

# Social Media überholt Pornos.

**Social Media haben Pornografie als die häufigste Aktivität im Netz verdrängt. Die Zahlen beweisen:**

- 100 Millionen Nutzer in 9 Monaten. Facebook hat nun 450 Millionen Nutzer.
- 3 Millionen Bilder Uploads an einem Tag (23.1.2010) bei Flickr.
- 5 Millionen iPhone-App Downloads am selben Tag.
- 1 Milliarde Videos wurden schon bei YouTube angesehen.

Wir befinden uns im größten Umbruch seit der Industrialisierung. Wer in Zukunft Bilder oder Dienstleistungen an welche Zielgruppen auch immer absetzen will, kommt an den oben angeführten Medien nicht vorbei. Doch was sind Social Media? Es handelt sich um Medien, die soziale Interaktionen und Zusammenarbeit ermöglichen. Diese Medien unterstützen uns mit Technologie und Gimmicks. Sie wandeln einseitige Monologe in soziale Medien-Dialoge. Damit wird jeder Beteiligte zu einem möglichen Produzenten - als Kommunikationsmittel werden Texte, Bilder, Videos, Podcasts usw. verwendet. Dieses gemeinsame Erstellen, Bearbeiten und Verteilen von Inhalten wird von cleveren Unternehmern professionell genutzt und verwertet. Beispiele dafür sind Flickr, YouTube, Facebook und Google.

## Die Meinungsbildung für jedes Alter

Meinungsäußerungen nehmen rasant zu und verbreiten sich wie Feuer über die Netzwerke. Sie sind über Google und Co. auch nach Jahren noch für jeden auffindbar. Für Unternehmen birgt diese neue Situation Chancen und Risiken: Wenn Firmen an diesen Diskussionen und

klassischen Werbung – kapiert? Anders ist das bei Google Adwords, hier ist nach wie vor Google bemüht, Qualität in den Suchergebnissen zu bewahren.

## Wachstum geht über Social Media

Umfrageergebnisse zum Thema „Trends der digitalen Wirtschaft 2010“ in Deutschland zeigen, dass selbst im Krisenjahr 2009 rund 70 % der Unternehmen der digitalen Wirtschaft den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr gesteigert oder zumindest ein gleiches Ergebnis erzielten. Den Online-Bereich sehen 90 % auch 2010 weiter auf Wachstumskurs, hingegen wird bei den Medien Print, Fernsehen und Radio ein Abschwung oder eine Stagnation erwartet. So sanft formulieren es die Wissenschaftler, fragen Sie einmal Ihre Kinder, wie die Realität aussieht.

## Good bye Bild, TT, ORF ...

Der Informationsmarkt ist im Wandel: Wir suchen nicht mehr nach Produkten und Serviceleistungen, sie kommen über Social Media zu uns. Das wird eine Umverteilung der Werbebudgets mit sich bringen. Elmar Frischmann, Geschäftsführer der ICA in Innsbruck: „Wir haben das An-



Links: der Tirolblog  
Rechts: TirolArena auf Facebook

Meinungsbildungen als akzeptierter Gesprächspartner teilnehmen, können Sie sich positionieren, Fürsprecher gewinnen und mitgestalten. Wer nicht oder nicht glaubwürdig daran teilnimmt riskiert, dass die öffentliche Debatte ohne ihn abläuft und dass seine Argumente und Perspektiven unberücksichtigt bleiben.

Das hätte man(n) nicht gedacht: Der am meisten wachsende Anteil bei Facebook sind 55 - 65jährige Frauen. Das Durchschnittsalter der Facebook-Nutzer liegt inzwischen immerhin bei 33 Jahren, im Jahr 2008 lag es noch bei 26 Jahren.

## Die Spatzen twittern es vom Dach

Wenn Facebook ein Land wäre, wäre es nach China und Indien und vor den USA das drittgrößte der Welt. Es wundert jetzt hoffentlich niemanden, dass Ashton Kutcher Millionen von Freunden auf Twitter hat. Und dass 80 % aller Tweets von unterwegs und von überall auf der Welt erstellt werden.

Und jetzt kommt's: Bereits 25 % der Suchergebnisse auf die 20 größten Marken der Welt sind Links auf Inhalte, die von Privaten erstellt wurden. Und 34 % der User schreiben über Produkte und Marken. 78 % der Konsumenten vertrauen Empfehlungen aus ihrem Umfeld, nur 14 % vertrauen der

gebot für unsere Kunden gerade umgestellt, denn Social Media Aktivitäten werden in den klassischen Marketing-Mix eingebunden. Demgegenüber werden klassische Werbeformen abnehmen - für ORF und Co wird's eng: 90 % der Zuseher, die Fernsehwerbung wegdrücken können, tun dies auch. Weiterhin auf Wachstumskurs sind professionell angelegte Adwords Kampagnen bei Google.“

Unternehmen versuchen immer häufiger, Marken- und Unternehmensinformationen über Micromessages und Newsfeeds im Internet zu verteilen. Schon heute setzten Firmen die populären Plattformen wie Twitter, Friend-Feed oder auch Jaiku ein, um Nachrichten, Produktinformationen und Angebotspreise zu kommunizieren.

## Social Media, nur eine Modeerscheinung?

Twitter erwartet, bis zum Jahresende auf rund 100 Millionen aktive User zu wachsen. Kein Modetrend, sondern harte Fakten, mit denen Unternehmen umgehen lernen müssen – so oder so.

**ACHTUNG:** Das Thema Social Media wird auch für die „alten“ Medien immer wichtiger. Der Erfolg von Facebook, Twitter und Co. ist unbestritten. Sie können ihn gar nicht mehr negieren, Sie sollten ihn für sich nutzen, wenn Sie zwischen 14 und 105 Jahre alt sind.

