Weihnachtsmarkt am Gänsemarkt
 Wann: Dienstag, 7. Dezember, 19:00 bis
 Mittwoch, 8. Dezember, 15:00
 Deine Antwort: Zusagen (bearbeiten)

Bild 3.7 Veranstaltung

Posting zwar erhalten, aber wahrscheinlich gar nicht mit der Diskussion in Verbindung bringen. Eine Abfolge von Beiträgen verschiedener Nutzer zu einem Thema wird übrigens im Internet-Slang und auch auf Facebook **Thread** genannt, was wörtlich Faden bedeutet und den Sachverhalt genau beschreibt. Das erste Posting, auf den der Thread folgt, ist das **Original-Posting**. Meistens ist es also sinnvoll, wenn Sie mit Ihren Postings und Kommentaren **im Thread bleiben**. Allerdings können Sie auch bewusst einen **neuen Thread aufmachen** (also die Diskussion mit einem Posting außerhalb des alten Threads neu starten), wenn Sie auf einen bestimmten Aspekt näher eingehen wollen oder sich die Diskussion im alten Thread Ihrer Meinung nach verrannt hat.

Richtig kommentieren

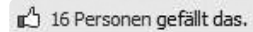
Wenn Sie kommentieren, wird Ihr Kommentar immer als neuester Beitrag in der Liste unten angehängt. Das macht es schwierig, sich auf einen anderen Kommentar zu beziehen, der vielleicht mehrere Positionen in der Liste entfernt ist. Um sich direkt auf den Beitrag eines anderen Kommentators zu beziehen, beginnen Sie Ihren Beitrag mit **@ gefolgt vom Nutzernamen**. Ein Beispiel: Frank hat einen Kommentar abgegeben, auf den Sie direkt reagieren möchten. Sie beginnen Ihren Kommentar also mit @Frank:, sodass je-

der Leser weiß, auf wen Sie sich beziehen. Sollten Sie mit einem Kommentar auf mehrere Beiträge verschiedener Kommentatoren antworten wollen, können Sie mit @Frank:, @Rolf:, @Brigitte: etc. auch mehrere Personen in einem Posting getrennt ansprechen – aber machen Sie es nicht zu kompliziert, Leser und Angesprochene müssen leicht erkennen können, welcher Teil Ihres Posting für wen bestimmt ist. Hat Frank bereits mehrere Beiträge in einem Thread geschrieben, sollten Sie in Ihrer Antwort ein Stück aus dem Posting zitieren, auf das Sie sich beziehen. Also zum Beispiel: @Frank: Du schreibst „Deutschland hätte die WM gewinnen sollen“, dazu kann ich nur sagen ...

Postings bewerten

Daumen hoch – einfacher lässt sich Zustimmung nicht signalisieren. Falls Sie also der Facebook-Gemeinde mitteilen möchten, dass Ihnen ein Posting, Kommentar, Foto etc. gefällt, klicken Sie einfach auf **Gefällt mir** (oft auch **Like-Button** genannt) mit dem dazugehörigen **Daumen-hoch-Symbol**. Auf Facebook finden Sie diese Möglichkeit zur einfachen Bewertung an jeder Ecke und auch externe Webseiten bieten immer öfter diese Funktion. Ihre Zustimmung ist für andere Leser sichtbar, indem Sie einfach auf den Link **2 (oder**

mehr) **Personen gefällt das** klicken. Es öffnet sich dann ein Fenster mit den Namen der Personen, die hier auch gleich über **Als Freundin hinzufügen** zum eigenen Freundeskreis eingeladen werden können. Sobald Sie **Gefällt mir** angeklickt haben, ändert sich der Link in **Gefällt mir nicht mehr**. Klicken Sie darauf, um Ihre positive Bewertung zurückzunehmen.


 16 Personen gefällt das.

Gefällt mir auf anderen Webseiten

Das Konzept der einfachen Bewertung ist so erfolgreich, dass es Ihnen auch auf anderen Webseiten begegnen wird. Die Betreiber von Web-Angeboten haben natürlich großes Interesse daran, dass ihre Inhalte bekannter werden und von möglichst vielen Lesern genutzt werden. Deshalb integrieren sie den Facebook-Gefällt-mir-Button auf ihren Seiten, sodass Facebook-Nutzer ihre Freunde problemlos auf eine interessante Webseite hinweisen können – bessere Werbung gibt es nicht. Allerdings erfährt Facebook so auch eine Menge über die Vorlieben seiner Nutzer, selbst wenn sie sich nicht auf der Facebook-Seite befinden. Ob Ihnen das recht ist, müssen Sie entscheiden. Datenschützern ist der Gefällt-mir-Button jedenfalls ein Dorn im Auge, mehr darüber bei den Links in diesem Kapitel.

53

Facebook-Freunde anstupsen

Wenn Sie die Profilseite eines Facebook-Nutzers aufrufen, finden Sie unter dem Profilfoto oder im rechten oberen Bereich die Option **Anstupsen**. Klicken Sie darauf, und es öffnet sich ein Fenster, in dem Sie wiederum auf **Anstupsen** klicken. Danach erhält der Angestupste auf seiner Startseite eine Nachricht und die Möglichkeit, Sie zurückzustupsen. Woraufhin Sie wieder stupsen können usw. Was soll das? Anstupsen ist dafür gedacht, einen Nutzer darauf hinzuweisen, dass er Facebook öffnen soll. Ein Beispiel: Sie haben verschiedene Postings veröffentlicht, die für einen Ihrer Facebook-Freunde von Interesse sein sollten – aber die Person meldet sich gar nicht. Wahrscheinlich hat sie sich einfach länger nicht bei Facebook

Sie können eine positive Bewertung zwar zurücknehmen, aber keine negative Bewertung aussprechen. Einen Button „Gefällt mir nicht“ wird es wohl auch in Zukunft nicht geben, obwohl sich fast zwei Millionen Nutzer einen solchen wünschen.



APROPOS

eingeloggt und nichts von Ihren Aktivitäten mitbekommen. Mit Anstupsen fordern Sie Ihren Freund dazu auf, mal wieder etwas auf Facebook von sich hören zu lassen. Das funktioniert aber nur, wenn die betreffende Person eingestellt hat, dass sie über Anstupser per E-Mail informiert wird – ansonsten können Sie ewig stupsen. Ob diese Funktion sehr sinnvoll ist, sei dahingestellt. Sie ist jedenfalls da und kann benutzt werden.

Privat kommunizieren mit Nachrichten

Bei allen Ihren Facebook-Aktivitäten gehen Sie am besten davon aus, dass sie öffentlich sind. Selbst wenn Sie Ihre Privatsphäre-Einstellungen sehr gewissenhaft und restriktiv festgelegt haben, kommt es immer wieder zu kleinen Lecks: Unter Umständen können nicht nur Freunde, sondern auch Freunde von Freunden ein Posting lesen, Ihre Gefällt-mir-Bewertung ist für einen größeren Leserkreis sichtbar etc. Solche Lecks entstehen manchmal durch die Kombination verschiedener komplexer Funktionen, wie es sie auf Facebook haufenweise gibt. In den meisten Fällen ist dies aber zu verschmerzen oder Sie bemerken es erst gar nicht. Manchmal möchte man aber absolut sicher sein, dass nur der gewünschte Empfänger vertrauliche Informationen erhält. Für diesen Fall gibt es bei Facebook die Nachrichten. Eine Facebook-Nachricht ist grundsätzlich nichts anderes als eine E-Mail, die Sie an einen oder mehrere Empfänger schicken können. Dazu haben Sie die Möglichkeit, auch noch ein Foto, Link etc. anzuhängen. So geht's:



1. Klicken Sie auf Ihrer Startseite auf den Punkt **Nachrichten** in der linken Seitenleiste unter Ihrem Profilfoto.
2. Alternativ finden Sie in der obersten blauen Leiste neben dem Schriftzug Facebook drei **dunkelblaue Symbole**. Klicken Sie auf das mittlere **Sprechblasensymbol**.
3. Klicken Sie nun auf **+Neue Nachricht** bzw. im Popup-Fenster auf **Neue Nachricht verschicken** (Bild 3.8).
4. Im Feld **An** geben Sie den oder die Empfänger ein. Als Empfänger eignet sich auch eine vorher definierte Freundesliste (siehe Kapitel 2).
5. In das Feld **Betreff** geben Sie wie bei einer E-Mail einen Titel für Ihre Nachricht ein.
6. In das Feld **Nachricht** geben Sie schließlich den eigentlichen Text ein.
7. Unterhalb des Nachrichtenfeldes sehen Sie die bekannten Symbole für **Foto**, **Video** und **Link**. Klicken Sie darauf, um ein Foto, Video oder einen Link an Ihre Nachricht

anzuhängen. Es folgen dieselben Schritte wie beim Posten von Fotos, Videos und Links (siehe weiter oben in diesem Kapitel). Sie können nur einen einzigen Anhang versenden.

8. Wenn Sie auf eines der Symbole geklickt haben, jetzt aber doch keinen Anhang versenden wollen, klicken Sie auf das **X-Symbol**.
9. Um die Nachrichten zu verschicken, klicken Sie auf **Senden**.

Bild 3.8 Nachricht schreiben

Nachrichten beantworten und verwalten

Falls Sie eine Nachricht erhalten, können Sie dies an zwei Punkten erkennen:

- Das Sprechblasensymbol in der obersten blauen Leiste erhält eine weiße Ziffer in einem roten Kreis.
- Hinter dem Eintrag Nachrichten in der linken Seitenleiste Ihrer Startseite erscheint eine Zahl in Klammern.

In beiden Fällen gibt die Zahl an, wie viele Nachrichten Sie erhalten haben. Klicken Sie auf Nachrichten in der linken Seitenleiste Ihrer Startseite, um zu einer ausführlichen Übersicht aller Ihrer Nachrichten zu gelangen. Ungelesene Nachrichten erkennen Sie am blauen Punkt vor dem jeweiligen Eintrag. Ein gebogener blauer Pfeil bedeutet, dass Sie diese Nachricht bereits beantwortet haben. Um eine Nachricht zu beantworten, gehen Sie wie folgt vor:

1. Klicken Sie in der Übersicht auf den Betreff einer Nachricht. Wenn Sie auf den Absendernamen klicken, gelangen Sie zu dem entsprechenden Facebook-Profil.
2. Es öffnet sich ein neues Fenster (Bild 3.9). Hier sehen Sie den gesamten Nachrichtentext sowie Detailinformationen zu Datum und Uhrzeit.
3. In das Feld **Antwort** geben Sie Ihren Antworttext ein. Darunter finden Sie die Symbole für Foto, Video und Links, mit denen Sie einen Anhang erstellen können.
4. Klicken Sie auf **Antworten**, um die Nachricht zu versenden.



Wenn Sie auf eine Nachricht antworten, der Empfänger dann wiederum auf Ihre Antwort antwortet usw., werden alle diese Nachrichten untereinander dargestellt und auch zusammen verwaltet. Mit der Schaltfläche **Zurück zu Nachrichten** kommen Sie wieder zur Nachrichtenübersicht. Über die **kleinen Pfeile rechts** unten können Sie zudem durch Ihre Nachrichten blättern. Die Schaltfläche **Als ungelesen markieren** setzt den Status der aktuell angezeigten Nachricht auf ungelesen, **Löschen** entfernt sie.

Haben Sie eine unerwünschte Nachricht von einem Fremden erhalten, in der Sie zum Kauf von irgendetwas (oder oftmals auch zur Vergrößerung von Körperteilen) aufgefordert werden, können Sie diesen Müll als **Spam melden**. Wenn Sie eine größere Anzahl von Nachrichten verwalten wollen, empfiehlt sich aber die Nachrichtenübersicht. Hier können Sie mehrere Nachrichten schnell markieren, indem Sie per Mausclick einen Haken in den Kasten vor dem Eintrag setzen. Wenn Sie jetzt **Als ungelesen markieren**, **Löschen** oder **Spam melden** wählen, wird diese Aktion für alle markierten Nachrichten durchgeführt.

Gesendete Nachrichten und Aktualisierungen

Ihre versendeten Nachrichten finden Sie, indem Sie in der linken Seitenleiste unter Nachrichten auf **Versendet** klicken. Hier finden Sie auch den Punkt **Aktualisierungen**. Was bedeutet das? Facebook-Seiten und Gruppen (nicht Einzelpersonen) können automatische Nachrichten versenden, die ganz normal in Ihrer Nachrichtenübersicht erscheinen. Der Absender kann diese Nachrichten aber mit aktualisiertem Inhalt neu versenden,

sodass alte Inhalte ersetzt werden.

Mit **Aktualisierungen** listen Sie diese aktualisierten Nachrichten auf.



Bild 3.9 Nachricht beantworten

Chatten

Chatten – der schnelle Austausch kurzer Textnachrichten zwischen Personen, die zur selben Zeit online sind – ist keine Erfindung von Facebook. Aber natürlich ist es sinnvoll, Chat-Funktionen in eine Social-Networking-

Plattform zu integrieren. Betrachten Sie den Chat am besten als Ersatz für kurze Telefonate. Und denken Sie daran: Sie können nur mit Freunden chatten, die aktuell online und bei Facebook eingeloggt sind. Wenn Sie den Chat auch außerhalb von Facebook nutzen wollen, benötigen Sie eines der vielen kostenlosen Chat- bzw. Instant-Messaging-Programme. Zwei Wege führen zum Chat bei Facebook:

- In der linken Seitenleiste auf Ihrer Startseite finden Sie ein Suchfeld **Freunde im Chat**. Hier können Sie nach Chat-Partnern suchen. Außerdem werden hier die Profilfotos von Freunden angezeigt, die aktuell direkt „angechattet“ werden können.
- In der Fußleiste des Facebook-Fensters befindet sich das **Chat-Fenster** (Bild 3.10). Klicken Sie auf das Fenster, um es zu vergrößern.

Damit Sie einen Chat starten können bzw. andere Personen mit Ihnen chatten können, müssen Sie für den Chat online sein. Sie erkennen das am **grünen Punkt** (online) oder **grauen Punkt** (offline) im Titelfeld des Chat-Fensters. Um online zu gehen, klicken Sie einfach auf das Titelfeld des Chat-Fensters. Wenn Sie sich für den Chat abmelden wollen, klicken Sie im Chat-Fenster auf **Optionen** > **Offline gehen**. Sie können also bei Facebook eingeloggt, aber für den Chat unerreichbar sein – Chatten ist kein Zwang! Im Chat-Fenster finden Sie darüber hinaus eine Liste aller Freunde, die momentan im Chat erreicht werden können. Ein **grüner Kreis** neben dem Namen bedeutet, dass die Person eingeloggt und bei Facebook aktiv ist, also innerhalb der letzten Minuten eine Aktion durchgeführt hat. Klicken Sie auf den Eintrag für diese Person, und es öffnet sich ein Dialogfenster. Geben Sie hier Ihren Text ein, und drücken Sie auf die Enter-Taste. Die Antwort der Person erhalten Sie im selben Fenster. Ein **blauer Halbmond** bedeutet, dass die Person bei Facebook eingeloggt ist, aber seit längerer Zeit keine Aktion mehr durchgeführt hat. Wenn Sie Personen mit einem Halbmond anchatten, kann es also sein, dass Sie länger auf eine Antwort warten müssen. Durch die Verwendung von Freundeslisten (siehe Kapitel 2) können Sie noch genauer einstellen, für welche Personen Sie im Chat erreichbar sind.

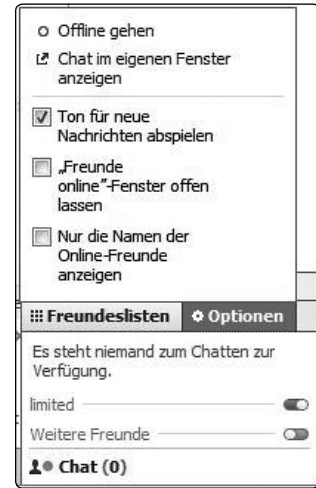


Bild 3.10 Chat-Fenster

1. Klicken Sie im Chat-Fenster auf **Freundeslisten**.
2. Wählen Sie die Freundeslisten per Mausklick aus, die im Chat-Fenster dargestellt werden sollen.



3. Rechts neben dem Eintrag der Freundesliste im Chat-Fenster finden Sie jetzt einen Schieberegler.
4. Stellen Sie den Schieberegler per Mausklick auf **Grün**, um für alle Personen dieser Freundesliste im Chat erreichbar zu sein.
5. Stellen Sie den Schieberegler per Mausklick auf **Grau**, um für alle Personen dieser Freundesliste im Chat unerreichbar zu sein.

Es werden übrigens nur die Personen einer Freundesliste dargestellt, die aktuell auch wirklich online sind. Freundeslisten lassen sich darüber hinaus auch im Chat-Fenster bearbeiten – wir empfehlen aber wegen des besseren Überblicks die in Kapitel 2 vorgestellte Methode.

Benachrichtigungen lesen und verwalten

58

Neben den sehr ähnlich klingenden Nachrichten (die Sie von anderen Personen erhalten) kennt Facebook auch noch die Benachrichtigungen. Diese erhalten Sie von Facebook, damit Sie über verschiedene Vorgänge informiert sind, darunter:

- Jemand hat etwas an Ihre Pinnwand gepostet.
- Jemand hat eines Ihrer Postings kommentiert.
- Jemand hat ein Posting kommentiert, das Sie auch schon kommentiert haben.
- Jemand hat Sie auf einem Foto, in einem Video oder in einer Notiz markiert.

Ob Sie eine neue Benachrichtigung haben, erkennen Sie an dem **dunkelblauen Weltkugelsymbol** in der oberen blauen Leiste der Facebook-Seite. Sehen Sie hier eine weiße Zahl in einem roten Kreis, haben Sie eine entsprechende Anzahl neuer Benachrichtigungen. Klicken Sie auf das Symbol, um eine Liste der neuen Benachrichtigungen anzuzeigen zu lassen. Mit Klick auf **Alle Benachrichtigungen** kommen Sie zu einer Übersichtsseite mit allen Benachrichtigungen. Sie können jederzeit auf das Weltkugelsymbol klicken, auch wenn keine neuen Benachrichtigungen vorliegen, um so zur Übersichtsseite zu gelangen.

Benachrichtigungen per E-Mail

Benachrichtigungen können Sie auch per E-Mail erhalten. Das kann allerdings schnell überhand nehmen, deshalb sollten Sie einstellen, in welchen Fällen eine E-Mail wirklich

gewünscht ist. Klicken Sie dazu auf **Konto > Kontoeinstellungen > Benachrichtigungen**. Hier finden Sie eine lange Liste aller möglichen Aktionen, die eine E-Mail-Benachrichtigung auslösen können. Setzen oder entfernen Sie den Haken vor dem jeweiligen Eintrag, um die E-Mail-Benachrichtigung an- oder abzuschalten. Bestätigen Sie danach mit **Änderungen speichern**.

Benachrichtigungen per SMS

Benachrichtigungen können Sie auch per SMS erhalten. Dazu müssen Sie aber derzeit (Dezember 2010) entweder Kunde beim Mobilfunkanbieter 02 in Deutschland bzw. bei 3 in Österreich sein. Als Erstes müssen Sie Ihr Handy für den Empfang von SMS-Benachrichtigungen aktivieren:

1. Klicken Sie auf **Konto** und dann auf **Kontoeinstellungen**.
2. Klicken Sie auf **Benachrichtigungen per SMS an dein Handy senden**.
3. Wählen Sie das Land und den Anbieter. Klicken Sie auf **Weiter**.
4. Senden Sie eine SMS mit dem Inhalt „F“ an die Nummer 2665 (Deutschland) bzw. 13225 (Österreich). Klicken Sie auf **Weiter**.
5. Sie erhalten eine SMS mit einem Code, den Sie in das entsprechende Feld eingeben. Deaktivieren Sie die Option **Meine Handynummer zu meinem Profil hinzufügen**.
6. Klicken Sie auf **Bestätigen**.



Auf der Übersichtsseite, die Sie über **Konto > Kontoeinstellungen > Benachrichtigungen** erreichen, wird jetzt eine zweite Reihe von Kästchen (neben denen für E-Mail) dargestellt. Setzen Sie nach Belieben einen Haken in die Kästchen für SMS-Benachrichtigungen, und klicken Sie danach auf **Änderungen speichern**.

Übersicht: Wo landen meine Beiträge?

Facebook bietet Ihnen an verschiedenen Stellen Gelegenheit, eigene Beiträge (Texte, Fotos etc.) zu posten. Gerade Einsteiger fragen sich oftmals, was die Unterschiede sind und wo ein Beitrag letztendlich erscheint. Zum Abschluss dieses Kapitels folgt deshalb nochmal eine kleine Übersicht:

Posting auf der eigenen Pinnwand: Beitrag erscheint auf Ihrer Pinnwand und auf Ihrer Startseite. Freunde sehen den Beitrag auf ihren Startseiten.

Posting auf der eigenen Startseite: Beitrag erscheint auf Ihrer Pinnwand und auf Ihrer Startseite. Freunde sehen den Beitrag auf ihren Startseiten.

Posting auf einer fremden Pinnwand: Beitrag erscheint auf der Pinnwand der anderen Person. Zusätzlich erscheint der Beitrag auf Ihrer Startseite und als neue Aktivität auf Ihrer Pinnwand. Freunde erhalten den Beitrag auf ihren Startseiten.

Dies gilt natürlich nur, wenn Ihre Freunde in den jeweiligen Präferenzen nichts anderes eingestellt haben (siehe Kapitel 2). Außerdem setzen sich die Startseiten Ihrer Freunde (und auch Ihre) in der Standardeinstellung aus zwei Nachrichtenströmen zusammen: Neueste Meldungen und Hauptmeldungen. In **Neueste Meldungen** werden alle Beiträge und Statusmeldungen in chronologischer Abfolge dargestellt, die neuesten ganz oben.

In **Hauptmeldungen** trifft Facebook eine Auswahl nach verschiedenen Kriterien. Ganz oben landen zum Beispiel Beiträge mit vielen Kommentaren oder auch Beiträge von Freunden, die Sie oft kommentieren oder mit „Gefällt mir“ bewerten. Dementsprechend wird auch Ihr Beitrag bei Freunden mit unterschiedlicher Ranghöhe angezeigt werden. Darüber hinaus gibt es noch weitere Faktoren:

Beiträge mit @mention: Wenn Sie einen Beitrag zum Beispiel auf Ihrer Startseite posten, können Sie mit der **@mention-Funktion** dafür sorgen, dass der Beitrag auch als Kopie auf der Pinnwand einer anderen Person erscheint. Beginnen Sie Ihren Beitrag einfach mit @ + dem Namen des gewünschten Facebook-Freundes.

Beiträge mit Schlüsselwörtern: Enthält Ihr Beitrag bestimmte Schlüsselwörter, erscheint er zusätzlich als Kopie auf der **Gemeinschaftsseite**, die zu diesem Schlüsselwort gehört. Ein Beispiel: Enthält Ihr Beitrag Universität Hamburg, wird eine Kopie davon auf der Gemeinschaftsseite der Universität Hamburg gepostet. Dort gelten aber dieselben Privatsphäre-Einstellungen wie für den Originalbeitrag. Ist das Original nur für Freunde sichtbar, gilt dasselbe für die Kopie.

Beiträge mit individuellen Privatsphäre-Einstellungen: Jeder Beitrag (Text, Foto etc.) kann vor dem Teilen (Veröffentlichen) individuelle Privatsphäre-Einstellungen erhalten. Klicken Sie dazu auf das **Schlosssymbol** links neben Teilen. Jetzt können Sie die Sichtbarkeit für Alle, Freunde von Freunden, Freunde festlegen oder über Benutzerdefiniert auf Bestimmte Personen (Einzelpersonen und/oder Freundeslisten) bzw. Nur ich beschränken.

In der Gruppe ist Netzwerken am schönsten

Neben Einzelpersonen haben auch viele Gruppen, Unternehmen, Initiativen etc. ihre Zelte bei Facebook aufgeschlagen. Im nächsten Kapitel erfahren Sie, wie Sie attraktive Angebote finden und sich mit ihnen vernetzen. Außerdem werfen Sie einen Blick auf interessante Funktionen für Facebook-Köner.



4

FACEBOOK FÜR KÖNNER: NOTIZEN, GRUPPEN UND ANWENDUNGEN

Wenn Sie Kapitel 2 und 3 dieses Buches gelesen haben, sind Sie bereits ein Facebook-Profi mit einem aktiven und gut vernetzten Profil. Aber Facebook bietet noch eine Vielzahl zusätzlicher Funktionen, mit denen Sie Ihre Facebook-Präsenz unverwechselbar machen können. Starten Sie Ihr eigenes kleines Multimedia-Imperium: In diesem Kapitel erfahren Sie mehr über die weitergehenden Funktionen von Facebook, darunter Notizen, Gruppen und Anwendungen.

Notizen: Bloggen auf Facebook

Sicher haben Sie bereits einmal von sogenannten Blogs (kurz für Weblogs) gehört, in denen Anwender (Blogger) sich mehr oder minder regelmäßig zu bestimmten Themen äußern. Einige dieser Blogs haben ein großes Publikum, und so ist es nicht verwunderlich, dass Facebook ebenfalls eine Blog-Funktion in seine Plattform integriert hat: die Notizen. Im Gegensatz zu normalen Postings können Notizen fast beliebig lang sein und Fotos lassen sich direkt integrieren (also nicht einfach nur anhängen). Damit eignen sich die Notizen hervorragend, um längere und bebilderte Texte zu einem Thema zu verfassen, wie zum Beispiel zu Ihrer letzten Urlaubsreise. Falls das für Sie interessant ist, probieren Sie es doch einfach mal aus:



1. Klicken Sie auf Ihrer Profilseite auf das **Pluszeichen** (Bild 4.1) rechts neben den Reitern für Pinnwand, Info etc.
2. Klicken Sie auf **Notizen**. Es erscheint ein neuer Reiter auf Ihrer Profilseite.
3. Klicken Sie auf den neuen Reiter **Notizen**.

Sie befinden sich jetzt auf der Übersichtsseite für Notizen. Hier werden später Ihre Notizen und die Notizen Ihrer Freunde aufgelistet. Hinzu kommen noch Notizen, in denen Sie explizit erwähnt wurden. Klicken Sie auf den Link **Notiz schreiben** oder auf die Schaltflä-

che **+Notiz schreiben**, um eine erste Notiz zu beginnen. Es öffnet sich ein Formular mit mehreren Feldern:

Titel: Hier geben Sie den Titel ein. Später wird Ihre Notiz meist nur mit diesem Titel und einem kleinen Textausschnitt dargestellt, daher sollte der Titel möglichst aussagekräftig sein (und bestenfalls neue Leser zum Reinschauen animieren).

Inhalt: Dies ist der Platz für den eigentlichen Text. Mit den Symbolen über diesem Feld können Sie den Text formatieren, fast wie in einem normalen Textverarbeitungsprogramm. Markieren Sie eine Textpassage, und klicken Sie auf eine der Schaltflächen. Von links nach rechts sind dies: **Fett**, **Kursiv**, **Unterstrichen**, **Nummerierung**, **Aufzählung** und **Zitat**.

Markierungen: Wenn Sie Ihre Notiz mit einem (oder mehreren) Facebook-Freunden verknüpfen wollen, können Sie hier die Namen angeben bzw. aus der Liste auswählen.

Fotos: Klicken Sie auf **Fotos hinzufügen**, und Sie erhalten zwei Optionen. Unter **Foto hochladen** haben Sie die Möglichkeit, ein Foto von Ihrer Festplatte hochzuladen. Klicken Sie dazu auf **Durchsuchen**. Es folgt der allgemeine Dialog für das Hochladen von Fotos (siehe Kapitel 3). Unter **Foto importieren** können Sie ein Bild auswählen, das bereits in einem Ihrer Facebook-Alben vorhanden ist. Wählen Sie zunächst per Mausklick eines der angezeigten Alben und dann das gewünschte Foto aus. In beiden Fällen (Hochladen und Importieren) erscheint das Foto jetzt oben als Miniatur (Bild 4.2). Daneben können

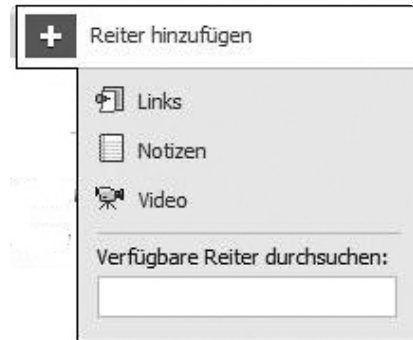


Bild 4.1 Reiter hinzufügen



Bild 4.2 Foto einbinden



Das Schreiben von Notizen auf Facebook funktioniert zwar recht gut – mit einem richtigen Textverarbeitungsprogramm geht es aber bequemer und schneller. Am besten schreiben Sie Ihre Notizen also vor und kopieren dann nur den fertigen Text in das Formularfeld. Außerdem können Sie Ihre Texte dann auch auf Ihrem eigenen Computer speichern.

Sie eine Bildunterschrift eingeben und per Klick auf eines der vier Symbole bestimmen, wie der Text um das Foto fließen soll und wie groß das Bild dargestellt wird. Möchten Sie das Foto doch nicht verwenden, klicken Sie auf das **X-Symbol** in der Miniaturansicht.

Privatsphäre: Wie bei normalen Postings können Sie hier für Ihre Notiz individuelle Privatsphäre-Einstellungen machen, die von den Grundeinstellungen unter **Konto > Privatsphäre-Einstellungen** abweichen.

Ist Ihre Notiz fertig, klicken Sie unten auf **Veröffentlichen**. Mit Klick auf die Schaltfläche **Vorschau** können Sie sich das Ergebnis vorher unverbindlich ansehen. **Entwurf speichern** sichert die Notiz für die spätere Weiterbearbeitung, **Verwerfen** löscht die Notiz. **Gespeicherte Entwürfe** finden Sie übrigens über **Startseite > Notizen** in der linken Seitenleiste (vielleicht müssen Sie zunächst auf **Mehr...** klicken) und dann **Meine Entwürfe**.

Tricks für die Formatierung

Facebook weist nicht ausdrücklich darauf hin, aber für das Formatieren von Notizen können Sie auch **HTML-Tags** verwenden. Diese Tags sind der Standard für die Formatierung

von Text auf Webseiten und werden ganz normal in den Text geschrieben. Ein Beispiel: Sie möchten das Wort „Wandertag“ in Ihrem Text fett drucken. Mit HTML-Tags sieht das so aus: `<b>Wandertag</b>`. Die Verwendung von HTML-Tags ist recht einfach und ermöglicht eine ganz individuelle Gestaltung inklusive farbiger Schrift und Sonderzeichen. Eine Übersicht zu gebräuch-



Bild 4.3 Empfehlung einer Webseite

lichen HTML-Tags finden Sie bei den Links in diesem Kapitel. Darüber hinaus können Sie auch bei der Verwendung von Fotos etwas tricksen. Facebook verwendet innerhalb der Notiz sogenannte Platzhalter für Ihre Fotos, die zum Beispiel <Photo5> (oder eine andere Zahl) heißen. Markieren Sie diesen Platzhalter mit der Maus, und drücken Sie Strg + X (Win) bzw. CMD + X (Mac), um den Platzhalter auszuschneiden. Platzieren Sie jetzt den Text-Cursor (Schreibmarke) an einer beliebigen Stelle, und drücken Sie Strg + V (Win) bzw. CMD + V (Mac). Der Platzhalter und damit auch das Foto werden an der neuen Stelle eingefügt.

Fotos, die extra für die Verwendung in einer Notiz hochgeladen werden, speichert Facebook nicht automatisch in Ihren Alben. Wenn Sie also ein hochgeladenes Foto in einer Notiz löschen, ist es ganz verschwunden.



TIPP

Teilen (oder Empfehlen)

In Kapitel 2 haben Sie mit **Gefällt mir** und **Kommentieren** zwei Methoden kennengelernt, fremde Postings zu bewerten und gegebenenfalls eigenen Text hinzuzufügen. Es gibt noch eine dritte, die oftmals Empfehlen genannt wird, obwohl dieser Begriff nirgendwo auftaucht. Wahrscheinlich hat sich **Empfehlen** durchgesetzt, weil Facebook auch für diese Funktionen wieder **Teilen** vorschlägt. Und dieser Begriff kommt bei Facebook wirklich schon oft genug vor. Jedenfalls finden Sie unter vielen Beiträgen neben **Gefällt mir** und **Kommentieren** auch noch die Option **Teilen**. Klicken Sie darauf, um diesen Beitrag quasi unter eigenem Namen weiterzuempfehlen. Es öffnet sich ein neues Fenster (Bild 4.3), in dem der Originalbeitrag verkürzt dargestellt wird. Oben haben Sie die Möglichkeit, eigenen Text hinzuzufügen. Mit Klick auf die blaue Schaltfläche **Teilen** posten Sie Ihre Empfehlung an Ihre Pinnwand. Darüber hinaus finden Sie noch einen Link **Stattdessen als Nachrichten versenden**, mit dem Sie Ihre Nachricht statt öffentlich zu posten lieber als private Nachricht verschicken. Ob man diese Funktion innerhalb von Facebook wirklich braucht, sei dahingestellt.

Die Stärken von Teilen (Empfehlen) liegen aber ganz woanders: Viele Webseiten haben diese Funktion integriert, sodass Sie mit einem Klick einfach einen interessanten Artikel an Ihre Facebook-Freunde empfehlen können – ohne selber irgendwelche Links kopieren zu müssen. Das funktioniert folgendermaßen:



1. Auf vielen Webseiten sehen Sie am Seitenende eine bunte Reihe von Symbolen (Bild 4.4), die für verschiedene soziale Netzwerke stehen.
2. Finden Sie den **Facebook-Button**, und klicken Sie darauf.
3. Wenn Sie aktuell nicht bei Facebook angemeldet sind, loggen Sie sich jetzt ein.
4. Es öffnet sich ein neues Fenster. In das oberste Feld können Sie eigenen Text eintragen. Darunter sehen Sie eine Kurzbeschreibung der empfohlenen Seite.
5. Mit Klick auf das **Schlosssymbol** definieren Sie die Privatsphäre-Einstellungen für dieses Posting.
6. Mit Klick auf **Teilen** veröffentlichen Sie das Posting auf Ihrer Pinnwand.
7. Per Klick auf **Stattdessen als Nachricht versenden** senden Sie eine private Nachricht.

Gruppen finden, beitreten und gründen

Gruppen gehören zu den beliebtesten Organisationsformen bei Facebook. Anfang 2010 gab es bereits rund 620 Millionen Gruppen, also mehr als Facebook-Mitglieder. Prinzipiell kann jeder Facebook-Nutzer eine neue Gruppe gründen – wenn Sie also der Meinung sind, dass es ein bestimmtes Thema verdient, ausführlich behandelt zu werden, gründen Sie eine Gruppe, und laden Sie Ihre Freunde dazu ein! Gruppen sind darüber hinaus ein hervorragendes Mittel, um andere Nutzer mit ähnlichen Interessen kennenzulernen. Facebook kennt drei verschiedene Typen von Gruppen:

Offene Gruppe: Jeder ist willkommen! Alle Facebook-Mitglieder können beitreten und andere Mitglieder einladen. Informationen sind für alle sichtbar, und Internet-Suchmaschinen finden die Inhalte der Gruppe.

Geschlossene Gruppe: Jedes Facebook-Mitglied kann geschlossene Gruppen finden, um eine Aufnahme muss man sich aber bei den Administratoren (Verwaltern) der Grup-

SOCIAL NETWORKS



Bild 4.4 Links zu sozialen Netzwerken

pe bewerben. Inhalte (Pinnwand, Fotos etc.) der Gruppe sind nur für Mitglieder sichtbar.

Geheime Gruppe: Diese Gruppe kann auch von Facebook-Mitgliedern nicht gefunden werden. Inhalte sind nur für Mitglieder sichtbar. Ein Beitritt ist nur nach Einladung durch einen Administrator möglich.

Ein zentrales Verzeichnis aller Gruppen gibt es nicht, auch nicht für die allgemein sichtbaren Gruppen. Darüber hinaus ist eine große Zahl von Gruppen nicht wirklich aktiv; sie wurden lediglich gegründet, um möglichst viele Mitglieder zu sammeln, und damit bestimmten Wünschen, Meinungen, Protesten Nachdruck zu verleihen. So finden sich zum Beispiel viele Gruppen, die in ihrem Titel einen Gefällt-mir-nicht-Button von Facebook fordern. Wenn Sie dort Mitglied werden, unterstützen Sie diese Forderung – aber viel mehr wird innerhalb der Gruppe nicht passieren. Tradition sind zudem auch Spaßgruppen, die sich dem jeweils bevorstehenden Sommer (Bild 4.5) oder Frühling widmen. Auch in diesen Gruppen wird man nicht Mitglied, um sich inhaltlich auszutauschen. Die Mitgliedschaft ist eher so etwas wie das virtuelle Gegenstück zum Daumendrücken.



Bild 4.5 Sommer-Gruppen

Gruppen finden

Die schiere Menge der Gruppen macht es etwas schwierig, eine geeignete Gruppe zu finden. Am einfachsten ist es natürlich, wenn Sie eingeladen werden oder ein Freund eine Gruppe empfiehlt, aber es gibt auch noch andere Wege:

Einladung: Ein Freund lädt Sie zu einer Gruppe ein. Auf Ihrer Startseite erscheint in der linken Menüleiste eine Ziffer hinter dem Eintrag **Gruppen**. Daran erkennen Sie, dass Sie eine Einladung erhalten haben. Klicken Sie auf **Gruppen**, und die aktuellen Einla-

dungen werden angezeigt. Klicken Sie auf **Beitreten**, um sofort Mitglied zu werden, oder auf **Ignorieren**, um die Einladung zu löschen. Klicken Sie auf den Namen der Gruppe, um sich erst einmal zu informieren.

Posting von Facebook oder Freunden:

Sie erhalten ein Posting, in dem auf eine interessante Gruppe hingewiesen wird, vielleicht weil ein Freund beigetreten ist. Klicken Sie auf den Gruppennamen, um die Seite der Gruppe aufzurufen.

Gruppen meiner Freunde: Klicken Sie auf den Link **Gruppen** in der linken Menüleiste Ihrer Startseite. Darunter erscheint jetzt der Link **Gruppen meiner Freunde**. Hier sehen Sie Gruppen, in denen Ihre Freunde Mitglied sind – abhängig von den Privatsphäre-Einstellungen.

Nach Themen suchen: Geben Sie ein Thema in das Suchfeld oben im blauen Balken ein. Im Drop-down-Menü klicken Sie unten auf **Weitere Ergebnisse anzeigen**. In der linken Menüleiste klicken Sie jetzt auf **Gruppen**, um nur die Gruppen anzeigen zu lassen.

Nach Gruppen suchen: Geben Sie „Gruppen“ in das Suchfeld oben im blauen Balken ein. Es erscheint eine Übersicht und ein weiteres Suchfeld (neben der Über-

schrift Gruppen). Hier können Sie nach Schlagwörtern innerhalb von Gruppennamen suchen.

Falls Sie mit dem Suchfeld allgemein nach Gruppen suchen, können Sie als weiteres Unterscheidungsmerkmal auch die Gruppenart verwenden. Jede Gruppe muss zu einer der folgenden Kategorien gehören:

- Wirtschaft
- Gemeinsame Interessen
- Unterhaltung & Kunst
- Geografie
- Internet & Technologie
- Nur zum Spaß
- Musik
- Organisationen
- Sport & Freizeit
- Studentengruppen

Gruppen beitreten und verlassen

Falls Sie eine Gruppeneinladung (Bild 4.6) erhalten haben (**Startseite > linke Seitenleiste > Gruppen**) ist das Beitreten ganz einfach: Klicken Sie in der Übersicht einfach auf die Schaltfläche **Beitreten** bzw. **Ignorieren**, wenn die Gruppe Sie nicht interessiert. Haben Sie sich zunächst informiert und befinden Sie sich auf der Profilseite der Gruppe, klicken Sie auf die Schaltfläche **Beitreten**, die Sie über der Pinnwand finden. Steht auf dieser Schaltfläche stattdessen **Beitrittsanfrage senden**, so handelt es sich um eine ge-

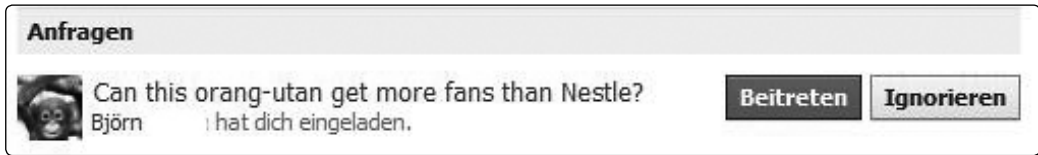


Bild 4.6 Gruppeneinladung

geschlossen. Ihre Beitrittsanfrage ist willkommen, muss aber zunächst von einem Administrator geprüft werden, bevor Sie beitreten können. Sobald Sie Mitglied sind, können Sie an die Pinnwand der Gruppe schreiben, an Diskussionen teilnehmen oder auch Fotos hochladen. Was genau erlaubt ist, entscheiden allerdings die Administratoren der Gruppe. Im Prinzip funktioniert aber alles genauso wie das Posten von Beiträgen in persönlichen Profilen. Möchten Sie Ihre Mitgliedschaft irgendwann beenden, gehen Sie auf die Gruppenseite und klicken auf **Gruppe verlassen**. Die Beiträge, die Sie während Ihrer Mitgliedschaft verfasst haben, werden allerdings nicht gelöscht!

Ungefragt Mitglied geworden?

An anderer Stelle haben wir bereits darauf hingewiesen, dass Facebook gerne neue Funktionen ausprobiert. Aktuell (Dezember 2010) betrifft dies die Gruppen: In den sogenannten neuen Gruppen können keine Einladungen mehr verschickt werden. Stattdessen können Mitglieder ihre Freunde direkt als neues Mitglied eintragen – ohne vorher zu fragen. Die neuen Mitglieder erhalten dann auch sofort alle Nachrichten aus der Gruppe per E-Mail, was zu einem regelrechten Info-Bombardement führen kann. Um das abzustellen, müssen Sie entweder per Klick die **Gruppe verlassen** oder die **Einstellungen bearbeiten**, um dort die E-Mail-Benachrichtigungen abzustellen. Ob dieses Verfahren bei den Facebook-Nutzern auf große Sympathie stößt, kann bezweifelt werden, vielleicht wird es in Zukunft also noch einmal geändert. Parallel zu den neuen bleiben die alten Gruppen übrigens bestehen, und von dort können Sie immer noch Einladungen erhalten – bis sich auch das ändert. Mehr Details zu den Unterschieden zwischen alten und neuen Gruppen finden Sie bei den Links in diesem Kapitel.

Gruppen werden von Privatpersonen für Privatpersonen betrieben. Wenn Sie also eine Facebook-Präsenz für Ihren Verein, Ihr Unternehmen etc. anlegen wollen, ist eine offizielle Seite eher das Richtige für Sie.



TIPP



Bild 4.7 Geheime Gruppe anlegen

- Name der Gruppe
- Mindestens ein Mitglied außer Ihnen
- Privatsphäre: Offen, geschlossen oder geheim (siehe weiter oben in diesem Kapitel)
- Optional können Sie auch ein Symbol für die Gruppe auswählen, indem Sie vor dem Namen auf den Pfeil klicken.

Gruppe gründen

Haben Sie ein Thema, das Ihnen am Herzen liegt? Dann bringen Sie es auf Facebook, und reden Sie in einer Gruppe mit anderen Interessierten darüber. Jedes Mitglied kann eine Gruppe starten, am einfachsten geht es über **Startseite > linke Seitenleiste > Gruppen > Gruppe gründen** (Bild 4.7). Alternativ nutzen Sie den direkten Link, den Sie bei den URLs in diesem Kapitel finden. Auf jeden Fall müssen Sie zunächst drei Dinge angeben:



Bild 4.9 Google-Fan-Seite

Weitere Angaben und Beschreibungen können Sie auch noch nachträglich angeben bzw. ändern. Mit Klick auf **Erstellen** starten Sie Ihre eigene Facebook-Gruppe. Diese taucht ab jetzt mit Ihrem Namen in der linken Seitenleiste Ihres Startfensters auf. Klicken Sie darauf, um zur Gruppenseite zu gelangen. Hier können Sie mit **Gruppe bearbeiten** und **Einstellungen bearbeiten** weitere Anpassungen vornehmen,

zum Beispiel E-Mail-Benachrichtigungen ausstellen, eine eigene E-Mail-Adresse für die Gruppe einrichten oder die Privatsphäre der Gruppe ändern. Rechts finden Sie zudem den Link **Freunde hinzufügen**, mit dem Sie Ihre Freunde zu Mitgliedern machen können. Wahrscheinlich ist es aber ratsam, zunächst per privater Nachricht um Erlaubnis zu fragen – wer wird schon gerne Zwangsmitglied?

Offizielle Seiten finden und beitreten

Offizielle Seiten, oft auch Fan-Seiten oder einfach Seiten genannt, sind im Facebook-Kosmos ganz bestimmten Anwendern vorbehalten. Dazu gehören: Unternehmen, Prominente, Künstler oder Bands, Marken und Organisationen. Seiten dürfen dementsprechend auch nur von einem offiziellen Vertreter des Unternehmens, der Marke, der Band etc. eingerichtet werden. Natürlich schaffen es aber immer wieder Scherzbolde, dieses Verbot zu unterlaufen. So finden Sie interessante Seiten:

Nach Arten suchen

Orte
Produkte
Dienstleistungen
Geschäfte
Restaurants
Bars und Clubs
Organisationen
PolitikerIn
Regierungsbeamte
Gemeinnützige Organisationen
Fernsehsendungen
• **Filme**
Spiele
Sportmannschaften
Prominenter / Bekannte Person
Musik
Webseiten
Seiten

Bild 4.8 Kategorien

1. Geben Sie **Seiten** in das Suchfeld im oberen blauen Balken ein.
2. Klicken Sie auf **Facebook-Seiten**.
3. Nutzen Sie das Suchfeld **Nach Seiten suchen**, um nach weiteren Schlagwörtern zu suchen.
4. Filtern Sie das Ergebnis durch Klick auf eine der Kategorien (Bild 4.8) rechts neben der Ergebnisliste.
5. Klicken Sie auf ein Symbol, um zur entsprechenden Fan-Seite (Bild 4.9) zu gelangen.



Außerdem werden Sie immer wieder von Freunden eingeladen werden, sich mit einer Seite zu vernetzen. Haben Sie eine Seite gefunden, die Sie interessiert, klicken Sie einfach auf die Schaltfläche **Gefällt mir**. Offizielle Seiten haben einen Administrator, der festlegt, was Sie auf der Seite machen dürfen und was nicht. Sicherlich dürfen Sie aber eigene Postings einstellen und fremde kommentieren. Darüber hinaus ist Folgendes zu bedenken:

- Unter **Personen, denen diese Seite gefällt** können Sie aufgelistet werden.
- Seitenbetreiber sehen von Ihrem Profil nicht mehr als vorher.
- Alle Beiträge, die Sie auf die Seite stellen, sind öffentlich.

Einem Netzwerk beitreten

Gib einen Arbeitsplatz oder eine Schule ein.

Name des Netzwerks:

Bildungsstatus:

Abschlussjahr:

Hochschul-E-Mail:

Dieses Netzwerk benötigt deine Hochschul-E-Mail-Adresse.

Netzwerk beitreten

Bild 4.10 Netzwerk beitreten

- Die Seite wird vielleicht in Ihrem Profil unter **Info** aufgelistet (siehe Kapitel 2).
- Sie können Nachrichten und Aktualisierungen der Seite in Ihrem Postfach erhalten.

Um die Vernetzung zu beenden, gehen Sie zu der Seite und klicken auf **Gefällt mir nicht mehr**. Damit sind Sie als Fan gelöscht, aber nicht Ihre eingestellten Beiträge!

Netzwerke für Ehemalige

In den USA ist es üblich, dass Absolventen einer Hochschule untereinander und mit aktiven Studenten Kontakt halten. In Deutschland ist das bislang noch eher unüblich. Die Bedeutung, die Facebook solchen Netzwerken für Universitäten,

Schulen und großen Arbeitgebern beimisst, verrät ganz klar die US-amerikanische Herkunft der Plattform.

Aber probieren Sie es doch mal aus, vielleicht finden Sie ja einen lange gesuchten Kommilitonen. Allerdings überwiegen im Angebot noch ganz klar amerikanische Bildungseinrichtungen, und auch bei den Arbeitgebern sind große amerikanische und japanische Konzerne in der Überzahl.

Facebook lässt es zudem nicht zu, dass Netzwerke einfach von jedermann angelegt werden, deshalb wächst die Zahl der deutschen Bildungseinrichtungen nur langsam – aber sie wächst!



1. Klicken Sie in der blauen oberen Leiste auf **Konto**.
2. Klicken Sie auf **Kontoeinstellungen** und dann auf den **Reiter Netzwerke**.
3. Unter **Name des Netzwerks** (Bild 4.10) geben Sie den Namen der Bildungseinrichtung oder des Unternehmens ein oder wählen einen aus der Liste aus.
4. Unter **Bildungsstatus** geben Sie ein, ob Sie Absolvent, Student, Mitarbeiter etc. sind.
5. Unter **Abschlussjahr** tragen Absolventen ihr Abschlussjahr und aktive Studenten ihr voraussichtliches Abschlussjahr ein.

6. Unter **E-Mail-Adresse** geben Sie Ihre E-Mail an der Hochschule bzw. Ihre berufliche E-Mail an.
7. Klicken Sie auf **Netzwerk beitreten**.

Viele Anmeldungen scheitern am 6. Schritt, denn in Deutschland ist es anders als in den USA nicht üblich, dass Studenten eine eigene E-Mail-Adresse der Universität erhalten. Insbesondere auch Absolventen aus früheren Jahrgängen vor 1995 dürften nicht über eine solche E-Mail-Adresse verfügen. Wenn sie aber abgefragt wird, muss sie angegeben werden, und Facebook lässt sich hier kaum täuschen. Haben Sie alle Hürden genommen, erscheint eine kurze Übersicht des Netzwerks. Klicken Sie hier auf den Link **Es sind XX Personen im Netzwerk**, um zu einer Liste mit Netzwerkmitgliedern zu gelangen. Diese können Sie nach Bekannten durchforsten und denen dann ganz normale Freundschaftsanfragen schicken. Um ein Netzwerk zu verlassen, wählen Sie **Konto > Kontoeinstellungen > Netzwerke > Netzwerk verlassen**. Dem ganzen Prozedere merkt man an, dass es nicht für hiesige Verhältnisse geschaffen wurde. Aber wenn Sie vielleicht in den USA studiert haben, werden Sie auf diesem Weg sicherlich viele Ehemalige treffen.

Was aus Gemeinschaftsseiten einmal wird, steht noch nicht fest. Facebook hat angekündigt, dass Mitglieder zukünftig an den Inhalten mitarbeiten dürfen. Gemeinschaftsseiten mit sehr vielen Fans sollen darüber hinaus ganz in die Hände der Facebook-Gemeinde übergeben werden – warten wir es ab!



APROPOS

Gemeinschaftsseiten nutzen

Gemeinschaftsseiten sind erst seit Anfang 2010 bei Facebook zu finden, und was ihre eigentliche Aufgabe sein soll, ist nicht ganz klar. Die meisten Gemeinschaftsseiten sind einer bekannten Person, Institution, Unternehmen oder Ähnlichem gewidmet und enthalten lediglich den entsprechenden Eintrag aus Wikipedia, der kostenlosen Online-Enzyklopädie. Per Klick auf den **Gefällt-mir-Button** auf einer Gemeinschaftsseite können Sie zwar Fan werden – aber das war es auch schon. Eigene Beiträge zu verfassen, Fotos einstellen etc. ist nicht möglich, es sei denn, Sie melden sich als Wikipedia-Autor an und verändern die Wikipedia-Seite. Das hat dann aber nichts mehr mit Facebook im engeren Sinne zu tun. Momentan ist das einzig wirklich interessante Element von Gemeinschaftsseiten der Reiter **Ähnliche Seiten**. Klicken Sie darauf, um Postings von Facebook-Mitgliedern zu sehen, die

sich offensichtlich mit dem Thema der Gemeinschaftsseite beschäftigen. Auf diesem Wege können Sie Gleichgesinnte treffen. Unter dem Reiter **Info** haben Sie zudem die Möglichkeit, sich über **Registrierte dich** in eine Liste von Interessierten einzutragen.

Anwendungen finden und einbauen

Mit Anwendungen (oft auch Apps genannt) können Sie Ihrem Profil neue, nützliche oder amüsante Funktionen hinzufügen. Diese kleinen Programme werden von Facebook oder von anderen Herstellern bereitgestellt und können direkt in Ihr Profil integriert werden. Wenn im Folgenden davon die Rede ist, Anwendungen zu installieren, so ist das nicht mit der Installation eines Programms auf Ihrem Computer zu vergleichen. Sie benötigen keine Installationsmedien (CD, DVD), und auch der Download einer Programmdatei ist nicht erforderlich. Das Installieren einer Anwendung auf Facebook bedeutet lediglich, dass Sie die Anwendung aktivieren und bestimmte Einstellungen vornehmen – also alles ganz einfach. Im Übrigen besitzen (und nutzen) Sie bereits einige Standardanwendungen: Auch die Funktionen für Gruppen, Veranstaltungen, Links, Notizen sowie Foto- und Videoverwaltung sind in Wirklichkeit Anwendungen, die sich unmerklich in die Benutzeroberfläche integrieren.

Was für Anwendungen gibt es?

Die Zahl möglicher Anwendungen ist unüberschaubar und erstreckt sich auf alle nur denkbaren Kategorien. Viele ermöglichen zum Beispiel den Austausch von Facebook-Daten mit anderen sozialen Netzwerken wie Twitter (siehe Kapitel 7). Ein Posting, das Sie auf Twitter einstellen, veröffentlichen Sie dann gleichzeitig und ohne Mehraufwand auch als Facebook-Nachricht. Mit anderen Anwendungen können Sie ganz persönliche Abstimmungen oder auch ein Quiz für Ihre Freunde erstellen und auf Facebook durchfüh-

ren. Oder Sie verwalten die Geburtstage Ihrer Freunde mit einer Anwendung, die sich automatisch um das Hinzufügen neuer Daten kümmert. An sich gehören natürlich auch Spiele zu den Anwendungen, aufgrund der Masse und großen Popularität werden Facebook-Games aber meist getrennt aufgeführt und behandelt.

TIPP



In der Übersicht Ihrer Anwendungen können Sie auch Anwendungen löschen. Das gilt aber nicht für die Standardanwendungen Gruppen, Veranstaltungen, Links, Notizen sowie Foto- und Videoverwaltung.

Anwendungen und Privatsphäre

Einige Anwendungen sind recht datenhungrig und möchten am liebsten Ihr komplettes Profil durchforsten, um sich dann selbstständig bei allen Ihren Freunden einzuladen. Achten Sie bei der Integration einer neuen Anwendung darauf, welche Daten diese einholen, speichern und weitergeben will. Sie werden zu jedem Bereich gefragt und können Zugriffe erlauben oder ablehnen. Wenn Ihnen die Sache zu dubios erscheint, verzichten Sie auf eine bestimmte Anwendung und probieren eine andere aus, Facebook bietet genug Auswahl.

Außerdem sollten Sie unbedingt die Privatsphäre-Einstellungen zu Anwendungen aus Kapitel 2 berücksichtigen, die Sie unter **Konto > Privatsphäre-Einstellungen > Anwendungen und Webseiten > Bearbeite deine Einstellungen** finden. Sehen Sie sich insbesondere die Punkte **Aktivitäten in Spielen und Anwendungen** und **Informationen, die durch deine Freunde zugänglich sind** ganz genau an.

Anwendungen finden

Bei der Suche nach Anwendungen können Sie sich von Ihren Freunden inspirieren lassen. Klicken Sie dazu in der linken Seitenleiste der Startseite auf **Anwendungen**. Nun erscheinen eine Liste der derzeit installierten Anwendungen und darunter eine Übersicht der **Anwendungen, die**



Bild 4.11 Vorgeschlagene Anwendungen

von Ihren Freunden genutzt werden. Pro Freund werden nur drei Anwendungen angezeigt, auch wenn in Wirklichkeit mehr vorhanden sind.

Gibt es eine Anwendung, die bei mehreren Freunden im Einsatz ist? Dann merken Sie sich den Namen. Sie könnten jetzt auch schon auf den Anwendungsnamen klicken und sofort den Installations- bzw. Genehmigungsprozess starten. Wir empfehlen aber, erst noch einen Blick in das **Anwendungsverzeichnis** zu werfen, zu dem Sie über den gleichnamigen Link ganz unten auf der Seite gelangen.

Nutzen Sie das Suchfeld oben links, um nach dem Namen einer bestimmten Anwendung zu suchen. In der linken Seitenleiste können Sie darüber hinaus die dargestellten Anwendungen nach Kategorien filtern, also nur Wirtschaft, nur Unterhaltung etc. Im mittleren Bereich des Anwendungsverzeichnisses stehen zudem die



Bild 4.12 Genehmigung

Bereiche **Von Facebook empfohlen** und **Apps, die dir gefallen könnten** (Bild 4.11). Im ersten Bereich finden Sie Apps, die Facebook allen Nutzern empfiehlt, also quasi eine Hitliste der Facebook-Anwendungen. Im zweiten Bereich stehen Ihre ganz persönlichen Empfehlungen. Facebook versucht hier, auf Basis Ihres Profils und der bei Ihnen bereits installierten Anwendungen zu erraten, was Ihnen gefallen könnte. Wenn Sie eine interessante Anwendung

gefunden haben, klicken Sie auf den Namen oder das Symbol. Es erscheint eine neue Seite mit weitergehenden Informationen zum Programm. Unter dem Reiter **Rezensionen** erfahren Sie, was andere Nutzer über die Anwendung denken.

Anwendungen installieren

Zwei Wege führen zur Installation einer Anwendung: Auf der Anwendungsseite klicken Sie auf die Schaltfläche **Zur Anwendung**. Oder Sie klicken in der Übersicht der Anwendungen Ihrer Freunde auf den Namen oder das Logo einer Anwendung. In beiden Fällen startet der Genehmigungsprozess (Bild 4.12). Hier bittet Sie die Anwendung um Zugriff auf bestimmte Daten – und Sie stimmen zu oder lehnen ab.

Lesen Sie unbedingt auch das Kleingedruckte. Wenn Ihnen die Anwendung zu gierig erscheint, klicken Sie auf **Anwendung verlassen**. Unproblematisch ist generell der Zugriff auf Daten, die Sie sowieso mit allen Facebook-Mitgliedern teilen, darunter Name, Profilbild oder Geschlecht. Aufpassen sollten Sie, wenn Anwendungen Ihre E-Mail-Adresse nutzen wollen oder um Erlaubnis fragen, Ihre Freundeslisten und Ehemaligen-Netzwerke nach Informationen zu durchkämmen. Sie möchten sicher auf keinen Fall, dass alle Ihre Freunde unter Ihrem Namen täglich aufgefordert werden, eine bestimmte Anwendung zu nutzen – also seien Sie hier besser ein wenig zu vorsichtig.

Ist alles in Ordnung, klicken Sie auf **Zulassen**, und die Anwendung steht nun zur Verfügung.

Einstellungen kontrollieren

Wenn man erst einmal ein paar Anwendungen installiert hat, geht der Überblick etwas verloren. Wer darf was? Und welche Anwendungen sind überhaupt aktuell? Den Durchblick erhalten Sie folgendermaßen:



Bild 4.13 Anwendungseinstellungen

1. Klicken Sie in der oberen blauen Leiste auf **Konto**.
2. Wählen Sie **Privatsphäre-Einstellungen**.
3. Unter **Anwendungen und Webseiten** klicken Sie auf **Bearbeite deine Einstellungen**.
4. Unter **Anwendungen, die du verwendest** klicken Sie auf **Einstellungen bearbeiten**.
5. Sie sehen eine Liste der installierten Anwendungen. Klicken Sie auf **Einstellungen bearbeiten** (Bild 4.13), um die Genehmigungen im Detail zu sehen.
6. Um die Anwendung zu löschen, klicken Sie auf das **X-Symbol** oder auf **Anwendung entfernen**.



77

Interessante Anwendungen

Die Auswahl interessanter Anwendungen ist bei Facebook riesig, und zählt man die Spiele hinzu, wird sie fast unüberschaubar. Um Ihnen den Einstieg etwas zu erleichtern, folgt eine kleine Übersicht probierenswerter Anwendungen.

Microsoft Docs

Microsoft Docs ist verwandt mit den bekannten Microsoft-Office-Produkten und ermöglicht Textverarbeitung, Tabellenkalkulation und Präsentation auf Facebook. Die Dokumente können gespeichert, mit anderen



Bild 4.14 MyCalendar

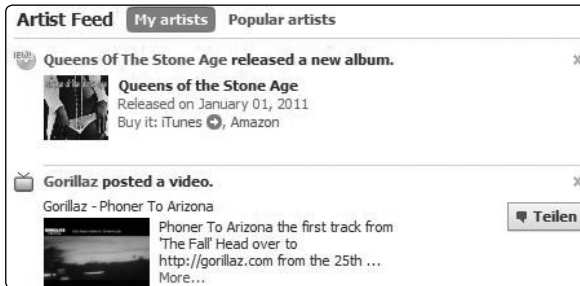


Bild 4.15 Music

Facebook-Nutzern geteilt oder gemeinsam bearbeitet werden. Solange Sie eine stabile Internet-Verbindung haben, steht Ihnen ganz ohne Installation ein professionelles Office-Paket zur Verfügung.

MyCalendar

Selbst wenn Sie zu den Menschen gehören, die bei Facebook mehrere Hundert Freunde anhäufen, vergessen Sie mit MyCalendar (Bild 4.14) nie wieder einen

Geburtstag. Natürlich lassen sich hier auch Feiertage oder andere Anlässe eingeben und verwalten.

Music

Mit Music (Bild 4.15) beschallen Sie Ihr Facebook-Profil mit Ihren Lieblingsohrwürmern und widmen Freunden bestimmte Songs. Die Anwendung greift dabei auf eine riesige Datenbank zurück und lässt Sie mit den Künstlern in Kontakt treten, indem Sie sich beispielsweise ein Konzert vor Ort wünschen.

Files

Die Applikation bindet in Zusammenarbeit mit dem Online-Speicherdienst Box.net Daten aller Art in Ihr Facebook-Profil ein. Egal ob Fotos, Musik oder Dokumente, Sie verfügen über einen kostenlosen Web-Speicherplatz von 1 GB, den Sie mit Freunden teilen können.

Doodle

Mit Doodle können Sie privat oder beruflich Termine abstimmen.



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- homepage-total.de/html/farbnamen.php
- de.selfhtml.org/html/referenz/zeichen.htm
- www.neunetz.com/2010/10/07/killerfeature-die-neuen-facebook-gruppen/
- www.facebook.com/groups/create.php

Waka-Waka

Mit Waka-Waka ist ein amüsantes Pacman-Remake verfügbar. Wie beim alten Spielhallen-Klassiker geht es auch hier darum, den höchsten Spielstand zu erreichen. Über Facebook können Sie Ihren Highscore mit dem Ihrer Freunde messen.

Causes

Mittels Causes können Sie Facebook nutzen, um User auf bestimmte Anliegen aufmerksam zu machen und ähnlich einer Unterschriften-Aktion Anhänger zu finden.

Picnik

Die Anwendung ermöglicht eine umfangreiche Bildbearbeitung Ihrer Facebook-Fotos. Zuschneiden, nachschärfen, rote Augen entfernen – alles kein Problem und auch von Laien schnell zu bedienen. So bessern Sie verpatzte Aufnahmen direkt in Facebook aus.

Pet Society

Ihre Aufgabe ist es hier, ein virtuelles Haustier zu versorgen, es sauber zu halten und mit ihm zu spielen.

79

Zeit für Vitamin B

Nachdem Sie in Facebook die Regeln des Social-Networking kennengelernt haben, widmet sich das nächste Kapitel ganz dem Geschäft: Sie steigen ein in die deutschsprachige Business-Community XING.



XING FÜR SCHNELLSTARTER: PROFIL, PRIVATSPHÄRE UND STARTSEITE

„Wollen wir uns verxingen?“ ist heute eine häufig gehörte Frage im geschäftlichen Umfeld. In wenigen Jahren hat sich XING – ehemals gestartet als OpenBC – zur führenden Plattform für das berufliche Social-Networking entwickelt. Mit etwas Engagement profitieren auch Sie vom Vitamin B für Job & Karriere!

In diesem Kapitel starten Sie den Auf- und Ausbau Ihres beruflichen Netzwerks mit XING.

Muss es XING sein?

Wenn es Ihnen um professionelles Networking im deutschsprachigen Raum geht, ist die Frage nach Alternativen zu XING schnell beantwortet: Es gibt keine. Das Angebot dominiert den Markt in

Deutschland, Österreich, der Schweiz und interessanterweise auch in der Türkei. Aus internationaler Perspektive sieht das anders aus: Hier ist **LinkedIn** eindeutig die größere Social-Networking-Plattform mit starken europäischen Schwerpunkten in Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, den Niederlanden und natürlich in den heimischen USA. Auch die deutsche Nutzergemeinde wächst beständig, kann sich aber hinsichtlich Masse und Aktivität bei weitem noch nicht mit XING messen. Nachteil von LinkedIn sind die relativ hohen Preise für erweiterte Mitgliedschaften, aber auch hier wird eine Basis-Mitgliedschaft kostenlos angeboten. Falls internationale Kontakte für Sie interessant sind oder Sie vielleicht sogar eine Position im Ausland anstreben, sollten Sie LinkedIn auf jeden Fall in Ihre Social-Networking-Strategie einbeziehen. Ist insbesondere Frankreich für Sie attraktiv, lohnt sich ein Blick auf **Viadeo**. Die Social-Networking-Plattform verbindet vor allem Akademiker und hat in Frankreich mehr als zwei Millionen Nutzer. Die Bedeutung des internationalen Networking-Riesen **Facebook** ist für das professionelle Social-Networking



Wie spricht man XING eigentlich aus? Mittlerweile gibt es auf diese Frage die unterschiedlichsten Antworten, von „Sing“ über „Tsching“ bis zu „Cros-sing“. Bei der XING AG selbst hat man sich auf „Ksing“ geeinigt.

gering, da das Konzept eindeutig in Richtung Freizeit zielt. Allerdings wird Facebook von immer mehr Personalabteilungen herangezogen, um sich ein möglichst umfassendes Bild von der Persönlichkeit eines Bewerbers zu machen. Und auch im informellen Rahmen lassen sich durch Business-relevante Kontakte knüpfen. Wenn Sie also auf Facebook aktiv sind, seien Sie sich im Klaren darüber, dass die Grenzen zwischen Beruf und Freizeit in der Social-Networking-Welt verschwimmen.

Gratis oder kostenpflichtig?

Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken unterscheidet XING zwischen Basis- und Premium-Mitgliedern. Die Basis-Mitgliedschaft ist für jedermann kostenlos, für eine Premium-Mitgliedschaft fallen hingegen monatlich 4,95 Euro (24 Monate) bzw. 5,95 Euro (12 Monate) an. Wo liegen die Unterschiede? Im Vergleich zu Basis-Mitgliedern haben Premium-Mitglieder:

- den vollständigen und unbeschränkten Zugriff auf Suchfunktionen
- die Möglichkeit, zu sehen, wer das eigene Profil besucht hat
- keine Beschränkungen beim Versand von Nachrichten an andere Mitglieder
- kompletten Zugang zu Informationen aus „Neues aus meinem Netzwerk“

Wenn Sie sich für einen Premium-Mitgliedschaft entscheiden, werden Gebühren fällig. Diese werden zwar auf Monate umgerechnet, aber sofort in einer einzigen Summe für den ganzen Zeitraum abgebucht.



TIPP

Der Wechsel von Basis- zu Premium-Mitgliedschaft kann jederzeit fliegend vollzogen werden. Es spricht also nichts dagegen, zunächst mit einer kostenfreien Mitgliedschaft zu starten und später zu erweitern. Ob Sie die oben beschriebenen Vorteile der Premium-Mitgliedschaft überhaupt benötigen, hängt von Ihrem Nutzungsverhalten und Ihren Zielen ab. Wollen Sie XING eher als permanent aktuelle Visitenkarte nutzen? Dann benötigen Sie keine Power-Suche. Haben Sie sich aber zum Beispiel vorgenommen, mit XING zu akquirieren oder Ihr Netzwerk maximal weiterzuentwickeln, sollten Sie über eine Premium-Mitgliedschaft nachdenken.

Ein Profil anlegen

Der Start bei XING könnte einfacher nicht sein: Besuchen Sie einfach die Website, und geben Sie rechts Ihren Namen und ein Passwort ein. Klicken Sie dann auf **Jetzt registrieren**. Sollten Sie von einem Bekannten per E-Mail eingeladen worden

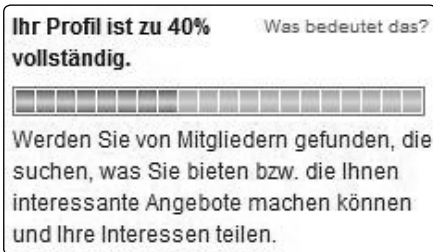


Bild 5.1 Vollständigkeit des Profils

sein, folgen Sie den Anweisungen in der Nachricht. Ihr Bekannter erhält dann einen Gratismonat und wird sich über Ihre Kooperation freuen – erfolgreiches Networking beginnt schon im Kleinen. Sobald Sie registriert und eingeloggt sind, gelangen Sie auf Ihre Startseite. Hier sehen Sie oben die grüne Statusleiste, über die Sie alle Funktionen von XING erreichen. Um Ihr Profil anzulegen, wählen Sie **Statusleiste > Start > Mein Profil**. Jetzt wird Ihre Profilseite dargestellt, auf der Sie sich und Ihre Kompetenzen effektiv in Szene setzen können. Oben rechts neben

Ihrem Profilfoto sehen neue Mitglieder übrigens eine Anzeige (Bild 5.1), die Sie über die Vollständigkeit Ihres Profils informiert – nehmen Sie diese als Anreiz, die Möglichkeiten Ihres XING-Profiles voll auszuschöpfen und alle Punkte nach und nach zu ergänzen.

Profil vervollständigen

Unter Ihrem Foto finden Sie den Reiter **Business-Daten**. Klicken Sie darauf, um diese Kategorie aufzurufen. Hier haben Sie Gelegenheit, sich in verschiedenen Bereichen zu präsentieren. Die Angaben, die Sie hier machen, entscheiden maßgeblich über den Erfolg Ihrer XING-Aktivitäten. Optimieren Sie Ihre Texte für die XING-interne Suchmaschine, sodass man Ihr Profil unter den richtigen Schlagworten findet. Je aussagekräftiger die von Ihnen verwendeten Schlüsselwörter sind, desto eher werden Sie bei entsprechenden Anfragen gefunden.

TIPP



Ergänzen Sie das Feld „Ich suche:“ immer mal wieder durch aktuelle Dinge, zum Beispiel „Event-Location in Hamburg“ oder „Coach für Präsentationen“. Sie landen durch diese Änderungen auf den Startseiten Ihrer Kontakte und bringen sich in Erinnerung. Außerdem können Ihnen andere XING-Mitglieder so vielleicht interessante Angebote machen.

Ich suche: Verwenden Sie überwiegend Stichworte, und sagen Sie kurz und knapp, was Sie suchen.

Ich biete: Beschreiben Sie Ihr Angebot in ein bis zwei Sätzen. Stellen Sie deutlich heraus, was Sie einmalig macht. Auch hier reichen wenige Worte – wenn es die richtigen sind! Zu langwierige Erklärungen und Aufzählungen verwässern den Eindruck und schrecken viele Interessenten ab.

Wenn Sie wirklich mehr Platz benötigen, verweisen Sie auf die Seite **Über mich**.

Interessen: Geben Sie hier ein paar echte Interessen ein. Die Liste sollte allerdings nicht zu lang werden, sonst fragt man sich, wie Sie die Zeit dafür aufbringen. Auch mit sehr riskanten Aktivitäten, wie zum Beispiel Free-Climbing oder Apnoetauchen, sollten Sie sich zurückhalten. Und natürlich gilt: Wenn Sie hier ein Hobby angeben, müssen Sie darüber später im Gespräch auch Auskunft geben können.

Organisationen: Geben Sie die Organisationen an, in denen Sie Mitglied sind, aber bedenken Sie auch hier die Außenwirkung.

Berufserfahrung: Falls Sie sich mit Ihrem XING-Profil um Stellen bewerben wollen, sollten Ihre Angaben hier den Kriterien einer schriftlichen Bewerbung entsprechen. Ansonsten lassen Sie ruhig Einträge weg, die nicht zu Ihrer aktuellen Tätigkeit passen. Auch viele kleine Praktika müssen nicht einzeln aufgeführt werden, sondern können in einem Abschnitt zusammengefasst werden.

Status: Wählen Sie Ihren aktuellen Status aus der Liste aus.

Referenzen: Sie können andere XING-Mitglieder bitten, als Referenzen für künftige Interessenten zu fungieren.

Unter Berufserfahrung können Sie für jeden Eintrag eine Branche aus einer (begrenzten) Liste auswählen. Nutzen Sie das Freifeld, um zusätzliche ähnliche Branchen oder alternative Schreibweisen einzugeben. So stellen Sie sicher, dass Sie bei Mitgliedersuchen nach Branchen unter den Treffern sind.



TIPP

Dateianhänge: Hier können Sie zum Beispiel Arbeitsproben in Dateiform einstellen. XING schlägt auch das Einstellen von Zeugnissen vor, aber das sollten Sie sich gut überlegen.

Auszeichnungen: Falls Sie interessante Auszeichnungen erhalten haben, tragen Sie sie hier ein. Aber job- bzw. branchenrelevant sollten Ihre Meriten schon sein. Bundesverdienstkreuz geht natürlich immer.

Hochschulen: Hier gilt dasselbe wie beim Feld Berufserfahrung: Falls Ihr XING-Profil eine verlängerte Bewerbung ist, müssen die Einträge zur Ausbildung den Kriterien einer schriftlichen Bewerbung entsprechen. Ansonsten führen Sie nur das Aktuellste und Interessanteste auf.

Qualifikationen/Sprachen: Hier ist Platz für Zusatzqualifikationen, Sprachdiplome etc.

Web: Ihre eigene Website sollten Sie hier angeben – es kann Sie sowieso jeder finden. Ob Sie Ihr Facebook-Profil angeben, müssen Sie wissen.

Kontaktdaten: Die mit einem **Schloss** gekennzeichneten Angaben sind privat, Sie können also entscheiden, wer diese sehen darf. Falls Sie Ihre Kontaktdaten vollständig verbergen, denken Sie daran, Interessenten eine Kontaktmöglichkeit außerhalb von XING zu geben. Vielleicht gestalten Sie eine spezielle Seite auf Ihrer Homepage und geben diese unter **Web:** an. Auf dieser **Landing Page** können Sie XING-Mitglieder begrüßen und Informationen zur Kontaktaufnahme bereitstellen.

Ihr Foto: Wichtiger als tausend Worte

Ganz oben links auf Ihrer Profilseite finden Sie einen Platzhalter für Ihr Foto. Klicken Sie auf **Foto hochladen** > **Durchsuchen**, um ein Foto auf Ihrer Festplatte auszuwählen. Finden und markieren Sie das gewünschte Foto, und klicken Sie dann auf **Öffnen** > **Foto hochladen**. Mit einem guten Foto werben Sie Ihr Profil beträchtlich auf und zeigen dem

Betrachter bereits etwas von Ihrer Persönlichkeit.

Das Foto sollte zu Ihrem Profil und Ihren Zielen passen – wenn Sie sich bewerben, muss das Foto als Bewerbungsfoto geeignet sein. Freizeitschnappschüsse sind nur selten ratsam, am besten vertrauen Sie sich einem professionellen Fotografen an. Besprechen Sie mit dem Dienstleister genau, was Sie sich vorstellen, was in Ihrer Branche üblich ist und was er empfehlen kann.

Sehr sinnvoll ist es außerdem, wenn der Fotograf gleich einige digitale Bilder im richtigen Format für XING liefert. Wenn Sie die Bilder noch an anderer Stelle im Web nutzen wollen, sollten Sie außerdem besprechen, ob dafür Lizenzgebühren fällig werden.

Foto bearbeiten mit mypict

XING akzeptiert Grafikdateien im JPEG-, GIF- oder PNG-Format und mit einer Mindestgröße von 140 x 185 Pixeln sowie



Bild 5.2 mypict

maximal 900 KB. Wenn Sie ein ausreichend großes Foto haben, das Ihnen gefällt, können Sie es einfach an die XING-Anforderungen anpassen:

1. Gehen Sie mit Ihrem Internet-Browser auf www.mypictr.com (Bild 5.2).
2. Klicken Sie unter **Upload your picture** auf **Durchsuchen**.
3. Finden und markieren Sie das Foto auf Ihrer Festplatte.
4. Klicken Sie auf **Öffnen** und dann auf **Upload**.
5. Wählen Sie unter **Network** den Eintrag **XING** aus.
6. Mit dem Schieberegler an der linken Seite verändern Sie den Zoom.
7. Klicken Sie in das Bild, und halten Sie die Maustaste gedrückt, um den Bildausschnitt zu verschieben.
8. Klicken Sie dann auf die Schaltfläche **pictrit**.
9. Laden Sie das Bild unter dem angegebenen Link herunter, oder geben Sie eine E-Mail-Adresse ein, um sich das Bild zuschicken zu lassen.



Tipps für Ihr Profil

Denken Sie immer daran, dass einige Felder in Ihrem Profil gleichzeitig Kriterien für eine Suche sind. Dazu gehören zum Beispiel Hochschulen, Organisationen und ehemalige Arbeitgeber. Die Einträge in diesen Feldern sollten also so gestaltet sein, dass man sie auch finden kann. Gibt es unterschiedliche Schreibweisen, recherchieren und verwenden Sie die gebräuchlichste. Verlassen Sie sich nicht darauf, dass Abkürzungen verstanden werden, und schreiben Sie immer den vollständigen Namen dazu.

Firmenname kreativ erweitern

Neben Ihrem Foto und Ihrem Namen ist der Firmenname das Element Ihres Profils, das am häufigsten innerhalb von XING angezeigt wird. Freiberufler tragen hier oftmals ihren eigenen Namen, Frei oder Freiberufler ein. Nutzen Sie stattdessen lieber diese Werbefläche, und bringen Sie einen kleinen **Claim** oder Ihre Web-Adresse unter. Wenn Sie Ihre Botschaft geschickt transportieren, wird sich dies in steigenden Besucherzahlen widerspiegeln. Um den Firmennamen zu ändern, wählen Sie **Statusleiste > Mein Profil > Berufserfahrung**, und klicken beim aktuellsten Eintrag auf **Bearbeiten**. Haben Sie mehrere aktuelle Einträge, können Sie einen Haken vor **Diese Tätigkeit neben meinem Namen**

Bild 5.3 Statusmeldung

und oben auf meiner Profilseite anzeigen setzen oder entfernen. Auch wenn Sie in einem Unternehmen arbeiten, können Sie den Firmennamen durch eine persönliche Botschaft ergänzen. Dann sollten Sie Ihren Text aber in runde Klammern setzen, da Sie ansonsten nicht von Suchen nach dem Unternehmensnamen erfasst werden.

Zeigen Sie Ihren aktuellen Status

Auf der Profilseite finden Sie rechts das Feld **Ihre Statusmeldung** (Bild 5.3). Tragen Sie hier auf jeden Fall ein, wenn Sie längere Zeit nicht am Computer sind. Damit ist klar, dass Sie nicht zeitnah auf XING-Anfragen reagieren können. Diese Statusmeldung kann natürlich auch genutzt

werden, um sich bei Kontakten wieder in Erinnerung zu bringen. Vielleicht fällt Ihnen eine kurze Werbebotschaft ein oder Sie haben eine interessante Information, die Sie auf diesem Wege verbreiten möchten? Auch Statusmeldungen erscheinen bei Ihren Kontakten in der Rubrik „Neues aus meinem Netzwerk“, also nutzen Sie die Gelegenheit.

Nutzen Sie die Profilvorschau

Bei all Ihren Arbeiten am Profil sollten Sie sich immer wieder in die Lage eines Interessenten versetzen, der noch nicht zu Ihren Kontakten gehört. Dazu gehört auch, dass Sie die Profilvorschau nutzen, um zu sehen, wie Ihre Profilseite auf Besucher wirkt. Klicken Sie dazu in der rechten Seitenleiste Ihrer Profilseite unter **Optionen** auf **Profilvorschau anzeigen**. Ihre bestätigten Kontakte sehen die Seite ebenfalls genau so, verfügen allerdings zusätzlich über die Daten, die Sie für die jeweilige Person freigegeben haben. Um die Profilvorschau zu verlassen, klicken Sie im oberen Balken auf **Profilvorschau ausblenden**.

Seien Sie persönlich und aktuell

Bei aller gebotenen Kürze – niemand liest gerne ellenlange Selbstdarstellungen – sollte es immer Ihr Ziel sein, Ihrem Profil eine persönliche Note zu geben. Je nach Seriosität Ihrer Branche können Sie auch mit prägnanten Formulierungen oder exotischen Wörtern experimentieren. Aber Vorsicht mit Ironie, die wird im Web meist nur schwer verstanden! Laden Sie andere XING-Mitglieder ein, Sie zu kontaktieren, indem Sie unter **Ich**

suche: zum Beispiel angeben **Gedankenaustausch bei einer Tasse Kaffee** oder ähnliches. Betrachten Sie Ihr Profil zudem nicht als statische Seite für die Ewigkeit, sondern als lebendiges Logbuch, das sich ständig verändert. Social-Networking basiert auf Geben und Nehmen – also zeigen Sie etwas von sich!

Bei Stichwortsuchen werden auch die „Über mich“-Seiten der Mitglieder einbezogen. Achten Sie also darauf, dass Sie die richtigen Stichwörter in Ihrem Text haben, damit Sie die Trefferlisten anführen.



TIPP

Die Seite „Über mich“

Um die Seite **Über mich** zu erreichen, wählen Sie **Statusleiste > Start > Mein Profil > Reiter „Über mich“**. Diese Seite können Sie nach eigenen Vorstellungen gestalten und so Ihre Selbstdarstellung bzw. Ihr Angebot detailliert vorstellen. Da Sie hier wahrscheinlich einen längeren Text verfassen werden, sollten Sie unbedingt die von XING bereitgestellten Formatierungsoptionen nutzen, damit die Übersichtlichkeit nicht verloren geht. Durch das Einfügen externer Links und Bilder wirkt Ihre Seite noch professioneller. Um die „Über mich“-Seite zu gestalten, klicken Sie auf **Bearbeiten**. Entwürfe sichern Sie jederzeit mit **Speichern**, und fertige Seiten veröffentlichen Sie durch einen Haken vor **Die Seite ist freigeschaltet**.

Keine Angst vor HTML

Um die Seite zu formatieren, müssen Sie die sogenannten HTML-Tags verwenden, die generell für die Darstellung von Webseiten verwendet werden. XING akzeptiert folgende HTML-Tags:

- Fettschrift: `<b>Beispieltext</b>`
- Kursiv: `<i>Beispieltext</i>`
- Unterstreichung: `<u>Beispieltext</u>`

Achten Sie darauf, dass ein HTML-Tag immer geöffnet (etwa `<b>`) und auch wieder geschlossen (`</b>`) werden muss. Ansonsten werden die Tags wie normaler Text ausgegeben, was seltsam aussieht,

Die „Über mich“-Seite wird häufig verwendet, um für alle Interessenten eine E-Mail-Adresse oder Telefonnummer zu veröffentlichen. Diese Angaben sind dann auch für Nicht-Kontakte sofort einsehbar.



TIPP

aber sich leicht korrigieren lässt. Mit weiteren Tags können Sie die Größe, Farbe und Art der Schrift beeinflussen:

- Schriftgröße: `<font size="4">Beispieltext</font>`
- Schriftfarbe: `<font color="#0000FF">Beispieltext</font>`
- Schriftart: `<font face="Arial">Beispieltext</font>`

Für die Schriftgröße (im obigen Beispiel 4) können Sie eine Zahl zwischen 1 und 7 einsetzen, wobei 7 riesige Schrift bedeutet. Die Schriftfarbe (im obigen Beispiel #0000FF, blau) lesen Sie am besten aus einer Tabelle ab, die Sie bei den Links in diesem Kapitel finden. Dasselbe gilt für die Schriftart (im obigen Beispiel Arial), wobei Sie ausgefallene Schriftarten meiden sollten, da sie nicht von allen Computer problemlos dargestellt werden können. Die vorgestellten Attribute lassen sich natürlich auch kombinieren, das sieht dann so aus: `<font size="4" font color="#0000FF font face="Arial">Beispieltext</font>`. Das Ergebnis wäre blauer Text in mittlerer Größe und in der Schriftart Arial.

Bilder einfügen

XING kennt keine Standardfunktion für das Hinzufügen von Bildern – wo sollten die auch hin, in Ihrem Profil ist ja nur Platz für Ihr Profilfoto vorgesehen. Wenn Sie also auf Ihrer „Über mich“-Seite Bilder einfügen möchten, müssen die an anderer Stelle im Internet abgerufen werden können. Dafür bieten sich kostenlose Services wie **Photobucket** oder **Flickr** (Bild 5.4) an. Haben Sie Ihr Bild dort aufgeladen, können Sie es in Ihren Text einbinden. Die Bilder müssen zudem hinsichtlich Größe und Ausschnitt bereits fertig be-



Anmelden

Erstellen Sie Ihren Account

Es dauert nur einen kleinen Moment mit Ihrer Yahoo!-ID

Zeigen Sie Ihre Fotos.
Entdecken Sie die Welt.

UND VIDEO

SUCHEN

Bild 5.4 Flickr

arbeitet sein, denn sie werden genauso angezeigt, wie sie vorliegen. Bearbeitungsmöglichkeiten gibt es nicht. Das Einfügen ist dann aber ganz einfach: Mit `` geben Sie an, dass hier ein Bild erscheinen soll. Zwischen URL und `/>` können Sie zudem noch `align="left"` oder `align="right"` eingeben, damit das Bild am linken oder rechten Rand ausgerichtet wird und der Text umfließt.

Links einfügen

Um einen Link einzufügen, müssen Sie ihn lediglich eintippen oder aus der Adresszeile Ihres Browsers kopieren, XING übernimmt den Rest. Wenn Sie also zum Beispiel **www.beispieladresse.de** eingeben (das `http://` ist nicht notwendig), erscheint ein anklickbarer Link zu einer externen Seite. Damit können Sie Besucher natürlich zu unterschiedlichsten Materialien oder Dokumenten leiten, solange diese auf Ihrer Homepage oder sonst wo im Web verfügbar sind.

Das Gästebuch

Wählen Sie **Statusleiste > Start > Mein Profil > Reiter „Gästebuch“**, um zum Gästebuch Ihrer XING-Präsenz zu gelangen. Mit der Schaltfläche **Gästebuch aktivieren** bzw. **deaktivieren** können Sie die Funktion hier an- und ausschalten. Aber brauchen Sie überhaupt ein Gästebuch? Die Antwort darauf ist ein klares Ja. Dagegen spricht, dass Gäste unter Umständen zu private oder nur Eingeweihten verständliche Einträge hinterlassen, die nicht zu der ansonsten professionellen Erscheinung Ihres Profils passen. Außerdem ist Spam, also unerwünschte Nachrichten, auch auf XING ein Problem, sodass Gästebücher oftmals mit unansehnlichen Werbebotschaften vollgemüllt werden. Auf der anderen Seite kann ein Gästebuch aber auch einen positiven Eindruck vermitteln: Wenn Sie zum Beispiel als Freiberufler einen Auftrag zur Zufriedenheit des Kunden abgeschlossen haben, könnten Sie den Auftraggeber bitten, eine entsprechende Nachricht im Gästebuch zu hinterlassen. Oder Kollegen, die gemeinsam an einem Projekt gearbeitet haben, gratulieren sich gegenseitig zum erfolgreichen Abschluss. Solche Einträge wirken wie Empfehlungen und hinterlassen beim Leser einen guten Eindruck. Über das Gästebuch können Ihnen zudem auch Basis-Mitglieder, die nicht zu Ihren bestätigten Kontakten gehören, eine direkte Nachricht hinterlassen, was in vielen Fällen wertvoll ist. Die Entscheidung für oder gegen ein Gästebuch liegt letztendlich ganz bei Ihnen. Wenn Sie sich aber für

Zugangsdaten

Angaben zu meiner Person

Privatsphäre

Meine Privatsphäre

- ✓ Mein Profil darf auch für Nicht-Mitglieder abrufbar sein.
- ✓ Mein Profil darf in Suchmaschinen auffindbar sein.
- ✓ Meine Beiträge in öffentlichen Gruppen können in Suchmaschinen gefunden werden.
- ✓ Meine Kontaktliste ist sichtbar für: **alle Mitglieder**
- ✓ Nachrichten und ggf. Gästebucheinträge schreiben dürfen: **alle Mitglieder**
- ✓ Aktivitäts-Index anzeigen
- ✓ Zeige meinen geschäftlichen Standort als Kartenansicht.

Bild 5.5 Privatsphäre

also selbst. Bedenken Sie aber: Wenn Sie die Einstellungen für die Privatsphäre zu hoch setzen, machen Sie es Interessenten sehr schwer, Sie zu finden und mit Ihnen in Kontakt zu treten. Diese Abwägung zwischen Datenschutz und offener Kommunikation ist typisch für alle sozialen Netze. Am besten gehen Sie alle möglichen Einstellungen einmal durch und überlegen sich, womit Sie sich am wohlsten fühlen. Die Privatsphäre-Einstellungen von XING erreichen Sie über zwei Wege:



1. Auf der **Startseite** klicken Sie im grünen Balken auf **Start** und dann auf **Einstellungen**.
2. Auf der Seite **Mein Profil** klicken Sie in der rechten Seitenleiste unter **Einstellungen** auf **Profileinstellungen**.
3. In beiden Fällen öffnet sich die Seite **Meine Einstellungen** (Bild 5.5).

Auf der Seite **Meine Einstellungen** finden Sie verschiedene Reiter. Die für die Privatsphäre relevanten Einträge werden im Folgenden erklärt. Falls Sie einen Eintrag ändern möchten, klicken Sie auf die nebenstehende Schaltfläche **Bearbeiten** und danach auf **Speichern**.

die Nutzung entscheiden, sollten Sie auf jeden Fall etwas Zeit für die Pflege der Einträge investieren und unpassende Mitteilungen zeitnah löschen. Am einfachsten geht das, wenn Sie sich von XING über Aktivitäten in Ihrem Gästebuch automatisch informieren lassen. Mehr dazu im nächsten Abschnitt.

Privatsphäre

XING ermöglicht Ihnen eine genaue Abstimmung der Privatsphäre auf Ihre Vorstellungen. Wie privat oder öffentlich Sie im sozialen Netzwerk agieren, bestimmen Sie

Zugangsdaten: Geben Sie hier ein sicheres **Passwort** ein. Bedenken Sie: Ihre E-Mail-Adresse ist nicht schwer herauszubekommen und dient meist gleichzeitig als Login für XING. Wenn Ihr Passwort auch noch leicht zu erraten ist, können Angreifer Ihr XING-Profil übernehmen. Falls Sie meinen, dass Sie als Ziel für solche Angriffe nicht interessant genug sind, irren Sie sich. Aus persönlichen Daten lässt sich heute immer Profit schlagen, und Vandalen ist es egal, was Sie für eine Position haben. Vermeiden Sie für Ihr Passwort alle Begriffe, die einen direkten Bezug zu Ihnen haben oder vielleicht sogar auf Ihrer Profilseite (Hobbys etc.) vorkommen. Auch Geburtstage, Namen von Verwandten oder Haustieren sowie alle Kombinationen daraus sind tabu.

Es kann sinnvoll sein, die Liste Ihrer Kontakte zu verbergen, wenn Sie zum Beispiel als Vermittler tätig sind und Auftraggeber und Auftragnehmer sich nicht gegenseitig sehen sollen. In den Kontaktpfaden bleiben Ihre Kontakte aber auf jeden Fall sichtbar.



VORSICHT

Angaben zu meiner Person: Ändern Sie hier Ihre persönlichen Daten, und geben Sie auf Wunsch eine Erklärung zur Änderung ab.

Privatsphäre: Im Abschnitt **Meine Privatsphäre** finden Sie die Einstellungen zur Sichtbarkeit Ihres Profils. Legen Sie fest, ob Ihr Profil und Ihre Beiträge in öffentlichen Gruppen auch von Nicht-Mitgliedern über Internet-Suchmaschinen wie Google gefunden werden dürfen. Außerdem können Sie einstellen, wer Ihre Kontakte sehen und wer Ihnen Nachrichten bzw. Gästebucheinträge schreiben darf. Seien Sie bei den Nachrichteneinstellungen nicht zu restriktiv, denn Sie wollen sicherlich auch Anfragen von XING-Mitgliedern, die Sie noch nicht kennen. Den Aktivitäts-Index, den XING aus der Häufigkeit Ihrer Logins, Anzahl der Gruppenbeiträge etc. errechnet, können Sie ohne große Verluste abschalten. Die Anzeige des geschäftlichen Standorts als Kartenansicht sollten Sie aktiviert lassen. Der Standort wird sowieso nur angezeigt, wenn Sie die Adresse für den Besucher freigegeben haben. Sind Sie Mitglied in sehr vielen Gruppen, sollten Sie hier festlegen, welche im Profil angezeigt werden, um die Übersicht zu wahren. Im Abschnitt **Infobox „Neues aus meinem Netzwerk“** definieren Sie, über welche Ihrer Aktivitäten Ihre direkten Kontakte informiert werden sollen. Nachrichten aus den Bereichen Persönliches, Neue Gruppenmitgliedschaften, Statusmeldungen und Öffentliche Termine sind auf jeden Fall sinnvoll.

Benachrichtigungen: Stellen Sie hier ein, über welche Ereignisse XING Sie per E-Mail informieren soll. Wenn Sie ein Gästebuch führen, sollten Sie sich über neue Einträge informieren lassen, damit Sie unter Umständen eingreifen können.

Spracheinstellungen: Legen Sie fest, in welcher Sprache Sie XING nutzen wollen.

Startseite anpassen

Nachdem Sie Ihr Profil mit Inhalten gefüllt und die wichtigsten Privatsphäre-Einstellungen gemacht haben, sollten Sie sich kurz Ihrer Startseite widmen. Diese Seite öffnet sich nach dem Login als erstes und besteht aus verschiedenen Infoboxen bzw. Informationsquellen. Die Darstellung kann an Ihre persönlichen Vorlieben angepasst werden, um Sie noch besser bei Ihrer Arbeit mit XING zu unterstützen.

1. Klicken Sie in der rechten Seitenleiste der Startseite auf **Startseite anpassen**, um alle verfügbaren Infoboxen anzeigen zu lassen (Bild 5.6).
2. Zur Aktivierung bzw. Deaktivierung einer Infobox setzen oder entfernen Sie den Haken vor dem jeweiligen Eintrag. Klicken Sie auf **Speichern**.
3. Um die Reihenfolge der Infoboxen auf Ihrer Startseite zu verändern, klicken Sie mit der Maus in die Titelzeile einer Infobox. Halten Sie die Maustaste gedrückt, und ziehen Sie die Infobox an die neue Position.

Welche Infoboxen für Sie am nützlichsten sind, hängt von Ihren Zielen ab, deshalb kann hier keine allgemeingültige Empfehlung gegeben werden. Im Folgenden ein Überblick über die wichtigsten Optionen:



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- www.xing.com ▪ www.linkedin.com ▪ www.viadeo.com
- www.mypictr.com ▪ www.photobucket.com ▪ www.flickr.com
- www.homepage-total.de/html/der_optimale_font.php
- homepage-total.de/html/farbnamen.php
- de.selfhtml.org/html/referenz/zeichen.htm

- Neues aus Ihrem Netzwerk: Klicken Sie in dieser Infobox auf **Bearbeiten**, um einzustellen, welche Nachrichten Sie erhalten. Wenn Sie ein großes Netzwerk haben, ist eine Begrenzung auf Persönliches und Statusmeldungen sinnvoll.
- Besucher Ihres Profils: Sehr sinnvoll, um mit Interessenten Kontakt aufzunehmen.
- Geburtstage Ihrer Kontakte: Geburtstage sind ein hervorragender Anlass, um sich mal wieder unverbindlich in Erinnerung zu bringen.
- Job finden: XING präsentiert Ihnen Jobangebote, die zu Ihrem Profil passen könnten. Wenn Sie aktuell auf der Suche sind, sollten Sie diese Box aktivieren.
- Interessante Events: Sie erhalten Informationen zu Events an Ihrem Wohnort, zum Beispiel für Networking oder Weiterbildung.
- Ihre letzten Foreneinträge: Hier sehen Sie Ihre letzten Einträge und können direkt dorthin springen.
- Neue Beiträge in Ihren Gruppen: Informiert Sie darüber, was sich in Ihren Gruppen gerade tut, damit Sie sich beteiligen können.



Bild 5.6 Startseite anpassen

Kennen wir uns nicht?

Mit Ihrem XING-Profil sind Sie bestens gerüstet, um sich ein Netzwerk voller wertvoller Business-Kontakte aufzubauen. Im nächsten Kapitel dreht sich deshalb alles um das Finden neuer Kontakte und die Kommunikation in Gruppen.



XING FÜR KÖNNER: KONTAKTE, NACHRICHTEN UND GRUPPEN

Mit den Tipps aus dem letzten Kapitel haben Sie sich bislang ein lebendiges und aussagekräftiges XING-Profil gebaut. Jetzt geht es darum, Ihre Kompetenzen unters Volk zu bringen. Das machen Sie natürlich am besten, indem Sie Ihrem Netzwerk hochqualifizierte Kontakte hinzufügen und in Gruppen mit Ihrem Fachwissen glänzen. In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie Geschäftskontakte suchen und finden. Wir stellen Ihnen die verschiedenen Suchoptionen vor (das Herzstück von XING) und erklären, wie Sie Besucher Ihres Profils ansprechen. Außerdem lernen Sie das interne Nachrichtensystem und die damit verbundene Etikette kennen. Sie werfen zudem einen Blick in die beliebten XING-Gruppen und verfassen eigene Beiträge. Abschließend folgt ein kurzer Blick auf Applikationen und den Datenexport.

Welche Kontakte aufnehmen?

Wer in einem Social Network startet, neigt dazu, das eigene Netzwerk aus Kontakten so schnell und so weit wie möglich auszubauen. Das Motto scheint zu sein: Jeder Kontakt ist ein guter Kontakt. Im privaten Bereich ist es in der Tat unerheblich, ob einige Ihrer Online-Freunde Sie kaum kennen und niemals mit Ihnen in Interaktion treten (wollen). Möchten Sie Social Networking aber für Beruf und Karriere einsetzen, sollten Sie etwas mehr Sorgfalt auf den Aufbau Ihres Kontaktnetzwerkes verwenden, denn es wird auch pro Kontakt mehr Zeit und Engagement für die Pflege erfordern. Ein guter Start für Ihr XING-Netzwerk sind natürlich persönliche Freunde, Verwandte sowie Personen, die Sie im Rahmen Ihrer beruflichen Tätigkeit persönlich kennengelernt oder mit denen Sie sogar in der Vergangenheit gut zusammengearbeitet haben. Seien Sie hingegen vorsichtig bei aktuellen Kollegen und insbesondere Vorgesetzten. Man vergisst schnell, wer alles über die eigenen Statusänderungen oder Änderungen am XING-Profil informiert wird. Sie möchten



Am besten beginnen Sie von Anfang an mit der Kategorisierung Ihrer Kontakte, indem Sie Schlagwörter vergeben. Dann behalten Sie den Überblick, auch wenn Ihr Netzwerk später stark wächst.

sicherlich nicht, dass Ihr Vorgesetzter erfährt, dass Sie unter „Ich suche:“ soeben „eine neue Herausforderung“ eingetragen haben. Manchmal (vor allem in kleineren oder inhabergeführten Unternehmen) wird es sogar als negativ empfunden, wenn Sie viele Kontakte aus Konkurrenzunternehmen aufnehmen. Die Sichtbarkeit Ihrer Kontaktliste lässt sich zwar verbergen, und auch die Verbreitung von Nachrichten kann reglementiert werden (siehe Kapitel 5) – aber das ist keine Garantie und vermindert gleichzeitig die Nützlichkeit Ihres Profils. Wenn es sich also einrichten lässt, achten Sie bei Kontakten darauf, dass diese über alle Ihre Aktivitäten im normalen Rahmen informiert sein können.

Unbekannte kontaktieren

Bei Menschen, die Sie noch nicht kennen, sollten Sie sich zunächst fragen: Welchen Vorteil erwarte ich von diesem Kontakt? Und welchen Vorteil kann das andere Mitglied erwarten? Verschicken Sie nicht einfach unkommentierte Kontaktanfragen, sondern nutzen Sie die Gelegenheit, sich selbst und mögliche Chancen für beide Seiten kurz zu skizzieren. Oftmals ist es ratsam, vor der Kontaktanfrage eine persönliche Nachricht oder eine E-Mail zu schreiben. Vielleicht wissen oder vermuten Sie, dass die andere Person dem-

nächst auf einer Branchenkonferenz oder einer anderen Veranstaltung anwesend sein wird? Dann könnten Sie auch ein kurzes Gespräch am Rande des Events vorschlagen. Nur wenn sich die andere Person einen Eindruck von Ihnen machen kann (ob per XING, E-Mail oder persönlich), kann ein wertvoller Kontakt mit Chancen entstehen – ansonsten enden Sie als Karteileiche.

Unbekannte bestätigen

Falls Sie Kontaktanfragen von unbekannten Personen erhalten, gilt grundsätzlich das oben gesagte. Nur müssen Sie sich jetzt einen Eindruck verschaffen. Bezieht sich die Anfrage konkret auf Ihr Profil oder wird um ein Angebot gebeten, können Sie den Kontakt natürlich direkt bestätigen

Gute Nachricht für Basis-Mitglieder: Seit September 2010 können auch im kostenlosen Tarif Nachrichten geschrieben werden, allerdings nur an bestehende Kontakte. Um fremde Personen zu kontaktieren, schreiben Sie in das öffentliche Gästebuch oder versuchen Sie, die E-Mail-Adresse herauszubekommen. Das geht oftmals ganz einfach, wenn eine externe Website angegeben ist.



TIPP



Schlechte Nachricht für Basis-Mitglieder: Seit September 2010 steht die **Erweiterte Suche** nicht mehr zur Verfügung. Dafür haben Sie jetzt vollen Zugriff auf die Ergebnisse der Stichwortsuche.

und sich dann kurzfristig mit der Person in Verbindung setzen. Wird aus der Kontaktanfrage nicht klar, wo die Vorteile für beide Seiten liegen sollen, senden Sie eine Nachricht, und bitten Sie freundlich um weitere Details. Vielfach entspinnt sich daraus ein Austausch und die Bestätigung des Kontaktes ist dann ganz natürlich. Er-

halten Sie gar keine Antwort oder nur leere Floskeln, überlegen Sie genau, ob diese Person für Sie interessant ist. Vielleicht handelt es sich auch um einen Datensammler, der sich als bestätigter Kontakt Zugang zu Ihren Informationen verschaffen will, um diese an einen Adresshändler zu verkaufen.

Kontakte trennen

Natürlich lassen sich Kontakte auch wieder lösen, klicken Sie dazu in der oberen grünen Leiste auf **Kontakte > Meine Kontakte**. Neben dem Eintrag des Kontaktes klicken Sie auf das **X-Symbol**. XING fragt nochmal nach, ob Sie sicher sind, danach wird der Kontakt gelöscht. Die andere Person erhält darüber keine Mitteilung. Aber wann sollten Sie einen Kontakt überhaupt löschen? Wenn Sie bei der Kontaktbestätigung wie oben beschrieben vorgegangen sind, werden Sie nur wenige Karteileichen in Ihrem Netzwerk haben. Löschen Sie ausschließlich Kontakte, die niemals richtig zustande gekommen sind, bei denen es also keinerlei Interaktion gab außer der Kontaktbestätigung. Behalten Sie aber auf jeden Fall alte Kontakte, auch wenn die letzte aktive Phase schon lange zurückliegt. Solche Kontakte können leicht reanimiert werden, und Sie wissen nicht, auf welche interessante Position es Ihren alten Kontakt zukünftig noch verschlägt.

Kontakte suchen

XING bietet umfangreiche Suchfunktion, die Sie für die Suche nach neuen Kontakten nutzen sollten. Ganz oben auf jeder Seite finden Sie ein Eingabefeld für die **Schnellsuche** bzw. **Stichwortsuche**. Hier können Sie direkt nach Namen, Unternehmen und

The screenshot shows the XING 'Erweiterte Suche' (Advanced Search) interface. At the top, there are tabs for 'Mitglieder', 'Gruppen', 'Events', 'Jobs', and 'Unternehmen'. Below these is a search bar with the placeholder text 'Suche nach' and a button labeled 'Suchen'. To the right of the search bar is a link for 'Erweiterte Suche' and a tip icon. The main search area is divided into three columns:

- Person:** Includes fields for 'Vor-/Nachname', 'Person bietet' (with a subtext 'z. B. Erfahrungen, Kompetenzen etc.'), 'Person sucht' (with a subtext 'z. B. Projekt, Dienstleistung etc.'), 'Interessen', and 'Hochschulen'.
- Business:** Includes fields for 'Firma (jetzt)', 'Position (jetzt)', 'Firma (zuvor)', 'Position (zuvor)', 'Status' (with a dropdown menu set to 'alle'), 'Branche', and 'Organisationen'.
- Adresse (geschäftlich):** Includes fields for 'PLZ', 'Ort (geschäftlich)', 'Bundesland (geschäftlich)', 'Land (geschäftlich)' (with a dropdown menu set to 'alle'), and 'Sprachkenntnisse' (with a dropdown menu set to 'alle').

At the bottom, there is a 'Kontaktgrad' section with three radio buttons: 'alle Mitglieder' (selected), 'Kontakte meiner Kontakte', and 'meine Kontakte'. To the right of these are buttons for 'Zurück' and 'Suchen'.

Bild 6.1 Erweiterte Suche

anderen Stichwörtern suchen. XING durchsucht alle Felder der Mitgliederprofile nach Ihren Begriffen. Die ersten 15 Ergebnisse können direkt aufgerufen werden. Darüber hinaus steht Ihnen (gilt nur für Premium-Mitglieder!) die **Erweiterte Suche** (Bild 6.1) zur Verfügung, die Sie über **Suche > Erweiterte Suche** aufrufen. Hier können Sie verschiedene Filter und Optionen nutzen, um Suchergebnisse weiter einzugrenzen und so schneller zum Ziel zu kommen. Ein Beispiel: Wenn Sie nach einer Person suchen, geben Sie zuerst den Nachnamen in das entsprechende Feld ein, und klicken Sie auf **Suchen**. Es erscheint eine Liste mit maximal 300 Einträgen. Nutzen Sie jetzt die Optionen am rechten Rand zur weiteren Verfeinerung, oder klicken Sie auf **Erweitere Suche** (Link neben der Schaltfläche **Suchen**). Es erscheint erneut das Suchformular, in das Sie jetzt weitere Begriffe eintragen oder die alten anpassen können. Klicken Sie dann erneut auf **Suche**.

Suchoperatoren nutzen

Sowohl in der Stichwort- als auch in der Erweiterten Suche können Sie sogenannte Suchoperatoren nutzen, um die Anfrage noch genauer zu formulieren. Für Basis-Mitglieder ist dies besonders wichtig, da man so auch mit der Stichwortsuche schneller zu genaueren Ergebnissen kommt. Dies sind die Optionen:



Nutzen Sie den Filter „Kontakte meiner Kontakte“ – vor allem innerhalb einer Branche werden Sie sich wundern, wen Sie alles über eine oder zwei Ecken kennen. Lassen Sie sich von Ihrem direkten Kontakt vorstellen, der Einstieg ist dann um einiges leichter.

Exakter Ausdruck: Verwenden Sie **Anführungszeichen**, um einen exakten Ausdruck zu finden. Beispiel: „Senior Account Director“ findet nur Profile, in denen diese drei Wörter in genau dieser Reihenfolge enthalten sind.

Verschiedene Begriffe: Mit dem Operator **OR** zwischen zwei Suchbegriffen signalisieren Sie XING, dass Sie alle Profile sehen möchten, die mindestens eines der Wörter enthalten. Ohne OR werden nur Profile angezeigt, die beide Begriffe enthalten. Beispiel: Hamburg OR München ergibt eine Liste mit Profilen, in denen einer oder beide Begriffe vorkommen. Die Treffer mit beiden Begriffen stehen in der Liste oben.

Begriffe ausschließen: Stellen Sie einem Begriff ein **Minuszeichen** voran, um alle Profile auszuschließen, die diesen Begriff enthalten. Beispiel: Wenn Sie als Suchbegriff Müller eingeben und zusätzlich -Hamburg eintragen, erhalten Sie alle Müller-Profilen, in denen der Begriff Hamburg nicht vorkommt. Ein Minus-Begriff kann nur zusammen mit mindestens einem weiteren (positiven) Suchbegriff verwendet werden.

Unvollständige Begriffe: XING erlaubt auch die Suche nach Wortanfängen. Geben Sie dazu die ersten drei Buchstaben des Begriffes ein, und hängen Sie ein ***-Zeichen** (Sternchen) an. Beispiel: Eine Suche nach Steuerberat* ergibt alle Steuerberater und Steuerberatungen.

Suchaufträge einrichten

Suchaufträge sind eine interessante Option, wenn Sie immer wieder dieselbe Suche durchführen müssen. Suchen Sie zum Beispiel regelmäßig nach potenziellen Neukunden, werden Sie dabei wahrscheinlich jedes Mal dieselben Kriterien verwenden. In den Ergebnislisten werden Neueinträge aber nicht gesondert ausgewiesen, also müssen Sie die gesamte Liste mit den Ergebnissen der vorherigen Suchen abgleichen. Um diese nervtötende Arbeit zu vermeiden, können Sie Suchaufträge nutzen. Führen Sie zunächst

eine Suche nach den gewünschten Kriterien durch. Betrachten Sie dann die Trefferliste. Ist sie immer noch zu groß? Dann versuchen Sie, weitere sinnvolle Kriterien hinzuzufügen. Am Ende sollte Ihre Trefferliste im Idealfall weniger als 100 Einträge haben. Dann können Sie einen Suchauftrag anlegen:

In den Trefferlisten werden vollständige Profile weiter oben angezeigt. Dieses Faktum sollten Sie für sich nutzen, und Ihr Profil so weit es geht ausbauen, um in den Suchergebnissen aufzusteigen.



TIPP

1. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Suchauftrag anlegen** oben rechts neben der Trefferliste.
2. Es öffnet sich ein neues Fenster.
3. Geben Sie einen Namen für den Suchauftrag ein.
4. Geben Sie **wöchentlich** oder **täglich** als Suchintervall an.
5. Klicken Sie auf **Speichern**.



Fortan erhalten Sie im gewünschten Intervall eine E-Mail, in der nur neue Profile aufgelistet sind, die auf Ihre Suche passen. Durch die Lappen gehen Ihnen allerdings alte Profile, die nachträglich geändert wurden. Beispiel: Sie suchen per Suchauftrag einen Senior Account Manager. Per E-Mail erhalten Sie wöchentlich alle XING-Neumitglieder, deren Profil Senior Account Manager enthält. Ist aber eine Person bereits seit Längerem XING-Mitglied und hat erst später Senior Account Manager in das Profil eingetragen, wird dieses von Ihrem Suchauftrag nicht erfasst. Ausnahme: Sie verfügen über einen sogenannten XING-Recruiter-Account, dann gelten andere Regeln. Die Listen, die Sie in den Benachrichtigungs-E-Mails erhalten, bleiben übrigens dauerhaft gespeichert. Sie können sie also auch später bearbeiten. Löschen können Sie den Suchauftrag unter **Suche > Suchaufträge > Löschen**.

Powersuche nutzen

Bei der Powersuche handelt es sich um eine Liste mit Suchanfragen, deren Filter bereits voreingestellt sind und die nicht verändert werden können. Sie finden die Powersuche in der grünen oberen Menüleiste unter **Suche > Powersuche**. Welche dieser Suchanfra-

Powersuche

Aufrufe meines Profils

- › Mitglieder, die mein Profil kürzlich aufgerufen haben
- › Mitglieder, deren Profil ich kürzlich aufgerufen habe
- › Mitglieder, die kürzlich meine Firmen-Homepage angeklickt haben
- › Mitglieder, die kürzlich eine meiner vorherigen Firmen-Homepages angeklickt haben
- › Mitglieder, die "Über mich" kürzlich aufgerufen haben

XING-Mitglieder

- › Mitglieder, die Sie kennen könnten
- › Die neuesten Mitglieder
- › Mitglieder, die kürzlich eingeloggt waren
- › Zufällige Mitglieder in meiner Nähe

Meine Kontakte

- › Neues aus Ihrem Netzwerk
- › Direkte Kontakte, deren Firma/Position sich kürzlich geändert hat
- › Nächste Geburtstage meiner Kontakte
- › Vergangene Geburtstage meiner Kontakte

Meine Übereinstimmungen

- › Mitglieder aus denselben Organisationen wie ich
- › Mitglieder von denselben Hochschulen wie ich
- › Mitglieder, die suchen, was ich biete
- › Mitglieder, die bieten, was ich suche
- › Mitglieder, die mehrere meiner Kontakte kennen
- › Mitglieder, die in denselben Gruppen sind wie ich

Bild 6.2 Powersuche

gen für Sie sinnvoll ist, hängt davon ab, wie Sie mit XING arbeiten und was Sie erreichen wollen. Drei der angebotenen Suchen sollten Sie aber auf jeden Fall regelmäßig nutzen:

Mitglieder, die mein Profil kürzlich aufgerufen haben: Richtig genutzt rechtfertigt

diese Suchanfrage schon die Kosten einer Premium-Mitgliedschaft. Sehen Sie sich an, wie das Verhältnis zwischen Profil-Besuchen und Kontaktaufnahmen ist. Haben Sie viele Besucher, die sich dann nicht melden? Vielleicht verwenden Sie dann nicht die richtigen Schlagworte in Ihrem Profil. Oder die Besucher finden nicht die benötigten Informationen. Schauen Sie sich das Profil des Besuchers an, und überlegen Sie, was Sie für ihn tun könnten. Wenn Sie eine überzeugende Argumentation finden, schreiben Sie den Besucher an, und bieten Sie weitere Informationen oder ein unverbindliches Angebot an.

Mitglieder, die kürzlich meine Firmen-Homepage angeklickt haben: Hier erscheinen XING-Mitglieder, die Ihr Profil besucht und dann auf den Link zu Ihrer Homepage geklickt haben. Bei diesen Personen können Sie von einem gewissen Interesse an Ihnen bzw. Ihren Leistungen fast sicher ausgehen. Investieren Sie auf jeden Fall die Zeit, und schreiben Sie diese Personen an. Stellen Sie außerdem sicher, dass die Person über alle nötigen Kontaktdaten verfügt. Falls sich herausstellt, dass Ihr Profil bzw. Ihre Leistungen nicht zu dem Gesuchten passen, bleiben Sie weiter hilfsbereit. Vielleicht können Sie den Kontakt oder Auftrag innerhalb Ihres Kontaktnetzwerkes weitervermitteln, was sich langfristig fast immer auszahlt.

Mitglieder, die „Über mich“ kürzlich aufgerufen haben: Hier gilt dasselbe wie bei Besuchern Ihrer Homepage: Diese Personen freundlich anzuschreiben und weitere Informati-

onen anzubieten, ist für jeden ernsthaften XING-Nutzer Pflicht.

Nachdem Sie einen Besucher Ihrer Homepage bzw. Über-mich-Seite angeschrieben haben, warten Sie auf Reaktion. Erneutes Nachfassen kann hier schnell aufdringlich wirken. Im Profil des Adressaten können Sie sich selber eine Notiz hinterlassen, um zu vermeiden, dieselbe Person zweimal zu kontaktieren.

Die Suche nach Besuchern Ihrer Homepage können Sie nicht aufschieben, denn die Daten werden nur für drei Tage gespeichert. Gewöhnen Sie sich also an, mindestens alle drei Tage diese Funktion zu nutzen.



VORSICHT

Kontakte hinzufügen

Sie haben mit den oben beschriebenen Methoden eine interessante Person gefunden? Sehr gut, das Herstellen einer Kontakthanfrage könnte einfacher nicht sein: Klicken Sie auf der Profilseite Ihres zukünftigen Kontaktes einfach rechts auf **Als Kontakt hinzufügen** (Bild 6.3). Sie können dann Ihre persönliche Nachricht eingeben. Vergessen Sie auch nicht, Ihre geschäftlichen Kontaktdaten für diese Person freizugeben. Klicken Sie dann auf **Als Kontakt hinzufügen**.

Kontakte empfehlen

Alternativ können Sie Personen auch empfehlen: Klicken Sie dazu auf **Empfehlen** (Bild 6.3) auf der Profilseite der Person. Klicken Sie auf **Als persönliche Nachricht**, um bis zu zehn Ihrer Kontakte auf diese Person hinzuweisen. Klicken Sie auf **Als Mitteilung an Ihr Netzwerk**, um alle Ihre Kontakte auf diese Person hinzuweisen. Wenn Sie unten **(Name) diese Nachricht weiterleiten** aktivieren, erhält die empfohlene Person eine Kopie Ihrer Nachricht. Zwei Beispiele:

Sie wollen Personen einander vorstellen: Klicken Sie auf **Empfehlen** im Profil von Person A. Geben Sie als Empfänger Person B ein. Schreiben Sie einen Text an beide Personen, und erklären Sie, warum Sie A und B einander vorstellen. Aktivieren Sie **(Name)**

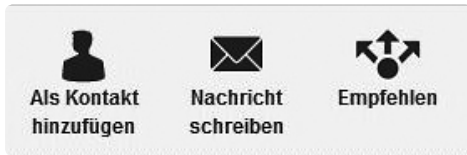


Bild 6.3 Optionen im Profil

diese **Nachricht weiterleiten**. Klicken Sie auf **Empfehlen**. Sie können übrigens auch Personen empfehlen, die nicht zu Ihren Kontakten gehören.

Sie wollen auf eine Person aufmerksam machen:

Klicken Sie auf **Empfehlen** im Profil der Person, die Sie empfehlen wollen. Geben Sie als Empfänger bis zu zehn Ihrer Kontakte ein. Schreiben Sie einen Text an Ihre Kontakte, und erklären Sie, warum Sie auf diese Person aufmerksam machen. Wichtig: Deaktivieren Sie **(Name)** diese **Nachricht weiterleiten**. Klicken Sie auf **Empfehlen**.

Mitteilungen an Ihr gesamtes Netzwerk können Sie parallel auch über **Twitter** senden. Setzen Sie dazu einen Haken vor das kleine **blaue T**. Mehr zu Twitter in Kapitel 7.

Nachrichten schreiben

Nachrichten sind im XING-Internet das Äquivalent zu E-Mails. Premium-Mitglieder können allen Personen, Basis-Mitglieder nur ihren eigenen Kontakten Nachrichten schreiben. Wenn Sie als Basis-Mitglied mit einer unbekannten Person Kontakt aufnehmen wollen, schreiben Sie in das Gästebuch, oder versuchen Sie, über eine angegebene Webseite die E-Mail-Adresse herauszufinden. Dasselbe gilt übrigens sowohl für Premium- als auch für Basis-Mitglieder, wenn XING Ihnen mitteilt, dass der Adressat den Nachrichtenempfang in den Einstellungen zur Privatsphäre deaktiviert hat. Die Funktionen Nachrichten schreiben finden Sie unter **Nachrichten > Persönliche Nachrichten > Nachricht schreiben**. Alternativ können Sie auch den Befehl **Nachricht schreiben** (Bild 6.3) direkt auf der Profilseite eines Mitglieds verwenden.

Bloß kein Spam!

Eine Nachricht kann an bis zu zehn Empfänger gehen. Diese Begrenzung ist eine der Methoden, mit der XING die Ausbreitung von Spam (unerwünschtem Werbemüll) auf seiner Plattform verhindern will. Darüber hinaus gibt es klare Regeln für den Nachrichtenversand:

- Die Nachricht muss eine persönliche Anrede enthalten.

- Die Nachricht muss einen direkten Bezug zum Profil des Empfängers enthalten.
- Die Nachricht sollte sich an den Feldern „Ich suche“ und „Ich biete“ orientieren.

Jede andere Form von Nachricht (allgemeine, unspezifische Werbung) wird von XING wahrscheinlich als Spam qualifiziert

werden, insbesondere wenn mehrere Empfänger eingetragen sind. Das Ergebnis ist eine Verwarnung und danach die Sperrung des Benutzerkontos. Falls Sie selber Spam erhalten, sollten Sie dies melden: Neben jeder geöffneten Nachricht finden Sie den Link **Als Spam melden**. Der Absender der Nachricht erfährt von Ihrer Beschwerde nichts, XING kümmert sich um alles Weitere.

XING bietet leider nicht die Möglichkeit, Textbausteine zu verwenden. Wenn Sie für Ihre Signatur oder andere wiederkehrende Elemente Standardtext nutzen wollen, benötigen Sie Zusatzsoftware wie PhraseExpress.



SPARTIPP

Nachrichten lesen

Neue Nachrichten landen in Ihrem Posteingang, den Sie mit **Nachrichten > Persönliche Nachrichten** erreichen. Um etwas Ordnung zu schaffen, können Sie einen Haken vor alle oder einzelne Nachrichten setzen und dann unten eine Aktion auswählen, die für alle markierten Nachrichten durchgeführt wird. Zur Wahl stehen **Als gelesen markieren**, **Als ungelesen markieren** und **Löschen**. Klicken Sie dann auf **OK**. Klicken Sie auf den Titel einer Nachricht, um diese zu öffnen.

Mit **Antworten**, **Allen Antworten** oder **Weiterleiten** können Sie hier direkt auf die Nachricht reagieren. Nachrichten im Posteingang und -ausgang bleiben ewig gespeichert.

Es ist sinnvoll, sich von XING über neue Nachrichten per E-Mail informieren zu lassen. Die Funktion finden Sie unter **Start > Einstellungen > Benachrichtigungen**.

Größte Gruppen (nach Mitgliedern)

Absolventen – Gesuche und Angebote – Prak	123.252
Freiberufler Projektmarkt / freelance projects	121.718
Gründer und Selbständige	86.811
QUERDENKER-CLUB	86.548
Vertrieb & Verkauf	77.613
XING Community München	71.660

Bild 6.4 Gruppen-Hitliste

Gruppen nutzen

In den Gruppen auf XING finden Sie eine geballte Ladung Fachwissen zu fast allen Themenbereichen und Branchen. Die aktive Mitarbeit in einer Gruppe ist eine hervorragende Möglichkeit, interessante Kontakte kennenzulernen und die eigenen Kompetenzen zu unterstreichen.

Außerdem erfüllen Gruppen noch einen zweiten Zweck, denn hier tauschen sich Mitglieder auch über Freizeitaktivitäten und Hobbys aus, was ansonsten eher selten passiert. XING kennt zwei Arten von Gruppen: Offene und geschlossene. Bei den offenen Gruppen können Sie sofort mitmachen, bei den geschlossenen müssen Sie zunächst eine Anfrage stellen, über die dann der Gruppenmoderator entscheidet. Zunächst müssen Sie aber eine passende Gruppe finden.

Gruppen finden

Klicken Sie auf **Gruppen** > **Alle Gruppen**, und es öffnet sich eine Übersicht der verfügbaren Kategorien. Daneben wird unter Gruppenanzahl angezeigt, wie viele einzelne Gruppen in der jeweiligen Kategorie zu finden sind – meist mehrere Tausend. Falls Sie noch gar keine Präferenzen haben, klicken Sie auf eine der Kategorien, und schnuppern Sie rein. Wahrscheinlich haben Sie aber bereits eine vage Idee, in welche Richtung Ihre zukünftigen Gruppenaktivitäten abzielen sollen. Geben Sie ein dazu passendes Stichwort in das Suchfeld ein, und klicken Sie auf **Suchen**. Jetzt werden die Gruppennamen durchsucht. Führt das zu keinem befriedigenden Ergebnis wiederholen Sie die Suche, klicken aber zunächst auf **Beiträge**. Nun sucht XING nach Ihrem Stichwort in den Gruppenbeiträgen. Vielleicht lassen Sie sich auch von den Infoboxen am unteren Rand der Seite inspirieren, in denen XING immer Hitlisten (Bild 6.4) der größten, aktivsten etc. Gruppen anzeigt. Al-

ternativ können Sie sich von den Profilen Ihrer Kontakte bzw. anderer interessanter Personen eine Anregung holen: In welcher Gruppe sind Personen aus Ihrer Branche am häufigsten vertreten? Auf jedem Profil werden rechts unten die Gruppenmitgliedschaften als kleine Symbole dargestellt. Bewegen Sie die Maus darüber, um den Gruppennamen zu erfahren.

TIPP



Sie verfügen über Fachwissen, das für mehrere Gruppen interessant sein könnte? Dann suchen Sie regelmäßig nach einem entsprechenden Stichwort in den aktuellen Beiträgen. So können Sie Fragen beantworten und an Diskussionen teilnehmen.

An Gruppen teilnehmen

Wenn Sie eine interessante Gruppe gefunden haben, klicken Sie auf den Namen bzw. das Symbol, um zur Seite der Gruppe zu gelangen. Klicken Sie auf **Jetzt teilnehmen**, und Sie sind Mitglied. Handelt es sich um eine geschlossene Gruppe, erhalten Sie Informationen zu den Teilnahmebedingungen. Sehen Sie sich nun zunächst

in der Gruppe etwas um, und klicken Sie auf den Reiter **Foren**. Jede Gruppe ist in mehrere **Foren** bzw. **Bretter** unterteilt, in denen jeweils bestimmte Aspekte diskutiert werden. Eines davon heißt mit Sicherheit **Vorstellungsrunde**. Hier können Sie sich als Neumitglied vorstellen und erklären, was Sie sich von der Gruppenmitgliedschaft versprechen. In den anderen Foren finden Sie die eigentlichen **Diskussionen** bzw. **Threads**. Wenn Sie auf einen Beitrag antworten wollen, klicken Sie unten auf **Antworten**. Zur besseren Verständlichkeit sollten Sie **Zitate einfügen**, wenn Sie sich direkt darauf beziehen. Nutzen Sie zudem die **Vorschau**, um den Beitrag zu überprüfen. Ist alles in Ordnung, klicken Sie auf **Absenden**. Möchten Sie eine neue Diskussion starten, klicken Sie ganz oben oder ganz unten auf **Neues Thema in diesem Forum erstellen**. Wie immer auf XING gilt: Seien Sie interessant, und verwenden Sie möglichst schon im Titel Ihres Beitrages neugierig machende Formulierungen und starke Schlagwörter. Sollten Sie mit Ihrem Beitrag im Nachhinein nicht mehr zufrieden sein, können Sie ihn bis spätestens drei Tage nach Erstellung ändern. Um ihn zu löschen, müssen Sie sich an den Forenmoderator wenden.

Gruppe abonnieren

Falls Sie über die Diskussionen in Ihrer Gruppe auf dem Laufenden bleiben wollen, ohne sie täglich zu besuchen, können Sie ein Abonnement einrichten. Gehen Sie dazu in ein Forum, und setzen Sie einen Haken vor **Dieses Thema abonnieren**. Sie werden so automatisch über neue Beiträge informiert. Doch Vorsicht: Der Information-Overkill ist so nicht weit entfernt.

Sie möchten eine Frage stellen? Dann gehört es zum guten Ton, zunächst per Suchfunktion zu überprüfen, ob diese Frage schon einmal aufgetaucht ist. Für regelmäßige Gruppenteilnehmer ist es sehr ermüdend, immer dieselben Fragen zu beantworten.



VORSICHT

105

Beim Verfassen eines Beitrages bietet XING die Möglichkeit, Sie über Antworten per E-Mail zu informieren. Nutzen Sie diese Option, und nehmen Sie sich die Zeit für eine ausführliche Reaktion. Das macht einen guten Eindruck.



TIPP



Bild 6.5 Anwendungsseite von Doodle

Internet liest mit

Moderatoren können festlegen, ob Gruppenbeiträge auch über Internet-Suchmaschinen gefunden werden können. Wenn Sie im Zweifel sind, formulieren Sie am besten immer so, dass Sie kein Problem damit hätten, wenn die ganze Welt Ihre Beiträge lesen würde.

Applikationen

Sowohl XING als auch andere Hersteller bieten Applikationen (Anwendungen) an, die Ihnen bei der Arbeit mit XING zusätzliche Funktionen bereitstellen können. Eine Übersicht über alle verfügbaren Applikationen erhalten Sie über **Start > Applikationen**. Hier finden Sie die Applikationen nach verschiedenen Kriterien geordnet, alphabetisch, beliebteste etc. Klicken Sie auf einen Namen, um sich Detailinformationen anzeigen zu lassen. Ganz rechts können Sie verschiedene Ansichts- und Zugriffsoptionen auswählen. Unten wird angezeigt, ob diese Applikation schon von einem Kontakt aus Ihrem Netzwerk verwendet wird. Falls Sie ebenfalls die Applikation nutzen wollen, klicken Sie rechts unten auf **Applikation hinzufügen**. Sehr bekannte und häufig genutzte Applikationen sind zum Beispiel Doodle (Terminfinder, Bild 6.5), Speed (Web-Meetings) oder MindMeister (Mind-Mapping).

Datenexport

Um die Daten eines einzelnen Kontaktes aus XING zu exportieren, rufen Sie zunächst das Profil des Kontaktes auf. Ganz rechts unter Optionen klicken Sie jetzt auf **vCard herunterladen**. Speichern Sie diese Datei auf Ihrem Computer. Nun können Sie diese so-



genannte VCF-Datei mit Microsoft Outlook und vielen anderen Programmen importieren, denn VCF ist ein Standardformat für elektronische Visitenkarten. Möchten Sie die Daten Ihrer gesamten Kontakte exportieren, klicken Sie auf **Kontakte > Meine Kontakte > Kontakte als vCard exportieren** (rechts oben). XING stellt Ihnen jetzt

eine Datei mit allen Daten zusammen, was allerdings geraume Zeit dauern kann. Sie werden auf Ihrer Startseite informiert, wenn die Datei fertig ist. Dort können Sie die Datei auch herunterladen. Beim Export als vCard erhalten Sie nicht alle Informationen aus XING, so fehlen zum Beispiel Profilbilder. Für Nutzer von Microsoft Outlook gibt es allerdings noch eine komfortablere Methode, bei der Sie auch noch mehr Daten erhalten: XING stellt eine spezielles Plug-in (Link bei den URLs in diesem Kapitel) bereit, das Outlook um entsprechende Funktionen erweitert. Laden und installieren Sie den **XING Connector für Microsoft Outlook**. Im Menü von Outlook wählen Sie jetzt den neuen Menüpunkt **XING** und dann **XING Kontakte importieren**. Es startet ein Assistent, in den Sie zuerst Ihre XING-Nutzerdaten eingeben müssen. Ist der Import abgeschlossen, können Sie auswählen, in welchen Ordner von Outlook die Kontakte gespeichert werden sollen. Anschließend werden die Kontakte angelegt.

Wenn Sie ein Smartphone wie das Apple iPhone besitzen, werfen Sie einen Blick in Kapitel 8. Dort wird die mobile XING-App und XING-Handshake vorgestellt, eine sehr bequeme Option zum Hinzufügen von Kontakten.



TIPP

Hallo, Welt, ich muss dir was sagen ...

Im nächsten Kapitel machen Sie den größtmöglichen Sprung, von der gepflegten Konversation bei XING zur Massenkommunikation bei Twitter. Erfahren Sie, wie 140 Zeichen Ihre Social-Networking-Aktivitäten bereichern können.



SCHNELL, SCHNELLER, TWITTER: NETZWERKEN IN 140 ZEICHEN

Von allen sozialen Netzwerken ist Twitter (Bild 7.1) für viele Menschen am schwersten zu verstehen. Was kann man schon in Kurznachrichten von SMS-Länge sagen? Und das soll Spaß machen?

Eine ganze Menge sogar, wenn man den Millionen Twitter-Nutzern glauben darf. Verschiedene Technologieexperten sind sogar der Auffassung, Twitter sei das wichtigste neue Medium seit E-Mail.

Probieren Sie es doch einfach mal aus, vielleicht werden Sie ein begeisterter „Zwitscherer“ und nehmen Twitter in Ihre persönliche Social-Networking-Strategie mit auf.

In diesem Kapitel erfahren Sie zunächst, wie Sie unverbindlich bei Twitter reinschnuppern und Nachrichten empfangen. Danach geben wir Ihnen Tipps für das Versenden eigener Meldungen.

Was ist Twitter?

Sicherlich haben Sie schon einmal von Blogs (kurz für Weblogs) gehört. Das sind Internet-Seiten, auf denen Personen (Blogger) ein öffentliches Tagebuch oder

Journal führen. Thema eines Blogs kann so gut wie alles sein: Einige Blogger schreiben über das eigene Leben, andere konzentrieren sich auf bestimmte Themengebiete wie zum Beispiel Mode, Kindererziehung, Technologie, Fußball etc. Die meisten Blogs beinhalten dabei eine Mischung aus Nachrichten sowie eigenen Gedanken und Kommentaren auf Beiträge anderer Personen. Im Prinzip ähnelt Twitter sehr stark einem Blog, nur dass die Beiträge auf Twitter extrem kurz sind und maximal 140 Zeichen umfassen. Deshalb spricht man bei Twitter auch von **Microblogging**. Als registrierter Twitter-Nutzer (**Twitterer**, manchmal auch **Tweep**) können Sie eine beliebige Anzahl kleiner Nachrichten – im Twitter-Jargon **Tweets** oder **Updates** genannt – über jedes erdenkliche Thema schreiben und via Twitter veröffentlichen. Andere Personen müssen Ihre Tweets bei Twitter abonnieren, um sie zu erhalten und lesen zu können. Diese Abonnenten eines Autors nennt man **Follower**. Auf der Twitter-Website werden verschiedene Suchfunktionen angeboten, mit denen Sie interessante Autoren (Twitterer) finden und abonnieren können. Im Gegensatz

zu anderen sozialen Netzwerken, bei denen Menschen Nachrichten austauschen, müssen sich Twitterer und Follower nicht grundsätzlich gegenseitig bestätigen. Ein Follower kann also jederzeit einen beliebigen

öffentlichen Autor abonnieren und das Abonnement jederzeit wieder beenden. Ein Twitterer kann allerdings entscheiden, ob er öffentlich oder für eine bestimmte Gruppe senden will. Sowohl das Senden als auch das Empfangen von Tweets ist kostenlos, beim Empfang von Tweets via SMS fallen Mobilfunkgebühren an.

Das Besondere an Twitter

Tweets werden in **Echtzeit**, also ohne nennenswerte Verzögerung, veröffentlicht. Ein Großteil der Twitter-Nutzer (nach Angaben des Unternehmens mehr als 30 Prozent) verwendet zudem ein Handy oder Smartphone, sodass Tweets an jedem Ort empfangen und versendet werden können. Das macht Twitter zu einem extrem schnellen Medium für die Nachrichtenverbreitung.

In der Vergangenheit hat sich mehrfach gezeigt, dass sich Meldungen über Großereignisse wie Erdbeben, politische Umwälzungen etc. zuerst über Twitter verbreiten, bevor die traditionellen Medien nachziehen können. Darüber hinaus



Bild 7.1 Twitter-Logo

kommt hier ein weiterer Effekt ins Spiel: Jede Nachricht aus einem Tweet kann von einem Follower erneut verbreitet werden. Der passive Follower wechselt sozusagen die Rolle, und sendet die Meldung jetzt als Twitterer aktiv an seine eigenen Follower. Man spricht dann von einem **Retweet**. Nachrichten, die von übergreifendem Interesse für viele Menschen sind, verbreiten sich so wie eine immer schneller werdende Lawine durch die Tweets.

Wofür eignet sich Twitter?

Twitter ist gleichzeitig privat und öffentlich, international und lokal. Nachrichten für einen bestimmten Stadtteil verbreiten sich genauso schnell wie Nachrichten für die Mitarbeiter eines weltweit agierenden Unternehmens. Manche Twitterer senden mehrmals täglich, manche nur alle paar Wochen.

Viele Tweets sind sehr privat und nur für persönliche Freunde interessant. Andererseits kann man mit Tweets eine große Menge Menschen erreichen und mobilisieren, zum Beispiel wenn sich eine Bür-

gerinitiative kurzfristig zu einer Demonstration zusammenfindet. Hier ein paar Vorschläge für die Twitter-Nutzung:

- Lassen Sie Freunde und Verwandte in Echtzeit an Ihrem Leben teilhaben.
- Kommentieren Sie den Film, den Sie gerade gesehen haben, oder weisen Sie Ihre Freunde auf eine gerade laufende TV-Sendung hin.
- Verbreiten Sie lokal relevante Meldungen, die es niemals in die Zeitung schaffen würden.
- Wenn Sie Augenzeuge eines Ereignisses sind, lassen Sie Ihre Follower teilhaben.
- Versorgen Sie Teilnehmer einer Veranstaltung mit aktuellen Informationen.
- Finden Sie heraus, was aktuell die Menschen bewegt.

Natürlich eignet sich Twitter auch zur puren Unterhaltung, wenn Sie zum Beispiel den Alltag eines Prominenten mitverfolgen. Oder Sie abonnieren die Tweets renommierter Medien, wie der New York Times. Bei den Links in diesem Kapitel finden Sie eine Liste twitternder Journalisten aus Deutschland. Oder Sie informieren sich über Neuigkeiten aus Ihrer Branche. Unter allen Twitterern finden Sie mit Sicherheit jemanden, der etwas Interessantes zu sagen hat. Anderenfalls sagen Sie es eben selbst.

In Tweets reinlauschen

Die ersten Schritte mit Twitter bestehen darin, einfach nur nach interessanten Themen zu suchen und zu hören, was andere Menschen dazu zu sagen haben. Um sich einige Tweets anzusehen, müssen Sie keine Software installieren und sich auch nicht registrieren. Ein normaler Internet-Browser reicht aus. Und so geht's:



1. Gehen Sie mit Ihrem Internet-Browser zur Website **twitter.com**.
2. Ganz oben sehen Sie ein Suchfeld. Geben Sie hier einen Begriff ein, und klicken Sie auf **Search**. Es wird eine Auswahl passender Tweets angezeigt. Ein Klick auf den Namen bringt Sie zur Twitter-Seite des Autors und zeigt die letzten Tweets.
3. Unter dem Suchfeld werden in einem Laufband die **Trending Topics** angezeigt. Das sind die momentan am heißesten diskutierten Themen auf Twitter. Klicken Sie auf einen Begriff, um die dazu passenden Tweets anzuzeigen.
4. Unten links präsentiert Twitter Ihnen eine willkürliche Auswahl von Twitterern (Autoren), die Sie interessieren könnten. Ein Klick auf eines der Bilder bringt Sie zur Twitter-Seite eines der Autoren und zeigt die letzten Tweets.



Bild 7.2 Twitter-Website

5. Unten rechts sehen Sie eine Auswahl der **Top Tweets**. In diese Liste werden Tweets aufgenommen, auf die Twitter-Nutzer besonders häufig reagiert haben, zum Beispiel durch Retweets. Klicken Sie auf **View all**, um mehr Top Tweets anzeigen zu lassen. Ein Klick auf den Namen bringt Sie zur Twitter-Seite des Autors und zeigt die letzten Tweets.

Bei der Suche nach aktuellen Themen ist zu beachten, dass wahrscheinlich gerade viele Menschen eine Twitter-Nachricht dazu schreiben. Selbst wenn Sie nur wenige Sekunden nach der ersten Suche einen zweiten Suchlauf starten, werden Sie daher komplett andere Ergebnisse erhalten. Falls Sie die Ergebnisliste einer Suche längere Zeit im Internet-Browser geöffnet haben, beginnt Twitter automatisch damit, nach neuen Tweets zu su-

Echtzeit-Ergebnisse für Swift & Jake Gyllenhaal

28 neue Tweets, seit Du mit der Suche angefangen hast.

Bild 7.3 Aktualisierte Ergebnisse

chen. Darüber werden Sie in einem Feld am Kopf der Ergebnisliste informiert (Bild 7.3). Klicken Sie darauf, um sich die neuen Tweets anzeigen zu lassen.

Tipps für die Suche: Hashtags & Co.

Das Auffinden interessanter Tweets kann zugegebenermaßen etwas mühsam sein, wenn für die Suche nur ein einzelner Begriff verwendet wird. Ein Beispiel: Die Suche nach dem Begriff **HSV** liefert alle Tweets, in denen diese Abkürzung vorkommt. Nicht bei allen wird es dabei um den Hamburger Sportverein (HSV) gehen. Wenn Sie die Tweets durchsehen, werden Sie aber bemerken: Geht es wirklich um den Bundesligaverein, wird dem Begriff HSV ein **#-Zeichen** vorangestellt. Dies ist ein sogenannter **Hashtag**, der es ermöglicht, alle Tweets zu einem bestimmten Thema zu finden. Wenn Sie also nach **#HSV** suchen, finden Sie nur die Fußball-bezogenen Tweets. Die Vergabe und Nutzung von Hashtags wird nicht von Twitter, sondern von den Nutzern gesteuert, daher gibt es keine offizielle Liste genutzter Hashtags. Jeder Autor ist selbst dafür verantwortlich, ob und welche Hashtags er für seinen Tweet vergibt. Darüber hinaus kann niemand Anspruch auf einen bestimmten Hashtag erheben: **#HSV** führt nur deshalb zu Tweets über den Hamburger Fußballclub, weil irgendjemand diesen Hashtag in seinem Tweet eingeführt hat und die Mehrzahl der anderen Anwender diesen Hashtag jetzt weiterverwendet. Ein Hashtag ist also quasi ein Vorschlag, zukünftige Meldungen zum Thema freiwillig unter demselben

Begriff einzuordnen. Es kann aber durchaus auch mehrere Hashtags zu einem Thema geben, wenn sich bislang kein Vorschlag durchsetzen konnte.

Suchanfragen verfeinern

Neben Hashtags gibt es noch weitere Methoden, um bei Twitter-Suchen bessere Ergebnisse zu erzielen:

TIPP



Nutzen Sie eigene Hashtags, um Lesern das Auffinden Ihrer Tweets zu erleichtern. Wenn Sie zum Beispiel ein Event vorbereiten, können Sie Gästen das Hashtag (zum Beispiel **#sommerfest**) mitteilen und sie so problemlos auf dem Laufenden halten.

Exakter Begriff: Setzen Sie mehrere Suchbegriffe in **Anführungszeichen**, um nach dem exakten Ausdruck zu suchen. Beispiel: „**Happy Hour**“ findet nur die Tweets, in denen die Begriffe exakt so nebeneinander stehen.

Begriff ausschließen: Verwenden Sie ein **Minuszeichen** vor einem Begriff, um alle Tweets auszuschließen, die diesen Begriff enthalten. Beispiel: **Pyramiden -Ägypten** liefert alle Tweets, in denen das Wort Pyramiden, aber nicht das Wort Ägypten vorkommt.

Bis / ab Sendedatum: Benutzen Sie **until:** vor einem Datum (Jahr, Monat, Tag), um Tweets zu finden, die vor diesem Datum gesendet wurden. Benutzen Sie **since:** vor einem Datum, um Tweets zu finden, die seit diesem Datum gesendet wurde. Beispiel: **Hamburg until:2010-12-19** listet Tweets, die den Begriff Hamburg enthalten und bis zum 19.12.2010 versendet wurden. Im Gegensatz dazu findet **Hamburg since:2010-12-19** alle Tweets mit dem Begriff Hamburg seit dem 19.12.2010.

Ort bestimmen: Benutzen Sie **near:** vor einem Ortsnamen oder einer Postleitzahl, um Tweets zu finden, die von diesem Ort aus versendet wurden. Beispiel: „**Happy Hour**“ **near:Hamburg** findet nur die Tweets, die den exakten Begriff „Happy Hour“ enthalten und aus Hamburg gesendet wurden. Mit **within:** können Sie zusätzlich einen Radius angeben: **near: Hamburg within:20km** legt den Absendeort für Tweets auf 20 Kilometer im Umkreis von Hamburg fest.

Positive und negative Stimmung: Suchen Sie nach den bekannten Gefühlssymbolen (Emoticons) :) oder :(, um Tweets mit einer entsprechenden Stimmung bzw. Haltung zu finden. Beispiel: **Filmtitel :(** wird nur Tweets finden, die den Filmtitel und ein negatives Emoticon enthalten.

Natürlich lassen sich Hashtags und die übrigen Suchoperatoren auch kombi-

Advanced Search

Use this form to automatically construct your query. (Alternatively, you can type [search operators](#) box.)

Find tweets based on...

Search

Words

All of these words	
This exact phrase	
Any of these words	
None of these words	
This hashtag	
Written in	Any Language v (persistent)

People

From this person	
To this person	
Referencing this person	

Bild 7.4 Advanced Search



Falls Sie einen Hashtag gefunden haben, von dem Sie nicht genau wissen, was er bedeutet, können Sie ihn beim Web-Service **Tagalus** nachschlagen. Dort haben Sie zudem Gelegenheit, eigene Hashtags einzutragen. Den Link finden Sie bei den URLs in diesem Kapitel.

nieren. So ergibt **#HSV near:Hamburg since:2011-01-01** eine Liste mit Meldungen, die den Hashtag HSV enthalten und seit dem 1.1.2011 nahe Hamburg abgesendet wurden. Damit kann man die Suche zwar sehr genau eingrenzen, aber die Eingabe der ganzen Begriffe und Operatoren wird sehr kompliziert.

Für komplexe Suchanfragen empfiehlt sich daher die Nutzung von **search.twitter**.

com, einer eigens zu diesem Zweck eingerichteten Webseite (Bild 7.4). Klicken Sie hier auf **Advanced Search**, und Sie erhalten ein Suchformular, in das Sie bequem und übersichtlich alle Kriterien eintragen können.

Trending Topics: Worum geht's?

Mit den **Trending Topics** (Laufband auf der Startseite) zeigt Twitter Ihnen, welche Themen gerade in den Tweets dominieren. Diese Funktion gehört zu den populärsten auf Twitter und wird mittlerweile auch von vielen etablierten Medien für die Berichterstattung sowie von Unternehmen für die Marktforschung herangezogen. Was genau macht jetzt ein Thema zum Trending Topic?

Laut Twitter ist nicht allein die Häufigkeit entscheidend, mit der ein Begriff in den Tweets auftaucht. Begriffe, die bereits seit mehreren Tagen populär sind, tauchen daher nicht mehr in den Trending Topics auf. Ziel ist es vielmehr, minutengenau die aktuell „heißesten“ Themen und Meldungen (im englischen „Breaking News“) darzustellen. Ein neues, in den Tweets schnell hochschießendes Thema wird daher ein älteres aus den Trending Topics verdrängen, auch wenn das ältere in viel mehr Tweets vorkommt. Klicken Sie auf ein Trending Topic, um zu den aktuellsten Meldungen zum Thema gelangen.

In vielen Fällen werden Sie aus dieser Übersicht allerdings nicht schlau werden, denn die Meldungen sind aus dem Zusammenhang gerissen. Twitter selbst kommentiert seine Trending Topics nicht. Sie können aber zum Beispiel einen Web-Service wie **Whatthetrend** (Link bei den URLs) besuchen, um dort eine Erklärung zu einzelnen Trending Topics zu erhalten.

Registrieren und Follower werden

Falls Sie alle Tweets eines Freundes oder Verwandten, eines Prominenten oder sonst einer interessanten Person lesen möchten, müssen Sie zum Follower werden. Dann erhalten Sie die Updates automatisch und müssen nicht erst mühsam danach suchen. Als Follower benötigen Sie ein Benutzerkonto, das bei Twitter kostenlos ist. Außerdem verlangt Twitter erfrischend wenig persönliche Daten von Ihnen.

1. Rufen Sie mit Ihrem Internet-Browser die Webseite **twitter.com** auf.
2. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Registrieren**. Es öffnet sich ein Formular.
3. Geben Sie Ihren Namen, Benutzernamen, Passwort sowie eine E-Mail-Adresse ein.
4. Klicken Sie auf **Mein Konto erstellen**.
5. Geben Sie die angezeigte Buchstabenfolge ein, damit Twitter sicher sein kann, dass Sie kein Computer sind.
6. Im nächsten Schritt schlägt Twitter einige Autoren aus verschiedenen Kategorien vor, die Sie interessieren könnten. Wählen Sie ruhig per Klick auf **Folgen** einige aus, es gibt so gut wie keine Begrenzung. Im Suchfeld können Sie zudem nach weiteren Themen suchen.
7. Klicken Sie unten auf **Nächster Schritt: Freunde**.
8. Im oberen Suchfeld können Sie nach Freunden oder Bekannten suchen, die auf Twitter schreiben. Wenn Sie jemanden gefunden haben, klicken Sie auf **Folgen**.
9. Falls Sie ein Konto bei Gmail, Yahoo, Hotmail oder LinkedIn haben, kann Twitter Ihr Adressbuch automatisch durchsuchen, um so Freunde zu finden. Klicken Sie auf das entsprechende Symbol, und geben Sie Ihren Benutzernamen und Passwort an. Wenn Sie das nicht möchten, klicken Sie auf **Überspringe Import**.
10. Sie haben mittlerweile eine E-Mail von Twitter erhalten. Klicken Sie auf den darin enthaltenen Link, um Ihre Anmeldung zu bestätigen.



Sie gelangen jetzt zur Ihrer Startseite. Diese Seite öffnet sich jedes Mal, wenn Sie sich bei Twitter einloggen. Auf der linken Seite sehen Sie Meldungen der Autoren, deren Follower Sie sind. Sind die Tweets nicht sichtbar, klicken Sie auf den Reiter **Timeline**. Rechts oben finden Sie nochmal eine Übersicht der Personen, denen Sie folgen (**Following**), sowie der Personen, die Ihnen folgen (**Followers**). Sind können jederzeit zusätzliche Autoren hinzufügen, indem Sie in der obersten Leiste auf **Wem folgen?** klicken



Bild 7.5 Autoreneninformationen

und dann die bekannten Suchfunktionen nutzen. Um ein Abonnement zu beenden, klicken Sie in der **Timeline** auf den Namen oder das Symbol eines Autors. Rechts öffnet sich ein Fenster mit Detailinformationen (Bild 7.5). Hier finden Sie die Schaltfläche **Folge ich!**. Bewegen Sie die Maus darüber, und die Schaltfläche ändert sich zu **Entfolgen**. Klicken Sie darauf, um das Abonnement zu beenden. Zur Startseite gelangen Sie immer wieder durch Klick auf **Startseite** in der obersten Leiste.

Favoritenlisten erstellen

Sobald Sie sich etwas länger mit Twitter beschäftigen, werden Sie bemerken, dass es eine ganze Reihe interessanter Leute gibt, denen man folgen kann. Über die Zeit wächst die Anzahl Ihrer Abonnements, was zu einer akuten Überfüllung der Timeline führen kann. Dann sollten Sie beginnen, Ihre Abonnements in Listen zu organisieren, zum Beispiel für die Twitterer, die Sie täglich lesen wollen, und für andere, bei denen ein wöchentlicher Blick reicht. So geht's:



Bild 7.6 Neue Liste erstellen

1. Klicken Sie in der **Timeline** auf den Namen oder Symbol des ersten Twitterers, den Sie zu einer neuen Liste hinzufügen wollen.
2. Es öffnet sich ein Fenster mit Detailinformationen.
3. Rechts finden Sie zwei kleine graue Schaltflächen. Klicken Sie auf das **Listensymbol**.
4. Wählen Sie **Liste erstellen** (Bild 7.6).
5. Geben Sie einen Namen und eine Beschreibung für die Liste ein.
6. Falls andere Twitter-Nutzer Ihre Liste abonnieren dürfen, aktivieren Sie die Option **Öffentlich**.

7. Falls nur Sie Zugriff auf die Liste haben sollen, aktivieren Sie die Option **Privat**.
8. Klicken Sie auf **Liste speichern**.
9. Auf der Startseite finden Sie neben dem Reiter **Timeline** jetzt einen Reiter **Listen**.
10. Klicken Sie darauf, um eine Liste auszuwählen und darstellen zu lassen.

Es ist möglich, andere Twitterer in eine Liste aufzunehmen, ohne ihnen explizit zu folgen. Sie können dann die Tweets dieser Personen nur lesen, wenn Sie die Liste aufrufen. Ein gute Methode, um den Überblick zu behalten.



TIPP

Bislang hat Ihre Liste nur einen Eintrag. Um weitere Einträge hinzuzufügen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Klicken Sie auf den Namen oder das Symbol des Twitterers, den Sie zu einer Liste hinzufügen wollen.
2. Es öffnet sich ein Fenster mit Detailinformationen.
3. Rechts finden Sie zwei kleine graue Schaltflächen. Klicken Sie auf das **Listensymbol**.
4. Setzen Sie mit der Maus einen Haken in das Kästchen vor dem Listennamen. Sie können eine Person auch mehreren Listen zuordnen.



117

Selber Meldungen schreiben

Sicher ist Ihnen auf der Startseite bereits das große Eingabefeld mit der Überschrift **Was gibt's Neues?** aufgefallen – hier geben Sie einfach Ihren Text ein und klicken auf **Twittern**. Fertig, Ihr erster Tweet ist unterwegs zu Ihren Followern. Unter dem Eingabefeld finden Sie übrigens eine hilfreiche Anzeige für die noch zur Verfügung stehenden Zeichenanzahl. Bei 140 Zeichen ist Schluss. Da Sie jetzt zu den aktiven Twitterern gehören, sollten Sie sich noch zwei Dinge überlegen:

Ortsangabe erlauben: Unter dem Eingabefeld finden Sie den Link **Ort hinzufügen**. Klicken Sie darauf, damit Twitter Ihren Tweets den Absendeort hinzufügen darf. Wahrscheinlich fragt Sie auch Ihr Internet-Browser nach Erlaubnis, diese Angaben an Twitter zu übergeben. Wenn Sie dies bestätigen, fragt Twitter den Ort ab und zeigt ihn unterhalb des Eingabefeldes an – ganz genau klappt das nicht immer, aber oft. Falls Sie keine Orts-

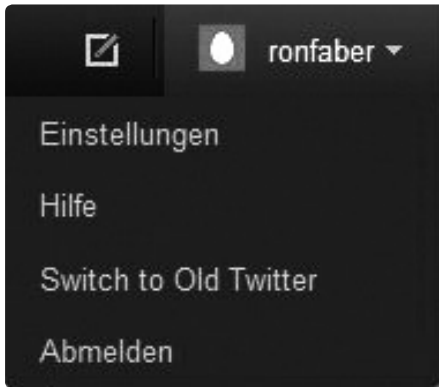


Bild 7.7 Einstellungen

angabe möchten, müssen Sie diese Funktionen abschalten. Klicken Sie dazu auf der Startseite in der obersten Menüleiste auf den kleinen Pfeil ganz rechts neben Ihrem Benutzernamen (Bild 7.7). Wählen Sie **Einstellungen** und dann **Zugang**. Entfernen Sie den Haken vor **Tweets mit Ortsangabe versehen**, und klicken Sie auf **Speichern**. Geben Sie danach zur Bestätigung Ihr Passwort ein.

Öffentlich oder Privat: In der Grundeinstellung sind Sie auf Twitter öffentlich. Jeder kann Sie suchen und finden, Ihr Profil besuchen und Ihre Tweets abonnieren. Falls Sie das nicht möchten, können Sie auch ganz inkognito auf Twitter sein. Dann sind Ihre Tweets per Suchfunktion nicht auffindbar, und Sie werden um Erlaubnis

gefragt, wenn Ihnen jemand folgen möchte. Das ist eine gute Option, um für einen geschlossenen Kreis zu twittern. Klicken Sie dazu auf der Startseite in der obersten Menüleiste auf den kleinen Pfeil ganz rechts neben Ihrem Benutzernamen (Bild 7.7). Wählen Sie **Einstellungen** und dann **Zugang**. Setzen Sie den Haken vor **Meine Tweets schützen**, und klicken Sie auf **Speichern**. Geben Sie danach zur Bestätigung Ihr Passwort ein.

Retweets versenden

Zu Beginn dieses Kapitels wurde bereits erwähnt, dass Retweets (das Weiterleiten bzw. erneute Senden von Tweets) zu einer der wichtigsten Funktionen von Twitter gehören. Interessante Nachrichten verbreiten sich so in Windeseile.

Wenn Sie selber einen Tweet erhalten, den Sie an Ihre Follower weitergeben möchten, bewegen Sie die Maus über den Eintrag in Ihrer **Timeline**. Es erscheinen jetzt verschiedene Optionen, darunter **Retweete**. Klicken Sie darauf, und bestätigen Sie durch erneuten Klick auf **Retweete** (Bild 7.8). Ihre Follower erhalten jetzt die Nachricht. Als Absender erscheint der ursprüngliche Autor (mit Bild), zusätzlich wird Ihr Name unter **Retweetet von:** angezeigt. In Ihrer **Timeline** erhält der Beitrag, den Sie weitergeleitet haben, jetzt eine grüne Ecke. Bewegen Sie die Maus darauf, und klicken Sie auf **Retweet rückgängig machen**, um genau das zu tun.

Links twittern

Die Mehrzahl der Tweets enthält einen Link zu anderen Webseiten. Das Einfügen einer URL ist gar kein Problem, kopieren Sie einfach die Adresszeile Ihres Browsers in das Texteingabefeld. Allerdings sind manche Links sehr lang, und Sie haben nur 140 Zeichen! Um Platz zu sparen, hat sich auf Twitter die Verwendung von URL-Verkürzungsdiensten durchgesetzt. Auf den Webseiten von Anbietern wie **Bit.ly** oder **Is.gd** geben Sie einfach die URL ein und erhalten daraufhin eine verkürzte Version. Die Links finden Sie bei den URLs in diesem Kapitel.



Bild 7.8 Retweet senden

Fotos und Videos versenden

Twitter ist nicht für das Versenden von Fotos und Videos gedacht, daher müssen solche Inhalte immer zunächst bei einem anderen Anbieter hochgeladen werden. Anbieter wie **Twitpic**, **Flickr** oder **YouTube** ermöglichen es, Fotos und Videos direkt bei Twitter anzuzeigen. Viele bieten zusätzlich die Möglichkeit, das Foto oder Video mit einer Nachricht zu versehen.

Eine andere Möglichkeit ist es, einen Link zum Foto oder Video in den Tweet einzufügen (siehe oben). Links zu Fotos und Videos werden im Detailfenster auf der rechten Seite angezeigt, sodass Ihre Follower sie ansehen können, ohne die Timeline zu verlassen. Bei den Links in diesem Kapitel finden Sie die offizielle Twitter-Anleitung zum Hochladen von Videos.

Personen erwähnen und ansprechen

Um in einer öffentlichen Nachricht einen anderen Twitter-Nutzer zu erwähnen, stellen Sie dem Benutzernamen ein @-Zeichen voran. Der Benutzername wird anklickbar und führt zum Profil. Tweets, in denen Sie mit @IhrBenutzername angesprochen wurden, finden Sie auf der Startseite unter dem Reiter **@Erwähnungen**. Wenn Sie einen Twitter-Nutzer direkt ansprechen wollen (um zum Beispiel auf eine Ihnen gestellte Frage zu antworten), beginnen Sie den Tweet mit @Benutzername.

Möchtest Du Deine Twitter- und Facebook-Konten verknüpfen?



Bild 7.9 Twitter und Facebook verbinden

Private Nachrichten schicken

Nicht-öffentliche Direktnachrichten (DM) können Sie ausschließlich an Personen schicken, die Ihnen folgen. Auf der Startseite klicken Sie in der obersten Leiste auf **Nachrichten**. Klicken Sie auf **Neue Nachricht**, und geben Sie den Empfänger sowie Ihren Text ein. Klicken Sie dann auf **Senden**.

Twitter mit Facebook verbinden

Sind Sie bereits auf Facebook aktiv? Dann ist Ihnen bestimmt schon aufgefallen, dass Tweets und Facebook-Statusmeldungen eine Menge gemeinsam haben. Warum sich also doppelte Arbeit machen und Meldungen für Twitter und Facebook getrennt schreiben? Verbinden Sie beide Netzwerke, sodass Ihre Tweets automatisch auch auf Ihrem Facebook-Profil erscheinen. Dazu benötigen Sie die offizielle Twitter App, die Sie entweder über die Anwendungssuche in Facebook (siehe Kapitel 4) oder über den direkten Link bei den URLs in diesem Kapitel erhalten.



1. Auf der Facebook-Seite der Twitter-Anwendung klicken Sie auf **Zur Anwendung**.
2. Klicken Sie auf **Zulassen** und dann auf **Erlauben**.
3. Wenn alles klappt, erhalten Sie die Nachricht **Your Facebook and Twitter accounts are connected**.
4. Klicken Sie auf **Transfer Photo**, um Profilfotos auszutauschen.
5. Damit Twitter in Ihr Facebook-Profil posten darf, setzen Sie einen Haken vor **Facebook Profile**.

TIPP



Twitter kann bei Facebook posten, aber umgekehrt ist das nicht so einfach. Nur Beiträge auf offiziellen und Gemeinschaftsseiten (nicht persönlichen Profilen) lassen sich leicht twitern.

6. Klicken Sie auf **Share Link**, um Ihr Twitter-Profil auf Facebook bekannt zu machen.
7. Die Anwendungseinstellungen ändern Sie unter **Facebook-Startseite** > **Konto** > **Privatsphäre-Einstellungen** > **Anwendungen und Webseiten**.

Leider muss man zugeben, dass obiges Verfahren manchmal ins Stolpern gerät. Probieren Sie es dann später einfach noch einmal. Technische Probleme und Überlastungen gehören bei Twitter dazu, sodass sich mit dem **Fail Whale** („Versagenswal“, Bild 7.10) bereits ein eigenes Maskottchen für Störungen etabliert hat. Falls Sie anhaltende Schwierigkeiten mit der offiziellen Twitter-App haben oder individuell bestimmen möchten, welche Tweets auf Facebook gepostet werden, gibt es eine Alternative. Probieren Sie die App **Selective Tweets**, die Sie entweder über die Facebook-Anwendungs- suche oder den direkten Link in diesem Kapitel finden.

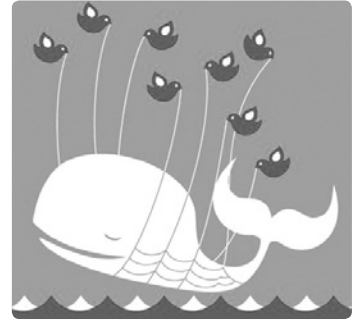


Bild 7.10 Fail Whale

1. Auf der Facebook-Seite von **Selective Tweets** klicken Sie auf **Zur Anwendung**.
2. Geben Sie Ihren Twitter-Benutzernamen ein.
3. Wenn Sie einen Tweet schreiben, fügen Sie am Ende **#fb** an. Nur diese Tweets werden auf Facebook gepostet.



Besser Twittern mit Zusatz-Software

Im Laufe dieses Kapitels haben Sie die Standard-Website von Twitter genutzt, die alle wichtigen Funktionen bereitstellt. Viele Twitterer verwenden aber stattdessen gerne alternative Software, weil diese andere (bessere) Darstellungsmöglichkeiten bietet. Außerdem ist es lästig, immer die Twitter-Website geöffnet zu halten und zu aktualisieren, um neue Nachrichten nicht zu verpassen. Bequemer ist da ein kleines Programm, das nebenher läuft und sich selber aktualisiert. In den vergangenen Jahren hat sich rund um Twitter ein riesiges Ökosystem aus Anwendungen, kleinen Werkzeugen und Websites entwickelt, die das Grundgerüst von Twitter mit neuen Funktionen ergänzen oder die Bedienung erleichtern. Einige der beliebtesten Angebote finden Sie im Folgenden:

Tweetdeck

Tweetdeck ist für viele Nutzer die erste Wahl. Das Besondere ist die mehrspaltige Ansicht. So hat man die komplette Übersicht über Tweets, Antworten und Direktnachrichten. Außerdem kann man Benutzer, denen man folgt, in Gruppen einordnen und sich

so zum Beispiel themenspezifische Twitter-Streams erstellen. Man bekommt Infos über Tweets sowie Twitterer-Accounts und kann vielseitige Suchvorgänge starten, Nutzer blocken, folgen, entfolgen, Profile ansehen etc. Bilder aus TwitPic werden direkt in der Applikation angezeigt. Lange URLs können unmittelbar nach dem Eintippen in Kurz-URLs umgewandelt werden. Tweetdeck bietet hinsichtlich der Funktionen fast schon Vollausstattung und dazu eine sehr schöne Bedieneroberfläche. Tweetdeck ist eine Adobe-Air-Anwendung für Windows, und erfordert daher beim Mac die Installation zusätzlicher Software (siehe unten bei Thwirl).

Thwirl

Thwirl (Bild 7.11) ist ein Alleskönner für Windows und Mac, denn unterstützt werden neben Twitter auch Dienste wie Status.net, Friendfinder etc. Auch bei den Zusatzfunktionen muss sich Thwirl nicht verstecken. Letztlich wird das Design darüber entscheiden, ob man eher Tweetdeck oder Thwirl mag. Beide Programme setzen die Adobe-Air-Plattform voraus, die kostenlos heruntergeladen und installiert werden kann.

Twitbin

Twitbin ist ein Plug-in für Firefox. Wer sowieso mit diesem Internet-Browser im Netz unterwegs ist und auf Komfortfunktionen wie URLs kürzen oder Zusatzdienste wie TwitPic verzichten kann, ist mit diesem schlanken Werkzeug gut bedient.



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- search.twitter.com ▪ tagal.us ▪ whathetrend.com
- bit.ly ▪ is.gd ▪ twitpic.com ▪ www.flickr.com
- www.tweetdeck.com ▪ www.adobe.com/products/air
- www.twhirl.org ▪ addons.mozilla.org/de/firefox/addon/5081
- nambu.com ▪ www.facebook.com/twitter
- www.facebook.com/selectivetwitter
- www.pr-kloster.de/2009/02/16/twitternde-journalisten-eine-unvollstandige-ubersicht/
- support.twitter.com/groups/31-twitter-basics/topics/109-tweets-messages/articles/353068-wie-du-fotos-videos-bei-twitter-hochladen-kannst

Nambu

Nambu ist ein Twitter-Client für Mac OS X und ganz im entsprechenden Design gehalten. Apple-Anwender, die Wert darauf legen, dass ihr Twitter-Client sich nahtlos in das Umfeld einpasst, werden Nambu lieben. Neben der normalen Präsentation des Twitter-Feeds zeigt Nambu weitere Spalten mit Suchen auf Twitter, Tweets mit Links, Antworten oder Direktnachrichten an. Populäre Themen stellt die Freeware mit Schlagworten in einer Tag-Cloud dar. Außerdem bietet das Programm weitere Zusatzfunktionen und eine durchdachte Oberfläche.



Bild 7.11 Thwirl

Netzwerken unterwegs

Die interessantesten Dinge passieren meist dann, wenn man nicht vor dem Computer sitzt. Im nächsten Kapitel lernen Sie, wie Sie mit Facebook, XING und Twitter auch unterwegs auf dem Laufenden bleiben.



Laut Facebook nutzten Anfang 2010 bereits mehr als 100 Millionen Anwender ein mobiles Endgerät für den Zugriff auf ihr Benutzerkonto. Wer mit einem Smartphone von unterwegs Kontakte pflegt und Nachrichten schreibt, ist zudem im Vergleich zu den reinen Computer-Nutzern durchschnittlich doppelt so fleißig beim Social-Networking. Die Mehrzahl der mobilen Netzwerker sind dabei nicht Jugendliche, sondern kommen mit mehr als 80 Prozent aus den Reihen der erwachsenen Anwender (ab 25).

Dieser Trend zum mobilen Zugriff zeigt sich bei allen Social-Networking-Plattformen, und so haben mittlerweile fast alle Anbieter mit einem speziellen Angebot für mobile Nutzer reagiert. Darüber hinaus bieten auch viele unabhängige Software-Hersteller Anwendungen für den Zugriff auf Networking-Seiten, die Besitzer von Smartphones haben hier die Auswahl.

In diesem Kapitel heißt es weg vom Computer und rein ins Leben: Sie erfahren, wie Sie Facebook, XING und Twitter von unterwegs nutzen. Außerdem stellen wir Ihnen Dienste vor, die sich ganz auf mobiles Social-Networking spezialisiert haben.

Website oder App?

Auslöser für den Boom des mobilen Social-Networking sind ohne Zweifel die modernen Smartphones, die mit immer mehr Rechen-Power, brillanten Displays und Internet-Zugang eine komfortable Bedienung auch komplexer Funktionen ermöglichen. Für diese Geräte stehen im Wesentlichen zwei Wege für das mobile Social-Networking bereit (wenn man das veraltete SMS einmal beiseitelässt): speziell gestalte Mobilversionen der Networking-Websites und Anwendungen (Apps). Der Vorteil von Websites liegt darin, dass sie prinzipiell von jedem Handy mit Internet-Zugang und Browser aus erreicht werden können. Wer mit der normalen Version der Website vertraut ist, wird sich ohne weitere Erklärungen auch auf der Mobilversion zurechtfinden. Ob eine sinnvolle Bedienung der Funktionen möglich ist, hängt allerdings von den Fähigkeiten des mobilen Gerätes (zum Beispiel der Display-Größe) ab. Apps punkten im Gegensatz dazu mit einem Bedienkonzept und einer Funktionalität, die genau auf den Einsatz unterwegs abgestimmt sind. Verfügbar

sind sie allerdings nur für Smartphones wie das Apple iPhone, Android- oder Windows-Mobile-Handys oder PDAs von BlackBerry. Die Mehrzahl der mobilen Anwender nutzt die Kombination aus (kostenloser oder kostenpflichtiger) App und Smartphone, zumal erst damit einige interessante Funktionen wie Ortungsdienste möglich werden.

Ortungsdienste

GPS-Empfänger für die Standortbestimmung sind in modernen Smartphones eher die Regel als die Ausnahme. Das machen sich auch soziale Netzwerke zunutze und geben Anwendern die Möglichkeit, ihre Statusmeldungen, Nachrichten etc. mit einer Ortsangabe zu versehen. Damit ist das eigene Freundesnetzwerk immer darüber informiert, wo man sich gerade befindet – wenn man das möchte. Vernetzte Personen, die sich zufällig auf derselben Konferenz, demselben Konzert etc. aufhalten, werden so aufeinander aufmerksam, können sich treffen und den Kontakt intensivieren. Anbieter wie **Foursquare** und **Gowalla** konzentrieren sich ganz auf die Übermittlung von Ortsangaben ihrer Mitglieder, aber auch Facebook hat mit dem Service **Places** (Orte) bereits nachgezogen. Die Kritik der Datenschützer an dieser Entwicklung ist leicht nachzuvollziehen, denn bei unvorsichtiger Nutzung können

so komplette Bewegungsprofile erstellt werden. Trotzdem gehört die Integration von Ortungsdiensten in das Social-Networking zu den größten Trends und wird sich in Zukunft noch verstärken.

Push oder Pull?

Als **Push-Medium** werden allgemein alle Medien bezeichnet, bei denen der Sender steuert, wann und welche Daten zum Empfänger gepusht („geschoben“) werden. So sind zum Beispiel TV und Radio Push-Medien. Das Gegenstück dazu sind **Pull-Medien**. Hier bestimmt der Empfänger, wann und welche Daten er pullen („herunterziehen“) möchte. Apps für Social-Networking verwenden in der Standardeinstellung oftmals Push-Funktionen. Damit können Ihnen neue Nachrichten zugestellt werden, auch wenn die App gerade nicht geöffnet ist. Sie werden also jederzeit darüber informiert, ob zum Beispiel gerade jemand auf Ihr Facebook Profil geschrieben hat.

Achten Sie darauf, ob Ihre Social-Networking-App in der Standardeinstellung Push-Benachrichtigungen verwendet. Dagegen ist grundsätzlich nichts einzuwenden, aber dies kann Kosten verursachen und senkt auf jeden Fall die Akkulaufzeit.



VORSICHT

Leider haben Push-Funktionen auf Mobilgeräten aber einen eindeutigen Nachteil: Es muss die ganze Zeit eine Verbindung gehalten werden, und das kann sich sowohl bei der Akkulaufzeit als auch bei den Kosten sehr negativ bemerkbar machen. Falls Sie Push-Benachrichtigungen daher nicht wünschen, müssen Sie sie bei einigen Apps ausschalten bzw. dürfen sie gar nicht erst einschalten (Bild 8.1). Sie erhalten neue Nachrichten dann aber erst, wenn Sie die App öffnen und die Informationen gepullt werden. Als Beispiel sehen Sie die Deaktivierung von Push-Benachrichtigungen bei einem iPhone.



1. Wählen Sie **Einstellungen** und dann **Benachrichtigungen**.
2. Schieben Sie den Regler auf **Aus**.

Jetzt sind Push-Benachrichtigungen für alle Apps ausgeschaltet. Sie können sie aber auch nur selektiv für einige Apps bzw. einige Funktionen ein- und ausschalten. Dann müssen Sie aber den Überblick behalten, welche Apps aktuell Push verwenden dürfen und welche nicht! Im Folgenden erlauben Sie Facebook einige Push-Benachrichtigungen:



1. Wählen Sie **Einstellungen** und dann **Benachrichtigungen**.
2. Schieben Sie den Regler auf **An**.

3. Unter dem Regler erscheint jetzt eine Liste mit installierten Apps, die gerne Push nutzen möchten (Bild 8.2).
4. Finden Sie **Facebook** unten in der Liste der Applikationen.
5. Wählen Sie **Push-Benachrichtigungen**.
6. Aktivieren bzw. deaktivieren Sie die gewünschten Einträge.

Sie haben jetzt Push-Benachrichtigungen erlaubt, aber für Facebook reglementiert. Kontrollieren Sie, ob andere Apps jetzt ebenfalls Push-Benachrichtigungen verwenden! Bei der

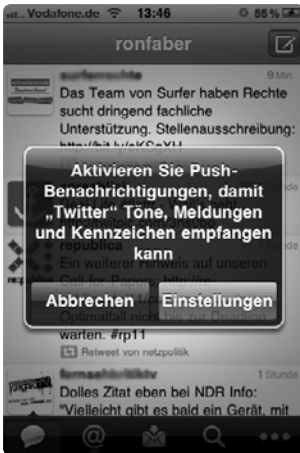


Bild 8.1 Facebook auf iPhone



Bild 8.2 Push-Einstellungen

Facebook für iPhone App können Sie darüber hinaus festlegen, über welche Ereignisse Sie per Push informiert werden wollen. Wählen Sie dazu **Einstellungen**, und wählen Sie **Facebook** in der Liste der installierten Anwendungen aus. Aktivieren bzw. deaktivieren Sie die Einträge nach Bedarf.

Facebook mobil

Die mobile Version der Facebook-Webseite heißt **m.facebook.com** und ist über jedes Internet-fähige Handy mit Browser zu erreichen. Angeboten werden die Grundfunktionen der normalen Website. Der SMS-Service steht in Deutschland bislang nur für Kunden von o2 zur Verfügung (siehe Kapitel 3). Darüber hinaus sind mobile Facebook-Apps für Apple iPhone, iPod touch und iPad sowie für Android-, Windows-Mobile- und BlackBerry-Geräte erhältlich. Funktionalität und Bedienung können je nach Hersteller (Facebook oder Drittanbieter) voneinander abweichen. Im Folgenden werden die wichtigsten mobilen Funktionen der offiziellen Facebook-App für Apple-Geräte mit iOS vorgestellt, die Sie im Apple App Store unter dem Stichwort „Facebook“ finden.



Bild 8.3 Facebook auf iPhone

Anmelden und abmelden

Beim ersten Start der App werden Sie nach **Benutzernamen** und **Passwort** gefragt. Mit denselben Daten melden Sie sich auch auf der normalen Facebook-Website an. Es öffnet sich der Bildschirm **Neuigkeiten**. Mit der Schaltfläche **Mehr** ganz links oben (kleine Quadrate) kehren Sie zur Hauptübersicht (Bild 8.3) zurück. Klicken Sie ganz oben links auf **Konto**, um sich an- bzw. abzumelden und die Privatsphäre-Einstellungen zu bearbeiten.

Nachrichten lesen und schreiben

Wählen Sie **Neuigkeiten** in der Hauptübersicht. Es werden alle aktuellen Nachricht-

Wenn Sie einen Volumen-basierten Datentarif nutzen, ist jedes Kilobyte bares Geld wert. Für Sie könnte daher das angekündigte Facebook Zero interessant sein. Das rein Text-basierte Angebot verzichtet auf Bilder und soll sich zudem gut für kleine Displays eignen soll. Den Link finden Sie bei den URLs in diesem Kapitel.



SPARTIPP

ten (inklusive Ihrer eigenen) angezeigt. Tippen Sie auf die Schaltfläche ganz rechts oben, um die dargestellten Neuigkeiten nach verschiedenen Kriterien zu filtern, zum Beispiel nur Statusmeldungen, nur bestimmte Freundeslisten, nur Fotos etc. Mit **Live-Meldungen** erhalten Sie eine aktuelle Gesamtübersicht. Wundern Sie sich nicht, wenn die mobil angezeigten Nachrichten von den Nachrichten auf der Startseite der normalen Facebook-Website abweichen. Auf der Startseite versucht Facebook, die Nachrichten nach Relevanz zu ordnen. Tippen Sie auf das **Plus-Symbol** rechts neben einem Eintrag, um zu kommentieren oder **Gefällt mir** zu bekunden.

Eigene Beiträge verfassen Sie folgendermaßen: Tippen Sie auf die Schaltfläche **Foto**, um ein Foto mit der Handy-Kamera aufzunehmen oder eines aus den vorhandenen Bildern auszusuchen. Tippen Sie dann auf **Verwenden** und danach auf **Hochladen**. Einen Text verfassen Sie, indem Sie auf die Schaltfläche **Status** tippen. Geben Sie Ihre Meldung in das Eingabefeld ein, und legen Sie die Privatsphäre-

Einstellungen für diesen Beitrag über das **Schlosssymbol** fest. Tippen Sie dann auf **Teilen**. Die dritte Schaltfläche **Orte** wird im folgenden Abschnitt erklärt.

Standort mitteilen

Mit Facebook Places (**Orte**) teilen Sie Ihren Freunden ganz einfach mit, wo Sie sich befinden. Falls Sie Push-Benachrichtigungen aktiviert haben, erhalten Sie einen Hinweis, wenn Sie und ein Freund am selben Ort eingeloggt sind. Die Funktion erreichen Sie auf zwei Wegen:

- Tippen Sie in der Gesamtübersicht auf **Orte** und dann auf **Wo bist du?** rechts oben.
- Tippen Sie unter **Neuigkeiten** auf die Schaltfläche **Orte**.

Es erscheint eine Auswahl der Orte in der Nähe. Tippen Sie auf einen Eintrag. Jetzt können Sie einen Text schreiben und außerdem noch angeben, ob Sie mit einem Freund dort sind (siehe Privatsphäre in Kapitel 2). Tippen Sie dann auf **Ich bin hier**. Um die Qualität der Ortsdatenbank zu verbessern, können Sie zusätzlich das



Im Bereich **Freunde** finden Sie auch die Option **Synchronisieren**. Verwenden Sie diese nicht, denn ansonsten werden ausnahmslos alle Kontakte von Ihrem Handy zu Facebook übertragen und gespeichert. Sie können dort bislang auch nicht mehr gelöscht werden. Das ist besonders ärgerlich, wenn Sie zum Beispiel Geheimnummern oder Mailboxen als Kontakt auf Ihrem Handy haben.

Symbol ganz rechts oben wählen und falsche oder doppelte Ortsangaben melden.

Freunde kontaktieren

Tippen Sie auf **Freunde** in der Gesamtübersicht. Es erscheint eine Gesamtübersicht Ihrer Facebook-Freunde. Tippen Sie auf einen Eintrag, und es öffnet sich die **Pinnwand** Ihres Freundes, auf die Sie im Feld **Schreibe etwas** direkt einen Text posten können. Über **Fotos** und **Infos** erhalten Sie dieselben Fotoalben bzw. Kurzinformationen wie auf der normalen Site. Tippen Sie auf das Symbol ganz oben rechts, um ein **private Nachricht** zu senden, den **Freund anzustupsen** oder als **Favoriten** hinzuzufügen. Favoriten erhalten einen eigenen Eintrag auf der zweiten Seite der Gesamtübersicht und können dort ohne Umwege aufgerufen werden.

XING mobil

Die für den mobilen Zugriff per Handy und Internet-Browser optimierte Website von XING heißt **mobile.xing.com**. Neben dem Zugriff auf Kontakte und Profilinformationen ermöglicht die Mobilversion auch den Visitenkartentausch (nicht alle Handys) und die Darstellung der Besucher Ihres Profils. Für Apple iOS-Geräte, Android-Handys und BlackBerrys wird darüber hinaus eine offizielle mobile XING-App an-

geboten. Im Folgenden werden die wichtigsten mobilen Funktionen der XING-App für das iPhone vorgestellt, die Sie im Apple App Store unter dem Stichwort „XING“ finden.

Anmelden und abmelden

Beim ersten Start der App werden Sie nach **Benutzernamen** und **Passwort** gefragt. Mit denselben Daten melden

Sie sich auch auf der normalen XING-Website an. Falls Sie sich als Basis-Mitglied über die mobile App anmelden, dann aber später irgendwann auf der normalen Website zur Premium-Mitgliedschaft wechseln, müssen Sie sich bei der mobilen App ab- und wieder anmelden. Ansonsten stehen Ihnen die Premium-Funktionen nicht mobil zur Verfügung. Tippen Sie in der Gesamtübersicht (Bild 8.4) auf **Mein Profil** und dann auf **Abmelden**, um sich abzumelden.

Meldungen lesen und schreiben

Tippen Sie in der Gesamtübersicht auf **Neuigkeiten**. Es erscheint eine Übersicht der Meldungen aus **Neues aus Ihrem Netzwerk**. Mit der Schaltfläche ganz oben rechts haben Sie die Möglichkeit, die Dar-



Bild 8.4 XING auf iPhone

stellung nach bestimmten Kriterien zu filtern, zum Beispiel nur Status-Updates, nur neue Nachrichten etc. In der Standardeinstellung **Alle** werden sämtliche Meldungen angezeigt. Um eine eigene Statusmeldung zu verfassen, tippen Sie auf **Ihre Statusmeldung**. Geben Sie Ihren Text in das Feld ein, und legen Sie per Schieberegler fest, ob Ihre Meldung nur für direkte Kontakte sichtbar sein soll. Tippen Sie dann auf **Senden**.

Privatnachrichten lesen und schreiben

Tippen Sie in der Gesamtübersicht auf **Nachrichten**. Es erscheint eine Übersicht der Nachrichten, die XING-Mitglieder direkt an Sie geschrieben haben. Mit **Eingang**, **Gesendet** und **Entwürfe** wechseln Sie zwischen verschiedenen Kategorien. Um eine neue Nachricht zu verfassen, tippen Sie ganz rechts oben auf **Neu**. Mit dem **Plus-Zeichen** wählen Sie die Empfänger aus Ihren Kontakten aus. Tippen Sie dann auf **Senden**.

Kontakte nutzen und hinzufügen

Tippen Sie in der Gesamtübersicht auf **Kontakte**. Wählen Sie einen Eintrag aus, und es erscheint eine Detailansicht. Mit **Info** und **Erfahrung** rufen Sie weitere Informationen auf. Tippen Sie auf **Kontakt**, um die hinterlegten Kontaktinformationen anzeigen zu lassen. Hier können Sie direkt eine E-Mail schreiben oder anrufen. Um eine **Kontaktanfrage** zu bestätigen, tippen Sie in der Übersicht Ihrer Kontakte auf **Zu bestätigen**. Hier werden bislang unbestätigte Kontaktanfragen angezeigt. Tippen Sie auf **Ablehnen** oder **Bestätigen**. **Neue Kontakte** finden Sie über den Punkt **Suche** in der Gesamtübersicht. Geben Sie einen Namen oder ein Unternehmen in das Suchfeld ein, und klicken Sie unten auf **Suchen**. Tippen Sie auf **Kontakte**, um nur in Ihren bestätigten Kontakten zu suchen, oder auf **Alle**, um alle XING-Mitglieder zu durchsuchen. Wenn Sie ein XING-Mitglied als neuen Kontakt hinzufügen möchten, tippen Sie auf dessen Eintrag. Es öffnet sich eine Detailansicht mit den Optionen **Info**, **Erfahrung** und **Kontakt**. Tippen Sie auf das Symbol ganz oben rechts, und Sie erhalten die zusätzlichen Optionen **Nachricht** und **Kontakt hinzufügen**, mit denen Sie eine private Nachricht oder eine Kontaktanfrage versenden.



Bild 8.5 XING-Handshake

XING-Mitglieder in der Nähe finden

Tippen Sie in der Gesamtübersicht auf **Handshake**, um eine der interessantesten Funktionen der mobilen XING-App auszuprobieren. Mit Klick

auf **Start Handshake** (Bild 8.5) veröffentlichen Sie Ihren Aufenthaltsort und erfahren, welche XING-Mitglieder sich in Ihrer unmittelbaren Nähe aufhalten (wenn diese ebenfalls den XING-Handshake aktiviert haben). Neue Kontakte können sofort hinzugefügt werden. So lässt sich zum Beispiel auf einer Konferenz das Netzwerk schnell erweitern.

Dienste wie Facebook Places oder XING-Handshake können nur funktionieren, wenn Ortungsdienste erlaubt sind. Diese Option müssen Sie in den Einstellungen Ihres Handys aktivieren oder deaktivieren.



TIPP

Twitter mobil

Auch Twitter bietet eine Lite-Version seiner Website, die Sie unter **m.twitter.com** finden. Außerdem ist es in vielen Ländern der Welt möglich, Tweets per SMS zu senden und zu empfangen. In Deutschland war diese Funktion schon immer auf das Senden beschränkt und ist Ende 2010 noch weiter eingeschränkt worden. Es existiert keine deutsche Nummer mehr, an die man SMS-Tweets senden könnte. Alternativ wird eine Nummer in Großbritannien angeboten, für die aber internationale SMS-Gebühren anfallen. Auf den Webseiten unter **Startseite > Benutzerkonto > Einstellungen > Mobil** kann man zudem nicht mehr Deutschland als Standort eingeben, um das eigene Handy für den SMS-Versand von Tweets zu konfigurieren (Stand: Januar 2011). Es muss also davon ausgegangen werden, dass Twitter auch die reduzierte SMS-Funktion in Deutschland nicht mehr anbietet. Ausdrücklich dazu geäußert hat

sich das Unternehmen aber nicht. Das Angebot mobiler Twitter-Apps für Apple iPhone, iPod touch, iPad, Android- und Windows Mobile-Handys sowie BlackBerries wächst dagegen beständig. Für kein Social Network gibt es neben der offiziellen App so viele kostenlose und kostenpflichtige Alternativen wie für Twitter. Im Folgenden werden die wichtigsten mobilen Funktionen der offiziellen Twitter-App für Apple-Geräte mit iOS vorgestellt, die Sie im Apple App Store unter dem Stichwort „Twitter“ finden.

Anmelden und abmelden

Beim ersten Start der App werden Sie nach **Benutzernamen** und **Passwort** gefragt. Mit denselben Daten melden Sie sich auch auf der normalen Twitter-Website an. Die Twitter-App legt dann einen neuen permanenten Benutzer an, sodass Sie sich beim nächsten Mal nicht erneut einloggen müssen. Sie können zudem auch mehrere Benutzer mit unterschiedlichen Daten anlegen. Die Abmeldung eines Benutzers ist nicht vorgesehen, stattdessen



Sie können auch private Direktnachrichten an einen oder mehrere Ihrer Follower schreiben. Tippen Sie dazu unten auf den „Briefumschlag“ und dann auf das Bearbeiten-Symbol rechts oben. Wählen Sie jetzt **Direktnachrichten**.

müssen Sie den Benutzer löschen: Tippen Sie unten auf die Schaltfläche **Mehr** (drei Punkte) und dann auf **Konten und Einstellungen**. Tippen Sie auf **Bearbeiten** und dann auf das **rote Minussymbol** neben dem Benutzer, der gelöscht werden soll. Wenn Sie sich das nächste Mal mit den Daten für diesen Benutzer anmelden, wird er einfach wieder angelegt.

Meldungen lesen und schreiben

Nach dem Start zeigt die Twitter-App einen Überblick der aktuellsten Meldungen (Tweets) und Retweets der Autoren, die Sie abonniert haben. Mit dem Suchfeld oben können Sie innerhalb der Einträge nach einem bestimmten Autor suchen. Tippen Sie auf einen Eintrag, um in die Detailansicht zu gelangen. Die Symbole am unteren Bildschirmrand bieten Ihnen jetzt folgende Optionen:

Pfeil nach links: Schreiben Sie einen Antwort-Tweet, der an den ursprünglichen Autor adressiert wird (nicht privat).

Zwei Pfeile: Senden Sie die Nachricht als eigenen Retweet an Ihre Follower.

Stern: Markieren Sie die Meldung als Favoriten, um sie schneller wiederzufinden.

Büroklammer: Mit **Link mailen** versenden Sie den Link aus der Meldung als E-Mail. Mit **Link wieder eintragen** schreiben Sie einen neuen Tweet, in den der Link bereits eingetragen wird. Über **Webseiten für später markieren** speichern Sie den Link, um ihn später zu lesen. Das funktioniert allerdings nur, wenn Sie über ein kostenloses Konto beim Anbieter **Instapaper** verfügen.

Pfeil nach rechts: Mit **Tweet zitieren** senden Sie einen neuen Tweet, in dem die Meldung zitiert wird. Über **Als Link twittern** fügen Sie nur die URL zur Meldung in Ihren neuen Tweet ein. Mit **Tweet mailen** mailen Sie den Volltext der Meldung. Falls Sie englischsprachige Tweets erhalten, können Sie versuchen, diese mit **Übersetzen** ins Deutsche zu übertragen.

Mit **Timeline** ganz links oben gelangen Sie zur Übersicht der aktuellen Meldungen zurück. Einen ganz neuen Tweet ohne Bezug auf eine andere Nachricht schreiben Sie, indem Sie auf das **Symbol Bearbeiten** ganz rechts oben tippen.

Trending Topics lesen

Tippen Sie unten auf das **Lupen-Symbol**, um die Suchfunktionen aufzurufen. Unten wird Ihnen eine Übersicht der **Trending Topics** (siehe Kapitel 7) angezeigt. Tippen Sie auf einen Eintrag, um die dazu passenden aktuellen Tweets aufzurufen. Ganz unten rechts finden Sie das **Anhänger-Symbol**, über das Sie eine kurze Erklärung des Trending Topic erhalten können. Wenn Sie auf einen Tweet tippen und in die Detailansicht wechseln, haben Sie wieder die oben beschriebenen Funktionen für Weiterleitung als Retweet, E-Mail etc.



Bild 8.6 Tweets in der Nähe

Meldungen und Personen finden

Tippen Sie unten auf das **Lupen-Symbol**, um die Suchfunktionen aufzurufen. Tippen Sie oben auf das Suchfeld, um nach bestimmten Themen in Tweets oder nach Personen zu suchen. Geben Sie einen Begriff oder Hashtag (siehe Kapitel 7) ein, und tippen Sie auf **Alle Tweets**, um in allen Meldungen nach einem bestimmten Thema zu suchen. Wenn Sie eine Person (Autor) suchen, geben Sie den Namen ein und tippen auf **Leute**. Tippen Sie dann unten auf **Suchen**.

Nach Personen und Meldungen in Ihrer Nähe suchen

Tippen Sie unten auf das **Lupen-Symbol**, um die Suchfunktionen aufzurufen. Tippen Sie auf den grauen Kreis rechts neben dem Suchfeld, um Tweets anzeigen zu lassen, die in Ihrer geografischen Nachbarschaft versendet wurden. Sie erhalten eine Karte (Bild 8.6) mit **blauen Markierungen**, die Sie vergrößern und verkleinern können. Tippen Sie auf eine Markierung und dann auf den **blauen Pfeil**, um die Meldung zu lesen. Alternativ schalten Sie unten mit **Liste** in die Listendarstellung um. Wenn Sie nach Personen oder Tweets mit bestimmten Themen in Ihrer Nähe suchen, gehen Sie folgendermaßen vor: Tippen Sie auf das Suchfeld, und geben Sie ein Thema (Hashtag) oder einen Twitter-Autor ein. Tippen Sie auf **In der Nähe** und dann unten auf **Suche**. Sie erhalten nur Ergebnisse, die Ihren Suchkriterien entsprechen und zusätzlich in Ihrer Nähe sind.

Wo bin ich? – Foursquare & Co.

Neben Facebook, XING und Twitter nutzen auch andere Anbieter die Standortbestimmung, um damit ganz eigene Social-Networking-Funktionen aufzubauen. So können Sie sich zum Beispiel mit **Foursquare** und **Gowalla** in die Orte (Geschäfte, Cafés etc.) einchecken, die Sie im Laufe eines Tages besuchen. Freunde können Ihren Aufenthaltsort sehen und kommentieren bzw. Ihnen eine Nachricht schicken. Darüber hinaus führen diese Dienste aber auch ein spielerisches Element ein, das aktuell sehr populär ist: So erhalten Sie bei Foursquare Punkte für den Besuch verschiedener Orte sowie Abzeichen (Badges) für bestimmte Aufgaben, zum Beispiel den Besuch von 25 verschiedenen Orten. Besuchen Sie einen Ort besonders häufig, können Sie zudem Mayor (Bürgermeister) werden. Vor allem Gastronomiebetriebe und Ladengeschäfte haben auf diesen Trend bereits reagiert und bieten Stamm- (Mayor) oder Neukunden (erstes Check-in) reale Vergünstigungen. Sowohl Foursquare als auch Gowalla bieten kostenfreie Apps für fast alle Smartphones. Im Folgenden wird Foursquare für Apple-Geräte mit iOS vorgestellt. Die App finden Sie im Apple App Store unter dem Stichwort „Foursquare“.

Anmelden und abmelden

Wenn Sie Foursquare das erste Mal starten, müssen Sie mit **Signup** ein kostenloses Benutzerkonto anlegen oder beim **Login** die Benutzerdaten und Passwort für die Foursquare-Website eingeben. Um sich abzumelden, tippen Sie unten rechts auf **Me (Ihr Name)** und dann oben rechts auf **Mehr**. Wählen Sie dann **Logout**.

Freunde sehen und hinzufügen

Tippen Sie unten auf **Friends**, um zu sehen, an welchen Orten sich Ihre Freunde eingecheckt haben. Mit **Recent** und **Nearby** sortieren Sie die Anzeige nach Aktualität bzw. geografischer Nähe zu Ihrem Standort. Um neue Freunde hinzuzufügen, tippen Sie unten auf das Symbol **Me (Ihr Name)** und dann auf **Add Friends**. Jetzt haben Sie verschiedene Optionen, Freunde aus Ihren Kontakten hinzuzufügen oder zu suchen.



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- m.facebook.com
- mobile.xing.com
- m.twitter.com
- www.instagram.com
- foursquare.com
- gowalla.com

In Orten einchecken

Tippen Sie unten auf **Places**, um eine Liste von Orten in der Nähe aufzurufen. Wählen Sie einen Eintrag, und tippen Sie auf **Check in here**. Alternativ können Sie auch auf der Seite **Friends** rechts oben auf **Check in** tippen.



Bild 8.7 Doppel-Posting

Foursquare mit Twitter oder Facebook

Foursquare-Nachrichten über Ihren Aufenthaltsort sowie über Badges und Mayorships können Sie auch direkt über Ihr Facebook- bzw. Twitter-Konto verbreiten. Loggen Sie sich mit Ihrem Benutzernamen und Passwort auf der Website von Foursquare ein. Klicken Sie ganz oben auf **Settings**. Unter **Linked Accounts** aktivieren Sie Facebook bzw. Twitter. Sie werden jetzt zur Website des jeweiligen Anbieters umgeleitet, wo Sie Ihre Einstellungen noch einmal bestätigen müssen. Danach sind die Konten verbunden, neue Meldungen von Foursquare landen also auch bei Twitter bzw. Facebook (bis die Einstellungen in den Systemen wirksam werden, kann es aber etwas dauern). Wenn Sie Facebook und Twitter bereits verbunden haben, sollten Sie allerdings darauf achten, dass es jetzt nicht zu unschönen Doppel-Postings (Bild 8.7) kommt.

So schön bunt hier: Fotos und Videos hochladen

In den letzten Kapiteln haben Sie erfahren, wie sehr Ihre Social-Networking-Aktivitäten durch Bilder belebt werden. Im nächsten Kapitel geht es daher um das schnelle und problemlose Hochladen von Fotos und Videos bei verschiedenen Anbietern.



BITTE LÄCHELN: FOTOS UND VIDEOS INS INTERNET STELLEN

Fotos und Videos sind ein wichtiger Bestandteil des Social-Networking, weil auch entfernte Freunde so unmittelbar an Ihrem Leben teilhaben können. Selbst wenn Sie sich ganz auf professionelles Networking für Beruf und Karriere konzentrieren, werden Sie immer mal wieder ein Bild oder Video mit Ihren Kontakten teilen wollen, so zum Beispiel auf Ihrer **Über mich**-Seite bei XING (siehe Kapitel 5).

In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie Fotos und Videos kostenlos ins Internet stellen, um sie für das Social-Networking und andere Zwecke zu verwenden.

Warum nicht direkt?

Social-Networking-Anbieter wie Facebook haben die Bedeutung von Fotos und Videos natürlich längst erkannt und ermög-

lichen Mitgliedern die Speicherung und Verwaltung umfangreicher Fotoalben und Videosammlungen. In Kapitel 2 haben Sie die komfortablen Verfahren zum Einstellen und Verbreiten von Bildern auf Facebook bereits ausführlich kennengelernt. Viele andere Social-Networking-Anbieter, die sich auf den privaten Bereich konzentrieren, bieten ähnlich leicht zu handhabende Methoden. Trotzdem kann es Gründe geben, einen **Image-Hoster** (Plattform für Bilder) zu verwenden:

- Sie möchten die volle Kontrolle über Ihre Bilder behalten.
- Sie möchten Ihre Bilder flexibel für unterschiedliche Zwecke einsetzen.
- Sie möchten Ihre Bilder auch für Menschen verfügbar machen, die nicht Mitglied in einem Social-Network sind.

Zur Veranschaulichung einige Beispiele: Sie wollen Ihr Facebook-Konto löschen.



Wenn Sie Fotos, Videos, Texte etc. bei Facebook einstellen, sind Sie zwar der Besitzer – aber Sie gewähren Facebook automatisch die Nutzungsrechte, zum Beispiel für Werbung. In der Vergangenheit hat Facebook bereits einmal versucht, diese Nutzungsrechte noch weiter auszudehnen, konnte dies aber aufgrund starker Proteste nicht durchsetzen. Ob es dabei bleibt?

Das ist bekanntermaßen eine Herausforderung, denn Facebook setzt alles daran, Benutzerkonten nicht endgültig zu löschen, sondern nur zu deaktivieren. Bei einem deaktivierten Konto können Sie sich nach Monaten wieder einloggen, und alles ist wie vorher. Während dieser Zeit bleiben Ihre Fotos und Videos aber bei Facebook gespeichert, sind also Ihrem Zugriff entzogen. Möchten Sie das? Vielleicht haben Sie aber auch Probleme mit der automatischen Gesichtererkennung und -markierung auf Fotos, mit der Facebook in den USA bereits experimentiert. Wenn Sie dies für Ihre Inhalte nicht wünschen, müssen Sie sie als Link von anderer Stelle einbinden. Die Nutzung eines Image-Hosters ist aber auch sinnvoll, wenn Sie ein frei zugängliches Fotoalbum für alle Ihre Bekannten erstellen wollen, und nur einige Bilder daraus bei Facebook posten möchten. Nutzen Sie zudem auch XING oder Twitter, müssen Sie Ihre Inhalte bei einem Image-Hoster ablegen, denn diese Social-Networking-Anbieter erlauben schlicht keinen Foto- oder Video-Upload.

Spezielle Hardware?

Das Trendthema Social-Networking ist an den Kameraherstellern nicht vorbeigegangen. Für die Bebilderung von Facebook-Seiten, Blogs etc. werden mittlerweile spe-

zielle Videokameras angeboten, die sich ganz gezielt an Social-Media-Nutzer richten. Brauchen Sie die? Nicht unbedingt. Wenn Sie bereits über eine Digitalkamera verfügen, können Sie diese natürlich auch für Ihre Social-Networking-Aktivitäten verwenden. Blog-Kameras wie die Cisco Flip (Bild 9.1) oder die Sony bloggie (Bild 9.2) haben demgegenüber folgende Vorteile:

- Extrem kompakte Bauweise und einfachste Bedienung (ein Knopf) sind ideal für unterwegs.
- Integrierter USB-Anschluss erlaubt auch unterwegs schnelle Verbindung zu einem Computer.
- Funktionen für den Upload von Bildern und Videos auf Facebook, YouTube etc. sind meist bereits in die Software bzw. das Gerät integriert.

Ob diese Eigenschaften für Sie interessant sind, hängt von der Verwendung ab. Wenn Sie nur ab und zu einen Schnappschuss einstellen möchten, reichen Digital- oder sogar Handykameras völlig aus. Aber vielleicht nehmen Sie häufig unterwegs Videos auf, zum Beispiel Spiele Ihres Vereins, und möchten die Aufnahmen mit geringem Aufwand ins



Bild 9.1 Cisco Flip



Bild 9.2 Sony bloggie

Netz stellen? Dann könnten einfache Bedienung und 1-Klick-Upload für Sie ein Kriterium sein. Darüber hinaus finden sich bei den Blog-Kameras auch spezielle Produkte für die ambitioniertesten Social-Media-Nutzer, die keinen interessanten Moment verpassen wollen: Kameras wie die Looxcie (Bild 9.3) werden hinter dem Ohr getragen und nehmen auf Knopfdruck 30-Sekunden-Clips auf, die via Bluetooth und Handy quasi sofort im Internet stehen. Andere Modelle tarnen sich diskret als Sonnenbrille (Bild 9.4). Mit so einem Gerät berichten Sie über aktuelle Geschehnisse schneller als jeder TV- und Radiosender. Die Preise für Blog-Kameras liegen zwischen 90 und 300 Euro.

Bildbearbeitung

Falls Sie regelmäßig große Mengen an Fotos bearbeiten oder gehobene Ansprüche an Filter, Effekte etc. stellen, lohnt sich über kurz oder lang die Anschaffung eines Bildbearbeitungsprogrammes wie Photoshop Elements, das speziell für die Bedürfnisse von Privatanwendern konzipiert wurde. Um nur gelegentlich „verrutschte“ Bilder zu korrigieren, einen Bildausschnitt zu ändern oder andere einfache Modifikationen durchzuführen, eignen sich aber auch kostenlose Web-Services wie Photoshop.com.



Bild 9.3 Looxcie

Registrieren oder auch nicht

Um den Service von Photoshop.com zu nutzen, müssen Sie sich grundsätzlich nicht registrieren. Im Folgenden gehen wir daher davon aus, dass Sie auf eine Registrierung verzichten und nur ein Bild bearbeiten möchten. Als registrierter Anwender haben Sie aber Vorteile, so können Sie zum Beispiel Fotogalerien anlegen und Besucher dazu einladen. Zur Anmeldung müssen Sie eine Adobe-ID anlegen. Dieses Login/Passwort ist für alle Angebote von Adobe im Internet gültig. Wenn Sie sich also schon einmal bei Adobe registriert haben,

besitzen Sie bereits eine Adobe-ID. Anderenfalls gehen Sie wie folgt vor:

1. Gehen Sie mit Ihrem Internet-Browser auf **www.photoshop.com**.
2. Klicken Sie auf **Create Account**.
3. Es erscheint ein Formular, in das Sie Ihre persönlichen Daten eingeben müssen.
4. Klicken Sie auf **Next**, und folgen Sie den Anweisungen.



Bilder auf Photoshop.com hochladen

Zunächst müssen Sie die Bilder, die bearbeitet werden sollen, in Ihre Bibliothek auf Photoshop.com hochladen.

1. Gehen Sie mit Ihrem Internet-Browser auf **www.photoshop.com**.
2. Klicken Sie oben auf **Online Tools** und dann auf **Photoshop Express Editor**.
3. Es erscheint ein Dialogfeld. Hier können Sie ein Foto von Ihrer Festplatte oder aus einer Galerie (nur registrierte Mitglieder) auf Photoshop.com zur Bearbeitung auswählen.
4. Klicken Sie auf **Upload Photo**, und wählen Sie ein Bild auf Ihrer Festplatte aus.



139

Zuschneiden und Ausrichten

Zuschneiden und Ausrichten gehören mit Sicherheit zu den häufigsten Fotoarbeiten. Für die Verbreitung über soziale Netzwerke ist es sinnvoll, sich bei Fotos auf den wichtigsten Ausschnitt zu konzentrieren. Zuschneiden und Ausrichten heißt bei Photoshop.com **Crop&Rotate**.

1. Laden Sie ein Bild in den **Photoshop Express Editor**.
2. Klicken Sie links auf **Crop&Rotate**.
3. Unter **Crop Dimensions** stellen Sie **Freeform** ein, um einen individuellen Ausschnitt zu wählen. Anderenfalls nutzen Sie eine der Voreinstellungen.
4. Bewegen Sie den Mauszeiger auf eines der grauen Quadrate an den Ecken des Bildes (Bild 9.5). Klicken Sie darauf, und halten Sie die Taste gedrückt.
5. Jetzt können Sie den Bildausschnitt nach Belieben verschieben.
6. Um das Bild zusätzlich zu drehen, nutzen Sie die Schaltflächen unter **Rotate&Flip**.
7. Mit dem Schieberegler unter **Straighten** können Sie schiefe Fotos „begradigen“.





Bild 9.4 Immortal Video Eyegear

Größe ändern

Die Größe des Bildes (Skalieren) ändern Sie mit dem Befehl **Resize** in der linken Leiste. Es werden Ihnen jetzt bereits passende Voreinstellungen für Profilfotos, Handys, E-Mails und Websites angeboten.

Wählen Sie eine aus. Klicken Sie auf **Custom**, und geben Sie unter **Height** und **Width** Zahlenwerte ein, um die Größe individuell zu ändern.

Kleine Unebenheiten und rote Augen korrigieren

Störende Bildelemente können Sie ebenfalls online entfernen, wenn sie nicht zu groß sind. Ideal eignet sich die Touchup-Funktion für Kratzer, Falten oder andere Hautunebenheiten.



1. Laden Sie ein Bild in den **Photoshop Express Editor**.
2. Klicken Sie links auf **Touchup**.
3. Klicken Sie auf die Bildstelle, die korrigiert werden soll. Der Bildbereich wird mit einem grünen Kreis markiert. Die Größe des Kreises ändern Sie oben mit dem Schieberegler unter **Sample Size**.
4. Klicken Sie mit der Maus in den roten Kreis, und halten Sie die Maustaste gedrückt. Jetzt ziehen Sie den roten Kreis auf eine Bildstelle, die als Vorlage für die Retusche dienen soll (also zum Beispiel glatte Haut).



Bild 9.5 Foto beschneiden

5. Um zusätzlich rote Augen zu korrigieren klicken Sie links auf **Red-Eye**.
6. Mit dem Schieberegler links neben dem Bild zoomen Sie die Augen heran.
7. Klicken Sie jetzt direkt in den roten Bereich der Augen.

Weitere Funktionen und speichern

Photoshop.com bietet noch weitere Funktionen, wie die Anpassung von Helligkeit und Kontrast, Scharfzeichnen, Weißabgleich etc. Probieren Sie es einfach aus, mit der Schaltfläche **Undo** machen Sie die letzte

Änderung immer wieder rückgängig. Wenn Sie zufrieden sind, klicken Sie auf **Done**. Wählen Sie dann **Email/Web**, damit die Bildgröße gleich für den Einsatz in sozialen Netzwerken optimiert wird. Das bearbeitete Foto finden Sie im selben Ordner, in dem sich auch das Original befindet.

Sie interessieren sich für Bildbearbeitung? Dann werfen Sie doch einmal einen Blick in das Buch „Fotos“ von Sven Vogel und Manfred Schwarz. Es ist ebenfalls in der Reihe *DIGITALlifeguide* im Hanser Verlag erschienen.



APROPOS

Fotos hochladen bei Flickr

Kostenfreie Image-Hoster bzw. Image-Hosting-Services gibt es im Internet viele, einer der bekanntesten Anbieter ist Flickr. Neben dem herkömmlichen Hochladen über die Website können die Bilder auch per E-Mail oder vom Foto-Handy aus übertragen und später von anderen Web-Auftritten aus verlinkt werden.

Anmelden

Bei Flickr müssen Sie sich zunächst anmelden, um den Service nutzen zu können. Da der Image-Hoster zur Unternehmensgruppe der Internet-Suchmaschine Yahoo! gehört, benötigen Sie eine sogenannte Yahoo!-ID. Sind Sie bereits an anderer Stelle bei Yahoo! registriert, können Sie die folgenden Schritte überspringen und sich direkt mit Ihrer Yahoo!-ID bei Flickr einloggen. Anderenfalls gehen Sie wie folgt vor:

1. Gehen Sie mit Ihrem Internet-Browser auf **www.flickr.com**.
2. Klicken Sie oben rechts auf **Anmelden**.
3. Klicken Sie auf **Neuen Account erstellen**, und füllen Sie das Formular aus.
4. Klicken Sie auf **Account erstellen**.
5. Klicken Sie auf **Weiter**. Sie werden zu Flickr zurückgeleitet.
6. Wählen Sie einen der vorgeschlagenen Benutzernamen aus.
7. Klicken Sie auf **Neuen Account erstellen**.



Flickr stellt Ihnen monatlich 100 MB Speicherplatz für Fotos kostenlos zur Verfügung. Zusätzlich können Sie pro Monat zwei Videos hochladen, deren Größe und Länge aber auf jeweils 150 MB bzw. 90 Sekunden beschränkt ist.



VORSICHT



Bild 9.6 Link kopieren

Sie befinden sich jetzt auf Ihrer Startseite. Flickr schlägt Ihnen vor, Ihr Profil zu personalisieren und Freunde zu finden, die sich ebenfalls bei Flickr angemeldet haben. Auch Flickr bietet Aspekte eines sozialen Netzwerkes, denn Mitglieder können sich gegenseitig zum Betrachten von Fotos einladen und diese kommentieren. Ob Sie diese Möglichkeit nutzen wollen, liegt ganz bei Ihnen. Hier noch zwei Tipps zu den Optionen in der obersten Menüleiste:

Sie: Im Menü **Sie** finden Sie die Optionen Ihr Account und Ihr Profil. Damit gelangen Sie zu den Seiten, auf denen Sie die Details Ihres Kontos bzw. des Profils einsehen und ändern können.

Ihr Account: Hier können Sie auf persönliche Informationen zugreifen und Benutzernamen, Profilseite und Layout der Fotoseite ändern. Unter **Datenschutz & Berechtigungen** stellen Sie ein, wer auf Ihre Fotos zugreifen darf.

Foto hochladen

Sobald Sie angemeldet sind, kann es mit dem Hochladen losgehen.



1. Auf der Startseite klicken Sie oben auf **Hochladen**.
2. Klicken Sie auf **Fotos und Videos auswählen**.
3. Es öffnet sich ein Fenster, mit dem Sie durch die Verzeichnisse Ihrer Festplatte navigieren können.
4. Finden und markieren Sie das gewünschte Foto bzw. Video. Sie können auch mehrere Fotos bzw. Videos auf einen Schlag markieren und hochladen. Halten Sie dazu die Strg- (Win) bzw. Ctrl-Taste (Mac) gedrückt, und klicken Sie auf die gewünschten Einträge.
5. Klicken Sie auf **Öffnen**.

6. Flickr zeigt Ihnen eine Übersicht der ausgewählten Dateien. Klicken Sie auf das **Papierkorb-Symbol**, um eine Datei zu entfernen.
7. Mit **Weitere Dateien** können Sie zusätzliche Dateien für den Upload auswählen.
8. Unter **Datenschutzeinstellungen** können Sie die Privatsphäre für die Dateien auswählen. Wenn Sie Ihre Fotos bzw. Videos über Facebook, Twitter etc. verbreiten wollen, belassen Sie es bei **Öffentlich**.
9. Klicken Sie auf Fotos und **Videos hochladen**.
10. Ein Balken zeigt den Fortschritt des Uploads an.
11. Geben Sie Beschreibungen für die Fotos bzw. Videos ein, falls Sie möchten.

Alben anlegen

Es bietet sich an, Fotos in Alben zu organisieren, um den Überblick zu behalten. Dazu müssen Sie zunächst ein Album anlegen:

1. Auf der Startseite klicken Sie in der obersten Menüleiste auf **Organisieren**.
2. Es öffnet sich der **Organizer**.
3. Klicken Sie auf den Reiter **Alben**.
4. Ziehen Sie die gewünschten Fotos mit der Maus in den großen Ablagebereich.
5. Geben Sie links einen Namen für das Album ein.
6. Klicken Sie auf **Speichern**.
7. Über den Link **Ihr Foto-Stream** oben rechts gelangen Sie zur Startseite zurück.



143

Fotos verlinken oder einbetten

Um ein Foto in anderen sozialen Netzwerken zu nutzen, benötigen Sie dessen Adresse:

1. Auf der Startseite wählen Sie unter **Ihr Foto-Stream** das gewünschte Foto aus. Klicken Sie darauf.
2. Das Foto wird vergrößert dargestellt.
3. Klicken Sie über dem Foto auf die Option **Freigeben**.
4. Klicken Sie auf **Übernehmen Sie den Link** (Bild 9.6), um die Internet-Adresse des Fotos zu erhalten. Sie können die angezeigte Adresse einfach kopieren und an anderer Stelle einfügen.
5. Klicken Sie auf **HTML/BBcode übernehmen**, um den HTML-Code für das Foto zu erhalten. Sie können den angezeigten Code einfach kopieren und an anderer Stelle einfügen.



Einen Link können Sie überall posten, zum Beispiel als Anhang zu einem Status-Update bei Facebook. Wenn ein Freund auf den Link klickt, wird er zu der Seite mit dem Foto geleitet. Den HTML/BBcode benötigen Sie, um ein Foto in eine Website oder auch eine Facebook-Notiz einzubetten. Das Foto wird dann innerhalb dieser Website angezeigt.

Eine direkte und automatisierte Übertragung neu eingestellter Flickr-Fotos zu Facebook ist derzeit (Stand: Januar 2011) nicht mehr möglich.

Videos hochladen bei YouTube

YouTube ist die weltweit bekannteste Plattform für die Verbreitung von Videos. Grundsätzlich gilt: Was Sie hier einstellen, betrachten Sie am besten als öffentlich! Um bei YouTube aktiv zu werden, benötigen Sie zunächst wieder ein Benutzerkonto:

1. Gehen Sie mit Ihrem Internet-Browser auf **www.youtube.com**.
2. Klicken Sie rechts oben auf **Konto erstellen**.
3. Geben Sie Ihre persönlichen Daten ein, und klicken Sie auf **Ich stimme zu**.
4. Geben Sie ein Passwort ein, und klicken Sie auf **Neues Konto erstellen**.

Video hochladen

Wenn Sie über ein YouTube-Benutzerkonto verfügen, kann es sofort losgehen:

1. Klicken Sie oben rechts auf **Anmelden**, und geben Sie Ihre Benutzerdaten ein.
2. Klicken Sie auf **Anmelden**.
3. Sie gelangen jetzt zu Ihrer Startseite. Klicken Sie oben auf **Video hochladen**.
4. Klicken Sie auf **Video hochladen**, um ein Video von Ihrer Festplatte hochzuladen. Es öffnet sich ein neues Fenster. Markieren Sie das gewünschte Video, und klicken Sie auf **Öffnen**.



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- www.photoshop.com ▪ www.flickr.com
- www.youtube.com

5. Klicken Sie auf **Von Webcam aufzeichnen**, um ein Video aufzunehmen. Ihr Computer muss über eine angeschlossene Webcam verfügen.
6. Unter **AutoShare** klicken Sie auf Facebook, Twitter etc., wenn neue Uploads, Bewertungen und andere YouTube-Aktivitäten automatisch über soziale Netzwerke verbreitet werden sollen. Es öffnet sich ein neues Fenster (Bild 9.7), in dem Sie YouTube den Zugriff auf Ihr jeweiliges Benutzerprofil gestatten müssen.

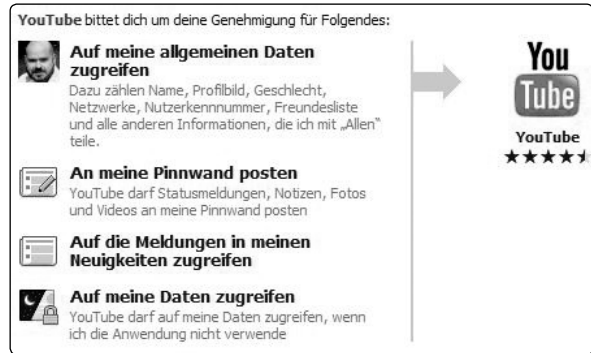


Bild 9.7 Konten verbinden

Während Sie ein Video hochladen, können Sie noch die **Datenschutzeinstellungen** vornehmen. Unter **Freigabeoptionen** finden Sie zudem die Angaben zu **Link** und **HTML-Code** des Videos (siehe oben). Den Code für das Einbetten erhalten Sie auch, wenn Sie auf die Seite des Videos wechseln und dort auf **Einbetten** klicken.

Sicher und sozial

Ein weltweites Phänomen wie der Erfolg des Social-Networking zieht leider auch zwielichtige Gestalten an, die alles andere als sozial sind. Im nächsten und letzten Kapitel geht es abschließend um die Schattenseiten und wie Sie sich davor schützen.



Ein Buch über Social-Networking wäre nicht vollständig, wenn nicht wenigstens kurz auch auf die Risiken des Phänomens hingewiesen werden würde. Die möglichen Quellen negativer Effekte sind dabei vielseitig und liegen unter anderem im eigenen Umgang mit sensiblen Informationen, dem Datenschutz der Social-Networking-Plattform sowie Angriffen durch Viren und Hacker. Aber auch missgünstige und rachsüchtige Mitmenschen haben sich bereits das Social-Networking zunutze gemacht, um Opfern aus nichtigem Anlass das Leben zu erschweren.

Das heißt nun aber nicht, dass Sie auf jeden Fall mit einem oder mehreren dieser Risiken konfrontiert werden – viele Menschen nutzen Social-Networking-Plattformen jahrelang aktiv und unbehelligt. Trotzdem sollten Sie wissen, wo die Klippen liegen, damit Sie sie im Zweifelsfall sicher umschiffen.

In diesem Kapitel geht es um die Sicherheit Ihrer Daten und wie Sie sie vor unerwünschtem Zugriff schützen. Technische Lösungen können hier helfen, die meiste Arbeit erledigt aber Ihr gesunder Menschenverstand.

Privatsphäre

Am Anfang steht die Frage, welche Ihrer persönlichen Daten Sie für schützenswert halten. Eng damit verknüpft ist die Frage nach den Zielen, die Sie mit Social-Networking verfolgen wollen. Sind Sie auf der Suche nach einem neuen Lebenspartner? Dann ist die Angabe zu Ihrem Beziehungsstatus bei Facebook relevant, ansonsten können Sie sie vergessen. Wollen Sie Ihr XING-Profil nur als Visitenkarte nutzen? Dann müssen Sie nicht ausführlich über Ihre Ausbildung Rechenschaft ablegen. Nur weil es diese Felder gibt, sind Sie nicht verpflichtet, sie auch auszufüllen. Einfacher Grundsatz: Daten, die Sie nicht online stellen, können auch nicht online missbraucht werden.

Diesem Ansatz sind aber Grenzen gesetzt, denn Social-Networks basieren auf Geben und Nehmen, dem zumindest teilweise freien Austausch von Informationen zwischen den Mitgliedern. Es macht wenig Sinn, ein Facebook-Profil zu erstellen, um dann alle interessanten Informationen zu verbergen. Sie müssen also zwischen Ihrem berechtigten Wunsch nach Privat-

sphäre und Ihre Zielen eine Abwägung treffen. Bedenken Sie dabei aber auch die Zukunft, denn das Internet vergisst nicht. Sicherlich möchten Sie nicht in einigen Jahren bei einer Bewerbung mit wilden Partyfotos aus Ihrem Studentenleben konfrontiert werden. Diese Fälle hat es gegeben und wird es weiterhin geben, auch wenn der Gesetzgeber hier zukünftig tätig wird und die Nutzung solcher veralteten und nicht in Ihrem Zugriff befindlichen Informationen für Auswahlverfahren verbietet. Bevor Sie heute etwas posten, sollten Sie sich also überlegen, ob Sie auch in Zukunft noch dazu stehen können. Dabei geht es nicht in erster Linie um die Aussage, denn Meinungen können sich ändern. Aber Wortwahl, Zweideutigkeiten, fehlende Umgangsformen etc. könnten Ihnen im Nachhinein peinliche Momente bereiten. Dieses langfristige Denken fällt Jugendlichen und jungen Erwachsenen naturgemäß besonders schwer. Als Erziehungsberechtigter oder erwachsener Ansprechpartner sollten Sie diese Zusammenhänge daher thematisieren – denn wer heute mit Social-Networking aufwächst, hat ein ganzes Leben lang Zeit, sich über unbedachte Postings zu ärgern. Das nachträgliche Löschen unerwünschter Einträge im Internet ist für Privatpersonen bislang noch extrem schwer und auch für Unternehmen mit erheblichem finanziellen Aufwand verbunden – bei ungewissem Erfolg.

Nach Ansicht einer wachsenden Zahl von Post-Privacy-Verfechtern steuern wir auf ein Zeitalter zu, in dem jederzeit alle Daten über jederman öffentlich sind. Datenschutz und Privatsphäre sind demnach veraltete Konzepte.



APROPOS

- Überlegen Sie sich, welche Informationen für Ihre Ziele nötig sind.
- Konzentrieren Sie sich darauf, die für Sie wichtigen Bereiche so interessant wie möglich zu gestalten – und lassen Sie Unwichtiges einfach weg.
- Eine totale Zensur aller Äußerungen ist nicht nötig, die Einhaltung gewisser Umgangsformen schon.
- Helfen Sie Jugendlichen dabei, eine langfristige Perspektive zu gewinnen.

Schutzfunktionen nutzen

In vielen Fällen hätte die unerwünschte Verbreitung von Informationen verhindert werden können, wenn die angebotenen Einstellungen zur Privatsphäre richtig benutzt worden wären. Machen Sie sich vertraut mit den Funktionen, die Ihr Social Network zum Datenschutz bietet. Das fällt bei einigen Anbietern leichter als bei anderen. Vor allem Facebook wird seit langem wegen bewusst undurchsichtiger und komplexer Gestaltung der Privatsphäre-

Einstellungen kritisiert. Nichtsdestotrotz haben Anwender alle Möglichkeiten, die Verbreitung ihrer Daten zu kontrollieren. Dazu gehört aber auch, den Schutz der Privatsphäre als fortlaufenden Prozess zu begreifen, der nie vollkommen abgeschlossen ist. Social-Networking-Plattformen ändern sich, führen neue Funktionen ein etc. und damit ändert sich auch der Status der Privatsphäre. Was heute geschützt ist, kann morgen schon öffentlich sein. Es ist also ratsam, auf Änderungen der allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs), technische Ankündigungen und dergleichen zu achten, um unter Umständen die Privatsphäre-Einstellungen auf den neuesten Stand zu bringen. Falls Sie mehrere soziale Netzwerke nutzen und diese miteinander verbinden, kommt eine zusätzliche Komplexitätsschicht hinzu: Was bedeutet es, wenn Ihre geschützten Twitter-Postings automatisch auf Facebook veröffentlicht werden, dort aber ganz andere Privatsphäre-Einstellungen gelten?

- Machen Sie sich mit den Privatsphäre-Funktionen vertraut, und nutzen Sie sie.
- Kontrollieren Sie regelmäßig, ob die Einstellungen für die aktuelle Situation noch angemessen sind.
- Seien Sie wachsam, wenn Ihnen geänderte AGBs oder technische Ankündigungen präsentiert werden.
- Kontrollieren Sie das Zusammenspiel der sozialen Netzwerke, die Sie nutzen.

Unternehmen ändern sich

Viele Nutzer betrachten ihren Social-Networking-Anbieter einfach als weiteren Dienstleister, genau wie irgendein anderes Internet-Angebot. Aber welchem anderen Unternehmen vertrauen Sie eine derartige Menge höchstpersönlicher Daten an? Welchem

anderen Unternehmen räumen Sie weitgehende Nutzungsrechte (für Werbung etc.) an Inhalten ein, die Sie selber erstellt haben? Wenn Sie Social-Networking-Plattformen über einen längeren Zeitraum nutzen, werden Sie zudem feststellen, dass ein Umzug nicht mehr verlustfrei möglich ist. Denn Ihre Freunde bzw. Kontakte und Ihre ganze Historie aus Postings, Gruppenbei-

APROPOS



Facebook hat angekündigt, zukünftig einen offenen Standard für Nutzerprofile einzuführen. Dann wäre ein Umzug wesentlich einfacher möglich, denn Sie könnten wertvolle Informationen einfach auf einen neuen Anbieter übertragen.

trägen und Kommentaren können Sie bislang nicht mitnehmen. Aber selbst wenn Sie mit Ihrem Anbieter zufrieden sind und keinerlei Wechsellpläne haben, kann sich die Situation grundlegend ändern. Unternehmensakquisitionen und Fusionen sind heute an der Tagesordnung, und so kann es leicht passieren, dass Ihre Daten plötzlich von einem ganz anderen Unternehmen verwaltet werden.

Ein Beispiel: Ein deutsches Social Network wird von einem amerikanischen Konkurrenten gekauft, die Daten werden transferiert. Unterliegen Ihre Informationen dann noch dem strengen deutschen Datenschutz oder den wesentlich laxeren amerikanischen Bestimmungen? Oder ein Anbieter geht in die Insolvenz und der Insolvenzverwalter verkauft den Datenbestand an einen Adresshändler, wie zum Beispiel beim Konkurs des Versandhauses Quelle geschehen. Am besten betrachten Sie Ihren Social-Networking-Anbieter daher als Freund, dem Sie wertvolle Informationen anvertraut haben und der im Gegenzug versprochen hat, sorgsam damit umzugehen. Gerät der Freund in finanzielle Schwierigkeiten, steigt die Versuchung, Ihre Daten zu Geld zu machen. Übernehmen zudem Dritte das Ruder, ist das ursprüngliche Versprechen nichts mehr wert. Achten Sie also darauf, was mit Ihrem Social-Networking-Anbieter geschieht, und ziehen Sie im Notfall die Reißleine.

- Informieren Sie sich über den Status Ihres Social-Networking-Anbieters.
- Achten Sie auf Berichte über bevorstehende Übernahmen oder Insolvenzen.
- Überlegen Sie sich, auf welche Daten Sie auf keinen Fall verzichten können.
- Lagern Sie Ihre wichtigen Daten (Geschäftskontakte etc.) nicht nur auf der Social-Networking-Plattform.
- Verpassen Sie nicht den Zeitpunkt, an dem eine Löschung Ihrer Daten noch möglich ist.

Hacker, Malware & Co.

Die Bedrohung durch Angreifer, die es auf sensible Daten abgesehen haben, kann verschiedene Formen annehmen:

Hacker: Technisch versierte Angreifer versuchen, in die Systeme des Social-Networking-Anbieters einzudringen, um wertvolle Mitgliederdaten zu stehlen oder um Benutzerkonten zu missbrauchen.

Malware: Angreifer nutzen die Kommunikationswege der Social-Networking-Plattform, um Viren, Würmer etc. zu verbreiten.

Phishing: Angreifer nutzen Informationen aus sozialen Netzwerken sowie gestohlene Benutzerkonten, um Opfer zu täuschen und zur Preisgabe sensibler Informationen zu verleiten.

Sie fragen sich, warum jemand einen großen kriminellen Aufwand betreiben sollte, um an Ihre sowieso teilweise öffentlichen Angaben zu Hobbys, Freunden etc. zu gelangen? Weil sich all diese Informationen zu Geld machen lassen. Im Internet existiert eine regelrechte Schattenwirtschaft für personenbezogene Informationen. Ein gehacktes (kompromittiertes) Facebook-Konto kann dazu verwendet werden, um andere Personen (Ihre Freunde) besser zu täuschen und Angriffe mit hoher Erfolgsquote durchzuführen. Ihre persönlichen Daten können genutzt werden, um Ihnen mit sehr glaubwürdig aufgemachten E-Mails sensible Daten zu entlocken. Eingeschleuste Malware (Keylogger) zeichnet Tastaturanschläge auf und verrät so Ihr Login für das Online-Banking oder Kreditkarteninformationen. Das Motiv ist Profit und Ihre Daten sind die Währung.

Schutz vor Hacker-Angriffen

Hacker-Angriffe richten sich gegen die Systeme des Anbieters, daher haben Sie hier wenig Einfluss. Da es bei diesen Angriffen aber oftmals darum geht, Benutzerkonten zu kompromittieren (also Login und Passwort herauszufinden), können Sie trotzdem einen Beitrag zur Abwehr leisten:

- Wenn Sie als **Login** (Benutzernamen) eine E-Mail-Adresse verwenden, geben Sie diese nicht auf Ihrem Profil öffentlich bekannt. Am besten nutzen Sie für Login und E-Mail-Empfang unterschiedliche Adressen.



Das sind die Links zu diesem Kapitel:

- www.test.de/themen/computer-telefon/test/Soziale-Netzwerke-Datenschutz-oft-mangelhaft-1854798-1855785/
- [www.gew.de/Binaries/Binary31974/GEW Broschüre mit Tipps und Hinweisen.pdf](http://www.gew.de/Binaries/Binary31974/GEW_Broschüre_mit_Tipps_und_Hinweisen.pdf)
- www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/cyber-mobbing.html

- Wählen Sie ein starkes **Passwort**, am besten mit Zahlen und Sonderzeichen. Verwenden Sie auf keinen Fall Namen oder Geburtsdaten von Freunden, Verwandten oder Haustieren, diese lassen sich in einem Social Network zu leicht recherchieren. Auch Alltagsbegriffe sind zu unsicher, denn bei sogenannten Dictionary-(Wörterbuch)-Angriffen werden einfach die häufigsten Wörter ausprobiert. Übrigens: Die Verwendung des Wortes „Passwort“ als Passwort ist der älteste Trick der Welt. Auch die Verwendung ein- und desselben Passworts für unterschiedliche Benutzerkonten ist keine gute Idee.



Bild 10.1 Getarnte Malware

Übrigens: Die Verwendung des Wortes „Passwort“ als Passwort ist der älteste Trick der Welt. Auch die Verwendung ein- und desselben Passworts für unterschiedliche Benutzerkonten ist keine gute Idee.

Anfang 2010 hat die **Stiftung Warentest** erstmals zehn soziale Netzwerke überprüft. Um herauszubekommen, ob soziale Netzwerke die Daten ihrer Nutzer ausreichend gegen Angriffe von außen schützen, haben die Tester versucht, in die Computer-Systeme der Anbieter einzudringen. Ihr Urteil: Beim Datenschutz haben die meisten Social Networks Mängel. Noch am besten wurden zwei Netzwerke der VZ-Gruppe bewertet, **schülerVZ** und **studiVZ**. Sie erhielten die Gesamtbewertung „Einige Mängel“. Bei **Jappy** dauerte es lediglich eine Woche, den Passwortschutz zu umgehen.

Die Tester benötigten dazu lediglich einen Computer und eine simple, selbst geschriebene Software. Mit diesen einfachen Mitteln wäre es theoretisch möglich gewesen, jedes Nutzerkonto zu übernehmen und auf die Daten zuzugreifen. Ein ähnliches Bild zeigte sich bei **Stayfriends**, allerdings wäre hier etwas mehr Aufwand erforderlich gewesen. Bei **lokalisten** und **wer-kennt-wen.de** hätten die Tester vor allem die Konten kompromittieren können, die von den Nutzern mit einem zu einfachen Passwort geschützt wurden. Auffällig ist laut Stiftung Warentest auch der ungeschützte Zugang für mobile Endgeräte bei allen geprüften Netzwerken. Den Link zum Test und ausführlichen Ergebnissen finden Sie in den URLs in diesem Kapitel.

- Informieren Sie sich über den Datenschutzstandard Ihres Social-Networking-Anbieters.
- Schützen Sie Ihr Login, und verwenden Sie ein starkes Passwort – und zwar für jedes Benutzerkonto ein neues!

Schutz vor Malware

Viren, Würmern und anderer Malware begegnen Sie in sozialen Netzwerken vornehmlich auf einem der beiden folgenden Wege:

- Als Link zu einer manipulierten Website, von der Malware auf den Computer heruntergeladen wird.
- Als App, die fantastische Funktionen verspricht und in Wirklichkeit Malware beinhaltet.

Das Muster der Verteilung ähnelt sich dabei und ist mit etwas gesunder Skepsis meist zu erkennen: Sie erhalten einen Link (häufig zu einem spektakulären Video) auf eine externe Website. Dort erhalten Sie dann die Meldung, dass Ihnen eine bestimmte Software fehlt, zum Beispiel ein Video-Codec zur Anzeige des Videos. Praktischerweise wird auch gleich der Download der Software angeboten. Wer diese Software installiert, ist in die Falle gegangen, denn dabei handelt es sich um Malware.

Ganz ähnlich verläuft es bei Apps (vor allem auf Facebook). Hier wird meist mit Zusatzfunktionen oder anderen Vorteilen geworben. Beliebt ist zum Beispiel der von Nutzern seit Langem gewünschte Gefällt-mir-nicht-Button (Bild 10.1). Auch hier gilt: Wer installiert, hat verloren. Diese Art der Verbreitung funktioniert so gut, weil Nutzer den Mitteilungen ihrer Freunde vertrauen.

Darum versucht Malware auch immer wieder, sich an den Freundeskreis eines infizierten Benutzers zu versenden und quasi selber einzuladen. Teilweise ist es Malware-Verbreitern sogar schon gelungen, einen unsichtbaren Gefällt-mir-Button auf manipulierten Seiten zu integrieren, auf den Besucher dann unwissentlich klicken. Dies setzt sich natürlich als Nachricht im ganzen Freundeskreis („XYZ gefällt...“) fort und zieht weitere Opfer an.

Wachsam sollten Sie immer dann sein, wenn in einem Posting, einer privaten Direktnachricht oder sonst wo Links bzw. Apps mit folgenden Eigenschaften beworben werden:

- Funktionen, die normalerweise aus Datenschutzgründen untersagt sind
- Funktionen, die normalerweise nicht angeboten werden, zum Beispiel Gefällt-mir-nicht-Button oder Hintergrundfarbe verändern (Facebook)
- Zusätzlicher Bonus für populäre Spiele, zum Beispiel Vorteile bei Farmville oder Mafia Wars
- Neue Version eines bekannten Spiels
- Kostenlose iPhones oder andere Produkte
- Aktuelle Kinofilme kostenlos online ansehen
- Videos, die „man gesehen haben muss“

Auch wenn solche Nachrichten von einem direkten Freund kommen, ist höchste Vorsicht angebracht. Kommt die Nachricht

von einem Unbekannten, sollte sie unbe-
sehen ignoriert werden. Darüber hinaus
ist es ratsam, nicht alle Freundschaftsan-
fragen zu bestätigen, wenn man sich über
die Identität des neuen „Freundes“ nicht
im Klaren ist. Auch auf diesem Wege kön-
nen sich nämlich Angreifer einschleichen,
Zugriff auf geschützte Informationen er-
halten oder Ihnen Malware unterschieben.
Gesundes Misstrauen lohnt sich hier aber
auch aus einem anderen Grund: Wenn Sie
zum Beispiel auf XING eine Kontaktan-
frage erhalten, sehen Sie sich den neuen
Kontakt zunächst einmal an: Hat er eine
ungewöhnlich hohe Anzahl von Kontakten?
Dann könnte es sich um einen Daten-
sammler handeln, der Ihre Daten weiter-
verkaufen will.

- Ignorieren Sie den Link zum Video, zur
Webseite etc.
- Informieren Sie sich über Apps vor der
Installation.
- Vertrauen Sie Unbekannten grundsätz-
lich nicht, und seien Sie bei Freunden
vorsichtig.
- Nicht jede Freundschaftsanfrage muss
bestätigt werden.
- Wenn etwas zu gut klingt, um wahr zu
sein – dann ist es wahrscheinlich gelo-
gen und jemand will Sie täuschen.

Schutz vor Phishing

Beim Phishing handelt es sich um einen
simplen Betrugsversuch, der aber per-

fekt getarnt ist. Außerhalb von sozialen
Netzwerken tritt Phishing häufig in Form
einer E-Mail auf, die von einem seriösen
Absender zu stammen scheint. Design,
Wortwahl und auch Absenderadresse wer-
den mit großem Aufwand gefälscht, damit
der Empfänger zum Beispiel den Eindruck
einer legitimen Facebook-Benachrichti-
gung erhält. In der Nachricht wird dann
auf eine Website verwiesen, auf der aus
technischen Gründen die Benutzerdaten
und Passwörter geändert werden sollen.
Die Website macht einen ebenso seriösen
Eindruck – wer hier gutgläubig seine Da-
ten eingibt, hat sie einem Angreifer über-
geben. In sozialen Netzwerken werden die
Links zu den Websites häufig in Postings
oder über Direktnachrichten verbreitet,
vorzugsweise von einem gehackten Benut-
zerkonto an den Freundeskreis, sodass die
Glaubwürdigkeit immens ist. Gegen diese
Phishing-Angriffe hilft nur ein gesundes
Maß an Misstrauen:

- Anbieter wie Facebook werden nie-
mals Benutzernamen und Passwort per
E-Mail oder Website abfragen, es sei
denn auf der offiziellen Login-Seite.
- Klicken Sie nicht auf Links in Nachrich-
ten oder E-Mails von Unbekannten.
- Geben Sie Adressen für Online-Ban-
king, Social-Networking etc. immer
selber in die Adresszeile Ihres Brow-
sers ein, und akzeptieren Sie keine
Weiterleitungen.

- Seien Sie skeptisch, auch wenn die Nachricht von einem Freund stammt oder persönliche Daten enthält.

Technische Maßnahmen

Die technischen Maßnahmen zur Sicherheit in sozialen Netzwerken entsprechen den Maßnahmen zur Computer-Sicherheit:

- Halten Sie Betriebssystem und Anwendungen auf dem neuesten Stand, und installieren Sie verfügbare Updates.
- Verwenden Sie einen Viren-Scanner, und halten Sie ihn auf dem neuesten Stand.

Leider muss man sagen, dass Sie auch bei Beachtung dieser Ratschläge nicht vollkommen sicher sind. Die „Malware-Technologie“ ist heute so weit, dass schon der bloße Besuch einer Website zur Infektion führen kann. Zudem sind die Angriffe heute oftmals nach dem Baukastenprinzip aufgebaut und können in kürzester Zeit modifiziert werden, sodass sie ein Viren-Scanner nicht mehr erkennt. Das liegt daran, dass Viren-Scanner auf sogenannte Pattern (Muster) angewiesen sind, anhand derer sie Malware erkennen. Bis das neueste Pattern installiert ist, gibt es also auch keinen Schutz. Einige Hersteller von Viren-Scannern, wie Trend Micro, bieten daher heute auch für Privatanwender ein neues Verfahren an, bei dem Malware nicht mehr über Pattern,

sondern über den Abgleich mit häufiger aktualisierten Internet-Datenbanken erkannt wird. Wenn Sie Wert auf höchstmöglichen technischen Schutz legen, sollten Sie so eine Lösung in Betracht ziehen.

Mobbing

Mobbing im Internet und innerhalb sozialer Netzwerke (Cyber-Mobbing) ist leider ein wachsendes Problem, das für die Betroffenen gravierende Folgen haben kann. Insbesondere Jugendliche werden davon so verunsichert, dass sie oftmals keinen Ausweg sehen. In diesem Zusammenhang ist es bereits zu Suizidfällen gekommen, bei denen Cyber-Mobbing zumindest einer der Auslöser war. Mit einfachen Handlungsanleitungen ist die Problematik zudem nicht zu entschärfen, da komplexe gruppensdynamische Prozesse sowie die Persönlichkeit von Mobbing-Opfer und Täter (oder Tätern) eine wichtige Rolle spielen. Trotzdem gibt es einige Ratschläge:

Aktiv bleiben: Nicht in eine passive Duldungshaltung verfallen, sondern so normal wie möglich weiterleben, auch im sozialen Netzwerk.

Mobber blockieren: Technische Möglichkeiten (Blockierlisten) nutzen, um den Angreifer auszusperrern.

Niemals antworten: Jede Reaktion provoziert den Angreifer, mit dem Mobbing weiterzumachen. Bleiben Antworten aus, verlieren Mobber hoffentlich das Interesse.

Beweise sichern: Sichern Sie Beweise für Mobbing-Angriffe wie Screenshots.

Darüber reden: Sprechen Sie mit Vertrauenspersonen über das Problem und animieren Sie insbesondere auch jugendliche Mobbing-Opfer, das Schweigen zu brechen.

Probleme melden: Die meisten Social-Networking-Betreiber sehen Mobbing als Verstoß gegen ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen und gehen bei entsprechender Beweislage von sich aus gegen den Angreifer vor.

Opfer unterstützen: Wenn Sie Zeuge von Cyber-Mobbing werden, bieten Sie dem Opfer Unterstützung an.

Schutz der Privatsphäre: Machen Sie sich mit Ihren Rechten und den technischen Schutzmaßnahmen vertraut.

In Großbritannien bietet Facebook jugendlichen Nutzern einen Alarmknopf an, mit dem Mobbing-Vorfälle sofort gemeldet werden können. Für Deutschland ist die Einführung dieser Funktion bislang nicht geplant.



APROPOS

155

So geht's weiter

Dieses Buch ist nun zu Ende, aber für Sie geht es weiter mit neuen Freunden, Geschäftskontakten und hoffentlich viel Spaß beim Social-Networking. Das **DIGITALlifeguide**-Team würde sich freuen, Sie auch bei Ihren anderen Fragen zum Digital Life zu unterstützen.

Phishing

Malware

Viren-Scanner

Pattern-Datei

Cyber-Mobbing

Adresshandel

Drive-by-infection

Dictionary-Angriffe



WEB TAGS

Glossar

App: Eine App (kurz für Applikation, also Anwendung) ist ein kleines Programm. Auf Facebook und XING werden Apps verwendet, um bestimmte Funktionen zu ergänzen.

Blog, Blogger, bloggen: Als Blog (Abk. für Weblog, also Web-Logbuch) bezeichnet man Webseiten, auf denen Personen (Blogger) ein öffentliches Journal bzw. Tagebuch mit eigenen Beiträgen, Kommentaren etc. schreiben (bloggen). Blogs reichen thematisch vom Allgemeinen (das Leben) bis zum sehr Speziellen (Technik, einzelne Branchen) und können neben Text auch Fotos, Videos etc. beinhalten.

Blogosphäre: Die Gesamtheit der Blogs und ihrer Verbindungen untereinander.

Blogroll: Auf der Blogroll nennen Blogger alle Blogs, die sie selber lesen (und empfehlen).

Chat, chatten: Der Austausch kurzer Textnachrichten über das Internet in Echtzeit. Daneben spricht man auch von Video-Chats.

Echtzeit: Echtzeit-Prozesse laufen ohne Verzögerung ab. Diese Verwendung des Begriffes ist aus Sicht der Informatik nicht ganz richtig, hat sich aber im Internet allgemein durchgesetzt.

Follower: Um alle Beiträge eines bestimmten Twitterers zu erhalten, muss man Follower (also quasi Abonnent) werden. Beliebte oder prominente Twitterer haben viele Tausend Follower.

Freund: In sozialen Netzwerken wird oftmals jeder bestätigte Kontakt als Freund bezeichnet.

Gemeinschaftsseite: Auf Facebook gibt es Gemeinschaftsseiten zu übergeordneten Themen, wie zum Beispiel bekannten Institutionen, Organisationen oder Prominenten.

Gruppe: Von Privatpersonen gegründete Plattform innerhalb eines sozialen Netzwerk, die dem Austausch von Meinungen zu einem bestimmten Thema dient.

Hashtag: Ein Hashtag ist ein Schlagwort, dem zu besseren Identifikation ein #-Zeichen vorangestellt wurde. Auf Twitter können Meldungen nach Hashtags durchsucht werden. So findet zum Beispiel #HSV alle Tweets, die mit diesem Hashtag markiert wurden.

Image-Hoster, Image-Hosting-Service: Bei einem Image-Hoster können (meist) kostenlos Fotos und Videos aufgeladen, gespeichert und anderen Personen zugänglich gemacht werden. Populäre Beispiele sind Flickr und Photobucket.

Instant Messaging (IM): Beim Instant Messaging (Nachrichtensofortversand) unterhalten sich zwei oder mehr Teilnehmer per Chat. Durch das eingesetzte Push-Verfahren landen neue Beiträge sofort beim Empfänger.

Kommentar: Mit einem Kommentar reagieren Facebook-Mitglieder auf Postings anderer Mitglieder. Durch die Verwendung der Kommentarfunktion bleiben längere Unterhaltungen nachvollziehbar.

Location-based Service: Mobile Dienste, die in Abhängigkeit vom Standort bestimmte Informationen bereitstellen oder Funktionen ermöglichen.

Lurker: Person, die in sozialen Netzwerken oder Internet-Foren nur liest, ohne je selbst zu schreiben.

Malware: Die Gesamtheit von Computer-Viren, Würmern und anderen unerwünschten Programmen. Malware setzt sich zusammen aus Malicious und Software, bedeutet also in etwa „böartige Software“.

Microblogging: Eine Form des Bloggens, bei der die Benutzer kurze, SMS-ähnliche Textnachrichten veröffentlichen können. Die Länge dieser Nachrichten beträgt meist weniger als 200 Zeichen.

Newsfeed: Der Newsfeed (Nachrichtenstrom) enthält die aktuellen Meldungen aus dem eigenen sozialen Netzwerk.

Notizen: Bei Facebook können Mitglieder mit Notizen eigene, Blog-ähnliche Beiträge erstellen, die länger sind als Statusmeldungen und Bilder umfassen können.

Offizielle Seite: Auf Facebook können Vertreter etwa von Unternehmen oder Künstlern eine offizielle Seite einrichten.

Ortungsdienste: Handys mit GPS-Empfänger bieten die Weitergabe von Standortinformationen über Ortungsdienste.

Phishing: Bei dieser Form des Internet-Betruges werden Nachrichten oder E-Mails versendet, die vorgeblich von seriösen Unternehmen und Organisationen stammen. Anwender sollen so getäuscht und zur Preisgabe sensibler Informationen bewegt werden.

Pinnwand: Jedes Facebook-Mitglied besitzt eine Pinnwand (Webseite), auf der andere Mitglieder Nachrichten hinterlassen können.

Places: Facebook Places (Orte) ist eine Funktion, mit der Mitglieder ihren aktuellen Standort veröffentlichen können.

Post, Posten: Jeder Beitrag (Text, Video, Link etc.) in einem Social Network ist ein Post. Meist wird der Begriff jedoch für Beiträge verwendet, die sich nicht auf einen vorhergehenden Beitrag beziehen (siehe Kommentar). Das Einstellen eines Beitrags wird posten genannt.

Profil: In den meisten sozialen Netzwerken hat jedes Mitglied ein Profil, eine Seite mit persönlichen Informationen, die für alle oder nur bestimmte Mitglieder öffentlich ist.

Pull-Medien: Bei den Pull-Medien entscheidet der Empfänger, wann und welche Informationen übertragen werden.

Push-Medien: Alle Medien, bei denen der Sender entscheidet, wann und welche Informationen an den Empfänger übertragen werden, sind Push-Medien.

Retweet: Die erneute Verbreitung (Weiterleitung) eines Tweets über Twitter. Durch häufige Retweets entsteht ein Schneeballeffekt, der eine Meldung schnell verbreitet.

Sichtbarkeit: Sie gibt allgemein an, wie viele Informationen eine Person veröffentlicht. Ein Facebook-Nutzer mit hoher Sichtbarkeit verbreitet viele persönliche Daten.

Socialn: In der Jugendsprache wird das Verb „socialn“ für alle Aktivitäten in sozialen Netzwerken verwendet.

Social Plugin: Facebook ermöglicht es fremden Web-Angeboten, „Social Plugins“ zu integrieren, um Informationen und Funktionen des sozialen Netzwerks auf eigenen Internetseiten zu nutzen. Ein Beispiel ist der Gefällt-mir-Button, der heute auf vielen Web-Angeboten zu finden ist.

Status, Statusmeldung: In den meisten sozialen Netzwerken heißen die Standardnachrichten der Mitglieder Statusmeldungen. Damit informiert man zum Beispiel über Urlaub, Arbeitsplatzwechsel aber auch über aktuelle Aktivitäten etc.

Tag, Taggen: Ein Tag ist eine Markierung, die aus Schlagwörtern oder auch einem Namen bestehen kann. Auf Facebook werden zum Beispiel Personen auf Fotos „getaggt“. Dabei wird die Person auf dem Foto markiert und der Name eingegeben. Auf Flickr werden Fotos getaggt, um sie per Schlagwortsuche finden zu können.

Teilen: Der bei Facebook übliche Begriff für das Veröffentlichen von Beiträgen.

Trending Topic: Die aktuell am heißesten diskutierten Themen auf Twitter.

Troll: Person, die in sozialen Netzwerken, Internet-Foren oder Chats bewusst beleidigende oder grob verallgemeinernde Nachrichten postet, um Reaktionen zu provozieren.

Twitterer, Tweep: Twitter-Nutzer, die Meldungen schreiben und verbreiten.

Tweet: Eine Meldung beim Microblogging-Dienst Twitter.

Upload: Das Hochladen von Dateien vom Anwender zu einem Empfänger.

Web 2.0: Web 2.0 beschreibt Internet-Angebote, bei denen die Inhalte wesentlich von den Nutzern bestimmt und erstellt werden (Mitmach-Web).

XING-Handshake: Eine Funktion der mobilen XING-App, bei der sich XING-Mitglieder in unmittelbarer Nähe zueinander sehen und ihren Kontakten hinzufügen können.

Index

@ 52
50plus 21
@mention 60
*-Zeichen 98
#-Zeichen 112

A

Abonnement 105, 109, 116
Abschlussjahr 72
Abstimmungen 75
Administrator 67
Aktivitäts-Index 91
Aktualisierungen 56
Anfragen 28
Anstupsen 53, 129
Antworten 103
Anwendungen 37, 74, 76, 106
App 41, 74, 106, 124
Auf Person aufmerksam machen 102
Auszeichnungen 83

B

Basis-Mitgliedschaft 11, 81, 95
Beiträge 93
Beitrittsanfrage 68
Benachrichtigung 58, 92
Berufserfahrung 83
Best Ager 14
Besucher Ihres Profils 93
Bewerten 52
Bildbearbeitung 138
Bildungsstatus 72
Blockierlisten 32, 40
Blog 62, 108
Blog-Kamera 137
Bluetooth 138

C

Causes 79
Chatten 56
Claim 85
Cyber-Mobbing 154

D

Dateianhänge 83
Datenschutz 12, 90, 125, 146, 151
Digitalkamera 137
Diskussionen 105
Doodle 79, 106

E

Ehemalige 72
Einladung 67
E-Mail 11, 27, 46, 58
Empfehlen 65, 101
Erweiterte Suche 97
Events 93
Exakter Ausdruck 98, 113

F

Facebook 16, 22, 42, 62, 120, 124, 127, 136, 146, 148
Facebook Places 35
Facebook-Werbeanzeigen 38
Fail Whale 121
Favoritenliste 116
Featured People 27
Feierabend 21
Files 78
Firmen-Homepage 100
Firmenname 85
Flickr 88, 141
Follower 108, 115
Foreneinträge 93
Foto 25, 34, 45, 49, 63, 84, 119, 136
Foursquare 125, 134

Freigabeoptionen 145
Freunde 26, 31
Freundesliste 29, 30, 57
Freundschaftsanfragen 29

G

Gästebuch 89
Geburtstage 93
Gefällt mir 52
Geheime Gruppe 67
Gemeinschaftsseiten 23, 73
Generation 50+ 14
Geschlossene Gruppe 66, 104
Gesichtererkennung 137
Gläserner Mensch 12
Goldene Regeln 17
Gowalla 125, 134
GPS-Empfänger 125
Grafikadresse 50
Gruppe 47, 66, 69, 70, 93, 104

H

Hacker 146, 149, 150
Handshake 130
Handy 11, 109
Handykamera 137
Hashtag 112
Hauptmeldungen 60
Helligkeit 140
Hochladen 45, 46, 49
Hochschulen 83
Höflichkeit 18
HTML 87
HTML-Tag 64

I

Ich biete 82, 103
Ich suche 82, 103
Individuelle Privatsphäre 34

Instant-Messaging-Programm 57
Institution 73
Interessante Events 93
Interessen 83
Internet 11, 37, 106

J

Jappy 21

K

Kamera 11, 137
Kategorisierung 94
Keylogger 150
Kleine-Welt-Phänomen 9
Kommentar 43, 51
Kontaktanfrage 95
Kontakte 10, 84, 94, 101
Kosten 10, 81

L

Like-Button 52
Link 44, 89, 119
LinkedIn 20, 80
Liste 29
Live-Meldungen 128
lokalisten 20

M

Malware 149
Markieren 48, 63, 137
Meine Kontakte 96
meinVZ 19
Meldung 60, 117
Microblogging 108
Microsoft Docs 78
Mind-Mapping 106
MindMeister 106
Miniaturbild 45
Mitgliedschaft 10, 13, 23
Mitteilen 42
Mobbing 154
Moderatoren 106

Müll 56
 Music 78
 MyCalendar 78
 mypictr 84
 MySpace 19

N

Nachricht 54, 102, 120
 Nambu 123
 Neues aus Ihrem Netzwerk 93
 Neues aus meinem Netzwerk 81, 91
 Nutzer blockieren 41
 Nutzungsbedingungen 24
 Nutzungsrechte 136, 148

O

Offene Gruppe 66, 104
 Öffentlich 116, 118
 Öffentliche Suche 38
 Öffentliche Termine 91
 Offizielle Seite 23, 47, 71
 Online-Marketing 15
 OpenBC 80
 Organisationen 83
 Ort bestimmen 113
 Ortung 125, 134
 Outlook 107

P

Pacman 79
 Passwort 151
 Pet Society 79
 Phishing 150, 153
 Photobucket 88
 Photoshop.com 138
 PhraseExpress 103
 Picnik 79
 Pinnwand 25, 36, 43, 47, 60, 65, 129
 Places 125, 128
 Posten 42, 49, 51, 74

Powersuche 99
 Präsentation 78
 Premium-Mitgliedschaft 11, 81
 Privat 54, 117, 118
 Privatsphäre 18, 31, 32, 64, 75, 90, 91, 146, 155
 Privatsphäre-Einstellungen 32, 38, 44, 54, 61, 64, 75
 Profil 9, 24, 47, 81, 90, 94
 Profilfoto 26
 Profilvorschau 86
 Pull 125
 Push 125

Q

Qualifikationen 83
 Quiz 75

R

Referenzen 83
 Registrieren 24, 115
 Retweet 109, 118
 Rote Augen 140

S

Schlüsselwörter 60
 Schnellsuche 96
 schülerVZ 19
 Schutz 150, 152, 153
 Schutzfunktionen 147
 Senioren 21
 Share 42
 Sichtbarkeit 33
 Signatur 103
 Silver Surfer 14
 Smartphone 12, 107, 109, 124
 SMS 59, 108
 Social-Media-Marketing 15
 Spam 56, 102

Spracheinstellungen 92
 Spread 106
 Standort-basierte Information 35
 Standortbestimmung 134
 Startseite 92, 114
 Status 43, 83, 86, 91, 125
 Stayfriends 20
 Stichwortsuche 96
 studiVZ 19
 Suchaufträge 98
 Suche 27, 68, 81, 96, 112, 133
 Suchintervall 99
 Suchmaschinen 106
 Suchoperatoren 97
 Suchoptionen 94
 Synchronisieren 128

T

Tabellenkalkulation 78
 Teilen 42, 65
 Teilnehmen 105
 Termine 50
 Terminfinder 106
 Textverarbeitung 64, 78
 Themen 10Thread 52
 Threads 105
 Thwirl 122
 Timeline 115
 Top Tweets 111
 Trending Topics 114, 133
 Tweep 108
 Tweet 108
 Tweetdeck 121
 Twitbin 122
 Twitter 16, 74, 108, 124, 131
 Twitterer 108

U

Über mich 87, 100

Umgangsformen 147
 Umgehende Personalisierung 40
 Ungefragtes Mitglied 69

V

vCard 107
 VCF-Datei 107
 Veranstaltungen 50
 Veranstaltungseinladungen blockieren 41
 Veröffentlichen 42
 Verweisen 44
 Viadeo 80
 Video 34, 49, 119, 136, 144
 Viren 146, 154
 Visitenkarte 107
 Vorsichtsmaßnahmen 18
 Vorstellungsrunde 105

W

Waka-Waka 79
 Webcam 145
 Weblog 62
 Weblogs 108
 Web-Meetings 106
 Weißabgleich 140
 Werbung 13, 38
 Wer-kennt-wen 19

X

XING 16, 80, 94, 124, 129, 146

Y

YouTube 137, 144

Z

Zugangsdaten 91
 Zukünftige Werbeformen 39



FÜR ALLES GIBT ES EINE LÖSUNG. DIGITAL*lifeguide.*

Für mehr Informationen klicken Sie sich doch einfach in unseren Webblog.

www.digital-lifeguide.de

IMPRESSUM

Bildnachweis: Cisco Systems GmbH (S. 137); Immortal World Ltd (S. 140); Looxxie, Inc. (S. 138); Sony Deutschland GmbH (S. 138). Bei allen übrigen Bildelementen handelt es sich um Bildschirmabnahmen (Screenshots), die von Programmen und Webseiten stammen und hier ausschließlich redaktionell verwendet werden.

Alle in diesem Buch enthaltenen Informationen, Verfahren und Darstellungen wurden nach bestem Wissen zusammengestellt und mit Sorgfalt getestet. Dennoch sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Aus diesem Grund sind die im vorliegenden Buch enthaltenen Informationen mit keiner Verpflichtung oder Garantie irgendeiner Art verbunden. Autoren und Verlag übernehmen infolgedessen keine juristische Verantwortung und werden keine daraus folgende oder sonstige Haftung übernehmen, die auf irgendeine Art aus der Benutzung dieser Informationen – oder Teilen davon – entsteht.

Ebenso übernehmen Autoren und Verlag keine Gewähr dafür, dass beschriebene Verfahren usw. frei von Schutzrechten Dritter sind. Die Wiedergabe von Ge-

brauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Buch berechtigt deshalb auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckes und der Vervielfältigung des Buches, oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) – auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung – reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2011 Carl Hanser Verlag München
Lektorat: Margarete Metzger
Herstellung und Layout: Stefanie König
Umschlagkonzept: Götz Schmidt
Umschlagrealisation: Stephan Rönigk
Druck und Bindung: Kösel, Krugzell
Printed in Germany
ISBN 978-3-446-42497-5
www.hanser.de/digitallifeguide

Auf Sie warten Dutzende Freunde, die Sie fast schon aus den Augen verloren haben: Steigen Sie ein in das Social-Networking mit Facebook, XING & Co., und finden Sie Freunde, Schulkameraden und entfernte Verwandte sowie wertvolle Geschäftskontakte. Mit diesem **DIGITAL***lifeguide* nutzen Sie die Kraft des Vitamin B(eziehung) für Privatleben und Karriere.

Jetzt richtig starten ins Social-Networking!

- So einfach ist das: Legen Sie ein Facebook-Profil an, und füllen Sie es mit Leben, finden Sie Freunde, starten Sie Gruppen und, und, und.
- Da schau her: Zeigen Sie der Welt, wer Sie sind und was Sie lieben: Ihre Reisen, Ihre Hobbys, Ihre Familie etc.
- Auf der Karriereleiter nach oben: Knüpfen Sie berufliche Kontakte auf XING, und präsentieren Sie sich optimal für Headhunter und Personalverantwortliche.
- Zutritt verboten: Behalten Sie die volle Kontrolle über Ihre Privatsphäre und Ihren guten Ruf.
- Man surft nicht mehr ohne: Schützen Sie sich wirksam vor Viren, Würmern und Betrügern.

