



CHECKLISTEN

Liste 28

Twittern für (One-Person) Librarians

von

Jürgen Plieningner und Edel ef Stabenau

Herausgegeben von der Kommission für One-Person Librarians des Berufsverbands
Information Bibliothek BIB.

Erscheint als PDF-Dokument zum Herunterladen aus dem Netz in der 1. Auflage 2009.

Zitiervorschlag: Twittern für (One-Person) Librarians / Jürgen Plieninger ; Edlef Stabenau ... Hrsg.
Berufsverband Information Bibliothek / Kommission für One-Person Librarians. – 1. Aufl. – 2009.
(Checklisten ; 28) <<http://www.bib-info.de/komm/opl/pub/check28.pdf>>

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	4
Einführung.....	5
Alternativen zu Twitter.....	7
Einen Account in Twitter anlegen.....	8
Twitterclients.....	9
Mobiles Twittern.....	16
Erschließen der Einträge mittels "hashtags".....	18
Einträge weiterleiten: "Retweet".....	19
Twittereinträge mit Bildern versehen.....	20
Privat twittern.....	21
Einen Twitteraccount für die Bibliothek einrichten.....	23
Spam(mer) vermeiden.....	26
Twitter und Werbung.....	27
Mashup mit Twitter-Einträgen.....	27
Suche nach Tweets zu bestimmten Themen.....	28
Analyseinstrumente für Twitter-Accounts.....	30
Twitter und Werbung.....	27
Mashup mit Twitter-Einträgen.....	27
Suche nach Tweets zu bestimmten Themen.....	28
Analyseinstrumente für Twitter-Accounts.....	30
Sonstiges.....	30
Tutorials zu Twitter.....	30

Einleitung

"Twittern", Gezwitscher - ist das der neue Hype im Bibliothekswesen? Sie werden diese Frage nicht seriös beantworten können, ohne es einmal selbst ausprobiert zu haben. Man kann viele Urteile darüber abgeben; solange man es aber nicht selbst gemacht hat, ist die Besonderheit und sind die Möglichkeiten eines Einsatzes von Twitter für die Bibliothek nicht abzuschätzen. Also ist es einmal mehr derselbe Weg wie bei Weblogs, Wikis und RSS: Zuerst selbst ausprobieren, damit man ein Gefühl für die Sache bekommt! *Danach* können Sie sagen: Ja, das macht Sinn. Oder: Nein, der Aufwand ist zu groß, der Effekt zu klein. Beides ist zulässig, aber nur, wenn Sie das erst einmal ausprobiert haben.

Twitter ist ein Zwischending zwischen SMS schreiben, chatten und in einem Weblog schreiben: Es sind hier nur kurze Meldungen möglich, reiner, unformatierter Text, der mit Links versehen werden kann und dazu eine - etwas umwegige - Option bietet, auch Fotos mit einzubinden (*twitpic*). Die Kritik war schnell bei der Hand: Mit maximal 140 Zeichen kann man nichts Grundsätzliches mitteilen. Das stimmt. *Dafür* ist der Dienst aber auch nicht da! Sondern dazu, *knappe Meldungen* loszuwerden, ein *Stenogramm* von Befindlichkeiten, Meinungen und Informationen. Im Medienbereich gibt es ähnliches: Den "*Ticker*". Knappe, kurze Meldungen, die die Sache auf den Punkt bringen. Hätte das keinen Mehrwert, wäre es im kurzlebigen Presse- und Mediengeschäft schon längst wieder verschwunden! Da es aber noch existiert, muss es ein Bedürfnis befriedigen, das – und sei es nur bei bestimmten Zielgruppen – manifest und nachhaltig ist. Folglich sollten Sie sich überlegen, ob Sie diesen Dienst nicht für Ihre Institution einsetzen wollen. Sie müssen nicht! Wenn Sie das aber tun, dann bieten Sie Ihren Benutzern, Ihren Zielgruppen, einen weiteren Kommunikationskanal. Diesen können Sie mit jenem füttern, was Sie sowieso ins Weblog (Sie bieten doch eines an? Wenn nein, sollten Sie sich zuerst *darum* kümmern. Das ist weitaus wichtiger!) und auf die Homepage stellen. Oder Sie können einen eigenen Dienst mit eigenem Inhalt kreieren. Oder eine Mischung. Es ist Ihre Wahl! Zur Konzeption eines solchen Kommunikationskanals erfahren Sie weiter unten mehr.

Einführung

Twitter ist ursprünglich im Unternehmensbereich als Möglichkeit für eine schnelle interne Kommunikation entstanden. Deshalb ist gegen einen erneuten Einsatz von Twitter in der Umgebung einer Organisation nichts zu sagen, obwohl es mittlerweile als Tool für die private Kommunikation boomt – allerdings wird Twitter hier nun meist im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt.

Hier spielt zunächst die Frage eine Rolle, ob eine oder mehrere Ihrer Zielgruppen diesen Dienst eventuell annehmen würden und attraktiv finden oder ob in Ihrem Umfeld mehr Computer- oder Web 2.0-Illiterate zu finden sind, die über andere Kommunikationskanäle (beispielsweise Aushänge, Newsletter) besser zu erreichen sind. Das ist eine Frage des *Marketings* und Sie müssen hier Ihren "Markt" beobachten, ob dafür ein *Bedarf* besteht. Wenn die Antwort für eine bestimmte Zielgruppe "ja" lautet, kann man es versuchsweise einführen und abwarten, ob es angenommen wird. Sie können dafür Werbung machen, Sie können es in Ihre Schulungen und Ihr Coaching mit hineinnehmen und Sie sehen nach einer gewissen Periode, ob das Angebot angenommen wird oder nicht. Unsere Erfahrung: Bei studentischem Publikum ist es möglich, binnen eines Vierteljahrs die Zahl der expliziten Nutzer auf über fünfzig zu bekommen.

Um die *Vorteile* eines Twitter-Accounts explizit zu benennen:

- Sie können knappe, kurze Meldungen geben, die keinen großen Aufwand bei der Erstellung erfordern.
- diese Meldungen können nicht nur jene lesen, die sie über Twitter "abonniert" haben, sondern auch von jenen, die Ihre Meldungen über RSS beziehen! Mehr noch: Wenn Sie wollen, können Sie die Meldungen in Ihrer Homepage mit einbinden, so dass der ganz normale Homepagenutzer auch darüber informiert wird.
- Die Zielgruppe(n), die solcherart erreicht werden können, sind somit nicht gering.

Was müssen Sie an eventuellen *Nachteilen* bei Twitter mit bedenken?

- Es gibt keine Möglichkeit, die "Tweets", die Einträge, im Nachhinein zurückzurufen oder zu bearbeiten! Wenn Sie einen Fehler gemacht haben, dann müssen Sie ihn entweder explizit in einem zweiten Beitrag benennen und zurücknehmen oder durch einen zweiten Eintrag berichtigen.
- Manche finden es auch ungewohnt, so kurz formulieren zu müssen. Es ist ein kleiner Schlitz, in welchen nicht viel hineinpasst, den man aber beliebig oft befüllen kann.
- Mit den "Replies", also Antworten, kann man als Individuum gut mit anderen kommunizieren. Die Antworten sind aber öffentlich! Folglich muss man sich als Organisation vorher überlegen, wie man damit umgeht. Abschalten kann man die Replies nicht, also gilt es, hier ebenso souverän bei der Beantwortung zu sein wie in der Handhabung von Kommentaren in Weblogs. Einschränkung: Es gibt auch die Möglichkeit "privater" Antworten.
- Man sollte nicht erwarten, dass der Dienst Twitter immer verfügbar ist. Im Gegenteil – er hatte in der Vergangenheit erhebliche Serverausfälle und war nicht erreichbar, was freilich seiner Popularität keinen Abbruch tat.

Alternativen zu Twitter

Neben dem bekanntesten Dienst Twitter gibt es auch noch andere Anbieter, die diese Form der Kommunikation erlauben. Der bekannteste ist sicher *Identi.ca* (<http://identi.ca/>), der die freie Software *Laconica* (<http://laconi.ca/trac/>) einsetzt. Die Funktionalität dieses Open Source Produktes entspricht in etwa der von Twitter, allerdings gibt es hierfür deutlich weniger Mashups bzw. Suchmaschinen.

Sehr interessant ist die Möglichkeit, *Laconica* auf einem eigenen Server zu installieren, um so z.B. nur innerhalb einer Institution oder einer geschlossenen Benutzergruppe diese Art der Kommunikation zu nutzen.

Während man bei Twitter die einzelnen Nachrichten "Tweets" nennt, spricht man bei der Nutzung von *Identi.ca* von "Dents". Durch die Möglichkeit, die Dents automatisch (eine Einstellung im eigenen *Identi.ca*-Account) an Twitter weiterzuleiten, kann man auch die Twittergemeinde an seinen Gedanken teilhaben lassen, allerdings kann man echte Tweets nicht mit *Identi.ca* empfangen.

Einen Account in Twitter anlegen

Registrieren Sie sich bei Twitter <http://twitter.com/>. Wenn Sie Bedenken wegen Datenschutz haben, verwenden Sie für die Registrierung eine andere als Ihre normale E-Mail-Adresse ohne "sprechenden" Namen (man kann kostenlos bei so genannten Freemailern wie *gmail*, *zoho*, *gmx*, *web.de*, *yahoo* oder *hotmail* eine oder mehrere Adressen anlegen) und legen Sie Ihren Twitter-Account auch so an, dass man nicht direkt auf Ihre Person schließen kann.

Wenn Sie einen Twitter-Account für Ihre Institution registrieren wollen, sollte er im Gegenteil sprechend und angelehnt an die Form der Homepage sein. Verwenden Sie gängige Akronyme für Ihre Trägerorganisation/Bibliothek.

Sie können den Account mit einer Kurzangabe (mit maximal 140 Zeichen ...) versehen, mit einem Link zu Ihrer Homepage oder Ihrem Weblog sowie mit einem individuell gestalteten Hintergrundbild. Hierzu können Sie Gestaltungselemente aus Ihrer Homepage nehmen, wegen des Wiedererkennungswerts.

Twitterclients

Twitter selbst und Ihren Account dort erreichen Sie stets über Ihren *Browser* und die Adresse <http://twitter.com/>. Dieser Zugriff bietet aber wenig Komfort, wenn man ihn mit anderen Möglichkeiten der Bedienung von Twitter per *Clients* – also Programme, mit deren Hilfe Sie auf Twitter zugreifen – auf dem Computer oder dem Handy vergleicht. Auf der Seite <http://twitter.com/downloads> finden Sie eine Übersicht über gängige Clients für den Computer und Handys. Verschiedene Programme für den Computer basieren auf *Adobe AIR*, welches Sie vorher ebenfalls herunterladen und installieren müssen. Dies geht automatisch im Setup-Prozess und ist unbedenklich!

Welche Clients (Anwenderprogramme) besonders oft verwendet werden, sehen Sie, wenn Sie sich die Einträge anderer Anwender von Twitter ansehen. Es wird nämlich stets angegeben, von welchem Client aus getwittert wird. Wir möchten Ihnen einige vorstellen, die uns im Besonderen bekannt sind:

netvibes

Diese "Startseite" (<http://www.netvibes.com/>) bietet für Twitter so genannte "Widgets" an, also: Fenster, in denen man dann den Twitteraccount sieht und verwaltet, samt Eingabefenster zum Posten. Darunter werden die eigenen Einträge oder die Tweets jener dargestellt, die man abonniert hat (denen man "folgt").

Vorteil: Man kann auf einer netvibes-Seite bequem mehrere Accounts nebeneinander darstellen und pflegen, so hat man alles im Blick.

Nachteil: Diese Anwendung ist nicht so professionell handhabbar wie manche der Clients, die weiter unten beschrieben werden. Und es besteht auch Verwechslungsgefahr, nämlich dann, wenn die Eingabeschlitze verschiedener Accounts verwechselt werden!



Thwirl

Wenn man *Thwirl* (<http://www.thwirl.org/>) installiert, wird man aufgefordert, auch *Adobe AIR* mit zu installieren. *Thwirl* ist ein Client, der neben Twitter auch *FriendFeed* (<http://www.friendfeed.com/>) – ein Aggregator verschiedener Neuigkeitendienste – zu erschließen vermag. *Thwirl* stellt die Einträge eines Twitter-Accounts in einer Spalte dar. Man kann zwischen den verschiedenen Arten – Tweets derjenigen, die man abonniert hat, eigene Tweets, Rückmeldungen, persönliche Nachrichten und Suchen – hin- und herwechseln. Suchen kann man speichern. Neue Tweets, die hereinkommen, werden zuerst mit PopUp-Menü angezeigt. Mit *Thwirl* kann man auch mehrere Accounts verwalten, also sowohl den Twitter- als auch einen Identi.ca-Account.



Spaz

Spaz (<http://funkatron.com/spaz/>) ist von den Funktionen her vergleichbar mit *TwihirL* und hat auch eine einspaltige Darstellung. Hier kann aber nur *ein* Twitter-Account verwaltet werden.



Tweetdeck

Tweetdeck (<http://tweetdeck.com/>) ist eine in letzter Zeit recht beliebte Anwendung, die in verschiedenen Spalten Ihre verschiedenen Accounts oder auch spezifische Twitterrecherchen darzustellen vermag. Der Bildschirm ähnelt bei *Tweetdeck* eher einer Kommandozentrale, was aber auch einige Vorteile bietet. Man kann so auf einem Blick die wichtigsten "Columns"

(Spalten) mit z.B. der Timeline (so wird die Abfolge der Nachrichten genannt), den persönlichen Nachrichten, verschiedenen Suchanfragen und auch die eigenen Favoriten nebeneinander darstellen.

Ein weiteres praktisches Feature von *Tweetdeck* ist die Synchronisierung der Spalten zwischen der mobilen Anwendung und dem Desktopprogramm *Tweetdeck*.



Das ist die Darstellung in der mobilen *Tweetdeck*-Version, hier wird der Spalte mit dem Suchbegriff "Bibliothek" gezeigt, mit dem Pfeil links unten wechselt man zu den andern Spalten, die rote 70 gibt die Zahl der noch nicht gelesenen Tweets an.

Weitere Möglichkeiten

Die nächsten beiden Anwendungen haben den Vorteil, dass sie Erweiterungen des Firefox-Browsers sind und deshalb unabhängig von den Betriebssystemen Windows und Linux eingesetzt werden können.

twitterfox

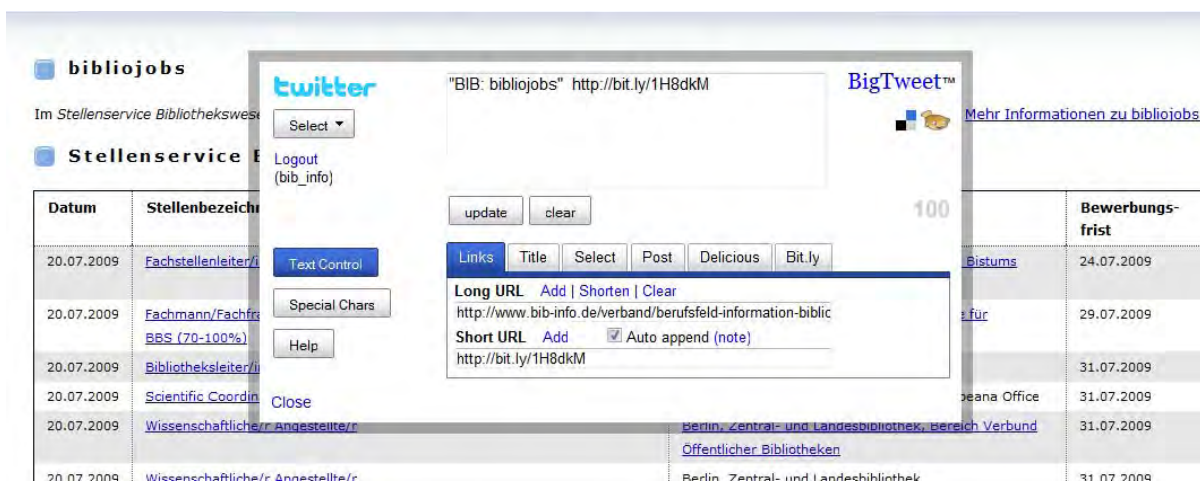
Diese Extension (<http://twitterfox.net/>) stellt keinen vollgültigen Client dar, ist aber nett vor allem zum "Nebenher"-Lesen der abonnierten Tweets und zum gelegentlichen Schreiben. Man kann jeweils ein Konto eingeben, dann kommen die Einträge per unaufdringlichem Popup, beim Klicken auf das Icon in der unteren Browserleiste kann man sie in Folge lesen. Man kann auch Einträge schreiben, mit URL der gerade dargestellten Seite, antworten etc. Das ist ein Tool für den Twitterkonsum für so "zwischen durch" ...



bigtweet

Dies ist eine Anwendung, von der aus man nur posten kann. Der Charme: *bigtweet* (<http://www.bigtweet.com/>) ist ein so genanntes "bookmarklet", ein kleines JavaScript, das Sie

wie ein Lesezeichen, also eine Bookmark in der Lesezeichenleiste oder bei den Lesezeichen speichern. Immer wenn Sie auf einer Seite sind, die Sie gerne twittern möchten, klicken Sie auf das Bookmarklet, es öffnet sich dann ein transparentes Innenfenster, in dem schon der Titel der Seite, vorher markierter Text der Seite und ein verkürzter Link zur betreffenden Webseite enthalten sind. Sie können diesen Text noch redigieren (meist: kürzen) und dann losschicken. Schnell zur Hand, transparent, schnell wieder weg – insgesamt ein schlankes Arbeiten, wie man es von Bookmarklets gewöhnt ist. Auch das Wechseln zwischen verschiedenen Konten geht relativ schnell. Und wenn Sie von verschiedenen Geräten aus arbeiten und Ihre Firefox-Bookmarks durch *xmarks* synchronisieren lassen, dann installieren Sie *bigtweet* einmal und haben es danach auf allen synchronisierten Geräten zur Hand! *Bigtweet* ergänzt sich mit *twitterfox* hervorragend zu einer kompletten Handhabung verschiedener Twitteraccounts, integriert in den Browser und somit geräte- und betriebssystemunabhängig!



Wenn Sie Twitter in einem Browser öffnen, ist die Handhabung viel umständlicher als mit diesen Clients (Anwendungsprogrammen). Sie stellen beispielsweise oft Diskussionen, bei denen die eine Eintragung sich auf eine andere in einem anderen Account bezieht (meist gekennzeichnet mit @sowieso) in *einer* Reihe dar und machen sie somit erst sichtbar!

Mobiles Twittern

Twitter war ja sowieso ursprünglich dazu gedacht, auch über das Mobiltelefon genutzt zu werden: Man schickte eine SMS an den Twitterserver und dieser veröffentlichte den Inhalt der Textnachricht dann auf Twitter.com. Diese Möglichkeit wird aber kaum noch genutzt, da inzwischen die meisten Mobiltelefone internetfähig sind. Man kann sich z.B. einen Browser (besonders beliebt ist hier *Opera*) auf sein Telefon laden und über diesen auf Twitter lesen und schreiben.

Aber auch das ist noch relativ unkomfortabel verglichen mit speziellen Programmen, die sich auf die meisten Telefone laden lassen oder auch den vielen Twitter-Programmen für das *iPhone* von Apple.

Erstaunlich ist, dass die meisten mobilen Twitterprogramme deutlich mehr Funktionen zu bieten haben, als die Desktopversionen. Es gibt oft deutlich bessere Suchmöglichkeiten, man kann z.B. auch Umkreissuchen (Twitterer im Umkreis von X Kilometern vom Standort) durchführen und sich recht schnell umfassend über seine "Follower" bzw. "Friends" informieren.

Die Auswahl an Programmen z.B. für das *iPhone* ist groß, die meisten sind kostenlos bzw. in einer kostenlosen Variante erhältlich. Genau wie bei den Desktopprogrammen ist es einfach auch eine Frage des persönlichen Geschmacks und der Ansprüche, für welches man sich letztlich entscheidet.



Die Bilder sind (von links nach rechts) mit den Programmen *Twittelator*, *Twitterfon* und *Tweetdeck* aufgenommen.

Es gibt zwischen den Programmen in der Benutzung und den Anzeigeeoptionen diverse Unterschiede, am besten schaut man sich die Programme an und entscheidet dann, ob man mit der kostenlosen Version auskommt (bei der meist in einem kleinen Bereich des Displays Werbung erscheint) oder ob man 3-5 Euro für eine Vollversion ausgeben möchte.

Erschließen der Einträge mittels "hashtags"

Was wäre eine Soziale Software ohne die Möglichkeit der Erschließung mit Hilfe von "tags", von selbst vergebenen Schlagwörtern! Twitter bietet in seinem Menü kein eigenes Eingabefenster für die Tags, die hier "hashtags" genannt werden, weil direkt davor ein Gitter, eben ein *hash* steht. In der Regel sind die Schlagwörter in Twitter platzsparend verkürzt, beispielsweise war der Tag für die „Zukunftswerkstatt“ auf dem Bibliothekartag in Erfurt #zw09.

Wollen Sie mit mehreren, beispielsweise Teilnehmerinnen/Teilnehmern einer Konferenz, einer Schulung oder eines Workshops gemeinsam twittern, die verschiedenen Beiträge aber in einer Reihe anzeigen lassen? Da können beispielsweise die hashtags von Nutzen sein, indem man sich auf ein spezifisches Schlagwort einigt und jede/r es dann benutzt. Mit Hilfe von Diensten wie Twitterwall <http://www.twitterwall.me/> kann man dann die verschiedenen Beiträge, die dieses Schlagwort verwenden, in einer chronologischen Reihe darstellen lassen. Beispielsweise war für den Bibliothekartag 2009 in Erfurt das Schlagwort #bibtag09 in Gebrauch, die inetbib-Tagung 2010 in Zürich wird den hashtag #inetbib2010 haben.

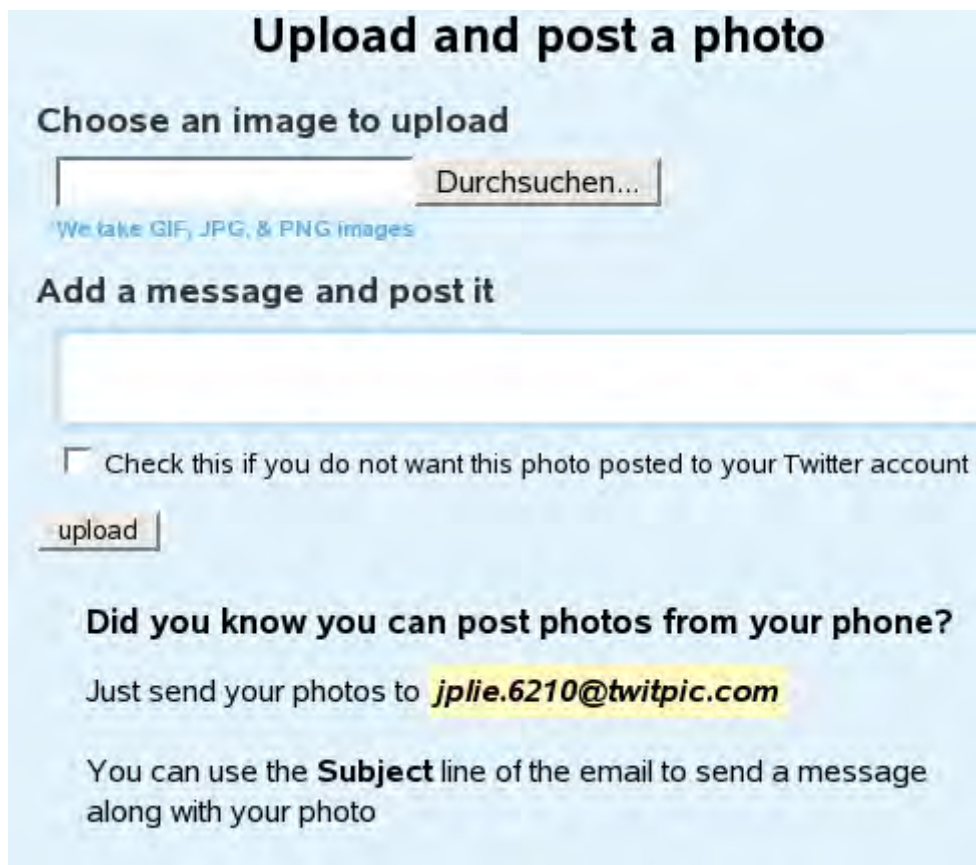
Man kann also für bestimmte Themen, Konferenzen etc. ein bestimmtes Schlagwort verwenden, so dass durch eine Recherche die Einträge verschiedener Twitter-Nutzer zusammengeführt werden. Probieren Sie einmal die Suche nach #twitternwiebeimuttern, – lauter unterschiedliche Leute, die mit diesem Schlagwort gemeinsam nostalgisch geprägte Ironie pflegen.

Einträge weiterleiten: "Retweet"

Indem Beiträge noch einmal veröffentlicht, "retweeted" werden, verbreiten sich Inhalte über Twitter sehr schnell. Viele Clients geben hierzu Hilfestellung, indem man einfach nur einen Knopf zu drücken braucht und dann der Beitrag in der richtigen Form erneut erscheint und von Ihnen nur noch abgeschickt werden muss. Diese Form ist "RT @<Name des ursprünglichen Absenders> <ursprünglicher Text>". Da immer mehr Institutionen im Bibliothekswesen twittern, können Sie so Inhalte "zitieren", die von anderen institutionellen Twitteraccounts gekommen sind.

Twitterbeiträge mit Bildern versehen

In Twitterbeiträge selbst können Sie keine Bilder einfügen, deshalb gibt es einen parallelen Dienst, *TwitPic*: <http://twitpic.com/>, mit dessen Hilfe Sie Bilder hochladen und gleichzeitig einen Eintrag in Twitter erzeugen, der auf dieses Bild verweist.



The image shows a screenshot of the TwitPic website's upload interface. At the top, the heading reads "Upload and post a photo". Below this, there is a section titled "Choose an image to upload" which contains a file selection input field with a "Durchsuchen..." button. A note below the input field states "We take GIF, JPG, & PNG images". The next section is "Add a message and post it", featuring a large text input area. Below the input area is a checkbox with the text "Check this if you do not want this photo posted to your Twitter account". At the bottom of this section is an "upload" button. Further down, there is a promotional message: "Did you know you can post photos from your phone? Just send your photos to jplie.6210@twitpic.com". The final line of text says "You can use the **Subject** line of the email to send a message along with your photo".

Man muss noch nicht einmal einen Account anlegen, da Login und Passwort dieselben sind wie jene von Twitter!

Privat twittern

Warum nicht zunächst einmal einen privaten Twitter-Account einrichten und nutzen? Um es auszuprobieren und um sich damit vertraut zu machen! – Wie bei anderen Diensten der Sozialen Software muss man erst einmal ein Gefühl für die Sache bekommen. Und wie könnte man das besser, als wenn man es privat ausprobiert, bevor man sich mit der Institution dann der neuen Kommunikationsform bedient? – Twittern ist Kommunizieren in einem *Netzwerk*. Von daher gefällt es insbesondere Personen, die sich bereits in anderen sozialen Netzwerken getroffen haben. Sie gehören nicht dazu? Das muss noch nichts heißen, denn es gibt auch viele Personen, die erst mit dem Twittern so richtig das Netzwerken beginnen! Es gibt allerdings auch Personen, die es als eine Zumutung empfinden, ihre Gedanken und Mitteilungen in ein enges 140-Zeichen-Korsett zu zwingen. Verständlich! Da kann man dann nichts machen, für jene sind Weblogs und soziale Foren weit mehr geeignet als das kurze, schnelle Zwitschern. Es ist eh keine Wertung damit verbunden, denn wie in der realen Kommunikation kommuniziert in der virtuellen Kommunikation jede/r so, wie er/sie will. Probieren Sie es also aus und dann werden Sie schon merken, ob Ihnen das Twittern liegt oder nicht. Doch eines sollten Sie nicht tun: Sich anmelden und dann warten. Da warten Sie lange, denn allein wegen Ihres angelegten Profils werden Sie nicht bemerkt! Sie sollten also zumindest anfangen, den Einträgen anderer Leute zu "folgen". Und ab und zu etwas schreiben, sei es fachlich, sachlich, wertend oder lokal – ohne etwas zu geben fällt das Nehmen schwer. Wenn Sie dann etlichen Leuten "folgen" und von diesen "verfolgt" werden, dann wird es für Sie anschaulicher, was die Sache soll und kann.

Um interessante Leute zu finden, können Sie in der Twitter-Suche <http://search.twitter.com/> einfach mit Stichwörtern recherchieren und sich die Einträge ansehen. Sie werden dabei auf Leute stoßen, die mehr zu Ihren Interessen schreiben. Diesen können Sie dann "folgen". Und man kann dann auch nach dem *Schneeballsystem* vorgehen und die Liste jener, die dieser Account "verfolgt", ansehen, ob sich hier noch mehr Leute finden, die dieses Interesse teilen.

Exkurs: Following und Follower

Es ist eine etwas eigentümliche Benennung, im Grunde sind unter "Following" die Twitter-Accounts aufgeführt, die man beobachtet oder die man abonniert hat und die "Follower" sind jene, die die Einträge des eigenen Account abonniert haben. Wie in allen sozialen Netzwerken ist es auch hier der Fall, dass es Leute gibt, die aus purer Angabe Kontakte sammeln, nicht um zu kommunizieren. Deshalb finden sich dann in Ihrem Account auch Abonnements von Personen, die weder persönlich noch inhaltlich etwas mit Ihnen zu tun haben. Wenn Ihnen das nicht so recht ist, können Sie auch Ihren Account privat halten, d.h. Sie bestimmen, wer Ihre Einträge zu sehen bekommt und wer nicht. Allerdings sind dann Ihre Einträge auch von der Twitter-Suche ausgenommen und somit weniger sichtbar. Wägen Sie ab:

1. entweder schreiben Sie für einen *privaten* Kreis, dessen Reichweite dann notwendigerweise beschränkt ist
2. oder Sie schreiben *öffentlich* für eine Öffentlichkeit, deren Umfang diffus bleiben wird.

Es gibt so etwas wie eine Konvention, dass man jenen folgen sollte, die einem folgen. Dieser Konvention muss man nicht entsprechen, da das sich durchaus inflationär entwickeln kann, ja: Warum sollte man Leuten folgen, die einem nur folgen, um noch mehr Verbindungen ausgewiesen zu haben? Diese Publicity-Szene soll sich selber füttern! Was inhaltlich keinen Bezug zueinander hat, muss auch nicht vernetzt werden.

Einen Twitteraccount für die Bibliothek einrichten

Für die Bibliothek oder die Trägerinstitution läßt sich ebenso wie für eine Person ein Twitteraccount anlegen. Man gibt als Referenz die Homepage Bibliothek / der Institution an und fängt an zu twittern. Wenn das Klientel auch twittert, dann stellen sich bald "Follower" ein und zeugen so davon, dass der neue Dienst nachgefragt wird.

Man kann das aber auch planen, indem man vorher abfragt und abschätzt, ob der Dienst angenommen wird. Ein Indiz für eine erfolgreiche Einführung wäre, wenn Sie bisher schon einen RSS-Feed anbieten und dieser angenommen und genutzt wird. Sodann kann man die Bibliotheksnutzer einfach fragen, ob sie den Dienst Twitter kennen und es schätzen würden, wenn die Bibliothek ebenfalls Meldungen über diesen Kommunikationskanal anbieten würde. Freilich stößt man hier auf ein Grundproblem innovativer Dienstleistungen: Das Publikum kennt den Dienst noch nicht und kann somit gar nicht abschätzen, was er bringen könnte. Hier ist es am besten, den Dienst einzuführen und dafür zu sorgen, dass er bekannt wird.

Viele Institutionen füllen ihren Twitter-Account automatisch, indem sie einen existierenden RSS-Feed in Twitter umleiten. Dieser Account kann dann dort gelesen oder abonniert oder wieder als RSS-Feed verwendet werden. Oder man twittert von Hand. Diesen Fall nehmen wir für die folgenden Ausführungen als gegeben an.

Eigentlich versteht es sich von selbst, dass der Account öffentlich angeboten wird, um für Reichweite zu sorgen. Allerdings könnte man sich auch geschlossene, private Accounts vorstellen, wenn die Zielgruppe klar bestimmt und der Zweck der Einträge des Accounts nur für diese Zielgruppe bestimmt ist.

Eine Grundfrage ist, ob man mit dem Institutionen-Account auch anderen Twitter-Accounts "folgt" oder nicht. Letzteres wäre neutraler, aber vielleicht entwickeln sich die Dinge in nächster Zeit so wie in Großbritannien, wo sich bereits Institutionen vernetzen und folglich die Liste der Verfolgten auch ein Index möglicher anderer Accounts ist – von lokalen Quellen, von

ähnlichen Bibliotheken, von Verbänden und ähnlichen Wissenschaftsorganisationen.



Auch deutsche twitternde Bibliotheken wie die SLUB Dresden "folgen" teilweise Institutionen, aber auch Personen.

Was kann man alles in einen Twitter-Account hineinschreiben?

- Änderungen der Öffnungszeiten
- Änderungen auf der Homepage
- neue Dienstleistungen
- Kurzmeldungen
- Neuerscheinungen

- Meldungen aus der Institution bzw. Institutionen, die die Benutzer interessieren (Trägerorganisation und/oder benachbarte Bibliotheken)

Denken Sie bei der Anlage des Accounts bitte auch an das Marketing: Wählen Sie das Logo, das bei jedem Eintrag angezeigt wird, gut. Gestalten Sie ein schönes Hintergrundbild. Geben Sie den Namen Ihrer Bibliothek richtig an, fügen Sie noch ein Motto anbei und unbedingt einen Link zur Homepage oder anderen Web 2.0-Angeboten. Wie schnell das Erfolg haben kann, zeigt wieder das Beispiel Intute:

[Intute Blog » Blog Archive » The Intute Twitter 500](#) - [[Diese Seite übersetzen](#)]

24 Mar 2009 ... The **Intute** Economics **Twitter** channel recently acquired it's 500th follower – this seems like a good opportunity to reflect on this **Twitter** ...

www.intute.ac.uk/blog/.../the-intute-twitter-500/ - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#) - 

[Intute! Social Sciences Blog » Blog Archive » The Intute Twitter 1000](#) - [[Diese Seite übersetzen](#)]

22 Jun 2009 ... The **Intute** Economics **Twitter** channel recently acquired it's 1000th follower – this seems like a good opportunity to reflect on what we are ...

www.intute.ac.uk/.../blog/.../the-intute-twitter-1000/ - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#) - 

[Weitere Ergebnisse von www.intute.ac.uk »](#)

Eine Verdoppelung der Follower-Zahlen in einem Vierteljahr – das spricht für sich, auch wenn es sich hier um eine nationale Virtuelle Fachbibliothek Großbritanniens handelt.

Spam(mer) vermei den

Wie bei jedem erfolgreichen "sozialen" Dienst sind auch auf Twitter bereits Spammer unterwegs. Wenn Sie unter Ihren Followern plötzlich Personen entdecken, die nichts mit Ihrer Bibliothek oder Ihrem Fachgebiet zu tun haben, die viele Kontakte aufführen, die Bilder anbieten, dann ist das ein Zeichen, dass Sie schon einigermaßen erfolgreich sind, so dass man Sie für wert befindet, mit solchen Zumutungen belästigt zu werden. Hier zwei Beispiele:

[Tagesgeldvergleich is now following you on Twitter!](#)

[Tagesgeld-Experte is now following you on Twitter!](#)

Twitter	Julee Stacee is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 23:10	8 KB
Twitter	Angelena Hisako is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:57	8 KB
Twitter	Juana Albertina is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:55	8 KB
Twitter	Loan Ariana is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:54	8 KB
Twitter	Leonarda Rosann is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:47	8 KB
Twitter	Cecila Hellen is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:46	8 KB
Twitter	Tawnya Karlene is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:45	8 KB
Twitter	Quyén Marchelle is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:44	8 KB
Twitter	Silvana Beth is now following you on Twitter!	Mi 08.07.2009 22:28	8 KB

In Ermangelung eines automatisierten Filters heißt es in solchen Fällen zurzeit leider: Von Hand herauslöschen!

Twitter und Werbung

Im Moment ist Twitter – abgesehen von Spammern, die als *Trittbrettfahrer* versuchen, von der Verbreitung des Dienstes irgendwie zu profitieren – werbefrei. Das muss aber nicht so bleiben! In den Geschäftsstrategien wird bereits diskutiert, wie man den Dienst ggf. "anreichern" kann, so wie man das mittlerweile von Weblogs und RSS-Feeds mancher Provider bereits kennt. Sie sollten eine solche Entwicklung mit Bedenken und im Auge behalten.

Mashup mit Twitter-Einträgen

Jeder Twitter-Account bietet einen *RSS-Feed*, in dem die Einträge weitertransportiert werden. Benutzer können diesen Feed abonnieren und bekommen so die Einträge automatisch zugeleitet. Aber man kann noch mehr mit dem Feed anstellen:

- Sie können ihn mit einem Dienst wie *Grazr* <http://www.grazr.com/> in die Homepage Ihrer Bibliothek / Ihrer Institution einbinden. So können auch jene die Einträge zur Kenntnis nehmen, die mit Twitter überhaupt nichts zu tun haben, also ganz normale Besucher Ihrer Homepage
- Sie können mit einem Dienst, der RSS-Feeds nach Schlagwörtern filtert (Beispiele hier: <http://delicious.com/jplie/rss+filtern>), nur bestimmte Einträge (beispielsweise mit dem Hashtag "#veranstaltung" versehene) durchlassen und diese wieder per *Grazr* in spezifische Seiten Ihrer Homepage (z.B. Veranstaltungsseiten) einbinden
- Sie können Twitter-Einträge durch Dienste wie "*TwitterDigest*" auch automatisch in Weblogs einbinden, auch wenn das nicht so empfehlenswert ist wie andere Mischungen. Denn Blogs stehen eigentlich für ausformulierte Einträge, die oft mit Bildern oder Filmen multimedial aufbereitet sind und nicht für Aufzählungen knapper Einträge

Suche nach Tweets zu bestimmten Themen

Wir haben Ihnen oben bei der Frage, wie man auf Twitter "verwandte Geister" findet, die Suche mit der Twitter-eigenen Suchmaschine <http://search.twitter.com/> genannt. Jedoch ist sie nicht so sehr zu empfehlen, da sie Ergebnisse lediglich für einen bestimmten Zeitraum darstellt, der gar nicht so weit zurückgeht.

Folglich sollten Sie, wenn Sie nach Inhalten suchen, die in Twitter veröffentlicht wurden, speziellere Suchdienste verwenden. Suchen Sie nach Personen oder Institutionen mit ähnlichen Interessen oder Themengebieten. Da wäre zum Beispiel der Index twitternder deutschsprachiger Bibliothekare und Bibliotheken im *LIS Wiki* <http://liswiki.org/wiki/Microblogs>, welcher Ihnen weiterhelfen könnte. Wenn Sie eine entsprechende Liste für die USA suchen, wäre eine Aufstellung im *Best Practices Wiki der*

ALA <http://www.libsuccess.org/index.php?title=Microblogging> zu empfehlen. Auch die Institution von *twibes* könnte hilfreich sein, wie beispielsweise diese:

<http://www.twibes.com/group/librarians>. So können Sie nach Bibliotheken und Bibliothekarinnen/Bibliothekaren Ausschau zu halten, die twittern. So kann man sich orientieren, welcher Stil und welche Art der Kommunikation von Fachkollegen/-kolleginnen bzw. -institutionen gepflegt werden und diese übernehmen bzw. seinen eigenen Stil entwickeln

Ansonsten gibt es eine ganze Reihe von Spezialsuchmaschinen

<http://topsy.com/> (leistungsfähiger als andere, aber dennoch unvollständig)

<http://twisearch.appspot.com/>

<http://www.twingly.com/microblogsearch>

<http://www.twitzap.com/#What's%20Happening>

Keine dieser zahlreichen "Spezialsuchmaschinen"

(<http://delicious.com/jplie/twitter+spezialsuchmaschinen>) bietet den gewünschten vollständigen Blick zurück. Gehen Sie daher folgendermaßen vor: Laden Sie eine der

Suchmaschinen *Icerocket* (<http://www.icerocket.com/> Websuche!, *nicht* Twittersuche), *Ask*

(<http://www.ask.com>) oder *Google*, schränken Sie mit *site:twitter.com* die Suche auf Twitter ein

und ergänzen Sie mit einem Plus direkt vor dem Wort den gesuchten Begriff/die gesuchten Begriffe. Dann kommen Sie zu den betreffenden Einträgen, auch zu denen, die längere Zeit zuvor getwittert wurden. So können Sie interessante Einträge/Einträger finden und sich dann an deren sozialem Netzwerk orientieren, wer sonst noch zu den gewünschten Themen schreibt.

Anal yse nstrumente für Twi tter-Accounts

<http://twitter.mailana.com/find.php>

<http://twisearch.appspot.com/>

<http://xefer.com/twitter/>

<http://tweetstats.com/>

<http://twitter100.com/>

SearchCloudlet <http://www.getcloudlet.com/>

<http://twitnest.appspot.com/nest/index.html>

http://www.neuroproductions.be/twitter_friends_network_browser/

<http://twittersheep.com/>

<http://www.twitchuck.com/>

Sonst i ges

<http://twtpoll.com/> Umfragen via Twitter

<http://twittermap.de/> Geographische Visualisierung

<http://www.socialwhois.com/>

<http://twitterfeed.com/> Weblogeinträge zu Twitter leiten

Tutori als zu Twi tter

Wenn Sie weitere Tutorials zu diesem neuen Mikroblogging-Dienst suchen, empfehlen wir

Ihnen zuerst den "Klassiker" von *Commoncraft* auf *youtube*:

<http://www.youtube.com/watch?v=ddO9idmax0o>

Sodann bietet *Mashable* das "Twitter Guide Book" an: <http://mashable.com/guidebook/twitter/>

Warum Mitglied im BIB werden?

Es lohnt sich!

Alle in Bibliotheken arbeitenden Menschen brauchen eine Lobby! Es lohnt sich, in einem Berufsverband Mitglied zu sein – wir vom Berufsverband Information Bibliothek e. V. nehmen die Anliegen unserer Mitglieder auf, wir hören hin und hören zu. Zusammen mit ihnen wollen wir etwas bewirken – für die Gegenwart und für die Zukunft.

Als Verband können wir Einfluss nehmen und die Hand heben, wenn es Notstände zu beseitigen gilt, diese in entsprechende Gremien einbringen und dadurch etwas zum Nutzen vieler Kolleginnen und Kollegen in unseren Bibliotheken und Informationseinrichtungen bewegen.

Der BIB braucht aktive Mitglieder. Alle Mitglieder sind aufgefordert, ihre Ideen, Wünsche und Kritik einzubringen, um an der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Verbandes mitzuarbeiten.

Der Berufsverband Information Bibliothek versteht sich als Forum für den fachlichen und kollegialen Austausch. Er berücksichtigt die unterschiedlichen Bedürfnisse und Themenschwerpunkte im öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliothekswesen und in den Informationseinrichtungen. Der BIB legt sein Leistungsspektrum fest und zeigt es am Leistungsprofil.

- Der Verband wird weiterhin Stellung beziehen zu bibliothekspolitischen Themen wie Strukturveränderungen im Bibliotheksbereich, zu tarif- und arbeitsmarktpolitischen Fragen und zu Fragen des Urheberrechts.
- Die Ausbildung wird vom Berufsverband Information Bibliothek kompetent begleitet.
- Der BIB bietet auf regionaler Ebene über seine Landesgruppen und überregional (Sommerkurs, BIB-ekz-Seminar) kompetente und bedarfsgerechte Fortbildung an – berufsfördernd und motivierend für alle Mitglieder.
- Der Berufsverband informiert seine Mitglieder schnell und kompetent. Aktuelle Einträge und Hinweise auf der eigenen Website (www.bib-info.de) sind hier ebenso wichtig wie die regelmäßige Information durch die Zeitschrift „BuB“ mit Vereinsteil (10x im Jahr) und BuB-App und die regionalen Rundbriefe der Landesgruppenvorstände.
- Um schnell Kontakte herzustellen oder zu intensivieren, steht allen Mitgliedern ein Netz kompetenter Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner zur Verfügung.

Es lohnt sich, Mitglied im Berufsverband Information Bibliothek e. V. (BIB) zu sein!

- Erledigen Sie Ihren Antrag gleich auf der Webseite mit unserem Online-Formular: <https://www.bib-info.de/berufsverband/mitglied-werden/bib-aufnahmeformular>
- oder füllen Sie unseren Aufnahmeantrag (<https://www.bib-info.de/berufsverband/mitglied-werden/bib-aufnahmeantrag>) aus, drucken ihn, unterschreiben und senden ihn an unsere Geschäftsstelle (service@bib-info.de oder Postfach 13 24 72703 Reutlingen)