

1 ❖ Vom Bloggen zum Microblogging

Fazit: Sie können Twitter für jede Art der Informationsverbreitung und Kommunikation nutzen. Ihrer Fantasie sind da ebenso wenig Grenzen gesetzt wie den Entwicklern des Twitterversums, wie man das um die API entstandene „Ökosystem“ nennt. Die einzige Voraussetzung dafür ist die Frage, ob Ihre Zielgruppe, also Zuhörer, vorhanden ist.

1.2 Die Twitterati oder wer nutzt Twitter überhaupt?

Dies ist eine der entscheidenden Fragen, die Sie sich vor dem Einstieg in welches Social-Media-Netzwerk auch immer als Allererstes stellen sollten. Wer ist wo? Ist meine Zielgruppe da, wo ich bin bzw. mein Unternehmen beabsichtigt, aktiv zu werden? Mehr dazu und wie Sie eine auf Ihre Situation bezogene relevante Antwort erhalten können, das erfahren Sie in Kapitel 5 „Twitteralltag“.

Tipp

Grobe Faustformel zum Vergleich USA und Europa (insbesondere Deutschland/Österreich/Schweiz): Themen, die in den USA stark sind, brauchen ca. fünf Jahre, bis „germanisch“ sozialisierte Länder sie in ähnlicher Massenfähigkeit annehmen.

- ▶ Facebook-Gründung 2003 – der Durchbruch in D/A/CH erfolgte 2008.
- ▶ LinkedIn-Gründung 2004 – die deutschsprachige Variante gibt es seit 2009.
- ▶ Twitter-Gründung 2006 – der Durchbruch ist meiner Beobachtung nach in D/A/CH noch immer nicht erfolgt.

1.2 Die Twitterati oder wer nutzt Twitter überhaupt?

Die Nutzung aller Social-Media-Plattformen weicht in der einen Region zum Teil sehr stark von anderen ab. Die meisten Daten, die dazu veröffentlicht werden – wenn Sie auf Google-Suche gehen –, stammen aus dem angelsächsischen Sprachraum.

Weltweit gibt es derzeit ca. 600 Millionen Tweeps = Zwitscherer (abgeleitet von „zwitschern“). Aufgrund von Übersetzungsschwierigkeiten existiert bei uns auch nach sechs Jahren noch immer kein einheitliches Wort für diejenigen, die zwitschern. Manche sagen Twitterer, andere nehmen das Original Tweeps, wieder andere sagen Twitterati. Letztgenannte Bezeichnung werde ich auch in diesem Buch verwenden.

Wer von Ihnen schon einmal das YouTube-Video „Social Media Revolution“ (deutsche Version von 2009, weil diese zeigt, was sich in den letzten drei Jahren darüber hinaus getan hat, http://bit.ly/SocialMediaRevolution_2009) gesehen hat, weiß, dass die weltweit größten Twitteraccounts von Promis wie Britney Spears, Ashton Kutcher, dem Dalai Lama und Barack Obama stammen, um nur ein paar Beispiele zu nennen. Die Eröffnung des offiziellen Dalai-Lama-Accounts bekam ich übrigens mit. Innerhalb von 24 Stunden hatte Seine Heiligkeit gut eine Million Follower.



Abbildung 1.2: *Offizieller Barack-Obama-Twitteraccount @BarackObama*