

Vorwort	7
Teilen, empfehlen, networken – Dem Phänomen Social Media auf der Spur <i>Theresa Schulz</i>	11
KAPITEL 1 Social Media-Strategien und -Anwendungen	31
1.1 Externe Kommunikation im Social Web <i>Markus Walter</i>	33
1.2 Strategie statt Aktionismus: Ein Step by Step-Framework für Ihre Social Media-Strategie <i>Thomas Euler</i>	43
1.3 Social Media auf dem Weg zur Professionalisierung <i>Mirko Lange</i>	63
1.4 Kultureller und struktureller Wandel durch Social Media <i>Ergin Iyilicci und Jan-Paul Schmidt</i>	73
1.5 Social Media und Social Media Guidelines bei Kodak <i>Madlen Nicolaus</i>	91
1.6 Content generieren <i>Markus Walter</i>	111
1.7 Freunde brauchen wir alle: Reichweitenaufbau und Multiplikation im Social Web <i>Alexander Lengen</i>	123
1.8 Social Media Monitoring – Nutzergenerierte Kommunikation im Internet verstehen und analysieren <i>René Kaufmann</i>	131
1.9 Social Media im Marketing <i>Hans-Peter Neeb und Stefan Wörnle</i>	147
1.10 Vom Agenda Setting zum Swarm-Fitting™: Strategien, Methoden und Arbeitsbeispiele für das Reputation Management in den Sozialen Medien <i>Sabine Andersen und Robert Wreschniok</i>	171
1.11 Markenführung im Zeitalter von Social Media <i>Klaas Kramer</i>	183
1.12 Krisenkommunikation im Zeitalter des Social Webs <i>Michael Manger und Uwe Wache</i>	189
1.13 Social Media Marketing und Suchmaschinenoptimierung: per Tandem zum Erfolg! <i>Christian Seifert</i>	203

1.14 Mehrwert schaffen – Social Media in der B2B-Kommunikation <i>Christine Kinze</i>	217
KAPITEL 2 Tools in der Praxis	231
2.1 www.burda-news.de: der Social Media Newsroom von Hubert Burda Media <i>Susanne Bömmel</i>	233
2.2 Best Practice: Das Daimler-Blog <i>Uwe Knaus</i>	245
2.3 Microblogging im Unternehmenseinsatz <i>Joachim Lindner und Carsten Rossi</i>	249
2.4 Best Practice: Social Messaging bei Cognis <i>Yvonne Specht</i>	265
2.5 Interview zum Thema Intranet <i>Jürgen Mirbach</i>	267
2.6 Best Practice: Das Intranet bei real,- SB-Warenhaus GmbH <i>Claudia Schrank</i>	273
2.7 „Many-to-One-Kommunikation“ – wie die Feedback-Lücke der Unternehmenskommunikation zu schließen ist <i>Georg Kolb</i>	277
2.8 Expertengespräch zum Thema Corporate Radio <i>Ulrich E. Hinsen und Wolfgang A. Eck</i>	289
2.9 Interview zum Thema Corporate TV <i>Armin Dhillon</i>	293
KAPITEL 3 Rechtliche Aspekte von Social Media in der Unternehmenskommunikation	295
3.1 Rechtliche Aspekte von Social Media <i>Jan Schneider</i>	297
KAPITEL 4 Exkurs: Social Media und HR	325
4.1 Social Media und Employer Branding <i>Thomas Geiger, Matthias Wagner, Andrea Weiß</i>	327
4.2 Best Practice: Employer Branding und E-Recruiting bei Continental <i>Sehna Özden</i>	351
Anhang	
Stichwortverzeichnis	356