

Titel: Das Twitter-Buch

**Autor: Tim O'Reilly und Sarah Milstein mit Volker Bombien,
Corina Pahrman & Nathalie Pelz**

Jahr: 2013, dritte Auflage

Verlag: O'Reilly Verlag'

Seitenzahl: 270

Preis: 17,90 EUR

ISBN: 978-3-86899-964-8

1 Allgemeine Bemerkungen

'Das Twitter-Buch' richtet sich an Leser, die beginnen wollen, mit *Twitter* zu arbeiten.

2 Gliederung des Buches

Auf den geraden Seiten (links) finden sich Screenshots aus *Twitter*, die jeweils einen thematischen Bezug auf den Text auf den ungeraden Seiten (rechts) nehmen.

Kapitel 1: Den Einstieg finden

Im ersten Kapitel erläutern die Autoren die häufigsten Fachbegriffe und Symbole, um das Zurechtfinden in *Twitter* zu erleichtern:

- *following*
- #-Hashtags
- @-Erwähnungen
- *Retweets*
- *Direct Messages*

Dabei erfahren wir, worauf man beim Anmelden achten muss:

- das eigene *Twitter*-Profil ansprechend erstellen.
- zu lange Nachrichten auf standardisierte 140 Zeichen kürzen.
- URL-Verkürzungsdienste wie *Bit.ly* und *ls.gd* nutzen, um die Länge eines Links auf bis zu 30 Zeichen zu reduzieren.
- die optimale Zahl für das Folgen von Personen wäre nach Meinung der Autoren 50. Um herauszufinden, welche Zahl für jemand am besten passt, raten die Autoren mit dem Folgen von 40 bis 100 Personen anzufangen.
- die Autoren empfehlen, Follower-Listen anzulegen, um eine bessere Übersicht zu behalten.
- wo man Hilfe zu *Twitter* finden kann.

Kapitel 2: Mithören

Im zweiten Kapitel erfahren wir, wie man die *Twitter*-Suche verwenden kann, um interessante Personen, wie z.B. bekannte Politiker oder Sänger, zu finden und aktuellen Tweets zu lesen. Ausserdem wird erläutert, wie man über die zehn Trend-Begriffe zu den aktuell diskutierten Themen kommen kann. Weiter im Kapitel verraten die Autoren, wie man die Trends mittels *Twitscoop* (<http://twitscoop.com>) oder *Trendsmap* (<http://trendsmap.com>) aufspüren kann, bevor sie offiziell bekannt werden. Weitere Suchdienste werden erklärt, hier nur eine Auswahl:

TweetGrid <http://tweetgrid.com> - permanentes Überwachen der Tweets in Echtzeit zu einem bestimmten Thema.

Monitter <http://monitter.com> - Funktionalität wie bei *Tweetgrid*.

PeopleBrowsr <http://rs.peoplebrowsr.com> - Suchmaschine für die Community-Suche.

Topsy <http://topsy.com> - ermöglicht eine Suche nach älteren Tweets, aber auch nach Links und Domainnamen.

Snapbird <http://snapbird.com> - ermöglicht eine verfeinerte Suche bei sog. Viel- und Lange-Twitterern.

CloudMagic <https://cloudmagic.com> - siehe Funktionalität wie bei *SnapBird*.

Twilert <https://twilert.com> - ermöglicht regelmäßige Benachrichtigungen über die Erwähnung bestimmter Begriffe in Tweets.

TweetBeep <https://tweetbeep.com> - siehe Funktionalität wie bei *Twilert*, benachrichtigt aber auch bei Erwähnungen der URLs.

backtweets <https://backtweets.com> - ermöglicht eine Suche nach Links und Domainnamen.

Kapitel 3: Interessante Gespräche führen

Die Autoren bezeichnen *Twitter* als eine Diskussionsplattform. Es gehe bei den Mitgliedern dabei nicht um ihren Eigennutz, sondern um die Beisteuerung von deren eigenen Beiträge. Im dritten Kapitel versuchen die Autoren, dieses Prinzip des Austauschs mittels *Twitter* zu erläutern. Dabei lernen wir z.B., vorauf man achten muss, um gute Follower zu finden. Als wichtigen Tipp geben die Autoren, dass man auf die @Erwähnungen unbedingt antworten sollte und wie man die Retweets auf eine elegante Weise meistern kann. Ausserdem betonen die Autoren die Wichtigkeit der Beantwortung der Fragen, die von anderen Twitterern gestellt werden.

Schließlich verraten die Autoren die Hachtag-Tricks und geben Werkzeuge auf, mit deren Hilfe man mehr über eigene Follower erfahren kann.

Kapitel 4: Informationen und Ideen weitergeben

Im vierten Kapitel lernen wir die Techniken für die Verbreitung von interessanten Informationen kennen, um diese klar zu kommunizieren und mit der Zeichenbeschränkung

von *Twitter* kreativ umgehen zu können. Dabei spielt das Verlinken von Webinhalten sowie das Verschicken von Bildern eine wesentliche Rolle.

Schließlich machen die Autoren auf die Möglichkeit aufmerksam, *Twitter* als Veröffentlichungsplattform zu nutzen.

Kapitel 5: Zeigen Sie sich

Im fünften Kapitel erfahren wir, wie man sich auf *Twitter* präsentieren kann. Dabei erläutern die Autoren, wie man persönliche Updates durchführen und somit in der *Twitter*-Community zur sog. *ambient intimacy* (Umgebungsvertrautheit) beitragen kann. Dazu gehören auch, der Meinung der Autoren nach, die Auswahl der Profil- und Hintergrundbilder, sowie des Profilenames. Ausserdem geben die Autoren Hinweise, worauf man achten und welche Informationen man auf *Twitter* stellen sollte, wenn man auf jeglicher Art von Reisen unterwegs ist.

Kapitel 6: Twitter fürs Business

Im sechsten Kapitel geht es um den Einsatz von *Twitter* im Beruf. Die Autoren machen zunächst auf die häufigsten Fehler aufmerksam, die beim Einsatz von *Twitter* in Firmen bzw. im beruflichen Umfeld gemacht werden und nennen wichtige Einsatzgebiete von *Twitter* im Businessbereich:

- zum Führen von Gesprächen (und weniger als „einseitige Ankündigungen“ (S. 195))
- zur Kundenbindung
- als Kommunikationskanal bei bestimmten Firmenteilen wie z.B. Kundendienst, Marketing u.ä.
- als Infostand für Tipps, Links, Prospekte usw.

Es wird weiterhin empfohlen, klein anzufangen, indem man einmal pro Tag bzw. ein paar Mal pro Woche eine Nachricht schickt und mehrmals täglich Fragen beantwortet. Weiter im Kapitel geben die Autoren Tipps, wie wer als Twitterer am besten in Frage kommt und wie man mehrere Twitterer koordinieren sollte. Ausserdem erfahren wir, dass man wenig über die eigene Firma schreiben sollte und durch welche Maßnahmen man am besten Angebote an Interessenten unterbreiten kann, um mit *Twitter* Geld verdienen zu können.

Schließlich empfehlen die Autoren, Journalisten und PR-Leute einzubeziehen, damit auf die Firmenaktivitäten mehr Aufmerksamkeit gelenkt wird und man sollte jedem folgen, der einem folgt. Ausserdem werden Drittprogramme vorgestellt, die zusätzliche Funktionalitäten zu *Twitter* mitbringen:

- *HootSuit*
- *TweetDeck*
- *Echoform*
- *TweetCaster*
- *Twiterrific*
- *Tweetbot*
- *TweetpDiff*
- *CoTweet*
- *Crowdbooster*
- *Twitdom*

Kapitel 7: Twitter mit anderen Websites verbinden

Im siebten Kapitel wird am Beispiel von Facebook erläutert, wie man *Twitter* mit anderen Diensten verbindet, an sie weiterleitet, und in sie integriert.

3 Fazit:

Das kleine Buch „Das Twitter-Buch“ von Tim O’Reilly und Sarah Milstein ist sehr leicht und schnell zu lesen, mit wichtigsten Tipps zum richtigen und sinnvollen Anwenden von *Twitter*. Es ist weniger technisch orientiert, sondern gibt viele Informationen über zusätzliche Dienste, die sehr nützlich sind beim Einsatz von Twitter – nicht nur im privaten, sondern auch im geschäftlichen Bereich. Es vermittelt eine Art Verhaltenskodex für zukünftige Twitterer, denn es werden unter anderem Fragen beantwortet wie: wie kann das Meiste an Information in 140 Zeichen gesteckt werden, welche Information soll an wen gesendet werden und wie oft usw. Im Großen und Ganzen ein lesenswertes Buch zum richtigen Einsteigen in die Welt von *Twitter*.