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

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
Inhaltsverzeichnis

24.84 Yelp ............................................................ 149
24.85 Yolo ............................................................ 149
24.86 Youtube ......................................................... 149

Weiterführende Literatur ............................................. 151
Berufsvision Social Media
Wie Karrieren im Web 2.0 funktionieren
Lumma, N.; Rippler, S.; Woischwill, B.
2015, XII, 151 S. 4 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-06672-7