

Social Media in der Selbsthilfe

Das Internet hat unser Informations- und Kommunikationsverhalten komplett verändert. Gerade für die Selbsthilfe bieten soziale Medien viele Möglichkeiten:

- Mittels Internet können viele Menschen, auch jüngere erreicht werden
- Die Hemmschwelle, in den Austausch zu treten, ist geringer
- Der Zugang ist für Menschen mit Behinderungen oftmals leichter
- Ein Austausch über regionale Grenzen hinaus ist möglich
- Die Nutzung ist zeitlich und räumlich ungebunden

Für die einen ist die Präsenz im Web und der Umgang mit Social Media alltäglich, andere zögern noch diese Medien zu nutzen. Diese Orientierungshilfe gibt einen Überblick über die Vielfalt der sozialen Medien.

Für die Selbsthilfe interessante Medien werden hier kurz beschrieben. Die Tabelle gibt Hilfestellung bei der Auswahl des geeigneten Mediums. Abhängig von den Zielen („Ich möchte ...“) sind einzelne Medien aufgeführt als gut geeignet (+), bedingt geeignet (o) und weniger bis gar nicht geeignet (-).

Da es zahlreiche Entwicklungen und Neuerungen gibt, werden die sozialen Medien immer vielfältiger und deren Leistungsspektrum immer größer werden. Diese Orientierungshilfe basiert auf dem Stand zum Zeitpunkt der Drucklegung. (September 2014)

Wir bewegen – was uns verbindet
Selbsthilfegruppen in Niedersachsen

Ich möchte ...

- ... mich informieren
- ... mit anderen kommunizieren, interagieren, diskutieren
- ... in geschlossenen Gruppen diskutieren
- ... öffentlich diskutieren
- ... öffentlich diskutieren mit Moderation
- ... andere informieren, mich präsentieren
- ... Text veröffentlichen
- ... Bild veröffentlichen
- ... Ton, Video veröffentlichen
- ... Downloads anbieten
- ... Gemeinschaften aufbauen
- ... mich mit anderen Diensten vernetzen

	+ gut geeignet	o bedingt geeignet	- weniger bis gar nicht geeignet
... mich informieren	Homepage, Blog, Forum 		
... mit anderen kommunizieren, interagieren, diskutieren	Blog, Forum	Homepage	Homepage
... in geschlossenen Gruppen diskutieren	Blog, Forum	Homepage	Homepage
... öffentlich diskutieren	Blog, Forum	Homepage	Homepage
... öffentlich diskutieren mit Moderation	Forum	Homepage, Blog	Homepage
... andere informieren, mich präsentieren	Homepage, Blog, Forum 		
... Text veröffentlichen	Homepage, Blog, Forum 		Homepage
... Bild veröffentlichen	Homepage 	Blog	Forum
... Ton, Video veröffentlichen	Homepage 	Blog	Forum
... Downloads anbieten	Homepage, Blog	Forum	Forum
... Gemeinschaften aufbauen	Forum	Blog	Homepage
... mich mit anderen Diensten vernetzen	Forum	Blog	Homepage

Homepage Blog Forum Facebook Google+ Instagram Twitter Xing Pinterest Youtube Wikipedia

Social Media Navigator



Eine Orientierungshilfe für den Selbsthilfebereich

„Social Media (auch soziale Medien) bezeichnen digitale Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu erstellen.“ wikipedia

Selbsthilfe-Büro Niedersachsen
der Deutschen Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen e.V.
Gartenstraße 18 · 30161 Hannover
Tel: (05 11) 39 19 28 · Fax: (05 11) 39 19 07
www.selbsthilfe-buero.de · selbsthilfe-buero-nds@gmx.de

Vernetzung (Definition):

Mitglieder eines Netzwerkes können direkt untereinander Informationen austauschen. Dabei sind beliebige Gruppenbildungen möglich.

Datenschutz/-risiko:

Im Internet gilt das Bundesdatenschutzgesetz. Es sollte lediglich das veröffentlicht werden, was auch wirklich öffentlich gemacht werden kann bzw. darf.

Zeitaufwand:

Der Zeitaufwand für den Aufbau und Betrieb ist abhängig vom Anspruch an den Inhalten und von den eigenen Fachkenntnissen.

Geschätzte Verbreitung und Altersschwerpunkt:

Beide Punkte beziehen sich auf Deutschland. Die prozentualen Zahlen bei der Altersverteilung basieren auf die Gesamtheit aller Internetnutzerinnen und -nutzer. Bei allen Angaben handelt es sich um eine temporäre Einschätzung zum Zeitpunkt der Drucklegung. Die Zahlen basieren auf <http://social-media-atlas.faktenkontor.de/2013/> und können sich von heute auf morgen ändern.

Blog wählen z. B. unter dem Selbsthilfethema

Forum wählen, s. auch www.selbsthilfe-interaktiv.de


<http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Hauptseite>

www.instagram.com

1. **Name: Homepage**
2. **Gattung/Typ:** Homepage
3. **Zweck:** Eine Homepage ist die Online-Visitenkarte eines Unternehmens oder einer Organisation. Hier stehen wichtige Informationen, insbesondere alle Kontaktdaten sowie eine Leistungsübersicht. Die Inhalte sind individuell anpassbar und geeignet für universelle Informationen.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 80% aller Unternehmen verfügen über eine Homepage.
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:** Wird von allen Altersgruppen genutzt
6. **Anmeldung erforderlich:** Zum Lesen nein, zum Erstellen ja
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Individuelles Design, beliebige Inhaltsformen, umfassende Information möglich
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Je nach individuellen Wünschen von gering bis sehr hoch
9. **Kosten:** Kostenlos möglich, professioneller Auftritt je nach Aufwand

1. **Name: Blog (Webblog)**
2. **Gattung/Typ:** Blog
3. **Zweck:** Ein Blog ist ein digitales Magazin oder Online-Tagebuch, in dem von laufenden Aktivitäten, Veröffentlichungen, neuen Leistungen etc. berichtet wird.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 5 Millionen Blogbetreiber/innen
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:** Abhängig von der Zielgruppe und vom Thema
6. **Anmeldung erforderlich:** Vorwiegend ja, durch Autor/in bestimmt
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Leicht zu bedienen, beliebte Form der Selbstdarstellung
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: gering bis mittel, Betrieb: gering
9. **Kosten:** Kostenlos möglich, professioneller Auftritt je nach Aufwand

1. **Name: FORUM**
2. **Gattung/Typ:** Forum
3. **Zweck:** Ein Forum ist ein digitaler Diskussionsort, an dem Meinungen, Fragen, Ideen, Lösungen etc. zu einem Thema ausgetauscht werden können. Hier kann im Prinzip jede / jeder etwas schreiben. Ein Internet-Forum sollte überwacht / moderiert werden.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 300.000 Betreiber/innen
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:** Abhängig von der Zielgruppe und vom Thema
6. **Anmeldung erforderlich:** Vorwiegend ja, je nach Thema nur für Mitglieder
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Gute Informationsstruktur, Zielgruppenansprache leicht möglich
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: gering, Betrieb: je nach Moderationsform und abhängig vom Thema
9. **Kosten:** Kostenlos möglich, professioneller Auftritt je nach Aufwand

1. **Name: Wikipedia** 
2. **Gattung/Typ:** Internetlexikon
3. **Zweck:** Wikipedia nutzt die Wiki-Technik für ein weltweites Lexikon. Jede/r kann Beiträge schreiben. Neue Beiträge werden kritisch begutachtet und gegebenenfalls korrigiert oder gelöscht. Nicht erwünscht ist versteckte Werbung.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 1,4 Millionen Aufrufe pro Stunde. Platz 7 der am häufigsten genutzten Internetseiten
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:** Alle Altersgruppen
6. **Anmeldung erforderlich:** Zum Lesen nein, zum Schreiben ja
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Relativ neutrale hochwertige Wissenssammlung, nicht interessengesteuert, gut geeignet zum Wissenstransfer
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Um einen Beitrag zu editieren sind einmalig ein bis zwei Stunden Einarbeitungszeit nötig.
9. **Kosten:** Keine

1. **Name: Instagram** 
2. **Gattung/Typ:** Netzwerk, Foto- und Videoplattform
3. **Zweck:** Instagram ist ein Netzwerk, in dem Fotos und Videos miteinander geteilt und gegenseitig bewertet werden können. Es beinhaltet ein Werkzeug zur Bearbeitung von Fotos und Videos.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 3 Millionen / weltweit ca. 170 Millionen
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:** Keine Angaben im Social Media Atlas
6. **Anmeldung erforderlich:** Grundsätzlich ja
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Effektreiche Bildbearbeitung möglich, gut geeignet um sich optisch zu präsentieren
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: gering, Betrieb: gering
9. **Kosten:** Keine

<https://de.pinterest.com>


www.youtube.com


www.facebook.com

<https://plus.google.com/>


<https://twitter.com>

www.xing.com


1. **Name: Pinterest** 
2. **Gattung/Typ:** Netzwerk
3. **Zweck:** Pinterest ist ein Netzwerk, in dem Videos an virtuelle Pinnwände gehängt und geteilt werden können. Alle Beiträge sind in Kategorien eingeteilt und grundsätzlich öffentlich.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 1,5 Millionen registrierte Nutzer/innen
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:** Die meisten Nutzer/innen sind zwischen 18-49 Jahre alt. Der Anteil der Frauen beträgt 68%, der der Männer 32 %.
6. **Anmeldung erforderlich:** Zum Betrachten nein, zum Erstellen ja
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Einfache bildorientierte Kommunikation, gut geeignet um sich optisch zu präsentieren
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: gering, Betrieb: gering
9. **Kosten:** Keine

1. **Name: YouTube** 
2. **Gattung/Typ:** Videoplattform mit Netzwerkfunktion
3. **Zweck:** Videos können angesehen, bewertet und eigene Videos hochgeladen werden. Alle Beiträge können über verschiedene soziale Netzwerke geteilt werden.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 28 Millionen aktive Nutzer/innen
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:**


14-19 Jahre:	100%	40-49 Jahre:	88%
20-29 Jahre:	97%	50-59 Jahre:	89%
30-39 Jahre:	86%	60+ Jahre:	64%
6. **Anmeldung erforderlich:** Grundsätzlich ja
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Einfache bildorientierte Kommunikation, sehr gut geeignet für Anleitungen, Filmberichte, Imagefilme etc.
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: ca. 1-2 Stunden, Betrieb: gegebenenfalls Kommentare prüfen, laufende Pflege nicht unbedingt notwendig
9. **Kosten:** Keine

1. **Name: Facebook** 
2. **Gattung/Typ:** Netzwerk
3. **Zweck:** Facebook ist ein soziales Netzwerk, bei dem Einzelpersonen Mitglied werden können. Private Nutzerinnen und Nutzer können sich mit anderen „befreunden“, Beiträge schreiben, Gruppen gründen, zu Veranstaltungen einladen, Fan einer Fanpage werden etc.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 25 Millionen Mitglieder
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:**


14-19 Jahre:	100%	40-49 Jahre:	98%
20-29 Jahre:	93%	50-59 Jahre:	89%
30-39 Jahre:	86%	60+ Jahre:	91%
6. **Anmeldung erforderlich:** Durch Autor/in individuell einstellbar
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Sehr viele Nutzerinnen und Nutzer, schnelle Verbreitung von Informationen möglich
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: gering, Betrieb: regelmäßige Pflege
9. **Kosten:** Keine

1. **Name: Google+** 
2. **Gattung/Typ:** Netzwerk
3. **Zweck:** Google+ oder einfach „g+“ ist ein soziales Netzwerk ähnlich Facebook für Einzelpersonen und Firmen mit eher sachlichem Inhalt. Personen können zusätzliche Seiten für ihre Firma oder ihre Organisation einrichten und Beiträge im Namen dieser Firma veröffentlichen.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 9 Millionen Mitglieder
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:**

14-19 Jahre:	28%	40-49 Jahre:	46%
20-29 Jahre:	22%	50-59 Jahre:	60%
30-39 Jahre:	34%	60+ Jahre:	45%
6. **Anmeldung erforderlich:** Durch Autor/in individuell einstellbar
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Sachlicher seriöser Beitragsstil der Mitglieder, schnelle Verbreitung von Informationen möglich
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: gering, Betrieb: Pflege nach Bedarf
9. **Kosten:** Keine

1. **Name: Twitter** 
2. **Gattung/Typ:** Netzwerk
3. **Zweck:** Twitter ist ein laufender Strom von Nachrichten mit jeweils maximal 140 Zeichen. Die Nachrichten können Links enthalten wodurch Interesse geweckt wird für Webseiten, Blogbeiträge, Bilder, etc.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 4 Millionen Nutzer/innen
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:**

14-19 Jahre:	32%	40-49 Jahre:	24%
20-29 Jahre:	29%	50-59 Jahre:	29%
30-39 Jahre:	15%	60+ Jahre:	18%
6. **Anmeldung erforderlich:** Grundsätzlich ja
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Gute Struktur, sehr effektiv zum Versenden von Kurznachrichten, kostengünstige individuelle „Sende“-Plattform, gut geeignet zur Verbreitung von Informationen
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: sehr gering, Betrieb: Pflege nach Bedarf
9. **Kosten:** Keine

1. **Name: Xing** 
2. **Gattung/Typ:** Netzwerk
3. **Zweck:** XING ist ein Netzwerk, das überwiegend für den beruflichen Austausch im deutschsprachigen Raum genutzt wird. Hier stellen sich Einzelpersonen und Kleinunternehmen vor und können auch geschäftliche Kooperationspartner/innen finden.
4. **Geschätzte Verbreitung in Deutschland:** Circa 7 Millionen registrierte Nutzer/innen
5. **Altersschwerpunkt der Nutzer/innen:**

14-19 Jahre:	100%	40-49 Jahre:	88%
20-29 Jahre:	97%	50-59 Jahre:	89%
30-39 Jahre:	86%	60+ Jahre:	64%
6. **Anmeldung erforderlich:** Durch Autor/in individuell einstellbar
7. **Stärken / Kommunikationsnutzen:** Im deutschen Sprachraum führend für Karriere- und Personalmanagement, ermöglicht einfache Aufnahme von Geschäftskontakten im deutschsprachigen Raum
8. **Zeitaufwand Aufbau/Betrieb:** Aufbau: gering, Betrieb: gering
9. **Kosten:** Keine