

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Karriere-Perspektiven Social Media .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Kreativität, Strategie, Umsetzung: Die Vielfalt der Social Media Berufe .....</b>	<b>3</b>
2.1	Community Management .....	4
2.2	Expertengespräch mit Eva Maria Goldmann: Kommunikation können .....	5
2.3	Social Media Manager .....	7
2.4	Social Media Berater/Consultant/Konzeptioner .....	7
2.5	Expertengespräch mit Andrea Krier: „Als Head of Social Media verbringe ich mehr Zeit in Meetings und am Telefon als im Social Web – trotzdem bin ich süchtig.“ .....	8
<b>3</b>	<b>Was ist wichtig für eine erfolgreiche Karriere? .....</b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Expertengespräch mit Mirko Kaminski: „Wir halten nichts von Social Media Ausbildung.“ .....</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>Wie mache ich den Social Media Berufseinstieg zum Erfolg? .....</b>	<b>19</b>
<b>6</b>	<b>Expertengespräch: „Social Media sind wichtig im Marketing-Mix.“ ...</b>	<b>23</b>
<b>7</b>	<b>Arbeitsmarkt: Social Media Experten dringend gesucht! .....</b>	<b>27</b>
<b>8</b>	<b>Ohne Moos nichts los: Wie viel verdient ein Social Media Berater? ...</b>	<b>29</b>
<b>9</b>	<b>Expertengespräch mit Tobias Arns: „Social Media: Jobs mit Zukunft!“ .....</b>	<b>31</b>
<b>10</b>	<b>Social Media Manager: Der Netzwerker der Zukunft .....</b>	<b>35</b>
10.1	Erfolgsfaktoren für Social Media Manager .....	36

10.2	Bausteine eines effektiven Social Media Marketings .....	37
10.2.1	Netzwerke – das digitale Zuhause .....	37
10.2.2	Erstellung der Social Media Guidelines.....	44
10.2.3	Social Media Kampagnen .....	45
10.2.4	Ein Social Media Manager ist immer auch ein Community Manager .....	46
10.2.5	Monitoring: Social Media Manager sind auch „Zahlenonkel“ .....	47
10.3	Was einen guten Social Media Manager ausmacht.....	48
11	Expertengespräch mit Mirko Lange: Unternehmen „Social Media“ .....	51
12	Always on? Was ist mit der Work-Life-Balance?.....	57
13	Aber jetzt mal ehrlich: Social Media – das kann doch eigentlich jeder? .....	61
14	Expertengespräch mit Katharina Borchert: „Social Media sind ein wichtiges Werkzeug für Journalisten“ .....	63
15	20 Köpfe, die Sie kennen müssen .....	65
16	Spannende Arbeitgeber – oder: Was im Social Web bisher geschah. ...	71
16.1	Old Spice.....	71
16.2	Dell .....	72
16.3	Die Deutsche Bahn .....	73
16.4	Daimler.....	76
16.5	Henkel und Pril .....	77
17	Expertengespräch mit Gregor C. Blach: „Social Media sind eine Gratwanderung.“ .....	79
18	Aus- und Weiterbildung: Viele Wege führen in die Social Media Welt	83
18.1	Den richtigen Kurs finden .....	84
18.2	Aus- und Weiterbildungsangebote an privaten Instituten.....	85
18.3	Universitäre Aus- und Weiterbildungsangebote.....	88
18.4	Expertengespräch mit Prof. Dr. Dieter Herbst: Digitale Studien für digitale Arbeitswelten .....	89
18.5	Bundesweite Aus- und Weiterbildungsangebote .....	93
19	Expertengespräch mit Sabine Brockmeier: Starke Nerven und Kommunikationsstärke .....	97

---

<b>20</b>	<b>Glossar: Das Einmaleins der Social Media Welt</b>	<b>101</b>
20.1	Activity Feed/Stream	101
20.2	Affiliate-Marketing	101
20.3	Bewertungsplattformen	102
20.4	Blog	102
20.5	Chat	102
20.6	CMS	103
20.7	Community	103
20.8	Community Management	103
20.9	Crowdfunding	104
20.10	Crowdsourcing	104
20.11	Cybermobbing	104
20.12	Direct Message/DM/PM	105
20.13	EdgeRank	105
20.14	E-Reputation	105
20.15	Facebook	106
20.16	Fans	106
20.17	Flickr	106
20.18	Flipboard	107
20.19	Follower	107
20.20	Forum	107
20.21	„Gefällt mir“-Button/“Like“-Button	107
20.22	Googlability	108
20.23	Google+	108
20.24	Google+–„+1“-Button	108
20.25	Hashtags	109
20.26	HootSuite	109
20.27	Instagram	109
20.28	Keyword (-Analyse)	109
20.29	Klout Score	110
20.30	KPI	110
20.31	LinkedIn	110
20.32	Mikroblogging	110
20.33	Open Graph	110
20.34	Phishing	111
20.35	Pinterest	111
20.36	Ratingplattformen	111
20.37	Return on Influence	112
20.38	Return on Investment	112

---

20.39	Seeding .....	112
20.40	Sentimentanalyse.....	112
20.41	Sharing-Plattformen .....	113
20.42	Shitstorm .....	113
20.43	Social Gaming .....	113
20.44	Social Media Guidelines.....	113
20.45	Social Media Monitoring .....	114
20.46	Social Mention.....	114
20.47	Tumblr .....	114
20.48	Tweet.....	114
20.49	Tweetbeep.....	115
20.50	TweetDeck .....	115
20.51	Twellow.....	115
20.52	Twinfluence .....	115
20.53	Twitter.....	115
20.54	User-generated content.....	116
20.55	Virales Marketing .....	116
20.56	Word of Mouth .....	116
20.57	XING.....	117
20.58	YouTube .....	117
<b>Weiterführende Literatur .....</b>		<b>119</b>