

Medienkonferenz E-Economy 13. September 2010

Fact Sheet SOCIAL NETWORKS

Soziale Netzwerke im Sinne der Informatik sind Netzgemeinschaften bzw. Webdienste wie FACEBOOK, XING, YOUTUBE oder TWITTER, die Netzgemeinschaften beherbergen. Handelt es sich um Netzwerke, bei denen die Benutzer gemeinsam eigene Inhalte erstellen (*User Generated Content*), bezeichnet man diese auch als soziale Medien. Soziale Netzwerke stehen umgangssprachlich für eine Form von Netzgemeinschaften, welche technisch durch *Web-2.0*-Anwendungen oder Portale beherbergt werden. Im Englischen existiert der präzisere Begriff des *social network service*. Die deutschen Begriffe «Gemeinschaftsportal» oder «Online-Kontakt Netzwerk» sind eher weniger gebräuchlich.

Die Webportale bieten ihren Nutzern üblicherweise folgende Funktionen an: *Persönliches Profil*, mit diversen Sichtbarkeitseinstellungen für Mitglieder der Netzgemeinschaft oder generell der Öffentlichkeit des Netzes; *Kontaktliste* oder *Adressbuch* samt Funktionen, mit denen die Verweise auf andere Mitglieder der Netzgemeinschaft (Freunde, Bekannte, Kollegen usw.) verwaltet werden können (Datenimport aus E-Mail-Konto oder anderen Portalen); Empfang und Versand von *Nachrichten* an andere Mitglieder (einzeln, an alle usw.); Empfang und Versand von *Benachrichtigungen über diverse Ereignisse* (Profiländerungen, eingestellte Bilder, Videos, Kritiken, Anklopfen usw.); *Blogs*; *Suche*. Es sind Funktionen, die sich auch in *Computer Supported Cooperative Work* (CSCW) Anwendungen finden, allerdings hier für potenziell grosse Nutzergruppen (weltweit, landesweit, regional, stadtweit) ausgelegt.

Charakteristisch für *Social Networks* ist, dass die Nutzer mit bekannten oder befreundeten Nutzern (*many to many*) in Dialog treten und dabei zugleich Produzenten und Konsumenten (*prosumers*) der Inhalte dieser Medien sind. So sind z.B. immer mehr Parteien und Politiker bestrebt, solche Benutzergruppen zu bilden, um sie zur politischen Meinungs- und Gruppenbildung sowie zur Lancierung und Unterstützung politischer Vorstösse einzusetzen.

Soziale Medien werden zunehmend für die Unternehmenskommunikation (*Public Relations*), für Werbung, als Absatzkanäle für Güter und Dienste sowie für die Personalrekrutierung eingesetzt, wo sie für Effizienzsteigerungen und netzwerkbedingte Multiplikator-Effekte sorgen, aber auch in der öffentlichen Verwaltung, um Bürgernähe, Interaktion und Partizipation zu erzeugen. Pilotprojekte im Ausland zeigen, dass sich mit Hilfe von *Social Networks* der Zugang zu bisher mit der Verwaltung wenig interaktiven Bevölkerungsgruppen und anderen interessierten Kreisen wesentlich effizienter und kostengünstiger erschliessen lässt.

Zum weltweit führenden sozialen Medium mit derzeit über 500 Mio. Nutzenden hat sich zweifellos FACEBOOK entwickelt. In der Schweiz waren es Ende 2009 rund 1.8 Mio. Nutzende, im April 2010 bereits über 2 Mio., also über ein Viertel der Bevölkerung. Damit ist die Schweiz an dieser Entwicklung, die erst am Anfang steht und enorme wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen generieren wird, sehr aktiv beteiligt.

FACEBOOK und andere Anbieter sind bestrebt, ihre Plattformen mit einem Potenzial von weltweit Hunderten von Mio. Nutzenden – die sich zudem in diesen sozialen Medien sozusagen selber nach Interessen gruppieren – kommerziellen Zwecken zuzuführen, z.B. dem Austausch von Informationen, Gütern und Dienstleistungen. Dadurch entstehen neue Herausforderungen wie *Substitution von Wirtschaftsbereichen und deren Leistungen*, *potenzielle Schattenwirtschaft*, *Missbrauch von Privatdaten* usw.

Die Schweiz, ihre Sektoren und ihre Bevölkerung sind herausgefordert, die Chancen und Potenziale der vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten von *Social Networks* und *Social Media* zu erkennen und auszuschöpfen, um neue Absatz- und Vermarktungswege zu erschliessen und damit international konkurrenzfähig zu bleiben. Ebenso wichtig ist es, Risiken zu erkennen, Verantwortung zu übernehmen und die Bevölkerung vor kriminellen Aktivitäten wie z.B. illegaler Handel oder Kinderpornografie zu schützen.