

Inhalt

Vorwort und Danksagung (<i>Patrick Brauckmann</i>)	7
Web-Monitoring: Kommunizieren setzt Zuhören voraus (<i>Thomas Pleil</i>)	11
Teil 1: Aufgaben eines Web-Monitorings	
Ansätze, Methoden und Technologien des Web-Monitorings – ein systematischer Vergleich (<i>Alexander Plum</i>)	21
Ziele des Web-Monitorings im politischen Umfeld (<i>Patrick Brauckmann</i>)	47
Web-Monitoring als Controllinginstrument in Unternehmen (<i>Philipp Pasold</i>)	73
Die Masse schreckt ab – wie Politik das Web wahrnimmt (<i>Sebastian Gievert</i>)	91
Potenziale und Anwendungsfelder von Web-Monitoring im Unternehmen (<i>Peter Gentsch/Anna-Maria Zahn</i>)	97
Teil 2: Methodik des Web-Monitorings	
Potenziale des Online-Trend-Monitorings (<i>Martin Grothe/Bettina Maisch</i>)	131
Netnography – finding the right balance between automated and manual research (<i>Michael Bartl/Ivan Ivanovic</i>)	157
Manuelles Web-Monitoring (<i>Jana Hochberg</i>)	175
Web-Monitoring mit freien Quellen und Werkzeugen für Unternehmen (<i>Mark Markus/Sandra Schaffert</i>)	195
Keyword-Recherche als latentes Web-Monitoring (<i>Bastian Ebert</i>)	211
Web-Monitoring bei Innovationsprozessen (<i>Melanie Arens/Silke Henseler</i>)	217
Strategien und Methoden zur Beherrschung des Chaos – die Segmentierung des Social Web (<i>Kerstin Klär/Oliver Tabino</i>)	235

Teil 3: Analyse von Daten

Tools und Kennzahlen für das Social Web (<i>Oliver Schiffers</i>)	267
Social Media-Management – Kundenwissen erheben, analysieren und nutzen (<i>Jens Jochen Martin/Annika Postler</i>)	287
Online-Forschung für Online-Kampagnen in Verbänden? (<i>Ingo Bokermann</i>)	301

Teil 4: Best Practice – Web-Monitoring in der praktischen Anwendung

Web-Monitoring im Wahlkampf (<i>Marvin Geilich/Klas Roggenkamp</i>)	321
Web-Monitoring im World Wild West – Best Practice am Beispiel von Ford Deutschland (<i>Evrin Sen</i>)	339
Social Media-Monitoring in der Praxis am Beispiel des Bundestagswahlkampfes 2009 (<i>Christof Fiscoeder et al.</i>)	349
Herausforderungen und Chancen von Reputationsmanagement im 21. Jahrhundert (<i>Julia Fuhrmann/Christian Wewezow</i>)	363
Öffentliche Online-Imagepflege ohne Nutzer, ohne Nutzen? (<i>Wolfgang Zink/Hulman Khivilai</i>)	379
Autoren	403