

# Social Media als Mediengattung

Abgrenzung zu klassischen Medien, regulatorische Aspekte und aktuelle Nutzungszahlen.





# Das Internet als Basis



## Universalmedium

Das Internet gilt als Universalmedium und geht weiter als klassische One-Way-Medien.



## Frühe 90er Jahre

Das World Wide Web war anfangs noch ein One-Way-Medium mit kaum interaktiven Websites.



## Technische Entwicklung

Bessere Multimedia-Verfügbarkeit, schnellere Leitungen und neue Servertechnologien ermöglichten interaktivere Dienste.

1990S

#BBE57Y



#57E5T9



# Vom Web 1.0 zum Social Web

1

## Web 1.0 (90er Jahre)

Statische Websites mit wenig Interaktivität. Inhalte wurden nur von Betreibern bereitgestellt.

2

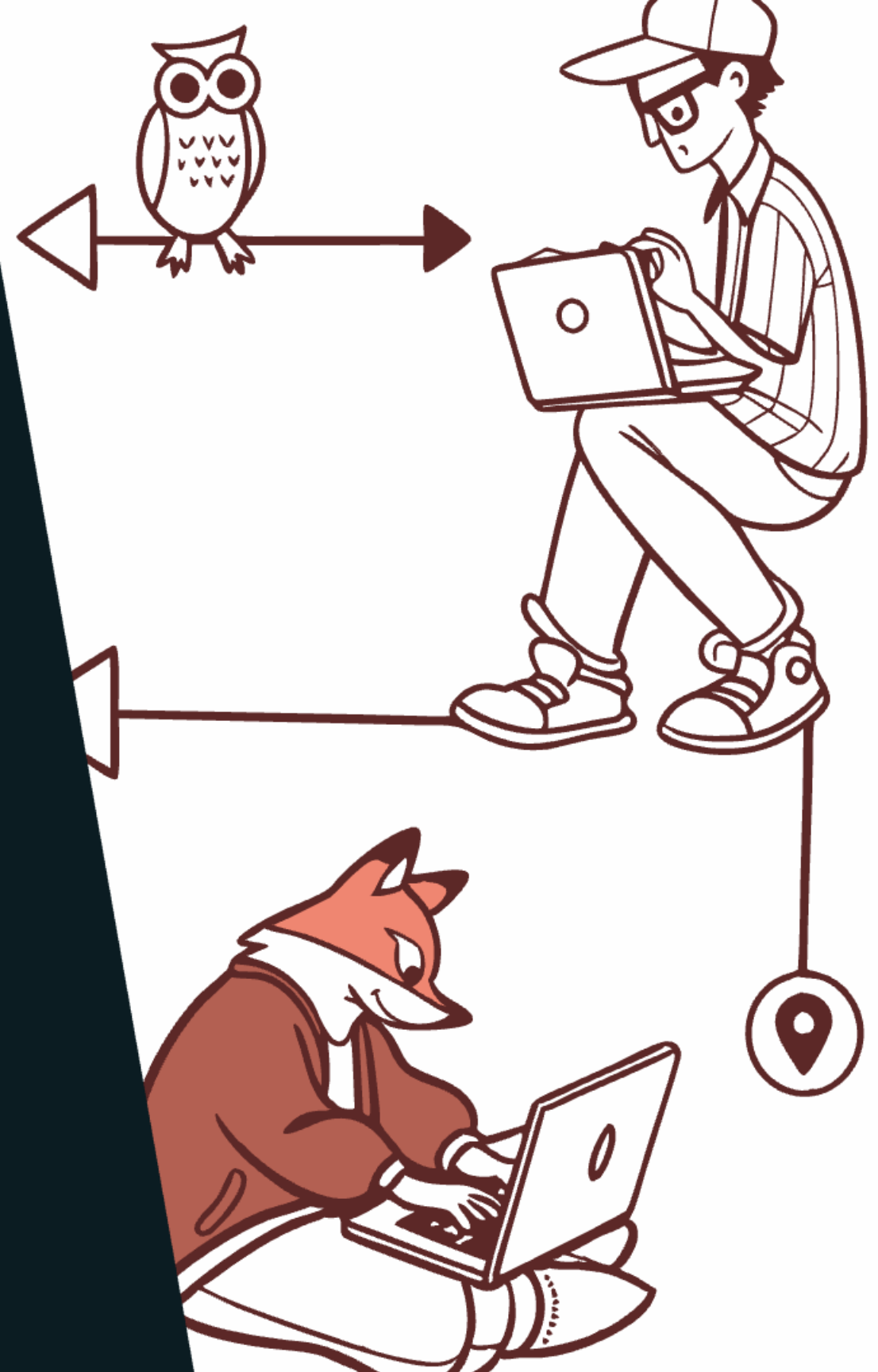
## Übergangsphase

Wegfall von Online-Foren (Use-Net), Entwicklung neuer technischer Möglichkeiten.

3

## Social Media Ära

Nutzer erstellen und teilen Inhalte. Algorithmen steuern die Verteilung.



# Abgrenzung zu klassischen Medien

## Klassische Medien

- Professionelle Inhaltsproduktion
- Redaktionelle Kontrolle
- Lineare Verbreitung
- Geringe Personalisierung

## Social Media

- Nutzer erstellen Inhalte
- Plattformregeln statt Redaktion
- Algorithmische Verteilung
- Hohe Personalisierung

# Besonderheiten von Social Media

## Nutzergenerierte Inhalte

Die Plattformen erstellen selbst keine Inhalte. Diese werden von den Nutzern produziert und geteilt.

## Plattformregeln

Inhalte unterliegen den Regeln der Plattform. Diese werden durch die Plattformbetreiber durchgesetzt.

## Algorithmische Steuerung

Die Verteilung der Inhalte wird durch komplexe Algorithmen gesteuert.

## Personalisierung

Hoher Personalisierungsfaktor der Inhalte basierend auf Nutzerverhalten und -präferenzen.





# Regulatorische Herausforderungen



## Sorgfaltspflicht

Frage nach der Verantwortung von Plattformen für Nutzerinhalte.



## Gegenüberstellung

Klassische Medien haben Pflichten und genießen besonderen Schutz.



## Verantwortlichkeit

Diskussion über die Haftung für problematische Inhalte.

# Regelwerke zur Regulation



## DSGVO

Datenschutz-Grundverordnung regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten.

---



## Digital Services Act

EU-Gesetz zur Regulierung digitaler Dienste und Bekämpfung illegaler Inhalte.

---



## Nationale Gesetze

Länderspezifische Regelungen ergänzen internationale Vorgaben.



## Definition nach Merriam-Webster

"Forms of electronic communication through which users create online communities to share information, ideas, personal messages, and other content."

Diese Definition fokussiert sich auf den Austausch von Informationen, erfasst aber nicht alle Dimensionen von Social Media.

Eine wesentliche fehlende Dimension ist die Selbstrepräsentation der Nutzer.



# Definition nach Encyclopedia Britannica

## Kommunikation

Austausch von Informationen, Ideen und Inhalten im Internet.

## Vernetzung

Unterscheidung zwischen Social Networking und Social Media.



## Community-Bildung

Nutzer bauen Gemeinschaften untereinander auf.

## Publikumsaufbau

Nutzung von Plattformen zum Aufbau einer Zuhörerschaft.

# Definition nach Encyclopedia Britannica

social media, a form of mass media communications on the Internet (such as on websites for social networking and microblogging) through which users share information, ideas, personal messages, and other content (such as videos). Social networking and social media are overlapping concepts, but social networking is usually understood as users building communities among themselves while social media is more about using social networking sites and related platforms to build an audience.



# Definition nach Wikipedia (1)

Social Media sind interaktive Technologien, die die Erstellung, das Teilen und die Aggregation von Inhalten ermöglichen.

## 1 Online-Plattformen

Social Media-Apps ermöglichen Nutzern, Inhalte zu erstellen, zu teilen und am sozialen Netzwerk teilzunehmen.

## 2 Nutzergenerierte Inhalte

Textbeiträge, Kommentare, Fotos, Videos und Daten aus Online-Interaktionen bilden die Grundlage.

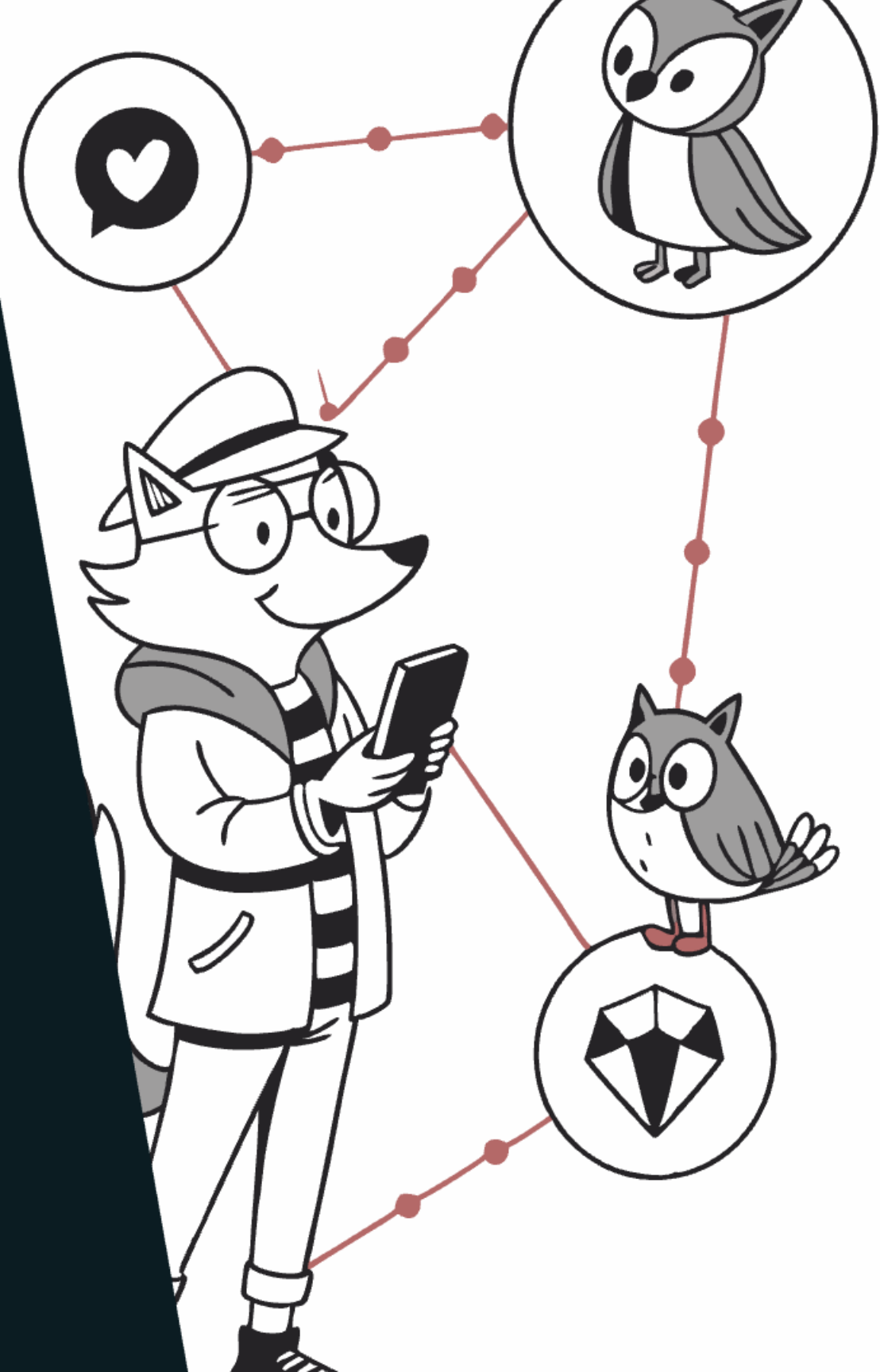
# Definition nach Wikipedia (2)

## 1 Nutzerprofile

Nutzer erstellen dienstspezifische Profile, die von der Social-Media-Organisation verwaltet werden.

## 2 Soziale Netzwerke

Social Media fördert die Entwicklung von Online-Netzwerken durch Verknüpfung von Profilen.



# Die sieben Bausteine von Social Media





# LinkedIn: Fokus auf berufliche Identität



## Identity

Berufliche Selbstdarstellung durch Profile mit Ausbildung und Berufserfahrung.



## Reputation

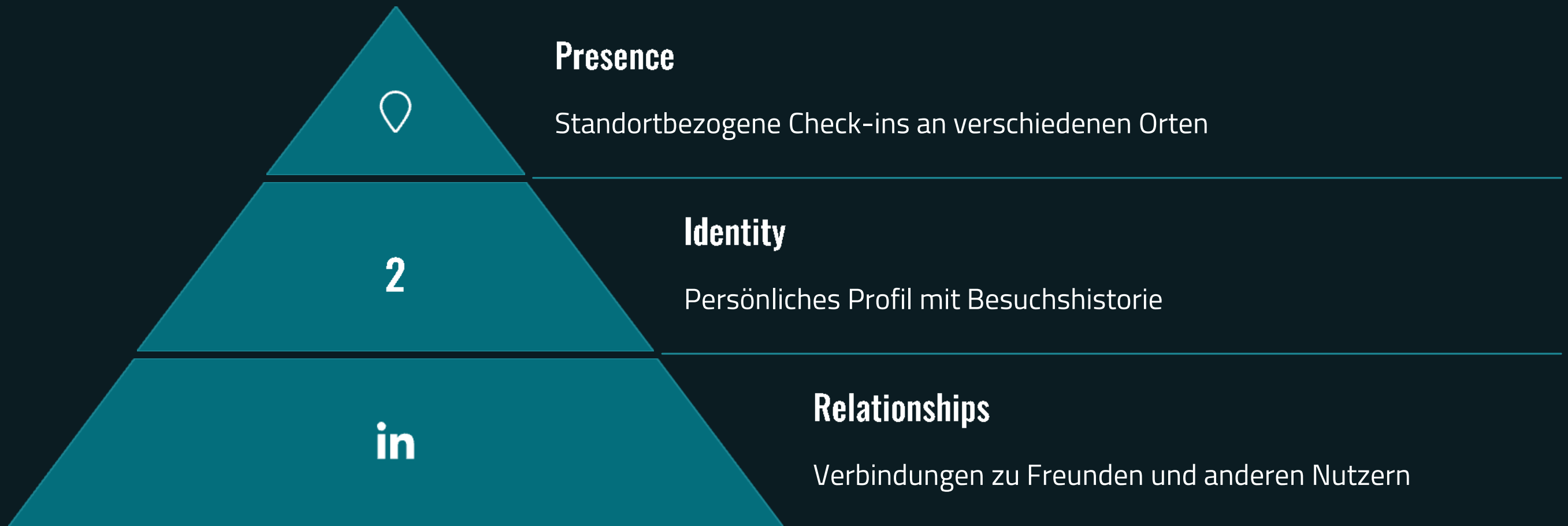
Empfehlungen und Bestätigungen von Fähigkeiten durch andere Nutzer.



## Relationships

Aufbau eines beruflichen Netzwerks durch Kontakte und Verbindungen.

# Foursquare: Standortbezogene Dienste



# Facebook: Vielseitige Plattform



## Relationships & Identity

Freundschaftsnetzwerk und persönliche Profile stehen im Mittelpunkt.



## Conversation & Presence

Kommunikation durch Kommentare, Messenger und Statusanzeigen.

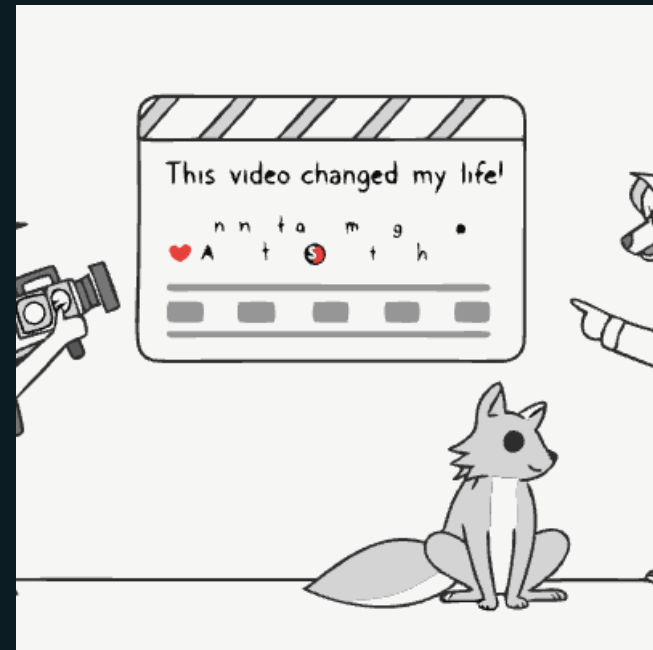
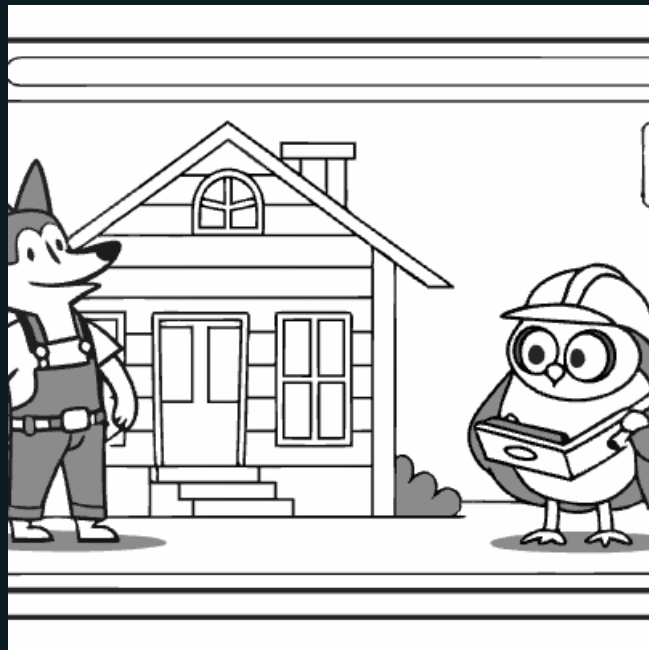


## Reputation

Likes, Reaktionen und Teilen als Reputationsmechanismen.



# YouTube: Content-Sharing-Plattform



YouTube konzentriert sich auf Sharing (Videoinhalte), Conversations (Kommentare), Groups (Kanäle und Communities) und Reputation (Likes, Abonnenten).



# Marktdynamik bei Social Media



## Nutzerbasis

Große Nutzerbasis bedeutet höhere Relevanz und Attraktivität.



## Nischensuche

Neue Plattformen müssen spezifische Nischen finden.



## Kopieren

Oder sie kopieren erfolgreiche Funktionen bestehender Plattformen.



## Wachstum

Erfolgreiche Plattformen wachsen exponentiell durch Netzwerkeffekte.



## Nischen-Plattformen

### Triller

Fokus auf Musikvideos und Künstler, ähnlich wie TikTok aber mit spezifischerem Fokus.

### Vimeo

Hochwertige Videoplattform für Filmemacher und Kreative, Alternative zu YouTube.

### Untappd

Soziales Netzwerk für Bierliebhaber, ermöglicht Check-ins bei verschiedenen Biersorten.

### Elpha

Community für Frauen in der Technologiebranche, fokussiert auf berufliche Vernetzung.

# Internetzugang weltweit

**5.4B**

## Menschen online

5,4 Milliarden Menschen haben Zugang zum Internet.

**50%+**

## Mobile Nutzung

Mehr als die Hälfte nutzt das Internet primär über Smartphones.

**42B**

## Geräte

42 Milliarden Geräte mit Internetzugang sind online.



# YouTube: Inhaltswachstum



## Pro Minute

500 Stunden neues Videomaterial werden jede Minute hochgeladen.



## Pro Tag

Das entspricht 720.000 Stunden neuem Content täglich.



## Pro Jahr

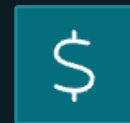
Über 262 Millionen Stunden neues Videomaterial jährlich.

# Fortnite: Gaming als soziales Netzwerk



## Spielerbasis

350 Millionen  
Spieler\*innen weltweit.



## Wirtschaftlicher Erfolg

9 Milliarden Dollar Umsatz.



## Soziale Komponente

Entwicklung zu einer sozialen Plattform mit Events und Konzerten.



# Twitter: Kommunikationsvolumen

## Pro Minute

500.000 Tweets werden pro Minute veröffentlicht.

## Globale Reichweite

Unmittelbare weltweite Verbreitung von Nachrichten und Meinungen.



## Pro Tag

720 Millionen Tweets täglich.

## Pro Jahr

Über 260 Milliarden Tweets jährlich.

# Facebook: Die größte Plattform



## Globale Präsenz

Facebook hat über 2,9 Milliarden aktive Nutzer\*innen weltweit.



## Demografische Vielfalt

Nutzer aus allen Altersgruppen und Regionen der Welt.

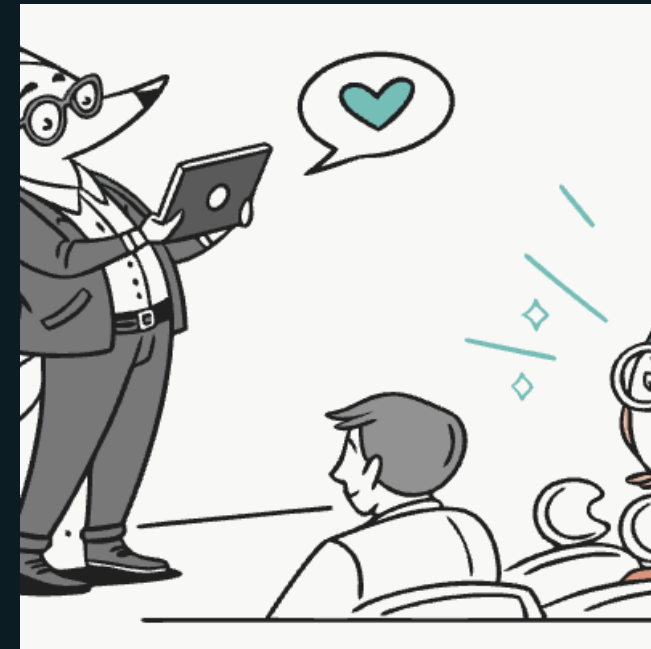
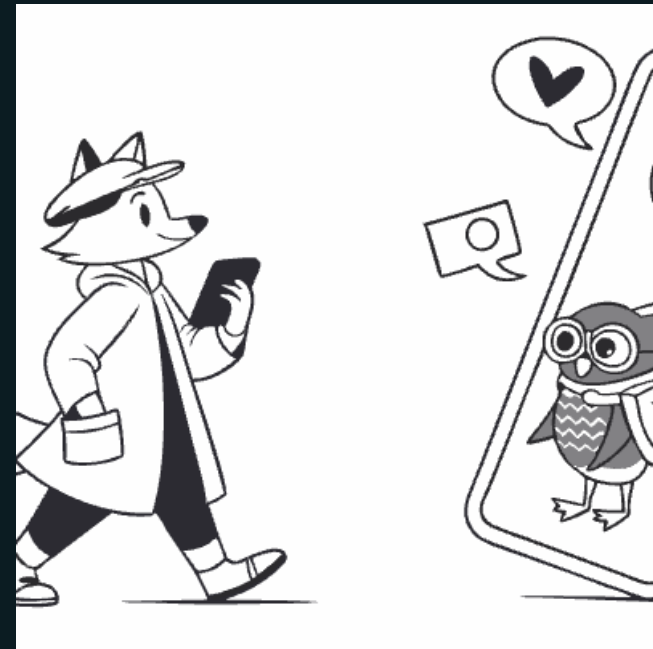


## Wirtschaftliche Macht

Einer der größten Werbeträger im digitalen Raum.



# Instagram: Visuelle Kommunikation



Instagram hat 2 Milliarden aktive Nutzer\*innen. Die Plattform fokussiert sich auf visuelle Inhalte wie Fotos und kurze Videos.

# TikTok: Rasantes Wachstum

## Nutzerbasis

TikTok hat 1 Milliarde aktive Nutzer\*innen erreicht.

Die Plattform verzeichnete eines der schnellsten Wachstumsraten in der Geschichte sozialer Medien.

## Besonderheiten

Fokus auf kurze Videoformate.

Starker Algorithmus zur Personalisierung.

Besonders beliebt bei jüngeren Nutzern.

# Vergleich der großen Plattformen

Plattform	Aktive Nutzer	Hauptfunktion	Zielgruppe
Facebook	2,9 Mrd.	Vernetzung	Alle Altersgruppen
Instagram	2 Mrd.	Fotos/Videos	Jüngere Erwachsene
TikTok	1 Mrd.	Kurzvideos	Jugendliche/junge Erwachsene
Twitter	0,4 Mrd.	Kurznachrichten	Nachrichteninteressierte



# Zusammenfassung und Ausblick

## Grundlagen

Social Media basiert auf dem Internet als Universalmedium und hat sich aus statischen Websites entwickelt.

## Besonderheiten

Nutzergenerierte Inhalte, Plattformregeln, algorithmische Steuerung und Personalisierung sind Kernmerkmale.

## Regulierung

Regelwerke wie DSGVO und Digital Services Act versuchen, den Rahmen zu setzen.

## Zukunft

Die Entwicklung geht weiter mit neuen Plattformen und Funktionen in einem dynamischen Markt.