
Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1 Karriere-Perspektiven Social Media | 1 |
| 2 Kreativität, Strategie, Umsetzung: Die Vielfalt der Social Media Berufe | 3 |
| 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 | 8 |
| 3 Social Media Studie | 11 |
| 3.1 So sehen Social Teams aus | 11 |
| 3.2 Die Social Missionen | 12 |
| 3.3 Die wichtigsten Plattformen im Netz | 12 |
| 3.4 Das Social Media Toolkit | 13 |
| 3.5 Die größten Social Herausforderungen | 13 |
| 3.5.1 Social by Design | 13 |
| 3.5.2 Der Social ROI | 14 |
| 3.5.3 Der Wettkampf um Reichweite und Sichtbarkeit | 14 |
| 3.5.4 Storytelling is king – nicht nur auf Facebook | 15 |
| 3.5.5 Interaktion fördern, Vertrauen schaffen | 15 |
| 3.5.6 Professionalisierung des Berufsbildes | 15 |
| 4 Expertengespräch mit Lars Mielke: Social Media ist mehr als nur den ganzen Tag auf Facebook zu sein | 17 |

| | |
|---|-----------|
| 5 Was ist wichtig für eine erfolgreiche Karriere? | 21 |
| 6 Expertengespräch mit Mirko Kaminski: Wir halten nichts von Social Media Ausbildung | 25 |
| 7 Wie mache ich den Social Media Berufseinstieg zum Erfolg? | 29 |
| 8 Expertengespräch mit Andreas Maurer: Social Media sind wichtig im Marketing-Mix | 33 |
| 9 Arbeitsmarkt: Social Media Experten dringend gesucht! | 37 |
| 10 Ohne Moos nichts los: Wie viel verdient ein Social Media Berater? | 41 |
| 11 Expertengespräch mit Tobias Arns: Social Media: Jobs mit Zukunft | 45 |
| 12 Social Media Manager: Der Netzwerker der Zukunft | 49 |
| 12.1 Erfolgsfaktoren für Social Media Manager | 50 |
| 12.2 Bausteine des effektiven Social Media Marketings | 51 |
| 12.2.1 Netzwerke – das digitale Zuhause | 52 |
| 12.2.2 Erstellung der Social Media Guidelines | 59 |
| 12.2.3 Social Media Kampagnen | 60 |
| 12.2.4 Social Media Manager ist immer auch Community Manager | 60 |
| 12.2.5 Monitoring: Social Media Manager sind auch „Zahlenonkel“ | 62 |
| 12.3 Was einen guten Social Media Manager ausmacht | 63 |
| 13 Experten-Gespräch mit Mirko Lange: Unternehmen Social Media | 65 |
| 14 Always on? Was ist mit der Work-Life-Balance? | 71 |
| 15 Aber jetzt mal ehrlich: Social Media – das kann doch eigentlich jeder? | 75 |
| 16 Expertengespräch mit Katharina Borchert: Social Media als wichtiges Werkzeug für Journalisten | 77 |

| | |
|---|------------|
| 17 20 Köpfe, die Sie kennen müssen | 81 |
| 18 Spannende Arbeitgeber – oder: Was im Social Web bisher geschah | 87 |
| 18.1 IKEA | 87 |
| 18.2 Ice Bucket Challenge | 87 |
| 18.3 Old Spice | 88 |
| 18.4 Dell | 89 |
| 18.5 Die Deutsche Bahn | 90 |
| 18.6 Daimler Benz | 93 |
| 18.7 Henkel und Pril | 94 |
| 19 Expertengespräch mit Gregor C. Blach: Social Media Marketing ist eine Gratwanderung | 97 |
| 20 Aus- und Weiterbildung: Viele Wege führen in die Social Media Welt | 101 |
| 20.1 Den richtigen Kurs finden | 102 |
| 20.2 Aus- und Weiterbildungsangebote an privaten Instituten | 103 |
| 20.3 Universitäre Aus- und Weiterbildungsangebote | 106 |
| 20.3.1 Expertengespräch mit Prof. Dr. Dieter Herbst: Digitale Studien für digitale Arbeitswelten | 108 |
| 20.4 Bundesweite Aus- und Weiterbildungsangebote | 111 |
| 21 Expertengespräch mit Sabine Brockmeier: Starke Nerven und Kommunikationsstärke | 115 |
| 22 Expertengespräch: Keine Angst vorm blauen Auge | 119 |
| 23 Expertengespräch mit Astrid Weber: Pluralität siegt | 123 |
| 24 Glossar: Das Einmaleins der Social Media Welt | 127 |
| 24.1 Activity Feed/Stream | 127 |
| 24.2 Affiliate-Marketing | 127 |
| 24.3 Avatar | 128 |
| 24.4 Bewertungsplattformen | 128 |
| 24.5 Blog | 128 |
| 24.6 Buzz | 129 |
| 24.7 Chat | 129 |

| | |
|--|-----|
| 24.8 CMS | 129 |
| 24.9 Community | 129 |
| 24.10 Community Management | 130 |
| 24.11 Crowdfunding | 130 |
| 24.12 Crowdsourcing | 131 |
| 24.13 Crossposting | 131 |
| 24.14 Cybermobbing | 131 |
| 24.15 Direct Message/DM/PM | 132 |
| 24.16 EdgeRank | 132 |
| 24.17 Enterprise 2.0 | 132 |
| 24.18 E-Reputation | 132 |
| 24.19 Facebook | 133 |
| 24.20 Facebook Rezensionen | 133 |
| 24.21 Fans | 133 |
| 24.22 Favorisieren (Twitter) | 134 |
| 24.23 Flickr | 134 |
| 24.24 Flipboard | 134 |
| 24.25 Flamewar | 134 |
| 24.26 Follower | 135 |
| 24.27 Forum | 135 |
| 24.28 „Gefällt mir“-Button/„Like“-Button | 135 |
| 24.29 Googlability | 135 |
| 24.30 Google+ | 135 |
| 24.31 Google+-, +1“-Button | 136 |
| 24.32 Hashtags | 136 |
| 24.33 Hootsuite | 137 |
| 24.34 Hyperlapse | 137 |
| 24.35 Influencer | 137 |
| 24.36 Instagram | 137 |
| 24.37 Instagram Bolt | 137 |
| 24.38 Keyword (-Analyse) | 137 |
| 24.39 Klout Score | 138 |
| 24.40 KPI | 138 |
| 24.41 LinkedIn | 138 |
| 24.42 Mikroblogging | 138 |
| 24.43 Mod | 138 |
| 24.44 Native Advertising | 139 |
| 24.45 Netiquette | 139 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 24.46 Open Graph | 139 |
| 24.47 Phishing | 140 |
| 24.48 Pinterest | 140 |
| 24.49 Podcast | 140 |
| 24.50 Posting | 140 |
| 24.51 Ratingplattformen | 141 |
| 24.52 Return on Influence | 141 |
| 24.53 Return on Investment | 141 |
| 24.54 Seeding | 141 |
| 24.55 Sentimentanalyse | 142 |
| 24.56 Sharing-Plattformen | 142 |
| 24.57 Shitstorm | 142 |
| 24.58 SlideShare | 142 |
| 24.59 Social by design | 143 |
| 24.60 Social Gaming | 143 |
| 24.61 Social Media Guidelines | 143 |
| 24.62 Social Media Monitoring | 143 |
| 24.63 Social Search | 144 |
| 24.64 Social Signs | 144 |
| 24.65 Snapchat | 144 |
| 24.66 Social Mention | 144 |
| 24.67 Swarm | 145 |
| 24.68 Thread | 145 |
| 24.69 Troll | 145 |
| 24.70 Tumblr | 145 |
| 24.71 Tweet | 146 |
| 24.72 Tweetbeep | 146 |
| 24.73 TweetDeck | 146 |
| 24.74 Twellow | 146 |
| 24.75 Twinfluence | 146 |
| 24.76 Twitter | 147 |
| 24.77 User-generated content | 147 |
| 24.78 Virales Marketing | 147 |
| 24.79 Vlog | 148 |
| 24.80 Vodcast | 148 |
| 24.81 WhatsApp | 148 |
| 24.82 „Word of Mouth“ | 148 |
| 24.83 XING | 148 |

| | |
|---------------------------------------|------------|
| 24.84 Yelp | 149 |
| 24.85 Yolo | 149 |
| 24.86 Youtube | 149 |
| Weiterführende Literatur | 151 |