

## AJAX/WAI-ARIA

Moderne Webapplikationen setzen auf AJAX, was es erlaubt dynamisch Seiteninhalte neu zu laden. Der Nutzer fühlt sich in der Handhabung daher eher an eine Desktopapplikation als an eine Webseite erinnert. Diese „Nachladetechnologie“ macht eine Indizierung durch Suchmaschinen allerdings schwierig bis unmöglich. Daher wurden, ähnlich zu den Microformats, Regeln geschaffen, die das Auffinden von Informationen erheblich erleichtern. So werden AJAX-Anwendungen durchsuchbar und können auch von Benutzern mit technischen oder körperlichen Einschränkungen besser genutzt werden.

## Apple iPad

Das iPad ist ein sogenannter Tablett-PC und der jüngste Vertreter in Apples „Handheld-Device“ Kategorie. Es nutzt, wie auch iPod touch und iPhone, die anderen Vertreter dieser Kategorie, die iOS Betriebssystem-Plattform und wird ohne Tastatur oder Maus bedient. Eingaben werden über Fingerberührungen erfasst, bis zu 11 Berührungen können gleichzeitig („Multitouch“) korrekt analysiert werden, was die Nutzung von Gesten ermöglicht. Nachdem der Musik- und Videomarkt mit den iPod/iPhones erschlossen wurde, zielen die iPads auch auf den eBook- und Zeitschriftenmarkt ab und sind damit eine direkte Konkurrenz zum Amazon Kindle und anderen eBook-Lesegeräten.

## Community

In einer Community treffen sich Nutzer zum Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen zu einem bestimmten Themengebiet. Diese Interessensgruppen halten über Webseiten, Soziale Netze, E-Mail-Verteiler, Newsgruppen und Foren Kontakt.

## Facebook

Facebook ist das weltweit führende soziale Netzwerk mit über 400 Millionen angemeldeten Nutzern. Wäre Facebook ein Land, so wären nur noch Indien (1,19 Mrd.) und China (1,35 Mrd.) bevölkerungsreicher, die USA haben an dritter Stelle mit 314 Mio. Einwohner schon deutlich weniger Einwohner als Facebook Nutzer hat. Facebook ist oftmals Vorreiter bei technischen Innovationen bzw. erlaubt es durch die enorme Reichweite neue Techniken sehr schnell bekannt zu machen, z.B. Facebook Connect als OpenID-Klon, die Möglichkeit eigene Anwendungen für die Plattform zu schreiben oder den integrierten Newsfeed, mit dem man Aktivitäten in seinem Freundeskreis im Blick behält.

Facebook scheut nicht davor sich regelmäßig „selbst neu zu erfinden“. So gab es schon mehrere Relaunches, bei der die Benutzeroberfläche und das Bedienprinzip komplett geändert wurden: Beim vorletzten Relaunch schien es als würde Facebook anstreben eine Art „Betriebssystem des Internets“ zu werden, es wurde eine Taskbar mit Startmenü ergänzt, über die man die installierten Anwendungen starten konnte. Zuletzt hat sich Facebook wieder davon verabschiedet die Benutzbarkeit eines Betriebssystems zu imitieren und konzentriert sich nun auf die Verbreitung des eigenen „Empfehlungssystems“. Hierdurch kann ein Webseitenbetreiber seine Homepage dynamisch an den besuchenden Facebooknutzer anpassen, der Nutzer kann wiederum durch einen Klick auf einen eingebundenen „Gefällt mir“-Button seinen Freunden auf Facebook etwas empfehlen.

## Feeds

Bietet eine Webseite einen Feed an, so gestattet sie dem Nutzer die Webseite zu abonnieren und neue Beiträge und Artikel außerhalb der Seite im sogenannten FeedReader des Nutzers zu lesen. Die Darstellung wird dort aufs Wesentliche reduziert und an die Vorgaben des Nutzers angepasst. Dies erlaubt dem Nutzer eine große Zahl an Webseiten im Überblick zu behalten reduziert aber die tatsächlichen Besuche auf den Webseiten. Obwohl die Klicks auf die Webseite somit heruntergehen, bleibt die Bindung an den Nutzer erhalten und wird sogar gesteigert, da der Nutzer über das Abo sicherstellen möchte nichts zu verpassen. Viele Anbieter haben diesen Effekt noch nicht wahrgenommen, weshalb sie sich entschließen einen gekürzten Feed anzubieten um den Nutzer zu zwingen die Webseite zu besuchen. In der Praxis führt dies allerdings zur Frustration beim Nutzer welcher somit vor die Wahl gestellt wird sich von seinem Abonnement zu lösen oder seine Lesegewohnheiten umzustellen und die Webseite zu öffnen.

Technisch basieren Feeds auf XML und werden in den Standards „Atom“ oder „RSS“ ausgeliefert, auch Podcasts sind Feeds, die mit Multimedia angereichert sind.

## Location Based Services

Erschwingliche mobile Datenverträge haben die Verbreitung des mobilen Internets auf modernen Endgeräten schnell vorangetrieben. Viele bieten bereits Schnittstellen an um die Position des Nutzers zu bestimmen und an diese Anwendungen weiterzureichen. Infolgedessen sind verschiedene Location Based Services entstanden, die den Nutzer standortbezogen mit Informationen versorgen können. So ist es beispielsweise möglich seine Position auf einer Karte einzuzeichnen und ihm alle Restaurants in der Umgebung aufzuzeigen. Diese Mashups laden gleichzeitig noch Restaurantbewertungen herunter, um so dem Nutzer Anhaltspunkte für eine Entscheidung zu liefern.

## Mashup

Als Mashup bezeichnet man die Erstellung neuer Medieninhalte durch die nahtlose (Neu-) Kombination bereits bestehender Inhalte. Aus der Vermischung von verschiedenen Quellen und/oder verschiedenen Medien wie Bild, Ton, Video, geografischen Karten und Texten werden neue Inhalte, Medien und Dienste geschaffen. Die Rekomposition der Medien erfolgt teilweise auf dem Server und wird dynamisch vom Client per AJAX nachgeladen. Diese Remixe von bestehendem Content ist oftmals durch unklare oder ungünstige Rechtslage problematisch, u.a. das Urheberrecht kollidiert hier mit der Zitierfreiheit.

## Measurement/Tracking/Analyse

Um Reichweiten im Web zu messen bietet es sich an Measurement-, Tracking- und Analysemethoden einzusetzen. Mit verschiedenen technischen Mitteln kann so recht genau abgebildet werden, welcher Einfluss von Aktivitäten ausgeht. Die Herausforderung besteht allerdings nicht in der Erhebung, sondern in der Analyse der Daten, die ein großes Wissen über die Mechanik und Dynamik des Netzes voraussetzt. Gemessen werden vor allem die Anzahl und die Dauer von Besuchen des Nutzers auf einer Webseite, die Quellen, von denen er die Seite gefunden hat und seine Bewegung innerhalb der Seite. Verknüpft mit den Informationen über die eigenen Aktivitäten kann nun analysiert werden, welche Schritte eine Nutzeraktivität hervorgerufen haben.

## Microformate

Um Suchmaschinen bei der Indizierung einer Seite zu unterstützen, empfiehlt es sich sogenannte Microformate einzusetzen. Dadurch können Informationen semantisch benannt werden um z.B. eine Adresse oder Telefonnummer auch als solche zu erkennen und zuzuordnen. So ist es beispielsweise möglich bei der Web-suche nach einem Event in den Ergebnissen sofort Anschrift, Telefonnummer und Zeitraum einzublenden. Microformats basieren nicht auf einer neuen Technik, sondern erweitern bekannte Techniken wie XML und XHTML mit einer neuen Konvention, um die Daten automatisiert nutzen zu können.

## Multi-Channel-Marketing

Multi-Channel-Marketing synchronisiert die verschiedenen Wege zum Kunden um den Kundenkontakt zu steigern. Dabei werden möglichst viele Kanäle genutzt um den Kunden zu erreichen und das Produkt/die Marke präsenter zu machen, da unterschiedliche Kundengruppen über verschiedene Kanäle angesprochen werden müssen. Die Herausforderung liegt in der Synchronisierung der Kanäle um dem Kunden einheitliches und nur „mit einer Stimme“ anzusprechen.

## Podcast

Als Podcast werden Medienangebote bezeichnet, die über das Internet zeitunabhängig geladen und genutzt werden können. Dies können reine Audio-Podcasts sein, aber auch Videos können über die gleiche Technik verteilt werden. Durch das abonnieren eines sogenannten Podcastfeeds erhält man nach Veröffentlichung neue Episoden automatisch. Podcasts sind in der Benutzung an klassische Radiosendungen angelehnt indem es auf der einen Seite den publizierenden Sender, auf der anderen den konsumierenden Empfänger gibt. Der Unterschied besteht hauptsächlich in der Möglichkeit die Medien zu jedem Zeitpunkt nutzen zu können und nicht nur zur Sendezeit. Einen starken Popularitätsschub erlangten die Podcasts durch die steigende Verbreitung von iTunes und dem iPod. Da die Produktionskosten eines Podcasts gering ausfallen, gibt es nicht nur professionelle Produzenten, sondern auch viele engagierten Amateure, die eine Vielfalt an Themengebieten bearbeiten.

## Online-Marketing

Als Online-Marketing werden alle Marketing-Maßnahmen, die mit Hilfe des Internets erfolgen, zusammengefasst. Teilgebiete sind klassische Bannerwerbung, Suchmaschinenmarketing, E-Mail-Marketing und -Werbung und Affiliate-Marketing.

## SaaS

Unter SaaS versteht man ein Geschäftsmodell, Software nicht länger als Lizenz an einen Benutzer zu verkaufen, sondern lediglich die Benutzung selbiger als Service zur Verfügung zu stellen. Vergleichbar ist dieser Unterschied mit dem Unterschied zwischen einem Autokauf und einem Mietwagen, da dort ebenfalls eine Abrechnung „per use“ erfolgt. Besonders vorangetrieben wurde diese Entwicklung durch Webservices, die in der Regel pro Aufruf abgerechnet werden. Als Beispiele für Software as a Service wären Google Docs und Apples iWork.com zu nennen.

## SEO/SEM

Die Reichweite einer Webseite ist nicht zuletzt von ihrer Auffindbarkeit in Suchmaschinen abhängig. Es gibt verschiedene technische und semantische Methoden um eine Seite „attraktiver“ für eine Suchmaschine zu machen, die allerdings von Suchmaschine zu Suchmaschine variieren können. Beim SEO („Search Engine Optimization“) wird die Seite anhand dieser Aspekte betrachtet und gegebenenfalls angepasst. Dazu gehört die Auszeichnung von Objekten, z.B. Alternativtexte für eingebundene Bilder, aber auch strukturelle Veränderungen wie die hierarchische Verwendung von Überschriften. Das SEM („Search Engine Marketing“) ist eng damit verbunden, geht das Ziel der Attraktivität einer Seite allerdings statt aus der technischen aus der Online-Marketing-Sicht an. So wird u.a. über Sponsoring und gesponsorte Links die Erhöhung der Nutzerzahlen angestrebt, aber auch durch die geschickte Verwendung und Platzierung von Keywords.

## Soziale Netzwerke

Als Soziales Netzwerk werden Webseiten und Webdienste bezeichnet, die als vorrangiges Ziel Nutzer gleicher Interessen zusammenzubringen. Kategorisieren kann man diese anhand der Interessen der Nutzer: Suche nach Businesskontakten (Xing), Vernetzung mit Studienkollegen und Freunden (Facebook, MeinVZ-Gruppe, Wer-kennt-wen), Musik (LastFM) usw.

Typische Funktionsmerkmale sind ein persönliches Profil, eine Kontaktliste, schwarze Bretter sowie die Möglichkeit Nachrichten an andere Nutzer zu verschicken.

Das Erlösmodell vieler Netzwerke basiert oft auf personalisierter Werbung, die auf den Angaben der Nutzer sowie deren Interpretation basiert. Medial treten diese Soziale Netze besonders dann in Erscheinung, wenn eine Datenpanne öffentlich wird.

## Twitter

Twitter ist ein Kurznachrichtendienst, der es angemeldeten Benutzern erlaubt Nachrichten von bis zu 140 Zeichen Länge zu publizieren. Gestartet als eine Art netzwerkübergreifender Status ist es von den Nutzern als Kommunikationsmittel adaptiert worden. Viele von den Nutzern erfundene Konventionen, z.B. das Kennzeichnen eines Benutzernamens mit einem vorangestellten @-Zeichen oder die sogenannten Hashtags, wurden inzwischen von Twitter aufgegriffen und fest integriert. Als große Stärke gilt die einfache API, die zu einem „Twitter-Mikrokosmos“ geführt hat, in dem sich inzwischen hunderte Anwendungen tummeln: Desktop- und Webapplikationen zum Lesen und Schreiben von Tweets, zum Verwalten von Followern und zum Finden neuer Kontakte. Besonders bei Mash-Ups ist Twitter beliebt, um Anwendungen mit aktuellen nutzer-generierten und kontextbezogenen Informationen anzureichern.

## URL-Kürzung

Um Webseiten über Instant Messenger oder Soziale Netze weiterzugeben ist eine kurze Webadresse (die URL) von Vorteil. Viele Webangebote benötigen bei der Navigation allerdings einige Parameter. Diese können entweder vor dem Nutzer versteckt werden um in der Adressleiste möglichst wenig anzuzeigen oder eben auch sichtbar für den Nutzer, was die URL allerdings ziemlich aufbläht und teils sehr kryptisch aussieht. Möchte man beispielsweise eine Google Maps Ansicht weitergeben, so ist die URL in der Adressleiste nicht brauchbar, da sie dauerhaft `http://maps.google.com` anzeigt. Lässt man sich von Google einen Link generieren, der zur aktuellen Ansicht führt, so kann diese URL durchaus 250 Zeichen und mehr sein.

Abhilfe schaffen sogenannte URL-Kürzer wie tinyURL, bit.ly oder tr.im, die aus einer langen URL eine sehr kurze machen. So wird aus [http://en.wikipedia.org/wiki/URL\\_shortening](http://en.wikipedia.org/wiki/URL_shortening) beispielsweise <http://bit.ly/9zHCAa> und spart 23 der 44 Zeichen ein. Solche Dienste machen die Verbreitung von URLs in Sozialen Netzen teilweise erst möglich. Auch kann man oft eigene URLs auswählen, wie z.B. <http://bit.ly/wikipedia>. Inzwischen bringen auch viele Webdienste ihre eigenen URL-Kürzer gleich mit, wie z.B. Facebook mit fb.me, wp.me (Wordpress) oderyoutu.be (YouTube). Viele URL-Kürzer unterstützen auch, in verschiedenem Umfang, die Messung der Klicks, um dem Ersteller anzuzeigen wie oft sein gekürzter Link geklickt wurde.

## Weblogs (Blogs)

Ein Weblog ist ein öffentliches und aus der Ich-Perspektive geschriebenes Tagebuch oder Journal, das auf einer Webseite publiziert wird. Geschrieben wird es meistens von einem einzelnen Herausgeber, aber auch Gemeinschaftsblogs und Firmenblogs („Corporate Blogs“) sind nicht ungewöhnlich. Ein vorrangiges Ziel eines Blogs ist der Kommunikationsaustausch mit den Lesern. Indem der Autor seine Perspektive der Dinge im Blogbeitrag niederschreibt sollen die Nutzer dazu animiert werden über die Kommentarfunktion ihre Meinung beizusteuern. Blogs sind sehr gut zur Meinungsbildung geeignet, da durch die Ich-Perspektive des Autors eine Identifizierung leicht möglich wird.

## Wikipedia

Wikipedia technisch ist der berühmteste Vertreter sogenannter „Wiki-Systeme“, bei denen ein Webseitenbenutzer direkt in seinem Webbrowser die Möglichkeit erhält, inhaltliche Änderungen an einer Webseite vorzunehmen. Bereits 2001 gestartet hat die Wikipedia den Nutzer von Anfang an so sehr in den Mittelpunkt gestellt, dass man durchaus schon von „Web 2.0“ reden darf.

Die Wikipedia hat sich zum Ziel gesetzt eine Online-Enzyklopädie zu schaffen, die von jedem Internetnutzer aktualisiert und ergänzt werden kann. Inhaltlich soll all das Bestand haben, was von der Masse akzeptiert wird. Oftmals wird allerdings in den heftigen Diskussion über den Inhalt sichtbar, dass „die Masse“ auch geteilter Meinung sein kann. Viele soziale „Foren-Effekte“ treten hier auch zu Tage: Vandalismus, Provokation und extremes Engagement.

Die Wikipedia basiert auf dem Quelloffenen Mediawiki, das es erlaubt ein eigenes Wiki zu betreiben. So gibt es inzwischen die Wikipedia in über 260 Sprachen und Dialekten, die Englischsprachige ist, mit über 3 Millionen Artikeln, die Größte.

## XML

XML („Extensible Markup Language“), ist eine Auszeichnungssprache zur Darstellung hierarchisch strukturierter Daten in Form von Textdaten. XML wird u. a. für den plattform- und implementationsunabhängigen Austausch von Daten zwischen Computersystemen eingesetzt, über das Internet insbesondere. Es ist Grundlage vieler weiterer Technologien, ohne die das Web in seiner heutigen Form nicht denkbar wäre: XHTML, Atom/RSS, SOAP, XMPP... Durch die Auszeichnung von Inhalten in einer computer- und zugleich menschenlesbaren Form wird die Verbreitung, und damit auch Verknüpfung, von Daten gefördert und die Grundlage für ein semantisches Web gelegt.