

I.	EINLEITUNG	6
II.	UNTERNEHMEN 2.0: DER TREND SOCIAL MEDIA	
	2.1 Crossmedia – Chancen für die PR im Web.....	9
	2.2 Das „soziale“ Web 2.0 – eine Einführung.....	12
	2.3 Aktuelle Social Media-Nutzung.....	13
	2.4 Facebook	
	2.4.1 Zahlen & Fakten.....	15
	2.4.2 Unternehmen bei Facebook	
	2.4.2.1 Fanpage.....	18
	2.4.2.2 Facebook Insights.....	22
	2.4.3 Chancen & Risiken für Unternehmen.....	24
	2.4.4 Exkurs: Shitstorm auf der Facebook-Seite des Kölner Zoos.....	31
III.	ZOOLOGISCHE GÄRTEN IN DEUTSCHLAND	
	3.1 Verband Deutscher Zoodirektoren (VDZ).....	36
	3.2 Hauptaufgaben der VDZ-Zoos.....	37
	3.3 Facebook-Auftritte der deutschen VDZ-Zoos.....	40
IV.	ANALYSE DER FACEBOOK-SEITEN	
	4.1 Methodik	
	4.1.1 Quantitative Inhaltsanalyse.....	44
	4.1.2 Vorgehensweise.....	45
	4.1.3 Aufbau des Codebuches „Facebook-Seiten der deutschen VDZ-Zoos“.....	50
	4.1.4 Analyse.....	53
	4.2 Tiergarten Nürnberg	
	4.2.1 Profil, Konzept und Strategie.....	55
	4.2.2 Analyse des Facebook-Auftritts.....	59
	4.2.3 Blick auf die Webseite und Statistiken.....	63
	4.2.4 Resümee	66
	4.3 Zoo Magdeburg	
	4.3.1 Profil, Konzept und Strategie.....	67
	4.3.2 Analyse des Facebook-Auftritts.....	70
	4.3.3 Blick auf die Webseite und Statistiken.....	74

4.4 Zoo Leipzig

4.4.1 Profil, Konzept und Strategie.....	77
4.4.2 Analyse des Facebook-Auftritts.....	80
4.4.3 Blick auf die Webseite und Statistiken.....	83
4.4.4 Resümee.....	84

V. ZUSAMMENFASSUNG

5.1 Vergleich der drei Facebook-Seiten.....	86
5.2 Fazit und Ausblick.....	87

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	89
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	90
LITERATURVERZEICHNIS.....	91
SONSTIGE QUELLEN.....	92
ANLAGENVERZEICHNIS.....	101
ANLAGEN.....	102