

Das Online-Redaktionssystem von deinmagazin.ch

deinMAGAZIN

Demoausgabe 1/2024



Inhalt

RUBRIK 1

Team

RUBRIK 2

Social Media

RUBRIK 3

Projekt

RUBRIK 4

Elektronische Zeitschrift

RUBRIK 5

Die Geschichte des Smartphones

RUBRIK 6

Redaktioneller Beitrag



RUBRIK 1

Team

Von einem Team kann gesprochen werden, wenn zwei oder mehr Personen zueinander in direktem Kontakt stehen und diese sozialen Interaktionen ein gewisses Mass überschreiten.

Teams gibt es in Wirtschaftssubjekten (Unternehmen, sonstigen Personenvereinigungen und Verwaltungen mit ihren Untergliederungen) und im Sport. In Unternehmen oder Behörden bildet das Team die für einen bestimmten Zweck aus Mitarbeitern zusammengesetzte Arbeitsgruppe wie etwa das Projektteam. Im Sport ist das Team entweder Synonym für die Mannschaft (Teamsport; auch: Frauschaft für ein Team aus ausschließlich weiblichen Mitgliedern) oder die Gesamtheit von Mannschaft und begleitendem Personal wie Trainerteam, Technikerteam.

Wie auch andere soziale Gruppen bestehen Teams traditionell aus einer Führung, dem Teamleiter in Organisationen oder dem Mannschaftskapitän

im Sport, und den Teammitgliedern.

Teamweiterbildung: Konzentration einer Gruppe auf sich selbst. (Trainingscenter Teamwelt)

Haug relativiert diese Zusammensetzung auf „in der ersten Zeit nach der Teambildung“, die sich auch weiterentwickeln kann: „Mit zunehmend höherem Entwicklungsstand und Reifegrad des Teams können sich die [...] Managementaufgaben allmählich trotz eines offiziellen Teamleiters gleichmäßig auf alle Teammitglieder verteilen. In Bezug darauf ist ein eingespieltes Team unter anderem daran zu erkennen, dass es sich weitgehend selbst organisiert. Insofern ist der Begriff ‚Teamleiter‘ in einer echten Teamorganisation irreführend, ja so-

gar ein Widerspruch in sich.“ Als Voraussetzung für dieses „Teammanagement“ hin zu „sich selbst führenden Teams“, nennt Haug eine „Führung ohne disziplinarischen Zugriff“.

Die Leitung von Meetings, Teams und Projekten ohne disziplinarischen Zugriff auf die zu Führenden stellt in der anfänglichen Aufbauphase sehr hohe Anforderungen an Teamleiter im psychosozialen Bereich. In den letzten Jahren entwickelte sich dazu allmählich ein fortgeschrittenes Coaching zur Weiterbildung, meist im Zusammenhang mit innovativen Trainingszentren wie etwa der Teamwelt im Südschwarzwald.

Die Geschlossenheit von Teams ist von deren Gruppenkohäsion abhängig. Während einige Teams auseinanderfallen, sobald Probleme auftauchen, sind andere Teams in Konfliktsituationen in ihrer Existenz nicht bedroht. Je mehr Mitglieder bereit sind, sich für das Team zu engagieren, desto kohäsiver und stärker ist das Team.

mb
Redaktion

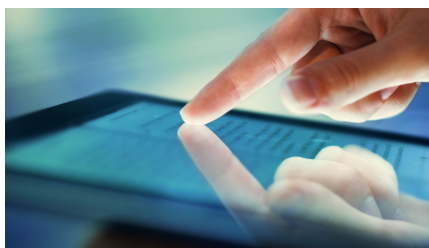
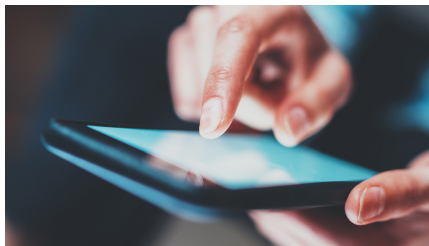


RUBRIK 2

Social Media

Social Media sind digitale Medien und Methoden die es Nutzern ermöglichen, sich im Internet zu vernetzen.

Social Media (englisch für soziale Medien) sind digitale Medien und Methoden (vgl. Social Software), die es Nutzern ermöglichen, sich im Internet zu vernetzen, sich also untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in einer definierten Gemeinschaft oder offen in der Gesellschaft zu erstellen und weiterzugeben. Der Begriff „Social Media“ dient auch zur Beschreibung einer neuen Erwartungshaltung an die Kommunikation und wird zur Abgrenzung vom Begriff Medium für ein Druckwerk oder einen Rundfunkkanal stets im Plural verwendet. Dies soll signalisieren, dass es sich um mehr handelt als um einzelne Medien oder Kanäle.



Soziale Interaktionen und kollaboratives Schreiben (manchmal in Anlehnung an den englischen Begriff auch „Kollaboration“ genannt) in sozialen Medien gewinnen zunehmend an Be-

deutung und wandeln mediale Monologe (one to many).

Zudem können sie das schnelle Verbreiten von Wissen, Meinungen und anderen Informationen unterstützen. Es besteht im Unterschied zu traditionellen Massenmedien weniger oder kein soziales Gefälle zwischen Sender und Rezipienten (Sender-Empfänger-Modell). Als Kommunikationsmittel werden dabei Text, Bild, Audio oder Video verwendet. Das gemeinsame Erstellen, Bearbeiten und Verteilen von Inhalt, unterstützt von interaktiven Anwendungen, bis hin zum Ansehen, Lesen und Verstehen betont auch der Begriff Web 2.0.

[wikipedia.org](https://www.wikipedia.org)

mb
Redaktion



RUBRIK 3

Projekt

Ein Projekt ist ein zielgerichtetes, einmaliges Vorhaben, das aus einem Satz von abgestimmten, gesteuerten Tätigkeiten besteht.

Ein Projekt ist ein zielgerichtetes, einmaliges Vorhaben, das aus einem Satz von abgestimmten, gesteuerten Tätigkeiten besteht und durchgeführt werden kann, um unter Berücksichtigung von Vorgaben wie etwa Zeit, Ressourcen (zum Beispiel Finanzierung bzw. Kosten, Produktions- und Arbeitsbedingungen, Personal und Betriebsmittel) und Qualität ein Ziel zu erreichen.

Projekt leitet sich ab von lateinisch *proiectum*, Neutrum zu *proiectus* ‚nach vorn geworfen‘, Partizip Perfekt von *proicere* ‚vorwärtswerfen‘ (vgl. Projektil). Bei Projekten wird unter ‚nach vorn‘ eine zeitliche Dimension verstanden (siehe auch Terminplanung). Das deutsche Wort kommt im späteren 17. Jahrhundert in Gebrauch in der Bedeutung „Bauvorhaben“.

Zur Durchführung von Projekten werden in der Regel Projektteams gebildet, denen Steuerungsaufgaben obliegen. Um deren Projektmanagement effizient zu gestalten, werden von Beratungsfirmen und Hochschulen spezielle Lehrgänge und von Software-Herstellern Werkzeuge angeboten.

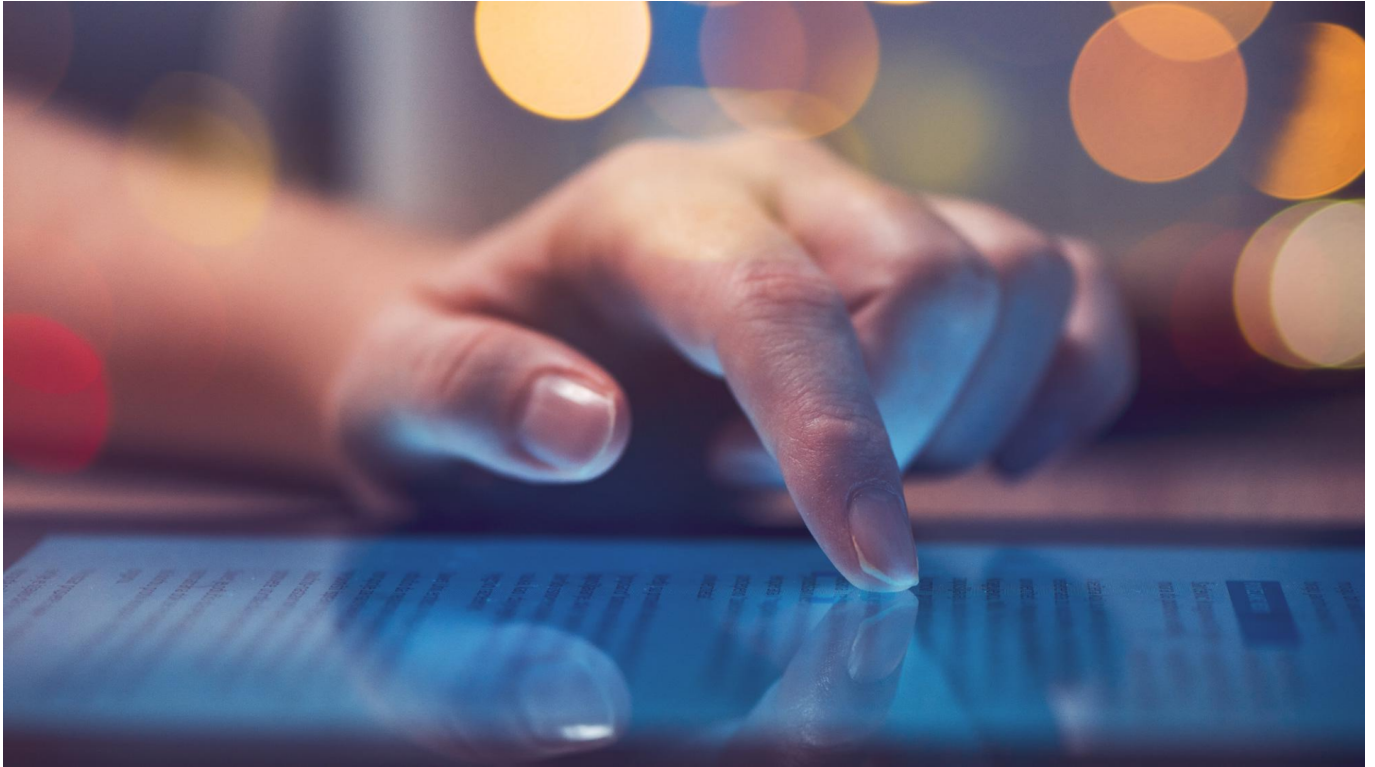
1. Viele Projektmanagement-Lehren empfehlen, dass die Ziele bzw. Zielvorgaben eines Projektes nach den SMART-Regeln vorab formuliert werden (SMART = Spezifisch, Messbar, Akzeptiert, Realistisch, Terminiert). Für Forschungsprojekte gilt dies aber nur bedingt.
2. Das strategische Vorgehen wird durch das im Rahmen der Projektdefinition - also noch vor Projektbeginn - beschriebene Projektziel bestimmt. Darauf basieren die nötigen Prozesse/Tätigkeiten und die hilfreiche Grundstruktur, welche den Umgang mit den Ressourcen festlegen.



mb
Redaktion

deinmagazin.ch
einfach. effizient. digital.





RUBRIK 4

Elektronische Zeitschrift

Eine elektronische Zeitschrift, auch E-Journal, eJournal oder Onlinemagazin, ist eine Zeitschrift, die dem Leser im Gegensatz zur gedruckten Form digital zur Verfügung steht.

Elektronische Zeitschriften wurden anfangs auf Datenträgern verbreitet (etwa die auf Disketten gespeicherten Diskmags), heute als Netzpublikationen über das Internet. Im Netz publizierte elektronische Zeitschriften werden auf den Websites ihrer kommerziellen oder nicht-kommerziellen Anbieter entweder gratis oder kostenpflichtig angeboten.

Etliche Zeitschriften erscheinen sowohl im Druck als auch elektronisch, andere ausschließlich elektronisch („e-only“). Eine bedeutende Rolle spielen elektronische Zeitschriften vor allem im Bereich wissenschaftlicher Fachzeitschriften.

Als wesentliches Merkmal einer elektronischen Zeitschrift gilt, dass ihre

Artikel dauerhaft und im Volltext zugänglich sind. Nach dieser Definition sind weder Websites von gedruckten Zeitschriften, auf denen kein Volltext geboten, sondern lediglich auf die Druckausgabe verwiesen wird, elektronische Zeitschriften, noch Zeitschriften, von denen ausschließlich das Inhaltsverzeichnis, Abstracts oder eine Vorschau digital verfügbar sind.

Wie bei herkömmlichen Zeitschriften gehören auch zu einem elektronischen Magazin eine Redaktion (etwa eine Online-Redaktion), ein Herausgeber (in der Regel ein Verlag, z. B. ein Onlineverlag) und Autoren.

Geschichte

Als erste elektronische Version einer Zeitschrift erschien ab 1982 die Har-

vard Business Review in einer elektronischen Parallelausgabe für den Dienst Bibliographic Information Services.

Unter den deutschsprachigen Medien beansprucht der seit 1994 erscheinende Schattenblick, die erste elektronische Zeitung gewesen zu sein.

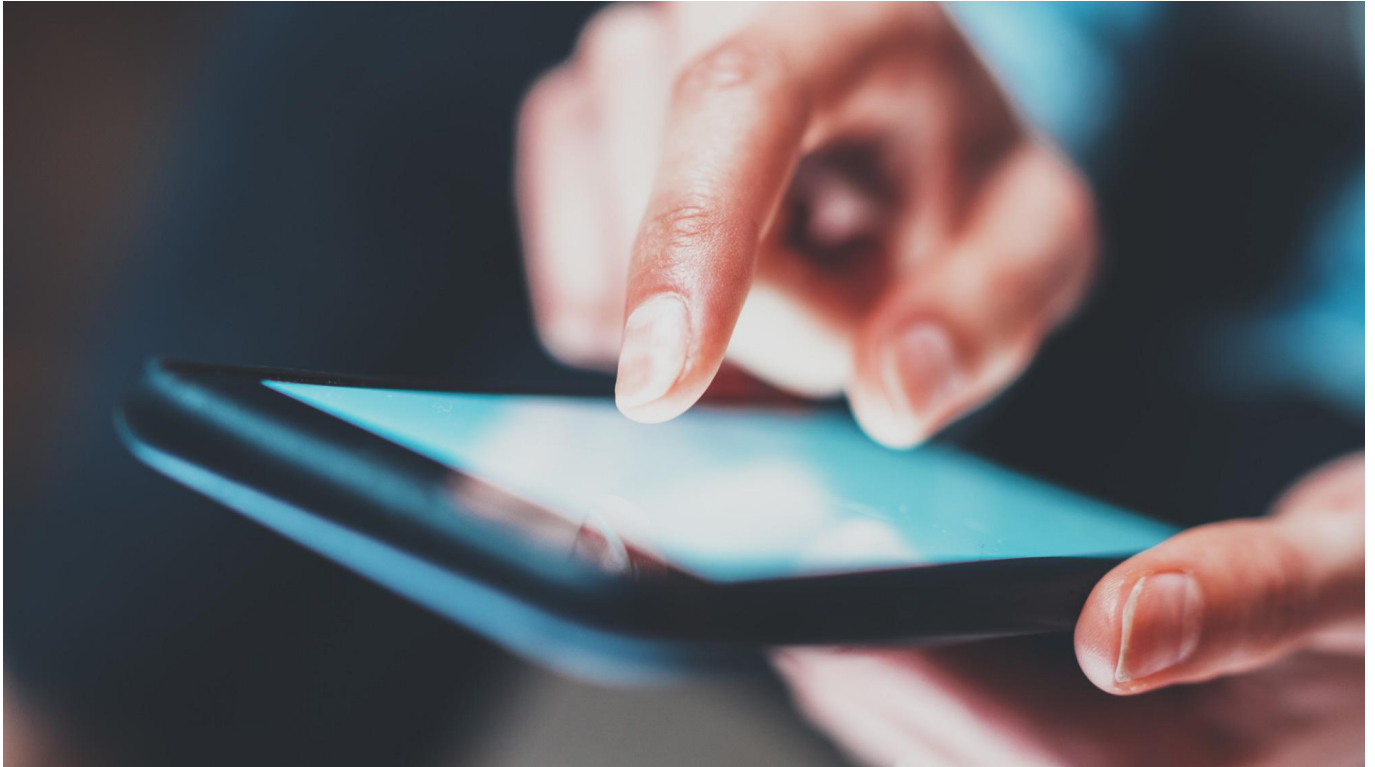
Formen

Da viele Leser auch heute noch gedruckte Artikel bevorzugen, handelt es sich bei der Mehrzahl elektronischer Zeitschriften um Onlineversionen einer gedruckten Ausgabe. Reine Online-Zeitschriften sind deutlich seltener, im Bereich der wissenschaftlichen Zeitschriften machen sie etwa 10 bis 15 Prozent aus. Allerdings ist zuletzt in Spezialbereichen (z. B. bei

Rezensionen) eine deutliche Steigerung feststellbar. Aufgrund der entfallenen Druck- und Vertriebskosten können elektronische Zeitschriften theoretisch kostenlos zugänglich gemacht werden, falls die für ihre Erstellung beteiligten Personen aus anderen Quellen bezahlt werden oder ohne Bezahlung arbeiten.

Im Gegensatz zu gedruckten Zeitschriften können kommerzielle elektronische Zeitschriften in der Regel nicht gekauft, sondern es kann nur über einen Lizenzvertrag ein Nutzungsrecht erworben werden. Aufgrund der steigenden Zeitschriftenpreise schließen sich viele Bibliotheken zu Konsortien zusammen, die mit den Verlagen Konsortialverträge aushandeln. Bekannte wissenschaftliche Zeitschriftenverlage, die in diesem Bereich tätig sind, sind unter anderem der Springer-Verlag und Elsevier.

bb
Redaktion



RUBRIK 5

Die Geschichte des Smartphones

Smartphone nennt man ein Mobiltelefon (umgangssprachlich Handy) mit umfangreichen Computer-Funktionalitäten und Konnektivitäten.

Der Begriff dient der Abgrenzung von herkömmlichen („reinen“) Mobiltelefonen. Frühe Smartphone-Vorläufer vereinigten etwa Ende der 1990er Jahre die Funktionen eines Personal Digital Assistant (PDA) bzw. Organizers, mit dem man z. B. Kontakte und seinen Kalender verwalten konnte, mit der Funktionalität eines reinen Mobiltelefons. Später wurden dem kompakten Gerät auch noch die Funktionen eines transportablen Medienabspielgerätes, einer Digital- und Videokamera und eines GPS-Navigationsgeräts hinzugefügt. Zentrale Merkmale sind Touchscreens zur Bedienung sowie Computer-ähnliche Betriebssysteme. Ein Internetzugang ist wahlweise per mobiler Breitbandverbindung des Mobilfunkanbieters oder WLAN möglich.

Youtube-Link:

Die Geschichte des Smartphones

- Die ersten Smartphones gab es bereits in den späten 1990er Jahren, aber erst ab der Einführung des iPhones im Jahr 2007 gewannen sie nennenswerte Marktanteile. Der Begriff Smartphone stammt von der Firma Ericsson, welche ihr Modell R380 mit Touchscreen, Internetbrowser und Kalender um die Jahrtausendwende so nannte. Heute sind die meisten verkauften Mobiltelefone Smartphones. Durch den permanent mitgeführten Internetzugang löste dies einen Wandel im Internet-Nutzungsverhalten aus,

insbesondere bei sozialen Netzwerken wie Facebook, und ermöglichte neue Kommunikationsformen über Dienste wie WhatsApp und Instagram. Als das meistverbreitete Smartphone-Betriebssystem setzte sich in den 2010er Jahren das inzwischen von fast allen Herstellern verwendete Android durch (**Marktanteil gemäß IDC im Jahr 2019 86,6 %**), mit einigem Abstand gefolgt von dem nur auf Apple-Geräten eingesetzten Apple iOS (**Marktanteil im Jahr 2019 13,4 %**).

- Als das erste Smartphone gilt der von BellSouth und IBM entwickelte und von Mitte 1994 bis Anfang 1995 in einem Teil der USA als „Personal Communicator“ vertrie-

bene Simon. Vorreiter der Smartphone-Systeme war das PEN/GE-OS 3.0 des Herstellers GeoWorks, das in der 1996 eingeführten Nokia-Communicator-Serie eingesetzt wurde. Als Nokia für die Communicator-Reihe 92x0, 9300, 9300i und 9500 auf einen anderen Prozessor wechselte, bildete das Unternehmen mit Psion und dessen EPOC-System eine Allianz, um die Symbian-Plattform zu entwickeln. Symbian war lange Zeit das meistgenutzte Smartphone-Betriebssystem und hatte im Jahr 2006 einen Marktanteil von etwa 73 %. Die wichtigsten Konkurrenten waren Windows Mobile, BlackBerry OS und Palm OS.

- Die Einführung des iPhone mit seiner Multitouch-Bedienoberfläche im Jahr 2007 markierte einen Wendepunkt im Smartphone-Markt. Neue Betriebssysteme wie Android, Palm webOS und Windows Phone 7 konnten hauptsächlich oder ausschließlich über Touchscreens bedient werden. Symbian verlor dadurch schnell an Bedeutung und lag im Herbst 2011 etwa gleichauf mit dem iPhone. Zwischen 2008 und 2011 kündigten alle großen Hersteller von Symbian-Geräten an, in Zukunft auf andere Systeme zu setzen. Das am häufigsten installierte Mobil-Betriebssystem auf Smartphones ist seit Herbst 2011 Android von Google mit über 60 % Marktanteil, was an dem deutlich geringeren Durchschnittspreis von Mobiltelefonen mit Android liegt. Ebenfalls mit einem signifikanten Marktanteil ist danach iOS von Apple zu erwähnen. Der finnische Hersteller Nokia, der für viele Jahre führender Hersteller von Mobiltelefonen war (1998 bis 2011), bot seit 2012 Smartphones fast ausschließlich mit dem Microsoft-Betriebssystem Windows Phone an, verkaufte je-

doch seine Mobiltelefon-Sparte im Jahr 2014 an Microsoft.

- Seit 2009 kommt es angesichts der zunehmenden Bedeutung von Smartphones zu zahlreichen Rechtsstreitigkeiten um Patente und Designrechte, an denen alle großen Smartphone-Hersteller beteiligt sind. Das 2013 eingeführte Galaxy S4 ist das erste TCO-zertifizierte Smartphone der Welt. Ende 2013 kam mit dem Fairphone das erste Smartphone auf den Markt, bei dem Fairtrade- und Umweltaspekte eine größere Rolle spielen sollten.
- Der weltweite Absatz von Smartphones ist seit dem 4. Quartal 2017 rückläufig. Im Gesamtjahr (2017) wurden weltweit insgesamt **1,472 Milliarden** Smartphones ausgeliefert, was einem Rückgang von weniger als 1 % gegenüber den **1,473 Milliarden** Einheiten im Jahr 2016 entspricht. Die höchsten Marktanteile am Smartphone-Markt haben derzeit (Stand 2020, sortiert nach Marktanteilen) **Samsung, BBK Electronics, Huawei, Xiaomi** und **Apple**.

mm
Redaktion





RUBRIK 6

Redaktioneller Beitrag

Bei einem redaktionellen Artikel oder redaktionellem Beitrag handelt es sich um die eigene Leistung eines Journalisten

Arten

Kennzeichnend für den redaktionellen Beitrag ist die journalistische Darstellungsform. Dabei kann es sich beispielsweise um eine Reportage oder ein Interview handeln. Im Wirtschaftsjournalismus gibt es auch das Unternehmensporträt oder einen Beitrag über aktuelle Entwicklungen in einer Branche.

Informationsorientierte Beiträge stellen ein Thema neutral und in unterschiedlichen Facetten vor. Meinungsorientierte Beiträge wie Kommentare oder Glossen enthalten Argumente, Hintergrundwissen, Erklärungen und Meinungen. Der redaktionelle Artikel ist damit nicht werblich oder einseitig ausgerichtet. Der deutsche Presserat definiert redaktionelle Beiträge wie

folgt:

- „Die Medien haben die Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.“

Trennung von redaktionellen Beiträ-

gen und Werbung

Redaktionelle Berichte dürfen keine Schleichwerbung enthalten und nicht gekauft werden. Bezahlte Veröffentlichungen müssen als solche kenntlich gemacht werden. Das ist in den jeweiligen Landespressegesetzen geregelt. Wenn doch – wie es in der Praxis häufig geschieht, etwa bei Advertorials – müssen diese Beiträge mit Bezeichnungen wie Werbung oder bezahlte Anzeige gekennzeichnet werden. Die Medien achten darauf, dass ihre Glaubwürdigkeit als Informationsquelle nicht verloren geht und gehen daher mit PR-Artikeln und Werbeinformationen sorgfältig um. Redaktionelle Beiträge werden durch Anzeigen finanziert. Redaktionelle Sonderveröffentlichungen, zum Beispiel The-

men-Specials, unterliegen der gleichen redaktionellen Verantwortung wie alle redaktionellen Veröffentlichungen.

mb
Redaktion

IMPRESSUM

deinmagazin.ch
c/o BlueMouse GmbH
Haselstrasse 4
CH-5400 Baden

Tel.+41 56 511 76 90
info@deinmagazin.ch