

# Inhalt

<b>Vorwort von Professor Thomas Pleil</b> .....	<b>VII</b>
<b>Einführung</b> .....	<b>IX</b>

---

## Teil I: Grundlagen

<b>1 Medien und Gesellschaft im Wandel</b> .....	<b>3</b>
Die Entwicklung zum Mitmach-Web .....	3
So kommt das »social« ins Web .....	6
Wie Menschen im Social Web mitmachen .....	24
Social Media: das neue Universum .....	28
Neuerungen müssen Fuß fassen .....	35
Die neue Medienvielfalt und ihre Folgen .....	37
Orientierung im Social Web .....	40
<b>2 Was sich ändert: Folgen für die PR.</b> .....	<b>45</b>
Die Renaissance der PR .....	45
Neue Wege zum Ziel .....	47
Die Unternehmenskultur ist entscheidend .....	54
Von PR 2.0 zu Enterprise 2.0 .....	66
Die Gesellschaft lebt auch im Social Web .....	69
Wie sich Nachrichten verbreiten .....	83
Das Social Web richtig nutzen .....	88

---

## Teil II: Praxis

<b>3</b>	<b>Medienarbeit und Blogger Relations</b> .....	<b>99</b>
	Alte und neue Gesprächspartner .....	99
	Die Basics: Informationen verbreiten .....	100
	Der Social Media Release .....	106
	Social Media Newsroom – Ihre Web-Inhalte an einer Stelle .....	109
	Blogger – die neuen Multiplikatoren .....	117
<b>4</b>	<b>Social Media Monitoring, Issues Management und Krisenkommunikation</b> .....	<b>123</b>
	Sie sollten wissen, was über Sie gesprochen wird .....	123
	Wonach wir suchen: Analysedimensionen .....	124
	Social Media Monitoring Tools .....	133
	Issues Management .....	144
	Handlungsspielräume sichern .....	151
	Krisenverläufe im Social Web .....	152
	Umgang mit Kritik im Social Web .....	159
<b>5</b>	<b>Corporate Publishing</b> .....	<b>169</b>
	Gestern: Platzmangel, heute: Kampf um Aufmerksamkeit .....	169
	Journalistisch kommunizieren .....	170
	Corporate Blogs halten die Information im Fluss .....	172
	Crossmedia verbindet Online mit Offline .....	176
<b>6</b>	<b>Events im Social Web</b> .....	<b>183</b>
	PR-Events und das Netz .....	183
	Social Media können Events bereichern .....	185
	Wie Sie das Social Web für PR-Events und Event-PR nutzen .....	187
	Mit Livestream und Feedback-Kanal ein Event nach außen öffnen .....	193
	Event-Formate für's Social Web .....	196
<b>7</b>	<b>Personalmarketing und interne Kommunikation</b> .....	<b>203</b>
	Der Mensch macht das Web »social« .....	203
	Employer Branding und der Blick hinter die Kulissen .....	206
	Recruiting über Social Media .....	211
	Alumni-Netzwerke im Social Web abbilden .....	212
	Social Media im Unternehmen .....	214
	Der Social-Media-freundliche Arbeitsplatz .....	217
	Freiheit mit Sicherheit – Social Media Guidelines und Policies .....	221

<b>8</b>	<b>Produkt-PR</b>	<b>227</b>
	Niemand hat auf Sie gewartet – Machen Sie das Beste daraus!	227
	Produktkommunikation planen	229
	Strategien in der Praxis	236
	Mobile Kunden, mobile Kommunikation	251
<b>9</b>	<b>Kundenservice und Support</b>	<b>255</b>
	»Entmenslichung« und Neuanfang	255
	Sagen und Tun im Einklang	258
	Kundendienst im Social Web planen	259
	Support per Twitter	262
	Support per Facebook	267
	Mit Support-Plattformen die Kunden einbinden	270
	Mit Botschaftern den Dialog im Netz pflegen	274
<b>10</b>	<b>Konzeptionelle Leitlinien</b>	<b>277</b>
	Analyse: Die richtigen Fragen stellen	278
	Ziele: Weniger ist mehr	280
	Dialoggruppen: Segmentierung nach Interessen	281
	Strategie: Den richtigen Weg finden	282
	Maßnahmen: Pflicht und Kür	284
	Budget: Nicht alles im Social Web ist gratis	286
	Was bedeutet Erfolg im Social Web?	287
<b>11</b>	<b>Was sich für das PR-Geschäft ändert</b>	<b>289</b>
	Von Lehren aus der Vergangenheit und Zukunftstrends	289
	Mission: Barrieren zwischen Unternehmen und ihren Bezugsgruppen abtragen	291
	Veränderte Aufgabenteilung zwischen Unternehmen und Agenturen	293
	Organisationsmodelle für Ihr Engagement im Social Web	299
	Der PR-Beruf unter veränderten Vorzeichen	304
<b>12</b>	<b>Der Rechtsrahmen für PR im Social Web</b>	<b>309</b>
	Das Framework	310
	Die Inhalte	313
	Sparfalle Direct Messages	319
	Die allgemeinen Geschäfts- und Nutzungsbedingungen der Plattformbetreiber	320
	Social Media Guidelines und Policies	321
	Das Leben der anderen	322

---

## Teil III: Serviceteil

<b>A</b>	<b>10 Tipps für Ihren Start ins Social Web</b>	<b>325</b>
<b>B</b>	<b>Experteninterview Community Management</b>	<b>331</b>
<b>C</b>	<b>Deutscher Rat für Public Relations: Richtlinien zu PR in digitalen Medien und Netzwerken</b>	<b>339</b>
<b>D</b>	<b>Glossar</b>	<b>343</b>
	<b>Index</b>	<b>353</b>