



DIGITALKS WEB 2.0 HANDBUCH



DIGITALKS WIRD UNTERSTÜTZT VON

INHALTSVERZEICHNIS

2
DIGITALKS, DIGITALE MEDIEN UND
AUSTRIAN WEB STARTUPS
Meral Akin-Hecke

4
BLOGS / WEBLOGS
Robert Lender

6
TWITTER UND FRIENDFEED
Ritchie Pettauer

8
SOCIAL NETWORKS
Sue Holzer

10
SOCIAL NEWS PLATTFORMEN
Max Kossatz

12
GEO-BASIERTE ANWENDUNGEN
Christian Spanring

14
BEWEGTE BILDER IM WEB
Luca Hammer

16
FOTOS IM WEB
Andreas Hafenscher

18
MUSIK IM WEB
Fabian Topfstedt

20
ONLINE ZUSAMMENARBEIT
Matthias Platzer

22
DER ARBEITSPLATZ IN DER WOLKE
Lena Doppel

24
MENSCHEN VERSTEHEN -
SEMANTIC WEB
Michael Schuster

26
MOBILE APPLIKATIONEN
Peter Höflehner

28
BARRIEREFREIE WEBSEITEN
Eric Eggert

30
ONLINE GAMING
Andreas Wochenalt

32
NETZDEUTSCH 2009 -
DAS WÖRTERBUCH
Helge Fahrnberger

34
DIGIDAY 09 VIENNA

36
KONTAKT & IMPRESSUM

2 DIGITALKS, DIGITALE MEDIEN UND AUSTRIAN WEB STARTUPS



**MERAL
AKIN-HECKE**

Gründerin von Digitalks

www.digitalks.at

„Mangelnde Online-Medienkompetenz wird sich bald ebenso nachteilig auswirken wie Analphabetismus - wenn nicht sogar noch deutlicher. Die Kluft zwischen gewandten Usern und Skeptikern wächst genauso schnell wie die Anzahl der Medien und Tools.“ Dies schreibt Michael Hafner in seinem auf digitale Kommunikation und Online Medien fokussierten Blog und zeigt damit die Dramatik des lebenslangen Lernens auf, das im Zeitalter der Medien immer stärker zum Thema wird.

Aber wo sich einen Überblick verschaffen? Welche Werkzeuge sind nützlich und sinnvoll? Es ist nicht leicht einzusteigen, schnell verliert man den Überblick. Guter Rat wird teuer, wenn man nicht von Anfang an kapitulieren will.

Genau da setzt Digitalks an. Digitalks

erklärt digitale Medien in verständlicher Sprache und zeigt in Live-Sessions, wie sie funktionieren. In einer Veranstaltungsreihe werden verschiedenste Themen interessierten Berufstätigen erläutert, die sich weiterbilden wollen.

Zudem sind die Vorträge als Videos auf Digitalks.at auch im Nachhinein abrufbar und vertiefen so das Gehörte erneut. Neuerdings werden alle Veranstaltungen gleichzeitig ins Internet übertragen und so den Interessierten, die sich nicht in Wien befinden, die Möglichkeit gegeben, live dabei zu sein.

Digitalks - das österreichische Netzwerk für digitale Medien – klärt seit 2007 EndanwenderInnen und Firmen über Social Media, Web 2.0 und mobiles Arbeiten auf und begleitet sie bei dem digitalen „Change“.

Das vorliegende „Web 2.0 Handbuch“ gibt einen Überblick über die derzeit aktuellen Entwicklungen in Social Media und soll bei den ersten Schritten im „Social Web“ zur Seite stehen.

Auf den nächsten Seiten finden Sie viele Tipps über Social Media Plattformen und neue Web-Anwendungen. Dabei wollen wir auch ein großes Augenmerk auf österreichische Web 2.0 Startups legen und stellen Ihnen einige der bedeutendsten Austrian Startups vor.

Events, Videos, Workshops und die Personen, die das Digitalks-Netzwerk ausmachen, finden Sie unter www.digitalks.at

Treten Sie dem Digitalks Netzwerk bei!



Microblogging-Plattform und Lifestream-Aggregator

<http://www.soup.io>



Weltweiter Reiseführer mit nutzergenerierten Destinationsbewertungen

<http://www.tripwolf.com>



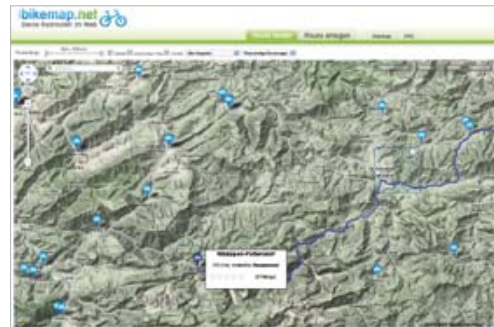
Lokale und Shops in der Nachbarschaft finden und bewerten

<http://tupalo.com>



Essenszustellungsangebote für deine Stadt finden und direkt online bestellen

<http://www.mjam.net>



Europas umfangreichste Radroutensammlung

<http://www.bikemap.net>



Arbeitnehmer bewerten Arbeitgeber

<http://www.kununu.com>

AUSTRIAN WEB STARTUPS

Weitere Austrian Startups wie *Twoday.net*, *Popurls*, *Wikitude*, *Mindmeister*, *Tunesbag* und *Play.fm* werden auf den weiteren Seiten vorgestellt.

4 BLOGS/ WEBLOGS



**ROBERT
LENDER**

Nur ein Blog

<http://robertlender.info/blog>

Fotocredits: www.karolariegler.at

Die erste Frage lautet immer, wozu brauche ich ein Blog. Die Antwort kann lauten, du brauchst kein Blog, aber es öffnet dir neue Welten. Man kann sein Wissen, seine Ansichten frei von jeder Redaktion selbst publizieren, man wird gelesen, diskutiert. Vernetzung, Austausch sind Schlagworte, die realen Inhalt haben.

Blogs sind vielfältig wie die Menschen, Vereine oder Firmen dahinter. So gibt es Artblogs, Edublogs, Joblogs, Reiseblogs, Corporate Blogs, Watchblogs, Science Blogs und vieles mehr.

Wikipedia (<http://de.wikipedia.org>) oder einige der nachfolgenden Links geben darüber Auskunft.

Egal, ob man selbst ein Blog am eigenen Webspace installiert oder einen Blog-

hoster verwendet, eine eigene Domain - die nicht viel kostet - sollte man von vornherein dafür verwenden. So kann man das Blogsystem oder den Anbieter leicht wechseln, wird aber immer unter der gleichen Adresse gefunden.

Bekannte Blog-Engines sind

b2evolution: <http://www.b2evolution.net>

Movable Type:

<http://www.movabletype.org>

Serendipity: <http://www.s9y.org>

Textpattern: <http://textpattern.com>

WordPress: <http://wordpress.org>

Bekannte Bloghoster sind

Blogger: <http://blogger.com>

LiveJournal: <http://www.livejournal.com>

Twoday.net: <http://twoday.net>

WordPress (gehostet):

<http://wordpress.com>

Aber Blogs sind nicht unabhängig vom restlichen Web. Immer mehr Tools und Plugins ermöglichen den Austausch mit anderen Web 2.0 Diensten. Neuere Bloganbieter (oft auch Tumblelogs genannt) springen auf diesen Zug auf und ermöglichen das noch einfachere einsammeln und verteilen von multimedialen Inhalten im und vom eigenen Blog.

Beispiele

Posterous: <http://www.posterous.com>

Soup.io: <http://www.soup.io>

Tumblr: <http://www.tumblr.com>

Ein guter Tipp bevor man beginnt: Blogs lesen, Blogs lesen, Blogs lesen. Denn so bekommt man einen Eindruck, was alles möglich ist. Aber danach heißt es, einfach beginnen, den eigenen Stil finden - und Spass dabei haben.



Die dort vorgestellten Blogsysteme lassen sich gleich in einer Testversion ausprobieren - als User wie auch Administratoren; praktisch um ein erstes Gefühl für die einzelnen Systeme zu bekommen

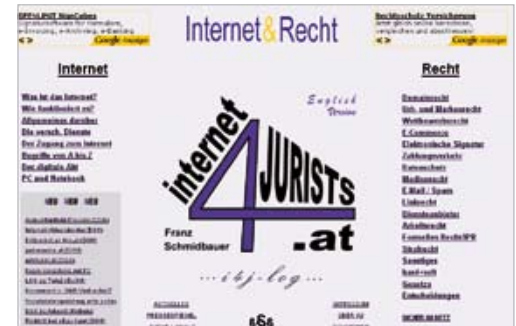
<http://www.opensourcecms.com>



Tipps, Links, Fachbeiträge zum Thema bloggen und digital publizieren. Nicht ganz neu aber noch immer hilfreich ist die lange Liste der Beiträge zum Projekt „Bloggtipps für Einsteiger“

<http://upload-magazin.de>

<http://upload-magazin.de/gruppen-schreibprojekt-bloggtipps-fur-einsteiger>



Der Richter Dr. Franz Schmidbauer bietet die wahrscheinlich umfassendste Website zu Rechtsthemen im Internet - von der Frage der Impressumspflicht bis hin zum Urheberrecht

<http://www.internet4jurists.at>



Im Untertitel des Blogs liest man „Tipps und News für neue und professionelle Blogger“ - und genau das bietet dieses Blog

<http://www.blogprojekt.de>



Über 6.000 Blogs listet blogoscoop in verschiedensten Kategorien auf. Registrierte BenutzerInnen erhalten einen Blogcounter und mehr Möglichkeiten der Vernetzung

<http://www.blogoscoop.de>

AUSTRIAN STARTUPS

Twoday.net

aus Österreich ist einer der ersten Anbieter für gehostete Blogs und beheimatet seit 2003 mehrere tausend Blogs.

Soup.io

ist eine Microblogging-Plattform und Lifestream-Aggregator aus Österreich und hat den TechCrunch Europe Award 2009 in der Kategorie „Best Bootstrapped Startup“ gewonnen.

6 TWITTER UND FRIENDFEED



RITCHIE
PETTAUER

Datenschutz

<http://blog.datenschutz.net>

Das Social Web hat die Verteilung von Informationen ungemein beschleunigt. Microblogging und Lifestreaming sind zwei der wichtigsten Bestandteile des Echtzeit-Ökosystems namens Web 2.0.

Twitter funktioniert geradezu verstörend simpel: bei der Registrierung wählt man einen Usernamen, konfiguriert in wenigen Schritten die Einstellungen der eigenen Profilseite – und wundert sich in der Regel erst mal, warum ein vordergründig recht unspektakulärer Nachrichtendienst, der analog zur SMS die Mitteilungslänge auf 140 Zeichen beschränkt, eine derartige Faszination auf seine User ausübt.

Im Gegensatz zu Social Networks wie Facebook beruht Twitter nicht auf reziproken Freundschaftsbeziehungen. Man

wählt aus, welchen Usern man „folgen“ möchte, um deren Updates zu lesen, und bleibt so am Laufenden über die Aktivitäten der privaten oder beruflichen Kontakte.

Die Einsatzmöglichkeiten und Nutzungsszenarien von Twitter sind äußerst vielfältig: Nachrichtenjunkies schätzen Twitter als den derzeit schnellsten Informationskanal, Unternehmen versuchen auf mehr oder weniger originelle Weise Gesprächsbereitschaft zu zeigen und Leads zu generieren, während virtuelle HausmeisterInnen in der digitalen Basena die Klatsch- und Tratschmaschine am Laufen halten. Standardmäßig sind sämtliche Tweets öffentlich zugänglich, auf Wunsch kann das eigene Profil aber auch nur für eigene Kontakte freigegeben werden.

Friendfeed setzt ebenfalls auf echtzeitliche Kommunikation und ermöglicht seinen Nutzern, sämtliche Social Web Aktivitäten an einer einzigen Stelle zu bündeln: der Dienst aggregiert Twitter-Meldungen, RSS-Feeds und Status-Updates von LinkedIn und Co.

Letztendlich erwies sich allerdings genau die technische Avanciertheit als Problem: denn trotz - oder gerade wegen - der Flut automatisch geposteter Inhalte hielten sich die User-Aktivitäten in engen Grenzen. Das Prinzip Lifestreaming hat damit aber keineswegs ausgedient – vor wenigen Wochen schlug Klassenprimus Facebook zu und kaufte Friendfeed, dessen Lifestreaming-Technologien mittelfristig in das derzeit populärste Social Network integriert werden sollen.



Twitter
<http://www.twitter.com>



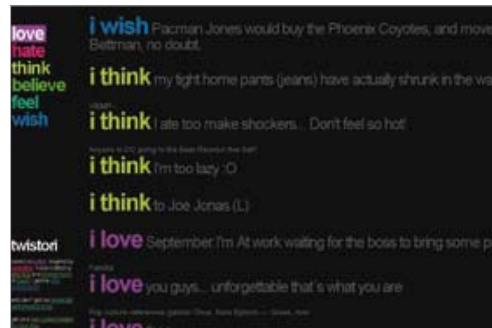
Friendfeed
<http://www.friendfeed.com>



Ping.fm
<http://ping.fm>



Twitterwall
<http://twitterwall.me/>



Mashups wie Twistori oder Twittersion aggregieren
 Twitternachrichten zu neuen Kontexten.
<http://twistori.com>

AUSTRIAN STARTUP

Twidroid

Ein Twitter und Identi.ca Client für
 Android Plattformen kreiert von Ralph
 Zimmermann und Thomas Marban.

<http://twidroid.com/>

8 SOCIAL NETWORKS



SUE
HOLZER

Bloggt und arbeitet bei:

www.liechtenecker.at

Fotocredits: Kurt Keimrath

Wenn ich die Frage gestellt bekomme, „warum sollte ich ein Profil in einem Social Network wie Facebook anlegen?“, dann kann ich nur immer wieder darauf antworten: Um deine Welt zu erweitern. Nie war es so einfach mit unterschiedlichsten Menschen gleichzeitig im Kontakt zu stehen. Sei es mit meiner Familie und Freunden, die ich selten sehe, aber denen ich dadurch einen Einblick in mein Leben geben kann. Oder mit neuen Personen, die ich über Interessensgemeinschaften in Gruppen in Social Networks kennenlerne.

Social Networks erlauben es mir breiter und intuitiver zu kommunizieren. Wie ein nie endendes Fest in meinem Stammlokal an dem jeder teilnehmen kann, den ich dazu einlade. Halte ich eine Rede, so können es alle hören. Genauso kann ich mich auch nur mit bestimmten Personen unterhalten. Schnappe ich eine Meldung

von einer anderen Gesprächsrunde auf, kann ich mich dort einklinken. Was im Stammlokal eine Rede wäre, ist online vergleichbar mit einem Blog oder mit einer Statusmeldung. Das Gespräch mit ausgewählten Personen ist vergleichbar mit Nachrichten an einen begrenzten Verteiler oder Direct Messages. Das Einklinken in eine andere Runde würde dem Kommentieren entsprechen. Das ist noch nicht alles. Hat jemand Fotos mitgebracht, werden sie hergezeigt und „Partyspiele“ sowie Grüppchenbildung gibt es auch.

Der Mensch kommuniziert immer. Social Networks erleichtern das noch mehr als es bisher möglich war und minimieren räumliche und zeitliche Distanzen. Wichtig ist nur, dass das oben zitierte Stammlokal öffentlich ist und sich schnell jemand unter die Gäste mischen kann, der das dort Gesagt und Gesehene

missbräuchlich verwendet. Der private Rahmen ist begrenzt. Also sollte man sich auch nur so verhalten, wie man es in der Öffentlichkeit tun würde.

Bleibt die Frage welches Netzwerk ist das richtige? Die Auswahl ist derartig riesig, dass man an dieser Stelle nur einige wenige vorstellen kann. Facebook boomt und erfreut sich in Österreich als auch weltweit großer Beliebtheit. Die Möglichkeiten dort sind wohl am größten. Für das berufliche Netzwerken gibt es Xing und LinkedIn, für Musikfreunde MySpace und Last.fm. Eine Übersicht über Social Networks unterschiedlichster Art gibt es hier: <http://namechk.com> – hier kann jedeR überprüfen, ob der Wunsch-Username in einem Social Network noch frei ist.

Ein Profil ist schnell angelegt, Freunde schnell gefunden. Also los!



Facebook

<http://www.facebook.com>



Überblick Social Media

<http://blogs.oracle.com/jobsatoracle/images/SocialNetworking.jpg>



Regional haben unterschiedliche Social Networks
Bedeutung: mixi – japanisches Social Network

<http://mixi.co.jp>



mixxt: Bau dein eigenes Netzwerk auf

<http://mixxt.de>



namechk: Prüft, ob Username in gängigen Social Networks verfügbar ist

<http://namechk.com/>

AUSTRIAN STARTUPS

Österreichische Web 2.0 Startups wie Tupalo, Prooms, Tripwolf oder Soup wurden nicht als Social Networking Plattformen gestartet, haben sich aber mit der Zeit als Social Networks etabliert.

<http://tupalo.com>

<http://www.prooms.com>

<http://www.tripwolf.com>

<http://www.soup.io>

10 SOCIAL NEWS PLATTFORMEN



MAX
KOSSATZ

Wissenbelastet

<http://wissenbelastet.com>

“If the news is that important, it will find me.”

Dieser Ausspruch, der angeblich von einem Studenten in der Fokusgruppe einer Marketingfirma fiel, beschreibt sehr gut wie man Social News Sites für sich selber einsetzen kann.

Aber was genau ist eine Social News Site?

Als Beispiel sei hier eine der ältesten Seiten in diesem Bereich genannt: Digg.com. Auf dieser seit 2004 bestehenden Webseite, kann jedeR Links zu Artikeln/Bildern/Videos im Internet verzeichnen. Andere BenutzerInnen von Digg.com können diese Links dann bewerten. Dadurch entstehen „Hitlisten“ der beliebtesten Artikel, Bilder oder Videos

- permanent upgedated und nach Kategorien gegliedert. So entsteht eine gute Übersicht, was gerade aktuell passiert im Internet und/oder in der Welt.

Da es sehr viele derartiger Services gibt, wird eine Seite wie popurls.com interessant, die wiederum die wichtigsten Meldungen von Seiten wie Digg.com übersichtlich auf einer Seite anzeigt und sich etwa als Startseite im Webbrowser eignet. Popurls läßt sich darüberhinaus sehr gut an die persönlichen Bedürfnisse anpassen und ist - nebenbei bemerkt - ein österreichisches Startup.

Um Nachrichten zu finden empfiehlt sich einerseits immer wieder Google News. Um aber Interessantes in Blogs oder auch auf Twitter in Deutscher Sprache zu finden, ist Rivva.de eine sehr gute

Alternative. Hier entstehen die „Hitlisten“ durch ein kompliziertes mathematisches System, das die Verlinkungen mit anderen Blogs und Reaktionen auf einen Artikel im Web2.0 bewertet.

Wer gezielt nach bestimmten Themen sucht, sollte sich die Suche von Twitter ansehen. Hier findet man meistens besser als bei Google - da schon von Menschen „vorsortiert“ - zu fast jedem Thema hochaktuelle Beiträge.

Zu guter letzt noch ein Tipp für alle, die wissen wollen, welche Videos gerade auf YouTube oder ähnlichen Videoseiten „in“ sind: „Viral Video Chart“ zeigt sehr übersichtlich, welches Video im Internet gerade die meisten Zuschauer hat.



Eine der ältesten und größten Social News Sites:
Digg.com
<http://digg.com>



Sehr übersichtlich mit minimalistischem Design:
popurls
<http://popurls.com>



Für deutschsprachige Blogs und Twitter-
meldungen: Rivva
<http://rivva.de>



Um zu einem Thema topaktuelle Informationen zu
finden: die Twitter-Suche
<http://search.twitter.com>



Um zu erfahren, welches Video morgen die Büro-
E-Mail verstopfen wird: Viral Video Chart
<http://viralvideochart.com>

AUSTRIAN STARTUP

Popurls.com

wird von Thomas Marban aus Linz
entwickelt und ist ein in den USA sehr
bekannter Dienst.

12 GEO-BASIERTE ANWENDUNGEN



CHRISTIAN SPANRING

Bloggt auf:

<http://spanring.eu>

Fotocredits: Lukas Beck

2005, als Google seinen Dienst Google Maps, und kurz darauf Google Earth, vorstellte war es noch kaum absehbar welchen Effekt dieser Schritt auf die Webmapping- und GIS-Welt („Geographisches Informationssystem“) haben wird. Noch ohne offizielle API („Programmierschnittstelle“) klinkten sich innerhalb kürzester Zeit findige Entwickler in die Google Maps Oberfläche und fabrizierten damit eigene einfache Karten mit zusätzlichen Informationsschichten. Eine neue Generation von Internet-Anwendungen war geboren: „Mashups“, Echtzeit-Überlagerungen unterschiedlicher Daten aus verschiedenen Quellen. Google erkannte das Potential und veröffentlichte eine dokumentierte und frei nutzbare Google Maps API. Andere IT-Größen - Yahoo!, Microsoft, etc. - sollten kurz darauf folgen.

Was war geschehen? Der Zugang zu Geodaten, die bis zu diesem Zeitpunkt nur mit nicht unerheblicher Finanzkraft und Know-how genutzt werden konnten, war plötzlich erleichtert und wurde von zahlreichen kreativen Entwicklern für neue innovative Kartenanwendungen intensiv genutzt. Eine Welle an neuen Internet-Kartenanwendungen führte das (bis dahin ruhende) Innovationspotential in diesem Sektor vor Augen.

Fast gleichzeitig, als Gegenpol zu restriktiven Lizenzbedingungen und hohen finanziellen Barrieren denen kommerzielle aber vor allem auch öffentliche Geodaten in vielen europäischen Ländern noch immer unterliegen, entstand das Projekt OpenStreetMap. Ursprünglich ein Studentenprojekt in London, wird OSM heute gerne als die

Wikipedia der Karten bezeichnet. Inzwischen beteiligen sich weit über 100.000 Hobbykartografen an der freien Weltkarte und tragen aktiv zu einer der größten globalen Geodatenbanken bei.

Location Based Services („LBS“), vorwiegend mobile Anwendungen wo die Benutzerposition eine zentrale Rolle spielt, erfuhren mit der Veröffentlichung des iPhone einen regelrechten Boom. Lange galten LBS als „the next big thing“, jedoch wegen fehlender oder kaum verbreitender Endgeräte (Mobiltelefon mit einfach bedienbarer Oberfläche und GPS) auch als Zukunftsmusik. Mit dem iPhone (und ähnlichen Endgeräten) wurde die LBS-Zukunft zur Gegenwart und mobile Anwendungen um eine Facette reicher.



In der freien Weltkarte OpenStreetMap finden sich zahlreiche Regionen in Entwicklungsländern kartografisch detailliert erfasst, die von kommerziellen Kartenunternehmen nur rudimentär abgedeckt werden können.

<http://www.openstreetmap.org>



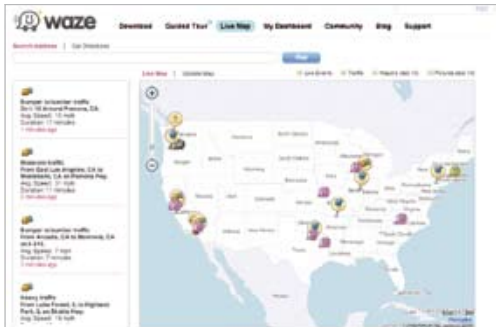
EveryBlock aggregiert lokale Nachrichten und Behördeninformationen auf kleinräumiger Ebene („Blocks“), ein Service dass Städte und Gemeinden als Standard anbieten sollten.

<http://www.everyblock.com>



Foursquare vereint auf simple Weise Spieltrieb und Benutzerpositionen gepaart mit Social Network Eigenschaften und Bewertungen rund um Lokale in einer Stadt.

<http://playfoursquare.com>



Crowdsourcing kommt in der nächsten Generation von Navigationsdiensten wie Waze zum Einsatz: die (anonymisierten) Bewegungsmuster und Berichte von Benutzern nehmen Einfluss auf die Routenberechnung.

<http://www.waze.com>



Wikitude

<http://www.wikitude.org>

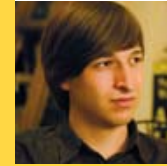
Photo by Wikitude

AUSTRIAN STARTUP

Wikitude

ein Austrian Web Startup - bietet Orientierungshilfen in Form von Beschriftung des Live-Kamerabildes auf dem Mobiltelefon mit lokalen Orts- und Landmarknamen („Augmented Reality“).

14 BEWEGTE BILDER IM WEB



**LUCA
HAMMER**

Arbeitet bei BlogWerkstatt.at

<http://2-blog.net>

Fotocredits: Stefan Kuzmanov

Immer mehr Menschen lassen sich nicht mehr von Fernsehsendern vorschreiben, wann und welche Sendungen sie sehen sollen. Im Web haben sie die Möglichkeit selbst zu wählen wann und welches Video sie sehen wollen. Die Auswahl ist beinahe unbegrenzt und jeder hat die Möglichkeit, eigene Videos mit der Welt zu teilen.

On Demand - Aufgezeichnete Videos

Unter On-Demand versteht man, dass die Videos komplett auf der Website verfügbar sind und man sie jederzeit abrufen kann. Die bekannteste Plattform dafür ist YouTube, welche Ende 2006 von Google gekauft wurde. Dort haben Videos eine maximale Länge von zehn Minuten und der Inhalt wird nur durch grundsätzliche Regeln beschränkt. Zum Beispiel ist es verboten gewaltverherr-

lichende oder pornographische Videos hochzuladen. Weiters löscht Youtube Videos, die ein Copyright verletzen. Zugleich gehören aber Musikvideos zu den beliebtesten auf der Plattform. Aber auch persönliche Videos, Sportanleitungen, Werbevideos, Tiervideos, Tutorials und vieles mehr finden ihren Weg auf die Plattform. Die meisten Videos können über einen Code auf anderen Websiten angezeigt werden. Wem zehn Minuten zu kurz sind, der sollte sich einmal blip.tv anschauen.

Es gibt noch viele weitere Plattformen, die ebenso bunt gemischt sind oder auf ein spezielles Thema eingehen. Auf Vimeo.com findet man vor allem hochauflösende Videos, nicht selten künstlerisch und sehr aufwändig produziert.

Live - Immer dabei

Früher hat man ein großes Team und teure Infrastruktur gebraucht um eine Livesendung zu produzieren, heute reicht ein Handy. Qik.com bietet für viele aktuelle Handys Programme an, mit denen man Livesendungen erstellen kann, die über die Qik-Webseite oder auf der eigenen angeschaut werden können. Über einen Chat gibt das Publikum direkt Feedback, das auf dem Handy erscheint.

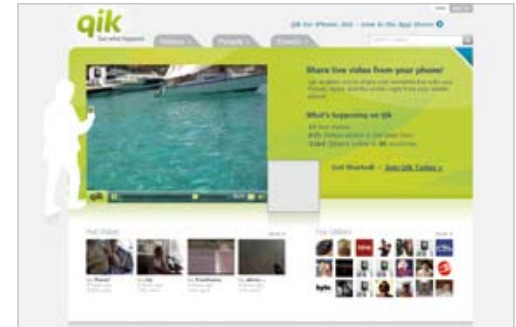
Wir stehen erst am Anfang. Die Qualität der Kameras in Handys wird immer besser, die mobilen Upload-Geschwindigkeiten steigen und Profi-Kameras werden immer günstiger.



YouTube: Die populärste Plattform
<http://www.youtube.com>



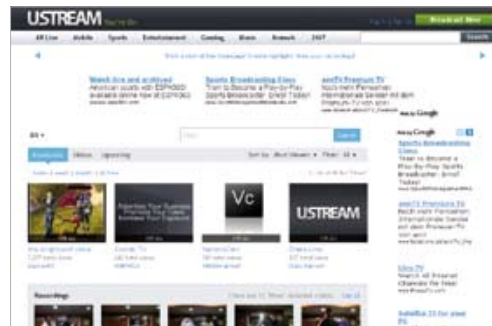
Vimeo: Videos aus Leidenschaft
<http://www.vimeo.com>



Qik: Mobiles Livestreaming
<http://qik.com>



blip.tv: Kanal für independent web shows
<http://blip.tv>



Ustream.tv: Video-Übertragungs-Plattform
<http://www.ustream.tv>

USTREAM.TV

Ustream.TV ist eine interaktive Video-Übertragungs-Plattform, die jeder/jedem mit Kamera und Internet-Verbindung ermöglicht, schnell und einfach Live-Videos zu einer globalen Zuhörerschaft von uneingeschränkter Größe zu übertragen.

<http://www.ustream.tv>

16 FOTOS IM WEB

Fotos, Bilder, eingescannte Dokumente, Screenshots, oder gar sein ganzes Portfolio an Schätzen ins Internet stellen? Warum? Und wie?

Warum Fotos online stellen?

- ... um die Freude an den Werken zu teilen, um Feedback und weitere Ideen zu bekommen;
- ... um viele Fotos, viele Freunde, viele Zielgruppen zu bewältigen – all das lässt sich online leichter managen als mit Mails;
- ... um Aufmerksamkeit zu erzeugen und neue Kunden, Freunde, Know-How und Followers zu gewinnen;
- ... um Gleichgesinnte zu finden und von anderen zu lernen und dabei Interessengemeinschaften zu bilden.

Allgemeine Tipps zu den Plattformen:

Lesen Sie die „Allgemeinen Geschäfts-

bedingungen“ und die Datenschutzbestimmungen der Seiten genau - manche Seitenbetreiber lassen sich alle Rechte an den eigenen Bildern mit Bestätigung der AGB übertragen. -> Verwerten Sie Ihre Bilder kommerziell? Dann rate ich von jenen Plattformen ab.

Ebenso sollten Sie auf den Jugendschutz in den AGB achten – Bilder mit speziellen Inhalten müssen oft besonders gekennzeichnet werden.

Mein Tipp: Unterschiedliche Plattformen ansehen, nachfragen wo die eigenen Freunde sind, und sich dann für eine oder mehrere Communities entscheiden.

Community Tipps:

- * Nutzen Sie unterschiedliche Plattformen oder Accounts für unterschiedliche Themen. Trennen Sie Familie, Portfolio und Gelegenheits-Schnappschüsse.
- * Aktivieren Sie in Facebook das Flickr



ANDREAS
HAFENSCHNER

Bloggt und arbeitet bei:

<http://webnfoto.com>

Tool – damit sehen alle Facebook-Freunde dass es wieder neue Fotos von Ihnen auf Flickr gibt.

- * In Twitter posten, dass es neue Fotos von „...“ gibt – und dass sie wunderbar sind. ;-)
- * Flickr Tipp (EN) - gilt grundlegend auch für alle anderen Plattformen:
- * How to get your photos Explored on Flickr: <http://mostlylisa.com/blog/getting-explored/>

Alternativen zu flickr.com:

www.fotolog.com, de.sevenload.com,
www.webshots.com, de.zoomr.com

Alternativen zu fotocommunity.de:

www.smugmug.com (EN), www.1x.com (EN)

Alternativen zu picasa.com:

iPhoto & MobileMe (MAC), www.pictomio.com

Alternativen zu photoshop.com:

www.splashup.com, www.picnik.com,
www.fotoflexer.com



Flickr.com – Die Nr. 1 Community Seite bei Fotos: Flickr ist fast schon ein Synonym für Online-Fotosharing und bietet viele Möglichkeiten und Funktionen.

<http://flickr.com>



Google Picasa – der Alleskönner (wird am eigenen Computer installiert): Organisieren, Bearbeiten und aus Fotos Filme, Collagen, Diaschauen erstellen. Direktes Hochladen in die Picasa Webgalerie möglich. Für PC & MAC (Beta-Version)

<http://picasa.google.com>



Fotocommunity.de – der Klassiker unter den Fotocommunities für höhere Ansprüche: Der Schwerpunkt dieser Seite liegt auf einer professionellen Präsentation von ausgewähltem Fotomaterial.

<http://www.fotocommunity.de/>



Photoshop Express - Online Bildbearbeitung (EN): Fotos können von jedem Computer, von Flickr und Facebook importiert und kinderleicht ohne Vorkenntnisse nachbearbeitet werden. Abschließend können die Fotos lokal bzw. wieder auf Flickr und Facebook gespeichert werden.

<https://www.photoshop.com>

BESSERE FOTOS - 7 TIPPS FÜR BEGINNER UND PROFIS

- * Mit einem Foto eine komplette Geschichte erzählen, das ist die Kunst der Fotografie.
- * Fotos von Anderen ansehen (viele !!!) und lernen, mit eigenen Ideen vermischen und daraus neue Kreationen schaffen.
- * Die beste Kamera ist die, die man benutzt.
- * Die Kamera macht das Foto, der Fotograf kreiert es.
- * Viele und noch mehr Fotos machen – ein „geniales“ wird immer dabei sein.
- * Im Foto und in der Galerie gilt: „weniger ist mehr“.

GO OUT AND SHOOT!

WIE KOMMEN DIE FOTOS INS WORLD WIDE WEB?

18 MUSIK IM WEB



FABIAN
TOPFSTEDT

Arbeitet bei:

www.schneevonmorgen.com

Wie oft haben Sie sich schon Musikempfehlungen eines Busfahrers aus der Türkei eingeholt? Mesut B. ist dreißig Jahre alt, fährt Doppeldecker und beeindruckt mich regelmäßig auf last.fm mit einem mir ähnlichen Musikgeschmack. Wie ich lässt auch er jeden gespielten Musiktitel an last.fm senden, welche diese Informationen unter Berücksichtigung anderer Nutzer auswerten und so Musiktitel empfehlen und Nutzer mit ähnlichen Vorlieben anzeigen. Zugegeben, der Musik eines Busfahrers zu lauschen ist nichts Neues und selten positiv besetzt.

Mesuts Internetradio, das auf seiner Profilseite mit Titeln seiner Musiksammlung kostenlos abrufbar ist, lausche ich jedoch nur zu gerne, insbesondere wegen der Neuentdeckungen.

Dabei drängt sich die Frage auf, was genau ein Internetradio ausmacht. Das klassische Radio verbindet in der Regel Information und Musik und wird redaktionell gestaltet. Obwohl deren Empfang neben dem UKW-Radio oft auch ortsunabhängig mittels Internet-Livestream möglich ist, sind sie für mich keine Internetradios.

Pandora (<http://pandora.com>) oder Aupeo dagegen schon, denn sie berieseln mich mit Musik, die sie anhand meines Feedbacks und meiner Hörgewohnheiten für mich auswählen. Es geht um Empfehlungen, um eine individuelle Navigationshilfe in einem „Wald“ aus Musik.

Doch nicht nur smarte Algorithmen helfen bei der Musiksuche. Auf MySpace stellen Bands ihr Netzwerk dar und ausgewählte Stücke zum kostenlosen Anhören bereit. Erhältlich sind diese beispielsweise im iTunes Store.

Sollen die Freunde auch etwas davon haben, können rechtmäßig erworbene Titel auf tunesBag hochgeladen und dank der im österreichischen Urheberrecht verankerten Privatkopie legal mit dem Freundeskreis geteilt werden. Neben kostenpflichtiger gibt es übrigens auch freie Musik, etwa im Free Music Archive.

Die Vielfalt und Versparung ist enorm, ich wünsche eine klangvolle Erkundungsreise!



Last.fm analysiert Hörgewohnheiten und spricht Empfehlungen aus.

<http://www.lastfm.de>



Aupeo.com generiert ein individuelles Radioprogramm.

<http://aupeo.com>



Auf MySpace.com stellen Bands ihr Netzwerk dar und nehmen Kontakt mit Fans auf.

<http://myspace.com>



TunesBag.com spielt die eigene Musiksammlung, und die von Freunden.

<http://tunesbag.com>



FreeMusicArchive.org listet Creative Commons Musik.

<http://freemusicarchive.org>

AUSTRIAN STARTUPS

Auf Tunesbag können rechtmäßig erworbene Titel hochgeladen und dank der im österreichischen Urheberrecht verankerten Privatkopie legal mit dem Freundeskreis geteilt werden.

<http://tunesbag.com>

Play.fm bietet usergenerated playlists für DJ's und Clubs.

<http://play.fm>

20 ONLINE

ZUSAMMENARBEIT



**MATTHIAS
PLATZER**

Geschäftsführer Knallgrau

www.knallgrau.at

Fotocredits: Bernhard Pfaffeneder

Microsoft Office und E-Mail, meist ergänzt um einen Dateiserver, bestimmen derzeit den Büroarbeitsalltag.

Mit der zunehmenden Verbreitung von schnellen und immer verfügbaren Internetzugängen zeichnet sich jedoch eine Revolution in der Art wie wir im Unternehmen, mit Kunden und Partnern zusammenarbeiten ab. Immer mehr Funktionen, die wir traditionell nur auf unserem „Personal Computer“ - also dem eigenen Rechner erledigen konnten, können nun zunehmend von überall und jedem mit entsprechenden Berechtigungen eingesehen und erledigt werden. Eines der ersten Beispiele hierfür waren Online E-Mail Dienste wie GMX, Yahoo, Hotmail und GMail. Die E-Mails liegen nicht nur mehr am eigenen Rechner, sondern können jederzeit eingesehen und versendet werden. Die Software wird sozusagen nur noch einmal, auf einem zentralen Server, bereitgestellt,

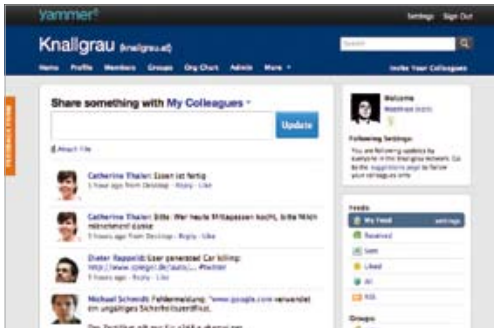
und nicht mehr auf jedem einzelnen Rechner installiert.

Nach dem selben Prinzip entstanden in den letzten Jahren zahlreiche andere Services, wie z.B. unternehmensinterne Wikis, Online Zeiterfassungen, Adressverwaltung, Saleslead Verfolgung, Chat, Aufgabenverwaltung (Ticketsysteme), Kalender, und weitere nützliche Anwendungen. Diese Dienste können sowohl über den Webbrowser (z.B. Internet Explorer oder Firefox) als auch über Schnittstellen mit anderen Geräten genutzt werden. Der große Vorteil dieser Tools liegt darin, dass alle Daten zentral vorliegen und somit von allen Beteiligten potentiell genutzt werden können.

Die große Herausforderung bei der Einführung solcher Systeme liegt in der Angst, dass uns das Weitergeben von Informationen schaden könnte. Dem

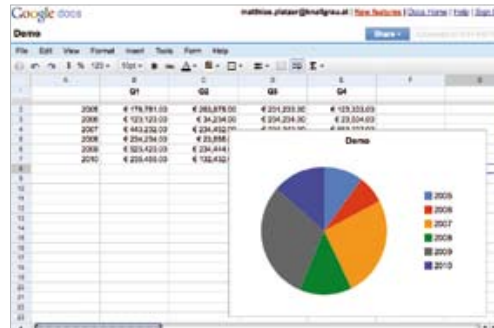
gegenüber steht oft das „Nicht-Weitergeben“, dies führt jedoch zu unterschiedlichen Informationsständen innerhalb des Teams und zu daraus resultierenden Missverständnissen, welche uns Zeit und Energie kosten. Deswegen gilt, je transparenter und einfacher der Zugang zu diesen Diensten und Informationen innerhalb der Organisation, bzw. des Projektteams gestaltet sind, desto höher die daraus gewonnenen Produktivitätsvorteile.

Auch in der Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern stehen zahlreiche Lösungen zur Verfügung. Ein einfaches Wiki-System kann als Projektablaage dienen, Google-Talk bzw. Skype als kostensparendes Konferenzsystem und Google Docs zur gemeinsamen Bearbeitung von Dokumenten. Aber auch für Spezialaufgaben wie Mindmaps stehen Applikationen wie Mindmeister.com gratis oder sehr günstig zur Verfügung.



Yammer ist ein einfacher Weg für Mitarbeiter, sich gegenseitig auszutauschen.

<https://www.yammer.com>



Arbeiten online stellen, diese gemeinsam mit anderen nutzen und in Echtzeit bearbeiten - Google Docs macht's möglich.

<http://docs.google.com>



Online Projektmanagement Tool

<http://basecamp.com>



Web-basierte Text-Bearbeitung, die den Beteiligten Online-Zusammenarbeit in Echtzeit ermöglicht.

<http://etherpad.com>



Online Mindmaps erstellen, gemeinsam bearbeiten und in der kostenpflichtigen Premium Version auch importieren und exportieren

<http://mindmeister.com>

AUSTRIAN STARTUP

Mindmeister.com

Ein erfolgreiches Startup aus deutsch-österreichischer Hand ist Mindmeister - kollaboratives online Mindmapping - seit 2007 beliebt bei tausenden Usern, die über 15 Millionen Mindmaps online verwalten.

22 DER ARBEITSPLATZ IN DER WOLKE



LENA
DOPPEL

Bloggt auf:

www.werkzeugweb.com

Nach dem Mitmach-Web kommt jetzt das Arbeits-Web: Über Personal Cloud Computing (PCC) kann man elektronische Post bearbeiten, Texte schreiben, Bookmarks, Notizen und Daten sammeln, Präsentationen erstellen, Bilder bearbeiten, Projekte planen, ein Backup seines Rechners machen und noch vieles mehr.

PCC ist Teil des weltweiten IT-Trends „Cloud Computing“. Immer mehr Unternehmen mieten sich Serverplatz in der Internet-Wolke. PCC ist da noch einfacher: statt Infrastruktur mietet man sich nur mehr die Softwaredienstleistung, als einziges Werkzeug genügt der Webbrowser.

PCC ist „Software as a Service“. Manche Anbieter finanzieren sich über Werbung,

andere bieten abgespeckte Versionen, die Lust auf die kostenpflichtige Variante machen sollen, Abos bewegen sich zwischen 2€ und 20€ im Monat. Viele Angebote imitieren in ihrer Funktion vergleichbare Desktop-Software, andere versuchen auch bewusst neue Wege zu gehen.

PCC muss sich in Konkurrenz zu klassischer Software noch behaupten, z.B. indem

- * es einem ermöglicht an mehreren Computern ohne zusätzliches Speichermedium oder Software die gleichen Daten zu bearbeiten,
- * es billiger und/oder bequemer ist als eine vergleichbare Desktop-Anwendung,
- * es eine sehr flache und kurze Lernkurve hat, die Bedienung intuitiver ist und sich praktisch „von selbst“ erklärt,

- * es einem ermöglicht online zu kollaborieren,

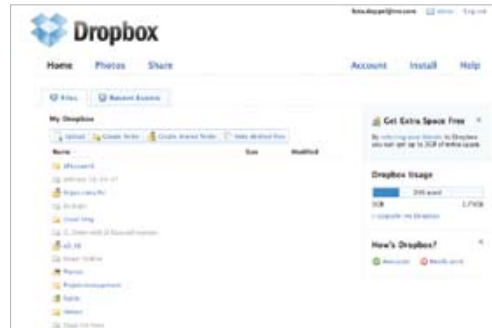
PCC ist auch eine Vertrauensfrage. Oft gibt es sichere und verschlüsselte Datenübertragung nur gegen Geld. Sensible Daten wie Passwörter, Zugangs- oder Finanzdaten haben in der Wolke aber generell nichts verloren.

Ob PCC langfristig erfolgreich sein wird steht noch in den Sternen. Noch ist es schwer z.B. mehrere Services in Kombination zu nutzen, Daten zu sichern oder mit seinen Daten umzuziehen. Die dazu notwendigen Schnittstellen entstehen erst. Das Argument PCC würde nur funktionieren, wenn man ständig online ist gilt nicht mehr: so kann man z.B. mit Google Gears bereits heute viele Services offline nutzen.



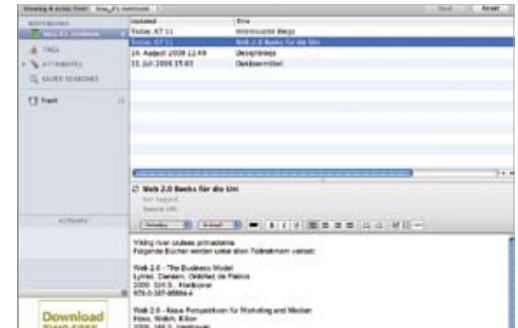
Projektmanagement mit bunten Kugeln; eine flashbasierte Cloud Application mit der es wieder Spaß macht Projekte zu planen

<http://www.thebigpic.org>



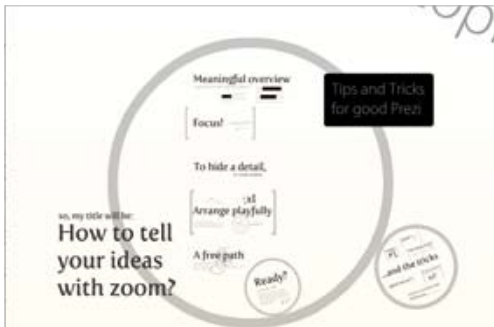
Synchronisiert automatisch einen Ordner zwischen verschiedenen Computern, für Mac, Win und Linux, 2GB gratis

<http://getdropbox.com>



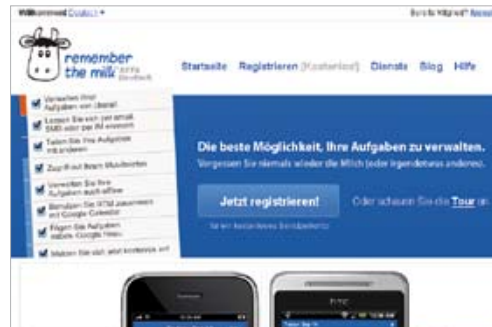
„Remember everything“ Online-Notizblock, am Mac am PC und für's Handy

<http://evernote.com>



Originelles Präsentationstool mit fließender Flash-Animation und stufenloser Vergrößerung, nie wieder Powerpoint!

<http://prezi.com>



Die beste Möglichkeit, Ihre Aufgaben zu verwalten.

<http://www.rememberthemilk.com>

PERSONAL CLOUD COMPUTING

Immer mehr Services tragen die Funktionen von Desktop-Software in die Wolke. Inzwischen wird experimentiert, gleich das ganze Computer-Betriebssystem zu transferieren. Einer dieser Versuche ist Jolicloud: ein sogenanntes Internet-Betriebssystem, das (auf Linux Ubuntu) eine Oberfläche für webbasierte Cloudapplikationen zur Verfügung stellt.

<http://jolicloud.com>

24 MENSCHEN VERSTEHEN - SEMANTIC WEB



MICHAEL
SCHUSTER

System One

<http://www.smime.at>

Man kann getrost behaupten, jede/r hat schon einmal vom Semantic Web gehört. Kaum ein Begriff geistert so regelmässig und lange durch Medien, Zeitschriften, Fachkreise wie jener des „semantischen Netzes“. Dabei handelt es sich um einen Bugfix, also die Behebung eines „Fehlers“ der dem Erfinder des WWW, Tim Berners-Lee, schnell klar geworden war.

Im Gegensatz zu strukturierten Daten in Tabellen oder Datenbanken lässt das Format im WWW (HTML) kaum Rückschlüsse auf die Bedeutung gewisser Daten zu. Die Semantik (vom griechischen *sema* ein für „bezeichnen“) hilft uns aus einfachen Daten (Texten, Zahlen) einen Zusammenhang zu erkennen und deren

Bedeutung zu verstehen. Menschen fällt es dabei leichter auf Basis von Vermutungen, dem Kontext und der Erfahrung auf die Bedeutung zu schließen, Maschinen (also Computerprogramme) sind da wesentlich hilfloser.

Diese Erkenntnis brachte die Idee des „Semantic Web“ hervor, eine „neue Art Internet“, welche unter Verwendung anderer Protokolle und Formate (des so genannten Semantic Web Stack) danach trachtete, die Fehler der ersten Version zu beheben. Wenn eine Technologie aber erst einmal erfolgreich ist, dann lassen sich so fundamentale Änderungen nur mehr schwer durchsetzen, ein Problem mit dem auch das Semantic Web zu kämpfen hat.

Mittlerweile sind, dank vieler Initiativen und der wachsenden Rechenleistung moderner Computer, einige Ansätze, die dem Grundgedanken des Semantic Web folgen, Realität und verbessern die Nutzbarkeit des Internet täglich. Beispiele hierfür siehe rechts.

Zusammen mit den Erkenntnissen aus dem Social Web, den vielen mittlerweile verfügbaren APIs und den Entwicklungen in Richtung Cloud Computing ist in naher Zukunft mit einigen Entwicklungen entlang der Vision des Semantic Web zu rechnen. Auch wenn sich im Web dafür schon wieder ein neuer Begriff entwickelt hat, der kaum besser als der alte zu sein scheint: Web 3.0.



Microformats
<http://microformats.org>



DBpedia
<http://dbpedia.org>



WolframAlpha
<http://www.wolframalpha.com>



Swoogle
<http://swoogle.umbc.edu>

Immer mehr HTML im Web kann als „semantisch“ bezeichnet werden, indem HTML entsprechend der Spezifikation verwendet werden und z.B. Überschriften auch immer als solche deklariert sind.

RSS ist sicher die meist genutzte Technologie aus dem Ideengut des Semantic Web, zeitweise wurde sogar versucht einen Standard zu schaffen der ähnliche Formate (RDF) nutzt.

Microformats reichern Webseiten mit strukturierten Informationen an und verknüpfen so andere Applikationen (z.B. Kalender oder Maps) mit herkömmlichen Webseiten. Viele Suchmaschinen reichern ihre Ergebnisse bereits mit diesen Daten an.

Wissensintensive Applikationen wie Wikipedia (in Form von DBpedia) oder Wolfram Alpha zeigen deutlich den Weg und Nutzen von semantischer Technologie. Suchergebnisse werden verstanden, Verknüpfungen zwischen Daten hergestellt.

Suchmaschinen wie Swoogle aber auch Google nutzen immer häufiger Technologien und Ideen aus der Semantic Web Vision und versuchen damit die Nutzung des Web noch angenehmer zu gestalten.

26 MOBILE APPLIKATIONEN



PETER
HÖFLEHNER

Bloggt auf:

<http://www.mobile2null.com>

In der relativ kurzen Zeit seit der Einführung des Mobilfunks hat sich das Handy vom Werkzeug für Businessleute zum „Schweizer Taschenmesser“ für alle gemausert. Das Handy ersetzt mittlerweile in vielen Fällen auch den MP3-Player und die Digitalkamera – Telefonnummern merkt sich schon lange niemand mehr. Die immer größere Beliebtheit von Software am Handy erweitert das Mobiltelefon um viele Möglichkeiten.

Mit der Einführung des App-Store hat Apple den Mobilfunk revolutioniert – endlich war die Installation von Zusatzsoftware auf dem Handy nicht mehr Experten vorenthalten. Dieser Schritt hat dazu geführt, dass in der Zwischenzeit einige Hersteller und Netzbetreiber dieses Konzept kopiert haben. Die

Möglichkeit, Zusatzsoftware auf dem Gerät zu installieren, ist nun schon ein entscheidendes Kriterium beim Kauf eines neuen Smartphones.

Aber welche Möglichkeiten eröffnet nun eine mobile Applikation?

Das Spektrum ist im Grunde nur durch die Kreativität der Entwickler begrenzt. Vonderspeziellen Business-Anwendung für Vertriebsleute bis zur iPhone-App „mobiles Furzkissen“ erstreckt sich ein weites Spektrum an mehr oder weniger sinnvollen Erweiterungen. Sehr beliebt ist zum Beispiel die Navigationssoftware Google Maps, die uns auf kürzestem Weg von A nach B bringt. Eine Facebook-Anwendung und ein Twitter-Client für die Pflege der Präsenz im Web 2.0 gehört ebenfalls schon zur Basisausstattung vieler

Mobiltelefone. Der Schritt zur nahtlosen Verknüpfung unseres Telefonbuchs mit unseren Facebook-Freunden ist nicht mehr weit.

Mit diesen Zusatztools kann das Gerät in jedem Fall auf die persönlichen Anforderungen zugeschnitten werden und das Leben online entscheidend erweitern.

Das Beste an mobilen Applikationen ist, dass die gesamte Entwicklung gerade erst begonnen hat.

Die Funktionen werden immer aufwändiger und praktischer: Bald werden wir zum Beispiel unser Gegenüber nur mehr abfotografieren müssen und das Mobiltelefon legt dann automatisch den Kontakt mit allen notwendigen Daten an.



Mobiler Bereich der Zeitschrift Chip.
(Testberichte, Bestenlisten, usw.)

<http://www.chip.de/handy>



Sehr guter deutschsprachiger Blog über mobile Themen

<http://www.mobilezeitgeist.de>



Englischsprachiger Blog mit sehr gutem Überblick über internationale Entwicklungen und Trends

<http://www.intomobile.com>



Überblick und Testberichte von Symbian S60 und Nokia-Geräten

<http://www.s60.at/news>



Überblick und Testberichte von Android Applikationen

www.androidpit.com

AUSTRIAN STARTUPS

Qando - Fahrplanservice der Wiener Linien

<http://www.qando.at>

Vooch - Gutscheine am Handy

<http://www.vooch.at>

Mobeedo - Mobiles Informationssystem der Web 2.0 Art

<http://www.mobeedo.com>

Wer noch mehr über mobile Anwendungen erfahren will, ist herzlich zu den Mobile Mondays in Wien eingeladen: <http://www.mobilemonday.at>

28 BARRIEREFREIE WEBSEITEN



ERIC
EGGERT

Bloggt auf:

<http://yatil.de>

Web 2.0 Anwendungen sind mittlerweile eine Selbstverständlichkeit, YouTube, Facebook und Twitter haben es als herausragende Vertreter sogar in die klassischen Medien geschafft. Menschen mit Behinderungen werden allerdings von diesen neuen Technologien oft ausgeschlossen.

Stellen Sie sich vor, Sie könnten YouTube nicht benutzen oder derStandard.at oder ORF.at wäre für Sie nicht lesbar. Sie würden sich um wichtige Informationsquellen beraubt fühlen. Oder stellen Sie sich vor, Sie könnten Ihren Lieblings-E-Mail-Anbieter nicht mehr benutzen.

Behinderte Menschen haben oft nicht

die Wahl am Miteinander im Mitmach-Web teilzunehmen, sondern werden ausgeschlossen. Dabei profitieren alle Menschen von barrierefreien Webseiten: Sie sind oft einfacher zu bedienen, bieten die Möglichkeit zu Seitenteilen zu springen und funktionieren auch mit älteren Browsern oder Handys und auch bei schlechter Internetverbindung.

Blinde Menschen beispielsweise lassen sich Webseiten vorlesen oder benutzen eine Braille-Zeile, wodurch es schwierig ist zu bemerken, wenn sich etwas an einer anderen Stelle ändert. Menschen mit Bewegungseinschränkungen benutzen vielleicht die Tastatur oder andere spezielle Eingabegeräte wie Mund-

stab, Joystick o.ä. und viele gehörlose Menschen verstehen Inhalte besser durch ein Gebärdensprachvideo. Die deutsche Schriftsprache ist für sie nämlich wie eine Fremdsprache zu erlernen, sie weicht in der Grammatik deutlich ab.

Die Grundlage für barrierefreie Webseiten sind die „Richtlinien für barrierefreie Webinhalte 2.0 von WCAG“ (<http://wcag2.0-blog.de/2009-07-28>) des World-Wide-Web-Konsortiums. Sie stellen Webdesignern und -entwicklern die Prinzipien barrierefreier Webseiten vor: wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust. Zudem zeigt sie anhand von Beispielen wie man die Richtlinien in der Praxis umsetzt.



Artikel zu allen wichtigen Aspekten der Barrierefreiheit

<http://einfach-fuer-alle.de>



Der Verein Accessible Media veranstaltet nicht nur den monatlichen Stammtisch, sondern...

<http://accessible-media.at>



...auch den A-Tag, eine Konferenz mit internationalen Gästen. Die Vorträge aus dem Vorjahr gibt es zum Nachhören und -lesen

<http://atag.accessiblemedia.at>



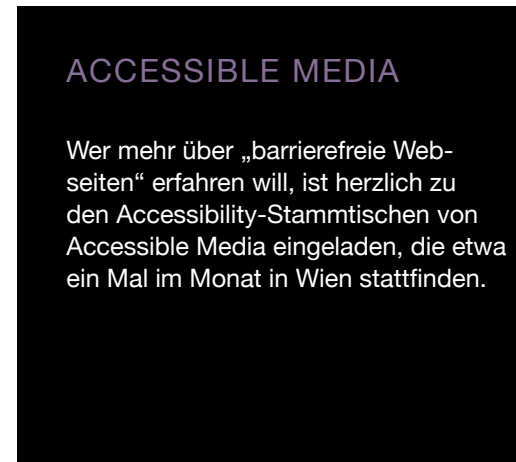
Als eine von wenigen Seiten mit einer BIENE, einem Preis für sehr gutes barrierefreies Webdesign, ausgezeichnet

<http://darmkrebs.at>



Durch „Easy YouTube“ können auch Menschen mit Behinderungen dieses Medium einfacher nutzen

<http://bizeps.or.at/video>



30 ONLINE GAMING



ANDREAS
WOCHENALT

Gamestudies

<http://www.gamestudies.at>

Nahezu täglich werden neue Rekordzahlen zu den Umsätzen der Spiele-Industrie gemeldet. Die Sony Playstation und „World Of Warcraft“, die Nintendo Wii und „The Sims“ sind mittlerweile fixe Bestandteile unserer Medienkultur. Tatsächlich werden mit digitalen Spielen mehr Umsätze generiert als die gesamte Filmindustrie - allen voran Hollywood - weltweit erwirtschaftet. Und nahezu jedes Spiel ist mittlerweile auch ein Onlinespiel. Aber für jene, die nicht bei jedem Weihnachtsfest eine neue Konsole, die neueste Videospiel-Fortsetzung aus dem Regal und die neuesten Hardwareteile kaufen wollen, gibt es ein unterhaltsames Gratisangebot im Internet. Eine Orientierungshilfe zum Zeitvertreib:

Eines der erfolgreichsten Gratisspiele ist die „Ski Challenge“ des österreichischen Entwicklers Greentube. Die Rennstrecken wurden detailgetreu

anhand der Original-TV-Bilder des ORF nachgebaut. Jeden Winter werden die Strecken im Spiel analog zu den realen Sportevents im Skiweltcup freigeschaltet. Alle Teilnehmer können ihre Zeiten registrieren und scheinen somit im virtuellen Weltcupranking auf. Zum Saisonende finden auch Weltmeisterschaften als eigene eSport-Events statt.

Browsersgames benötigen im Gegensatz zu herkömmlichen PC-Games keinen eigenen Client als Download oder auf CD-Rom. Dank leistungsfähigerer Rechner und Browser bieten diese Spiele mittlerweile sogar schon eine mit High End-Produktionen vergleichbare Qualität. Ein Beispiel dafür ist das demnächst erscheinende Onlinespiel „Poisonville“ von Bigpoint.de an dem 30 Entwickler über ein Jahr lang gearbeitet haben. Spiele aus dieser Kategorie „Casual Games“, dazu zählen auch einfache Kartenspiele, sind schon seit

vielen Jahren am Markt und erfreuen sich aufgrund des einfachen und kostenlosen Zugangs zum Spiel großer Beliebtheit. Mittlerweile sind Skill Games, Geschicklichkeitsspiele wie z.B. Poker, auch ein lukratives Geschäft. Spielen die User nämlich um echtes Geld, partizipiert der Anbieter am Einsatz. Dafür stellt man auch die komplette Infrastruktur und die nötige Technik zur Abwicklung der Transaktionen zur Verfügung.

Mit dem Erfolg der Social Networks entwickelte sich auch ein weiteres Genre im Bereich Spiele: Die Social Games. Eines der erfolgreichsten Spiele auf Facebook.com ist das Spiel „Farmville“ von Zynga mit weltweit 8 Millionen aktiven Spielern pro Tag – innerhalb 8 Wochen nach dem Release! Social Games nutzen Mechaniken des Web 2.0 und werden meistens über Empfehlungen der Spieler an ihre Freunde im Netzwerk verbreitet.



Die Ski Challenge ist mit knapp 3,5 Millionen Gratis-Downloads pro Jahr der erfolgreichste Spietitel aus Österreich und startet auf ORF.at kommenden Winter in die 6. Saison.

<http://skichallenge.ORF.at>



Spiele wie „Farmville“ oder „Mafia Wars“ zeichnen sich nicht durch Technik oder Storytelling aus. Das miteinander Spielen und Kommunizieren steht dabei im Mittelpunkt der Aktivitäten.

<http://www.zynga.com>



Zu den erfolgreichsten Plattformen für Browsergames zählt Bigpoint.de. In das neueste Spiel „Poisonville“ wurde 1 Million Euro investiert.

<http://www.bigpoint.de>



Bundesstelle für die Positivprädikatisierung von Computer- und Konsolenspielen, kurz: BuPP

<http://www.bupp.at>

Games werden sehr kontrovers diskutiert. Sowohl die Debatte über Gewalt in Spielen als auch die Diskussion über das Suchtverhalten beim Spielen werden derzeit sehr intensiv geführt. Dabei steht meist der Jugendschutz im Vordergrund.

Eine Orientierungshilfe zum Thema geben zwei sehr hilfreiche Services: Die BuPP (Bundesstelle für die Positivprädikatisierung von Computer- und Konsolenspielen) ist eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend und gibt Auskunft darüber, welche Spiele für Kinder und Jugendliche besonders empfehlenswert sind.

<http://www.bupp.at>

Der Verein IPOS (Institut zur Prävention von Onlinesucht) ist mittlerweile erste Anlaufstelle bei Fragen zum Thema Onlinesucht. Insbesondere Onlinespieler/innen können sich bei IPOS helfen lassen, wenn das Spielen zur Sucht wird.

<http://www.onlinesucht.at>

32 NETZDEUTSCH 2009 - DAS WÖRTERBUCH



HELGE
FAHRNBERGER

Bloggt auf:

<http://www.helge.at>

Fotocredits: Daniel Gebhard

(v) = Verb, (m) = männlich (n) = neutral

jmdn frienden (v)

Jemanden, dessen Hand man irgendwann geschüttelt hat, auf Facebook, StudiVZ, etc. als Freund hinzufügen.

jmdn facebooken (v)

Siehe -> jmdn frienden

jmdn unfrienden (v)

Die als unfreundlicher Akt angesehene Tätigkeit des Entfernens aus der Freundesliste auf Facebook & Co von Menschen, von denen man keine Ahnung hat, wo man deren Hand geschüttelt haben soll.

Auch: Tätigkeit des Entfernens aus der Freundesliste von Menschen, die man liebt, die einen jedoch anstatt dieses Gefühl zu erwidern durch penetrante Zurschaustellung von Zweisamkeit in Text- und Bildform quälen.

jmdn xingen (v)

Jemanden auf Xing suchen. Beispiel: Die (den) süße(n) Kleine(n) von der Messeparty gestern xingen, an deren (dessen) Namen man sich nicht erinnert. [Um Beweise für die Gerüchte, wonach Xing.com zwei Dutzend süße Kleine beschäftigt, die durch Präsenz auf Messepartys den Umsatz mit Premiumaccounts ankurbeln, wird gebeten.]

jmdn von der Blogroll schmeißen (v)

Die als unfreundlicher Akt angesehene Tätigkeit des Entfernens eines aus reiner Höflichkeit auf die öffentliche Leseliste des eigenen -> Blogs hinzugefügten, gänzlich langweiligen -> Blogs.

emailen (v)

Bezeichnung einer veralteten Kommunikationsform, die noch von Menschen genutzt wird, die nicht wissen, dass diese Funktion durch Pinwandnachrichten auf Facebook oder Xing-Kontaktanfragen ersetzt wurde.

jmdn [selten: jmdm] followen (v)

Jemand auf Twitter der eigenen Leseliste hinzufügen, meist nicht in der Absicht, die -> Tweets dieser Person zu lesen, sondern entweder um auf die eigene Existenz aufmerksam zu machen oder in der Hoffnung, die Zahl der eigenen -> Follower zu erhöhen.

jmdn unfollowen (v)

Als unfreundlicher Akt angesehene Tätigkeit des Entfernens eines an Logorrhoe leidenden Zeitgenossen aus der eigenen Leseliste auf Twitter.

etw twittern (v)

Eine maximal 140 Zeichen umfassende Beobachtung mit Nach-

richtenwert aus dem persönlichen Tagesablauf verkünden ("Guten Morgen!").

Tweet (m)

Kurznachricht von meist überregionaler Bedeutung, Ergebnis von -> twittern

etw re-tweeten (v)

Weitersenden von -> Tweets Anderer mit dem Ziel, selbst re-tweetet zu werden, um mehr -> Follower zu gewinnen.

Follower (m)

Benutzer von Twitter, der einen selbst auf der Leseliste hat, meist nicht um einen tatsächlich zu lesen, sondern um -> zurückgefollo-wed [auch: zurückgefollowt] zu werden.

jmdn zurückfollowen (v)

Akt der Freundlichkeit, der das Gefühl vermittelt, jemandes -> Tweets zu lesen, der einem dieses Gefühl ebenfalls vermittelt hat. Geht meist dem -> Unfollowen voraus.

Blog (n)

Bezeichnung einer veralteten Publikationsform im Internet, die vor allem von Personen genutzt wird, die außer Stande sind, sich auf 140 Zeichen zu beschränken.

Blog (m)

Synonym zu -> Blog (n), dessen Verwendung den Verwender augenblicklich als jemanden outet, der den Begriff erst wenige Jahre kennt. Löst bei Verwendern von -> Blog (n) das Gefühl von Überlegenheit und den Austausch wissender Blicke aus.

jmdn subscriben(v)

-> Blog eines Menschen der eigenen Leseliste hinzufügen, meist um später festzustellen, dass der Konsum seiner Inhalte einen dem erhofften Austausch von Geschäftsbeziehungen oder Körperflüssigkeiten auch nicht näherbringt.

jmdn unsubscribe (v)

-> Blog eines gänzlich langweiligen Menschen wieder aus der eigenen Leseliste entfernen. Die Tätigkeit gilt als unfreundlicher Akt. Die Überprüfung erfolgt regelmäßig unauffällig im Gespräch durch Aufbau auf zuvor nur per Blog bekanntgegebener Informationen.

Fail Whale (m)

Weltweit letzte Walart, die nicht vom Aussterben bedroht ist.

Jmdn in den Spamfilter schmeißen (v)

Tätigkeit des Markierens der Emails von Menschen als Werbung, deren überbordender Mitteilungslust man in Hinkunft zu entgehen hofft, zumindest bis diese einen auf Twitter entdecken.

jmdn taggen (v)

Markieren des Gesichtes einer anderen Person auf einem auf Facebook geladenen Foto. Funktion, die dazu zwingt, sich regelmäßig in Facebook einzuloggen, um die Tags auf allen kompromittierenden Fotos zu entfernen, die freundliche Mitmenschen auf einen gesetzt haben.

etw teilen (v)

Etwas weitersenden, mitteilen. Die bis zur nächsten Auflage des Duden falsche Übersetzung von "share" auf Facebook.

34 DIGIDAY 09

VIENNA



DIGIDAY09 VIENNA

Österreichs-Digitale-Medien-Konferenz | MQ Wien | 17 Okt 2009



Sie wollen wissen, was Twitter, Facebook und Friendfeed ist
und wie Blogs, Wikis und Lifestreaming funktionieren: DIGIDAY09 gibt Antwort!

DIGIDAY09 VIENNA

Österreichs-Digitale-Medien-Konferenz | MQ Wien Arena 21 | 17 Okt 2009

Details und Anmeldung:
digitalks.at/digiday09
info@digitalks.at
twitter.com/digitalks
hashtag #ddv09

09:30 Begrüßung und Impulsstatements
10:00 Keynote Ibrahim Evsan, sevenload
11:00 Facebook & Co
11:30 Twitter & Friendfeed
12:00 Online Zusammenarbeit
13:00 Pause

14:00 Bewegte Bilder im Web
15:00 Online Gaming
16:00 Pause
17:00 Geo-basierte Anwendungen
18:00 Mobile Applikationen
19:00 Veranstaltungsende

eine Veranstaltung von Digitalks | gefördert von 

| unterstützt von  

knallgrau



Die Presse.com

quartier21 

36 KONTAKT & IMPRESSUM

Verein „Netzwerk für digitale Medien“

Mag. Meral Akin-Hecke

Gründerin Digitaltalks

Baumgartenstrasse 91, 1140 Wien

Tel: +43 664 103 25 69

Email: info@digitaltalks.at

Join our network

Web <http://www.digitaltalks.at>

Twitter twitter.com/digitaltalks

Facebook facebook.com/digitaltalks

Credits Coverfotos

Karola Riegler, <http://www.karolariegler.at>

Andreas Hafenscher, <http://www.webnfoto.com>

Franz Pfluegl, <http://fotograf.at>

Stand: September 2009

Ihr Partner für Social Media Lösungen

Knallgrau

Pezlgasse 7/1 A-1170 Wien +43 1 522 7637 www.knallgrau.at