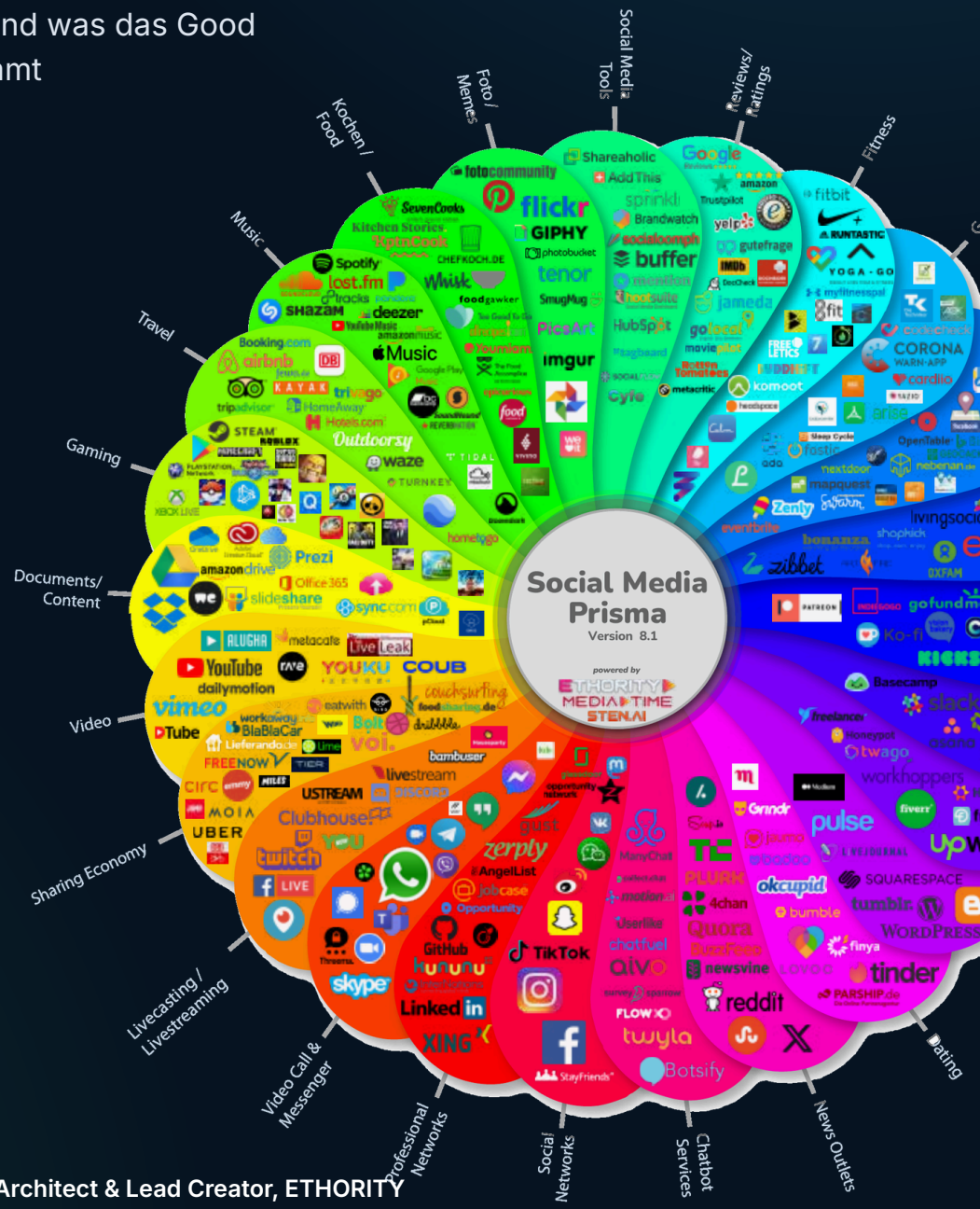
ETHORITY
AI BUSINESS OPERATING SYSTEM

HISTORISCHES PAPIER · AUSGABE 1.4

Das Social Media Prisma 2009–2025

Wie ETHORITY das Social Web sechzehn Jahre lang kartiert hat – und was das Good AI Prisma daraus übernimmt



Sten Franke · Founder, Principal Architect & Lead Creator, ETHORITY

22. Oktober 2026 · Das Social Media Prisma entstand in Anlehnung an das Conversation Prism von Brian Solis und JESS3.

AUF EINEN BLICK

Ein Bild des Social Web, sechzehn Jahre lang neu gezeichnet

Das Social Media Prisma ordnete die Plattformen, die Menschen nutzten, in rund zwei Dutzend Blätter – von Netzwerken und Video bis zu Bewertungen, Messaging, Shopping und Arbeit. So konnten Marketingteams, Lehrende und Journalisten die ganze Landschaft auf einer Seite sehen.

Es begann im September 2009 als deutsche Adaption des Conversation Prism, das Brian Solis und JESS3 2008 für das US-amerikanische Social Web gezeichnet hatten. ETHORITY ergänzte die Dienste, die in Deutschland zählten, gab sie mit Quellenangabe zur freien Nutzung frei und zeichnete sie neu, sobald sich der Markt bewegte: nummerierte deutsche Versionen bis 8.1, eine chinesische Ausgabe 2012, zwei globale Ausgaben und eine Druckausgabe 2017/2018.

2009
erste deutsche Ausgabe, September

8.1
aktuelle Version, Masterdatei Juni 2025

3
Ausgaben: deutsch, chinesisch, global

25
Blätter in Version 4.0 (2012); spätere Zahlen je Ausgabe

11
Fachbeiträge, Bücher und Abschlussarbeiten, die es zitieren oder abbilden – für dieses Papier geprüft

30
Artikel und Beiträge, die ETHORITY nach Version 2.0 im April 2010 sammelte

Was das Prisma ist

Eine kreisförmige Landkarte. Jedes Blatt steht für eine Kategorie sozialer Kanäle, jedes Logo für einen Dienst, der in diesem Markt zählte. In der Mitte stehen Ausgabe und Herausgeber. Leserinnen und Leser waren eingeladen, die Karte in Publikationen und Präsentationen mit Link auf die Quelle zu nutzen und zu teilen. Die Lizenzbedingungen unterscheiden sich je Ausgabe: Die Ankündigung von 2009 verlangte die Quellenangabe und erlaubte keine Bearbeitung; spätere Grafiken tragen einen eigenen Hinweis.

URSPRÜNGE · 2008–2010

Eine deutsche Karte nach einer US-Idee

2008 veröffentlichten Brian Solis und die Designagentur JESS3 das Conversation Prism, eine kreisförmige Karte, die soziale Dienste nach der Art der Gespräche ordnete, die auf ihnen stattfinden. Sie wurde zum Standardbild des Social Web. Ihr US-Fokus ließ allerdings Lücken: Dienste, die in Deutschland dominierten, etwa Xing und StudiVZ, waren im Ausland kaum bekannt.

Im September 2009 zeichnete ETHORITY die Karte für den deutschen Markt neu. BASIC thinking stellte sie einen Monat später als Überblick über fast alle relevanten Dienste in Deutschland vor, nach Kategorien geordnet und mit Verweis auf das US-Original.

Im April 2010 folgte Version 2.0, neu aufgebaut mit Vorschlägen, die Leserinnen und Leser per Kommentar und E-Mail geschickt hatten. Cool Infographics in den USA berichtete am 16. April 2010 über die deutsche Version. Eine Woche später sammelte ETHORITY 30 verschiedene Artikel und Blogbeiträge zur Veröffentlichung – von t3n und turi2 bis zu einem Blog der FernUniversität Hagen und Seiten aus Österreich und der Schweiz.

Das Muster von 2010 hielt fünfzehn Jahre: eine geteilte Karte, mit Vorschlägen der Leserschaft verbessert und mit Link auf die Quelle zitiert.

Verlinkt in ETHORITYs Sammlung vom 23. April 2010 (Auswahl)

t3n.de · meedia.de · turi2.de · atmedia.at · yigg.de · webosoph.de · karlkratz.de · fernuni-hagen.de · blog.xeit.ch · blog.loom-berlin.com · ecommerce-fachwissen.de · blog.meinestadt.de · kommunikation-zweinull.de · socialnetworkstrategien.de · webcific.com · ninare.de · f-i-ts.de · marko-kramer.de · blog.jan-haarhoff.de · marketingsocialmedia.de · stream.trendtag.de · blog.viminds.de · socialmedia-mainfranken.de · jappyblog.de · your-decision.de · doubleyuu.com · daniel-rapp.de

Seiten, die ETHORITY als Berichte oder Erwähnungen zu Version 2.0 aufführte.

ZEITLEISTE

Alle dokumentierten Ausgaben

2008 — Conversation Prism
Brian Solis und JESS3 kartieren das US-Social-Web. Das Original, an das sich das Prisma anlehnt.

21. Sep. 2009 — Version 1.0 · deutsch
Für Deutschland adaptiert, mit Diensten wie Xing und StudiVZ.

15. Apr. 2010 — Version 2.0
Veröffentlicht nach einem Aufruf für Vorschläge am 17. März 2010; vielfach verlinkt in deutschsprachigen Medien und Blogs, besprochen in den USA.

19. Sep. 2011 — Version 3.0
Die erste Ausgabe mit Google+.

14. März 2012 — Chinesische Ausgabe 1.0
Eine eigene Karte für Chinas Plattformen, von BBS-Foren bis zu Microblogs.

28. März 2012 — Version 4.0
25 Blätter; neu sind Pinterest, Dailymotion, Orkut und Photobucket.

12. Sep. 2012 — Version 5.0
Neue Blätter für Social-Media-Tools und mobile Apps; die Blogsuche entfällt; Bewertungen und Special-Interest-Bewertungen sowie Browser- und Social-Gaming werden zusammengelegt.

Ohne Datum — Global Social Media Prism
Zwei internationale Ausgaben ohne Veröffentlichungsdatum; die gezeigten Dienste lassen sie frühestens ab Mitte 2011 bzw. 2013 zu.

22. Okt. 2014 — Version 6.0
261 Plattformen in 25 Blättern; Microblogging geht in den sozialen Netzwerken auf; Monitoring und Online-Dating kommen hinzu.

16. Okt. 2017 — Ausgabe 2017/2018
Mit DataChamp24; gedruckt als Poster und Postkarten.

Bis 2021 — Version 8.0
2021 in einem Buch abgebildet; die Genehmigung vom Januar 2021 nennt eine geplante Veröffentlichung im ersten Quartal. Eigene Blätter für Gesundheit und Fitness.

2023 — Version 8.0, Neuauflage
Dieselbe Karte, powered by STEN.AI.

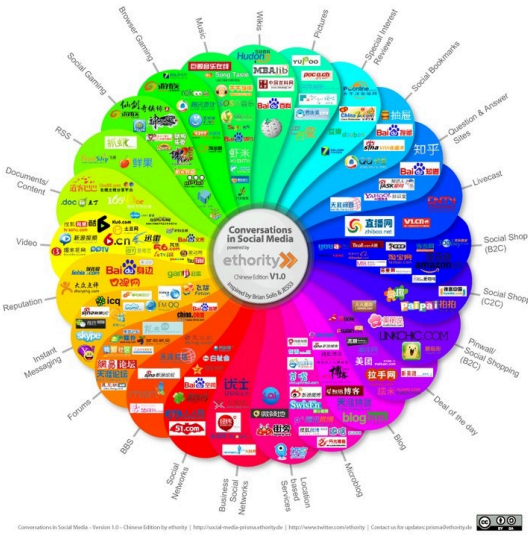
2025 — Version 8.1
Die globale Landschaft sozialer Apps, Plattformen und Tools; Twitter erscheint als X.

Genaue Daten folgen ETHORITYs eigenen Veröffentlichungsbeiträgen, wie sie im Website-Export von 2022 erhalten sind, beginnend mit der ersten deutschen Ausgabe am 21. September 2009. Die globalen Ausgaben tragen kein Datum: Die gezeigten Dienste ergeben nur das früheste mögliche Datum. Das Conversation Prism von 2008 ist das Original, an das sich das Prisma anlehnt.

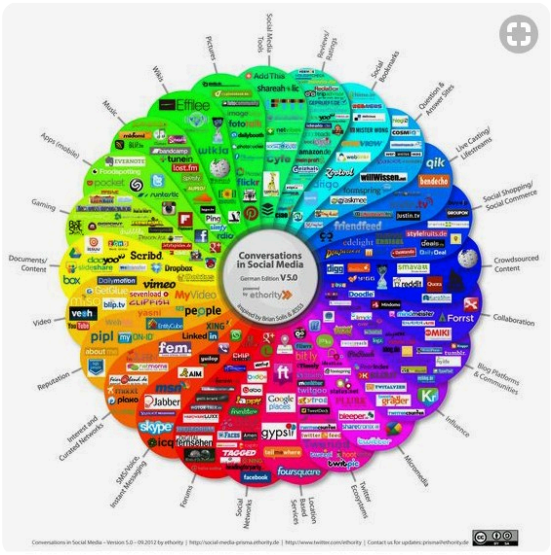
2012

Zwei Karten in einem Jahr: China und Version 5.0

Im März 2012 veröffentlichte ETHORITY eine eigene Ausgabe für China, dessen Social Web sich kaum mit dem deutschen überschnitt: Baidu, Sina, Youku, Taobao, QQ und Renren statt Google, Facebook, YouTube und eBay. Sechs Monate später ergänzte Version 5.0 Blätter für Social-Media-Tools und mobile Apps – die erste deutsche Ausgabe, die Apps als eigene Kategorie zeigte.



Chinesische Ausgabe 1.0, März 2012. Zu den Blättern gehören BBS-Foren, Microblogs, Tagesangebote und ortsbezogene Dienste.



Deutsche Ausgabe 5.0, September 2012. Die erste Ausgabe mit Blättern für Social-Media-Tools und mobile Apps.

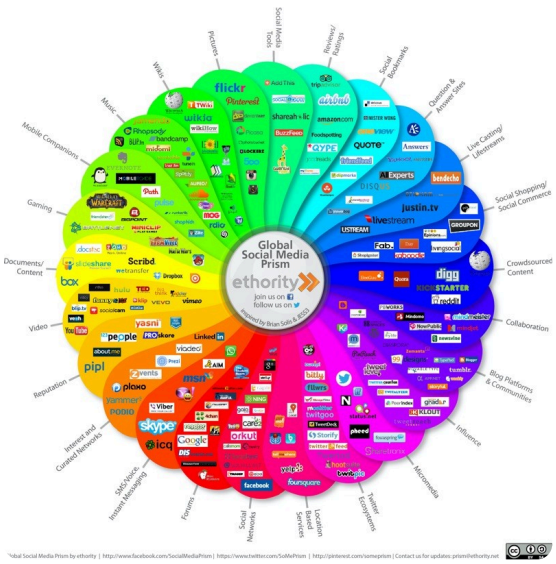
Was nur die chinesische Karte hatte

- Eigene Blätter für BBS und für Foren – so war die Online-Diskussion in China organisiert.
- Drei Arten von Social Shopping (B2C, C2C und Pinwall) sowie Tagesangebote.
- Getrennte Blätter für Browser-Gaming und Social Gaming sowie eines für RSS-Reader.

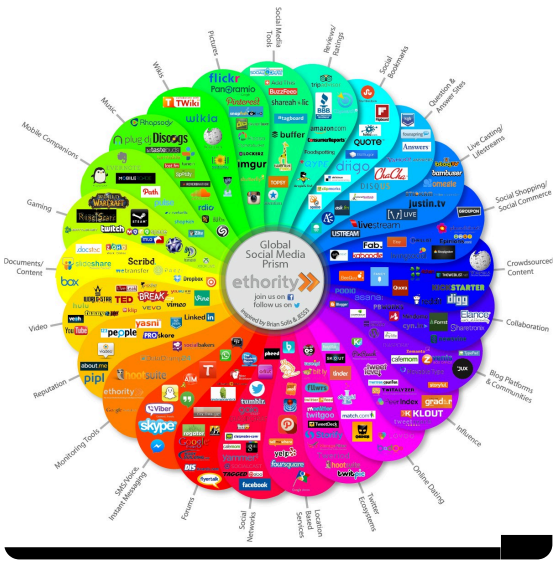
GLOBAL

Das Global Social Media Prism

Neben den Karten für Deutschland und China veröffentlichte ETHORITY ein Global Social Media Prism für ein internationales Publikum, mit eigenen Kanälen auf Facebook, Twitter und Pinterest. Die beiden Ausgaben im Archiv tragen kein Datum; die gezeigten Dienste datieren die erste auf frühestens Mitte 2011 und die zweite auf frühestens Anfang 2013.



Global Social Media Prism, erste Ausgabe. Sie zeigt Google+, gestartet im Juni 2011.



Global Social Media Prism, spätere Ausgabe. Sie zeigt Vine, gestartet im Januar 2013, sowie Tinder und Snapchat.

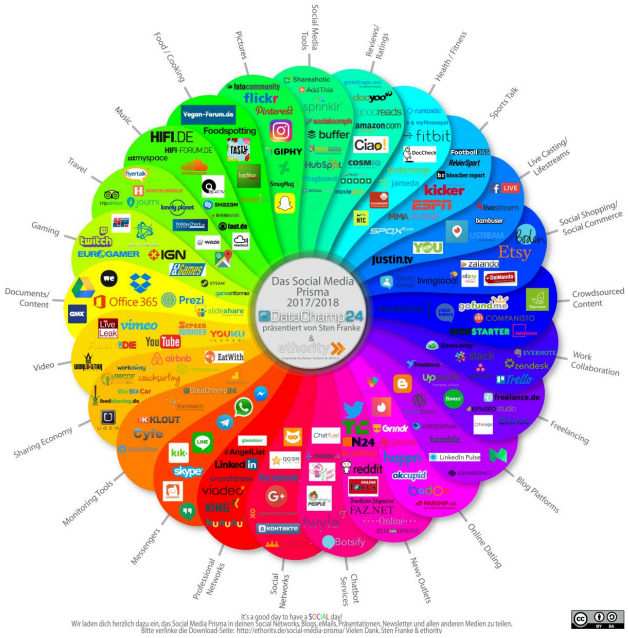
Wie sich die beiden globalen Ausgaben unterscheiden

- Beide haben 25 Blätter, darunter Wikis, Foren, Influence, Twitter-Ökosystem und Mobile Companions.
- Die spätere Ausgabe ersetzt Micromedia durch Online-Dating und Interest & Curated Networks durch Monitoring-Tools.

2017/2018

Vom Bildschirm an die Wand

Die Ausgabe 2017/2018, gemeinsam mit DataChamp24 präsentiert, verließ den Bildschirm. ETHORITY druckte sie als Poster und als Postkarten; im November 2017 bedankte sich eine der beschenkten Personen öffentlich mit Fotos von beidem. Ihre 25 Blätter reichten von Social-Media-Tools und Sports Talk bis zu Chatbot-Diensten und Sharing Economy.



Das Social Media Prisma 2017/2018, präsentiert von Sten Franke und ETHORITY mit DataChamp24.

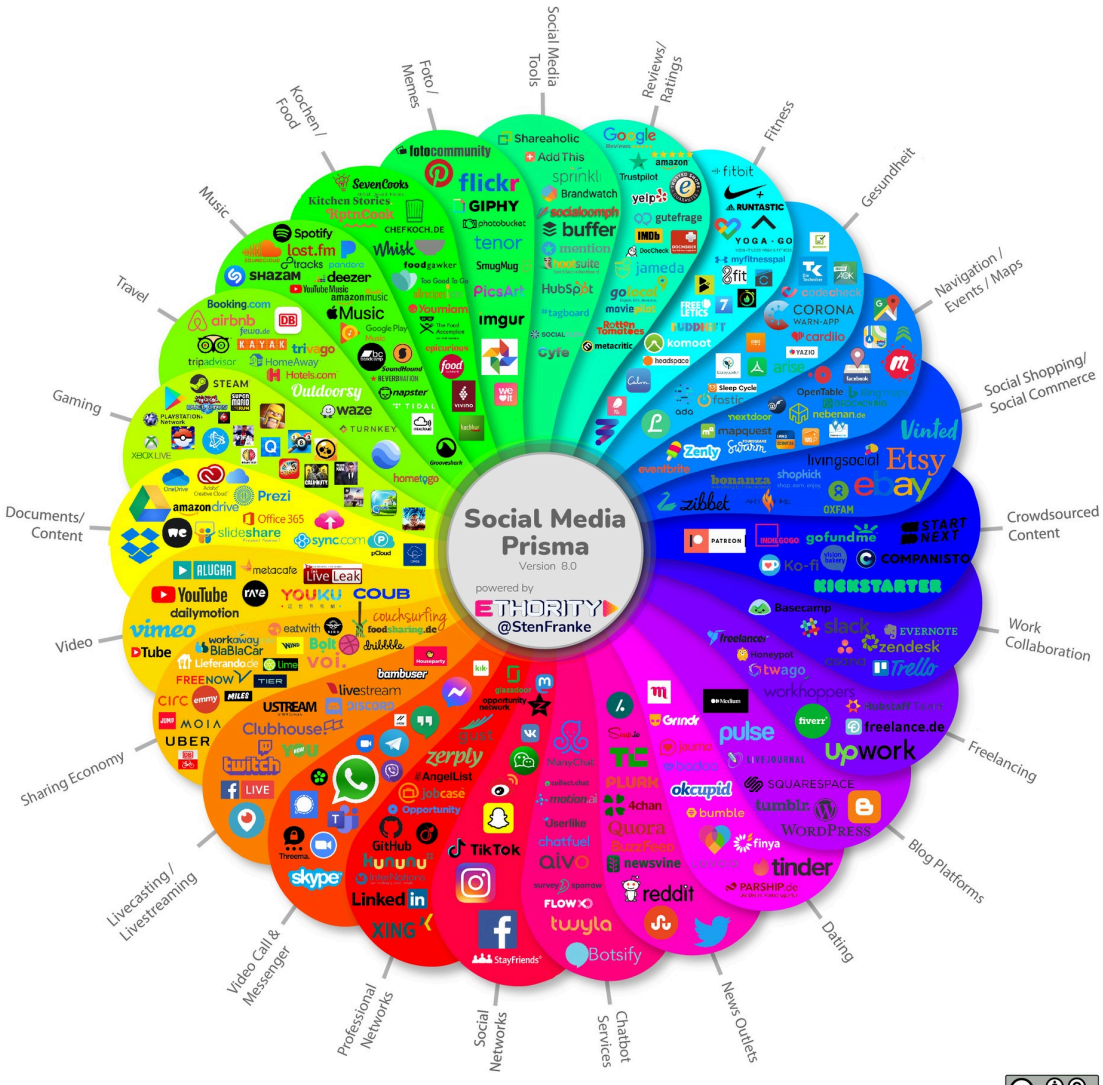


Das gedruckte Poster.

VERSION 8.0 · 2021

Die Karte der Pandemiejahre

Version 8.0 lag 2021 gedruckt vor; die Genehmigung vom Januar 2021 nennt eine geplante Veröffentlichung im ersten Quartal. Ihre Blätter zeigen, wie sich die alltägliche Plattformnutzung verschoben hatte: Die Corona-Warn-App steht in einem neuen Blatt für Gesundheit, Zoom und Teams unter Video Call & Messenger, Clubhouse unter Livecasting, Liefer- und Mobilitätsdienste in der Sharing Economy. Gegenüber 2017/2018 wurden Gesundheit und Fitness getrennt, Navigation, Events und Karten erhielten ein eigenes Blatt, während Sports Talk und Monitoring-Tools die Karte verließen. Springers „Social Selling im B2B“ (2021) bildet Version 8.0 mit Genehmigung von ETHORITY vom Januar 2021 ab; das Vorwort dankt Sten Franke für Interviews.

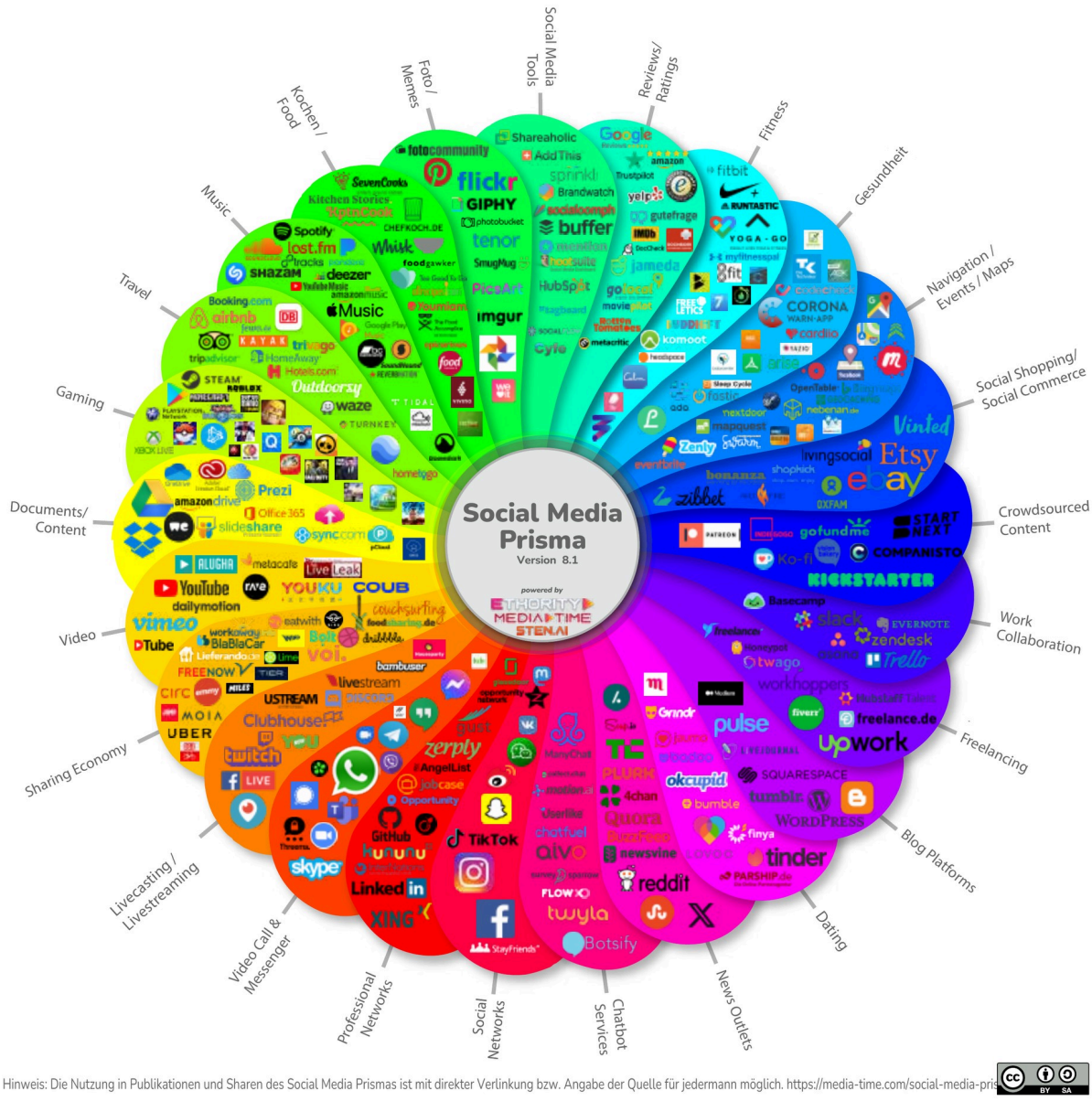


Social Media Prisma Version 8.0, 2021. 25 Blätter.

VERSION 8.1 · 2025

Die aktuelle Ausgabe

Version 8.1, deren Masterdatei auf Juni 2025 datiert ist, versteht sich als Karte der globalen Landschaft der wichtigsten Social-Media-Apps, -Plattformen und -Tools. Twitter erscheint als X. ETHORITY veröffentlicht sie gemeinsam mit MEDIA-TIME und STEN.AI; sie lädt zur Nutzung in Publikationen und Präsentationen mit Link auf die Quelle ein, nach dem Hinweis auf der Grafik.



Social Media Prisma Version 8.1, Juni 2025.

RESONANZ

Wie die Karte unterwegs war

Wo die Karte genutzt wurde: eine für dieses Papier geprüfte Auswahl aus Presse, Forschung und Lehre.

Presse und Fachmedien

- BASIC thinking, 2009
- Cool Infographics (USA), 2010
- Hellmuth Broda (englisch), 2011
- DIM-Marketingblog, 2011
- comspace, 2012
- ADZINE und onlinemarketing.de, 2012
- gutkommuniziert.ch (Schweiz), 2014/15
- unternehmerweb.at (Österreich), 2015

Forschung und Bücher

- HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik (Springer), 2014
- Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 2016
- Pfaffenberger, Kapitel „Grundlagen“, 2016
- Thambimuthu, Klein & Asprion, „Social Media Controlling“, 2017
- Olek & Vomberg, Working Paper Hochschule Niederrhein, 2020
- Römmelt, Social Selling im B2B (Springer Gabler), 2021
- Säugling, „Wissensgenese 2.0“ (Springer), 2021
- Decker & Gust, Der Social-Media-Zyklus (Springer Gabler), 2026

Lehre und Nachschlagewerke

- Bachelorarbeiten: Hochschule Mittweida, 2013 und 2017; HAW Hamburg, 2019
- Wiki eines Fernkurses für Social-Media-Manager
- Leitfaden eines österreichischen Ministeriums für die Gastronomie
- Wikibooks „Social Web“
- Social-Media-ABC-Wiki
- Eintrag in EverybodyWiki

Seine Lexikoneinträge beschreiben Einsätze in Präsentationen, Lehrbüchern, Fachpresse, Verbandszeitschriften, Abschlussarbeiten und Konferenzvorträgen.

METHODE

Wie die Karte funktionierte – und was sie lehrt

- Ein Kreis, ein Markt. Jede Ausgabe kartierte einen Markt oder ein Publikum: Deutschland, China oder die Welt.
- Blätter als Kategorien. Rund 25 Blätter, jedes eine Art sozialer Kanal; Kategorien kamen hinzu, wurden zusammengelegt oder entfielen, wenn sich die Nutzung änderte.
- Logos als Dienste. Dienste wurden nach ihrer Relevanz im jeweiligen Markt ausgewählt und nach Kategorie platziert.
- Frei zitierbar. Die Ausgaben wurden mit Link auf die Quelle zur Nutzung angeboten, als Desktop-, Mobil- und Druckformat; die genauen Bedingungen galten je Ausgabe.

Wie sich die Blätter veränderten

2012 · 5.0	Neu: Social-Media-Tools und mobile Apps; die Blogsuche entfällt; Bewertungs- und Gaming-Blätter zusammengelegt.
2014 · 6.0	Microblogging geht in den sozialen Netzwerken auf; Monitoring und Online-Dating kommen hinzu.
Global, spätere Ausgabe	Online-Dating und Monitoring-Tools ersetzen Micromedia und Interest Networks.
2021 · 8.0	Gesundheit und Fitness getrennt; Navigation, Events und Karten neu; Sports Talk und Monitoring-Tools entfallen; aus Messengers wird Video Call & Messenger.
2025 · 8.1	Dieselben 25 Blätter; Twitter erscheint als X.

DREI LEHREN FÜR DAS GOOD AI PRISMA

Eine Karte wird genutzt, wenn man sie frei zitieren darf – und solange ihr Link funktioniert.

Offene Nutzung brachte das Prisma in Redaktionen, Hörsäle und Bücher. Ein Springer-Kapitel von 2026 zitiert es noch, vermerkt aber, dass die alte Adresse es nicht mehr enthält.

Kategorien und Einträge müssen sich mit dem Markt bewegen.

Blätter für Apps, Tools, Gesundheit und Chatbots kamen, als sie zählten. Rezensenten bemerkten veraltete Einträge, etwa Qype nach dessen Schließung.

Ein Logo auf einer Karte ist eine Aussage.

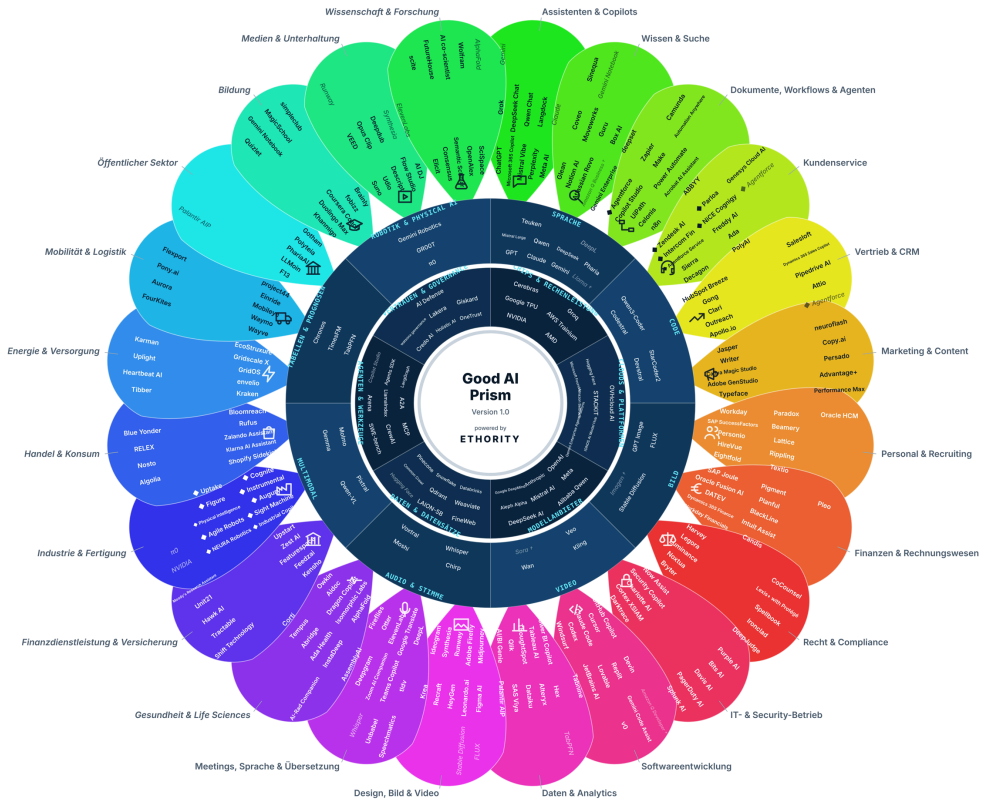
Das Prisma platzierte Dienste nach Relevanz. Das Good AI Prisma hält für jeden Eintrag eine datierte Quelle fest.

VERMÄCHTNIS

Vom Social Media Prisma zum Good AI Prisma

Das Good AI Prisma behält den Kreis und die Blätter. Es ändert, was hinter jeder Markierung steht: Die Karte umfasst 998 Markteinträge, darunter 961 KI-Angebote, in 24 Geschäftsfeldern, 8 Datentypen und 6 Technologieebenen, und jeder Eintrag ist mit einer datierten Quelle von den Seiten des Anbieters erfasst.

> **Das Good AI Prisma ist ETHORITYs visueller Einstieg in das KI-Ökosystem – es verbindet Marktintelligenz mit Auswahl, Umsetzung und der Entwicklung seines Marketplace.**



Das Good AI Prisma, 2026.

QUELLEN UND CREDITS

Quellen und Credits

- Conversation Prism: Brian Solis und JESS3 (2008). Das Social Media Prisma entstand in Anlehnung daran, und seine Ausgaben sagen das.
- Grafiken des Social Media Prismas: Sten Franke und ETHORITY, jeweils unter dem Lizenzhinweis der Ausgabe; die Versionen 8.0 und 8.1 nennen zusätzlich STEN.AI und MEDIA-TIME.
- Die Logos in den historischen Karten sind Marken ihrer Inhaber und erscheinen als Dokumentation der jeweiligen Ausgabe.

WICHTIGSTE QUELLEN

- ETHORITY release posts as retained in the website export of 15 Aug 2022: posts 4508 (21 Sep 2009), 6204 (15 Apr 2010), 8474 (19 Sep 2011), 9715 (14 Mar 2012), 9870 (28 Mar 2012), 11500 (12 Sep 2012), 16545 (16 Oct 2017)
- Brian Solis & JESS3, The Conversation Prism (2008) — via Social-Media-ABC wiki, social-media-abc.de/wiki/Social_Media_Prisma
- BASIC thinking, 12 Oct 2009 — basicthinking.de/blog/2009/10/12/social-media-prisma-ueberblick-ueber-social-media-dienste-in-deutschland/
- Cool Infographics, 16 Apr 2010 — coolinfographics.com/blog/2010/4/16/social-media-prism-20-german-version.html
- ETHORITY, “Stimmen aus dem Netz: Social Media Prisma 2.0”, 23 Apr 2010 — ethority.de
- DIM-Marketingblog, 12 Oct 2011 — marketinginstitut.biz/blog/das-social-media-prisma-im-wandel-der-zeit/
- comspace.blog, 4 Apr 2012 — blog.comspace.de/uebersicht-der-deutschen-social-media-landschaft-im-ethority-prisma-4-0/
- onlinemarketing.de, 20 Sep 2012 — onlinemarketing.de/social-media-marketing/social-media-prisma-5-0
- Daniel Schöberl, 22 Oct 2014 — danielschoeberl.com/social-media-prisma-6/
- Säugling (2021), “Wissensgenese 2.0: Social-Media-Analysen”, Springer — doi 10.1007/978-3-658-35121-2_3
- Römmelt (2021), Social Selling im B2B, Springer Gabler — Fig. 1.1
- Decker & Gust (2026), Der Social-Media-Zyklus, Springer Gabler — doi 10.1007/978-3-658-49493-3_8
- Rothe (2019), Bachelor thesis, HAW Hamburg — reposit.haw-hamburg.de
- gutkommuniziert.ch, “Die Social Media-Landschaft ins Prisma gelegt” — gutkommuniziert.ch
- Artwork footers of the Chinese Edition 1.0, Version 5.0, 2017/2018, Version 8.0 and Version 8.1

ETHORITY
AI BUSINESS OPERATING SYSTEM



VON DER GESCHÄFTSAMBITION ZU KI, DIE WIRKT

KI wirksam einsetzen, mit Evidenz.

ETHORITY hilft Organisationen, KI auszuwählen, zu steuern und ihre Wirkung nachzuweisen: von unabhängiger Marktevidenz zu Entscheidungen, die sich begründen lassen, und Ergebnissen, die sich messen lassen.

KONTAKT



Sten Franke
Gründer, Principal Architect & Lead Creator
sten@ethority.ai
linkedin.com/in/stenfranke



Severin L. Wilson
Chief Business & Transformation Officer
severin@ethority.ai
linkedin.com/in/severinwilson

STUDIEN-REPOSITORY UND UPDATES

ethority.ai/ai-prism-study

ethority.ai

DIE ETHORITY-STUDIENREIHE

01	**KI wirksam einsetzen: Globale Good AI Prisma Marktstudie 2026/27**	Globale Ausgabe · DE und EN
02	**KI wirksam einsetzen: Good AI Prisma Marktstudie 2026/27**	Fokus Deutschland–USA · DE und EN
03	**Good AI Prisma Branchenbriefe 2026/27**	Personal · Gesundheit · Finanzdienstleistung & Versicherung · Öffentlicher Sektor · Bildung · Energie · Mobilität & Logistik · DE und Global EN
04	**KI für die Pflege in alternden Gesellschaften**	Studie 2026/27 · DE, EN, US- und Global-Ausgabe
05	**KI in Pharma, Biotech und Langlebigkeit**	Studie 2026/27 · DE und Global EN
06	**Das Social Media Prisma 2009–2025**	Historisches Papier · DE und EN SIE LESEN

© 2026 ETHORITY & STEN.AI LLC · Hauptsitz San Francisco · Europäische Niederlassung: Hamburg, Deutschland · ethority.ai

Das Social Media Prisma 2009–2025 · Historisches Papier · Ausgabe 1.4, 22. Oktober 2026 · Social-Media-Prisma-Grafiken: Sten Franke und ETHORITY. The Conversation Prism: Brian Solis & JESS3.