



Twitter – vom ersten Tweet zum weltweit grössten Microblogging-Dienst

AUTOR: THOMAS LUDWIG

Rund 360 Millionen aktive Nutzer zählt das multilinguale soziale Netzwerk namens Twitter («Gezwitscher») mittlerweile. Im vergangenen Jahr erzielte das Unternehmen Twitter Inc. satte 5,08 Milliarden US-Dollar Umsatz (und damit 16 Prozent mehr als im Vorjahr). Das Geschäftsmodell des Microblogging-Dienstes ist dabei denkbar einfach: Angemeldete Nutzer können telegrammartige Kurznachrichten (sogenannte Tweets) sowie Kommentare verbreiten. Die Länge jeder Nachricht ist jedoch auf überschaubare 280 Zeichen beschränkt.

Die Geschichte des US-Unternehmens Twitter Inc. begann im März 2006. In einer Mittagspause fanden sich einige Mitarbeiter des Tech-Unternehmens Odeo in einem Park in San Francisco zusammen. Ihr damaliges Ziel: einen unkomplizierten Podcasting-Dienst zu entwickeln. Der Entwickler Jack Dorsey schlug in

diesem Zusammenhang vor, jedem seiner Team-Mitglieder kurze Statusmeldungen per SMS zu senden, die von einem eigens entwickelten Portal aus verschickt werden sollten. Bereits zwei Wochen später war es so weit: »Just setting up my Twtr« galt als die erste über das Twitter-Portal verschickte Kurznachricht. Etwa ein Jahr später gründeten die Entwickler und Grafiker Jack Dorsey, Evan Williams und Biz Stone das Unternehmen Twitter Inc. Bis 2010 registrierten sich bereits atemberaubende 100 Millionen Nutzer. Im selben Jahr kam die Twitter-eigene App für Smartphones und Tablets hinzu. Im November 2013 folgte der Börsengang des Unternehmens, und 2015 zählte das Microblogging-Netzwerk bereits mehr als 300 Millionen Nutzer.

DIE MEILENSTEINE IN DER ENTWICKLUNG VON TWITTER

Der bereits im Herbst 2006 an die

Muttergesellschaft Obvious ausgliederte Nachrichtendienst Twitter war zunächst nur für interne Zwecke vorgesehen. Er sollte kurze Status-Updates in Projektteams ermöglichen. Schnell wurde der anfangs unter dem Markennamen Twtr geführte Dienst jedoch so beliebt, dass eine Weiterentwicklung für die breite Öffentlichkeit angestrebt wurde. Im April 2007 konnten bereits private und öffentliche Profile von Nutzern auf der Plattform angelegt werden. Zu den damaligen Kernfunktionen (die sich bis heute nicht wesentlich geändert haben) gehörten dabei folgende Dinge:

- Anfangs waren nur Kurznachrichten von maximal 140 Zeichen Länge möglich.
- Hyperlinks können jedoch auf längere Texte, Bilder sowie Videos verweisen.
- Die »Follower«-Funktion erlaubt das Folgen der Tweets bestimmter

Nutzer.

- Per Benachrichtigung auf dem Smartphone oder PC wird der Nutzer über die neuesten Tweets der von ihm gefolgteten Nutzer informiert.

Im September 2016 erhöhte Twitter dann die ursprüngliche Begrenzung von 140 Zeichen auf bis heute geltende 280 Zeichen. Ferner sollten an Tweets angehängte Fotos und Videos künftig nicht mehr auf die Gesamtlänge der Kurznachricht angerechnet werden. Im Mai 2018 führte Twitter erstmalig Richtlinien gegen die Verletzung von Nutzerbedingungen und gegen sogenanntes »Trolling« – eine Form der anonymen Diffamierung im Internet – ein.

TWITTER ERZIELT MILLIARDENUMSÄTZE

Die Grundfunktionen von Twitter sind für sämtliche Nutzer komplett kostenlos! Weder die Anmeldung noch das Erstellen und Unterhalten eines eigenen Profils oder das Verfassen von Tweets sowie das Folgen anderer User kosten Geld. Twitter selbst verdient jedoch auf die folgenden zwei Arten Geld: durch Werbung und durch Datenlizenzierung. Die Werbesparte macht dabei allein rund 90 Prozent des Gesamtumsatzes aus – etwa 4,5 Milliarden US-Dollar nahm Twitter demnach im Jahre 2021 durch Werbung ein. Hinzu kamen noch einmal rund 570 Millionen US-Dollar durch den Verkauf von Datenlizenzen. Mit folgenden Funktionen erzielt Twitter die oben genannten Umsätze innerhalb der Bereiche Werbung und Datenlizenzierung:

- Werbe-Tweets (hier bewerben Unternehmen ihre Produkte oder Dienstleistungen über Tweets in der

Timeline ihrer Zielgruppen)

- Werbe-Accounts (dabei handelt es sich um von Twitter speziell hervor gehobene Accounts und Account-Vorschläge für Nutzer)
- Werbe-Trends (Werbung von Unternehmen, Marken oder Influencern mithilfe von Hashtags)
- Wiederverwendung und Teilen von Forschungsdaten (für Marktforschungszwecke, Fallstudien oder Trendanalysen)
- Verkauf von lizenzierten Daten an Unternehmen

GEPLATZTE ÜBERNAHME VON TWITTER DURCH ELON MUSK

Im April 2022 kündigte der Unternehmer Elon Musk den Kauf des Kurznachrichtendienstes an. Sein ursprüngliches Ziel: Twitter von der Börse zu nehmen und das Unternehmen so umzustrukturieren, dass das Portal echte Redefreiheit ermöglicht. Rund 44 Milliarden US-Dollar stellte Musk dafür in den Raum – allerdings unter der Bedingung, dass das Unternehmen potenzielle Fake-Accounts sowie Profil-Bots öffentlich macht. Kurze Zeit später zog Musk sein Angebot jedoch zurück, da ihm die gewünschten Informationen nicht zugänglich gemacht wurden. Twitter hielt sich diesbezüglich bedeckt und bezifferte den Anteil der Fake-Accounts auf weniger als fünf Prozent.

ERFOLGSPRINZIPIEN VON TWITTER

Der sagenhafte Aufstieg von Twitter zum mittlerweile erfolgreichsten Kurznachrichtendienst der Welt kommt nicht von ungefähr. Vielmehr macht sich das Unternehmen seit Jahren bestimmte Erfolgsprinzipien zunutze, die das Portal so wertvoll für die Nutzer macht.

TWITTER BIETET UMFASSENDE FUNKTIONEN UND ERWEITERT DIESE BESTÄNDIG

Die anfänglichen Funktionen wurden im Lauf der Jahre beständig erweitert. Mittlerweile bietet Twitter zum Beispiel auch »Spaces«, die Live-Audio-Diskussionen ermöglichen, oder Schnittstellen mit anderen Webdiensten oder Social-Media-Plattformen.

TWITTER VERBINDET MENSCHEN IN ECHTZEIT

Durch die Echtzeit-Nachrichtendienste von Twitter wird den Menschen ein kostenloses Instrument an die Hand gegeben, mit dem sie in Verbindung miteinander treten können. Dadurch können Menschen bei Naturkatastrophen, politischen Unruhen oder Kriegszuständen in Echtzeit miteinander kommunizieren.

DIE NUTZUNG VON TWITTER IST WEITGEHEND KOSTENFREI

Anstatt private Nutzer zur Kasse zu bitten, finanziert sich Twitter über indirekte Nutzungsentgelte für Werbung oder Datenlizenzierungen. Das macht das Kurznachrichtenportal natürlich sehr attraktiv für die Millionen von Privatnutzern. Und dadurch wird das Portal wiederum interessant für Werbetreibende, die über Twitter ihre individuellen Zielgruppen ansprechen können.

DIE EINFACHHEIT VON TWITTER

Maximal 280 Zeichen, Hashtags, eine Timeline und einen kostenlosen Account – mehr braucht es nicht, um Twitter zu nutzen. Viele User schätzen diese Einfachheit des Portals, weshalb Twitter bei Jung und Alt gleichermaßen beliebt ist!

(redaktion@noch-erfolgreicher.com)



Twitter – vom ersten Tweet zum weltweit grössten Microblogging-Dienst

AUTOR: THOMAS LUDWIG

Rund 360 Millionen aktive Nutzer zählt das multilinguale soziale Netzwerk namens Twitter («Gezwitscher») mittlerweile. Im vergangenen Jahr erzielte das Unternehmen Twitter Inc. satte 5,08 Milliarden US-Dollar Umsatz (und damit 16 Prozent mehr als im Vorjahr). Das Geschäftsmodell des Microblogging-Dienstes ist dabei denkbar einfach: Angemeldete Nutzer können telegrammartige Kurznachrichten (sogenannte Tweets) sowie Kommentare verbreiten. Die Länge jeder Nachricht ist jedoch auf überschaubare 280 Zeichen beschränkt.

Die Geschichte des US-Unternehmens Twitter Inc. begann im März 2006. In einer Mittagspause fanden sich einige Mitarbeiter des Tech-Unternehmens Odeo in einem Park in San Francisco zusammen. Ihr damaliges Ziel: einen unkomplizierten Podcasting-Dienst zu entwickeln. Der Entwickler Jack Dorsey schlug in

diesem Zusammenhang vor, jedem seiner Team-Mitglieder kurze Statusmeldungen per SMS zu senden, die von einem eigens entwickelten Portal aus verschickt werden sollten. Bereits zwei Wochen später war es so weit: »Just setting up my Twtr« galt als die erste über das Twitter-Portal verschickte Kurznachricht. Etwa ein Jahr später gründeten die Entwickler und Grafiker Jack Dorsey, Evan Williams und Biz Stone das Unternehmen Twitter Inc. Bis 2010 registrierten sich bereits atemberaubende 100 Millionen Nutzer. Im selben Jahr kam die Twitter-eigene App für Smartphones und Tablets hinzu. Im November 2013 folgte der Börsengang des Unternehmens, und 2015 zählte das Microblogging-Netzwerk bereits mehr als 300 Millionen Nutzer.

DIE MEILENSTEINE IN DER ENTWICKLUNG VON TWITTER
Der bereits im Herbst 2006 an die

Muttergesellschaft Obvious ausgliederte Nachrichtendienst Twitter war zunächst nur für interne Zwecke vorgesehen. Er sollte kurze Status-Updates in Projektteams ermöglichen. Schnell wurde der anfangs unter dem Markennamen Twtr geführte Dienst jedoch so beliebt, dass eine Weiterentwicklung für die breite Öffentlichkeit angestrebt wurde. Im April 2007 konnten bereits private und öffentliche Profile von Nutzern auf der Plattform angelegt werden. Zu den damaligen Kernfunktionen (die sich bis heute nicht wesentlich geändert haben) gehörten dabei folgende Dinge:

- Anfangs waren nur Kurznachrichten von maximal 140 Zeichen Länge möglich.
- Hyperlinks können jedoch auf längere Texte, Bilder sowie Videos verweisen.
- Die »Follower«-Funktion erlaubt das Folgen der Tweets bestimmter

Nutzer.

- Per Benachrichtigung auf dem Smartphone oder PC wird der Nutzer über die neuesten Tweets der von ihm gefolgten Nutzer informiert.

Im September 2016 erhöhte Twitter dann die ursprüngliche Begrenzung von 140 Zeichen auf bis heute geltende 280 Zeichen. Ferner sollten an Tweets angehängte Fotos und Videos künftig nicht mehr auf die Gesamtlänge der Kurznachricht angerechnet werden. Im Mai 2018 führte Twitter erstmalig Richtlinien gegen die Verletzung von Nutzerbedingungen und gegen sogenanntes »Trolling« – eine Form der anonymen Diffamierung im Internet – ein.

TWITTER ERZIELT MILLIARDENUMSÄTZE

Die Grundfunktionen von Twitter sind für sämtliche Nutzer komplett kostenlos! Weder die Anmeldung noch das Erstellen und Unterhalten eines eigenen Profils oder das Verfassen von Tweets sowie das Folgen anderer User kosten Geld. Twitter selbst verdient jedoch auf die folgenden zwei Arten Geld: durch Werbung und durch Datenlizenzierung. Die Werbesparte macht dabei allein rund 90 Prozent des Gesamtumsatzes aus – etwa 4,5 Milliarden US-Dollar nahm Twitter demnach im Jahre 2021 durch Werbung ein. Hinzu kamen noch einmal rund 570 Millionen US-Dollar durch den Verkauf von Datenlizenzen. Mit folgenden Funktionen erzielt Twitter die oben genannten Umsätze innerhalb der Bereiche Werbung und Datenlizenzierung:

- Werbe-Tweets (hier bewerben Unternehmen ihre Produkte oder Dienstleistungen über Tweets in der

Timeline ihrer Zielgruppen)

- Werbe-Accounts (dabei handelt es sich um von Twitter speziell hervor gehobene Accounts und Account-Vorschläge für Nutzer)
- Werbe-Trends (Werbung von Unternehmen, Marken oder Influencern mithilfe von Hashtags)
- Wiederverwendung und Teilen von Forschungsdaten (für Marktforschungszwecke, Fallstudien oder Trendanalysen)
- Verkauf von lizenzierten Daten an Unternehmen

GEPLATZTE ÜBERNAHME VON TWITTER DURCH ELON MUSK

Im April 2022 kündigte der Unternehmer Elon Musk den Kauf des Kurznachrichtendienstes an. Sein ursprüngliches Ziel: Twitter von der Börse zu nehmen und das Unternehmen so umzustrukturieren, dass das Portal echte Redefreiheit ermöglicht. Rund 44 Milliarden US-Dollar stellte Musk dafür in den Raum – allerdings unter der Bedingung, dass das Unternehmen potenzielle Fake-Accounts sowie Profil-Bots öffentlich macht. Kurze Zeit später zog Musk sein Angebot jedoch zurück, da ihm die gewünschten Informationen nicht zugänglich gemacht wurden. Twitter hielt sich diesbezüglich bedeckt und bezifferte den Anteil der Fake-Accounts auf weniger als fünf Prozent.

ERFOLGSPRINZIPIEN VON TWITTER

Der sagenhafte Aufstieg von Twitter zum mittlerweile erfolgreichsten Kurznachrichtendienst der Welt kommt nicht von ungefähr. Vielmehr macht sich das Unternehmen seit Jahren bestimmte Erfolgsprinzipien zunutze, die das Portal so wertvoll für die Nutzer macht.

TWITTER BIETET UMFASSENDE FUNKTIONEN UND ERWEITERT DIESE BESTÄNDIG

Die anfänglichen Funktionen wurden im Lauf der Jahre beständig erweitert. Mittlerweile bietet Twitter zum Beispiel auch »Spaces«, die Live-Audio-Diskussionen ermöglichen, oder Schnittstellen mit anderen Webdiensten oder Social-Media-Plattformen.

TWITTER VERBINDET MENSCHEN IN ECHTZEIT

Durch die Echtzeit-Nachrichtendienste von Twitter wird den Menschen ein kostenloses Instrument an die Hand gegeben, mit dem sie in Verbindung miteinander treten können. Dadurch können Menschen bei Naturkatastrophen, politischen Unruhen oder Kriegszuständen in Echtzeit miteinander kommunizieren.

DIE NUTZUNG VON TWITTER IST WEITGEHEND KOSTENFREI

Anstatt private Nutzer zur Kasse zu bitten, finanziert sich Twitter über indirekte Nutzungsentgelte für Werbung oder Datenlizenzierungen. Das macht das Kurznachrichtenportal natürlich sehr attraktiv für die Millionen von Privatnutzern. Und dadurch wird das Portal wiederum interessant für Werbetreibende, die über Twitter ihre individuellen Zielgruppen ansprechen können.

DIE EINFACHHEIT VON TWITTER

Maximal 280 Zeichen, Hashtags, eine Timeline und einen kostenlosen Account – mehr braucht es nicht, um Twitter zu nutzen. Viele User schätzen diese Einfachheit des Portals, weshalb Twitter bei Jung und Alt gleichermaßen beliebt ist!

(redaktion@noch-erfolgreicher.com)