

Index

A

Abmahnung 76
Abwechslung 138
ACTA-Studie 2011 11
Allensbachinstitut 11
Allesaußersport.de 77
Antwort
– Zeitspanne 87
Apple
– Beispiel 168
Ausprobieren 53
– Communities 68
Authentizität 141

B

B2B 196
Backlink 137, 161
Bannerwerbung 110
Beispiel
– Allesaußersport.de 77
– Apple 168
– BlendTec 140
– Blogger-Kampagne 158
– Coca-Cola 52
– Crowdsourcing 160, 205
– Deutsche Bahn 107, 130
– DEWmocracy 205
– HABA 46, 150
– IKEA 123

– Incentivierung 170
– JAKO 76
– Kauperts 118
– Kelterei Walther 185
– Krones AG 154
– Motor-Talk.de 54
– Mountain Dew 205
– Netflix 195
– Notebooksbilliger.de 80
– Rheinischer Hof 133
– Shitstorm 76, 80
– Tchibo 108, 114
– Threadless 200
– Twitter 211
– Volksbank Bühl 121
– YouTube 143, 170, 173
Benutzerfreundlichkeit 122
Betreuungsaufwand
– Communities 99
Beziehung
– Community 186
Bild
– privates 41
BlendTec
– Beispiel 140
Blogger
– als Multiplikator 109
Blogger-Kampagne 159
– Beispiel 158

Index

C

- Coca-Cola
 - Beispiel 52
- Community
 - Betreuungsaufwand 99
 - Beziehung 186
 - Duzen/Siezen 106
 - Kooperation 57
 - Manager 99
 - Wünsche 56
 - zum Ausprobieren 68
- Community-Aufbau
 - alternative Plattformen 117
 - Erfolgsfaktoren 122
 - Facebook 117
 - Motivationsgründe für Mitglieder 164
 - Phasen 145
 - Ressourcenplanung 98
 - Strategie 125
 - Zeitrahmen 124
- Community-Management
 - Betreuungsaufwand 99
 - extern 102
- Community-Manager 147
 - Anforderungsprofil 103
 - Aufgaben 101
 - Eigenschaften 104
 - Namensnennung 105
- Content-Management 123
- CRM 43
- Crowdsourcing 61, 193
 - Beispiel 160, 205
 - Facebook 192
 - Kampagne 65
 - Mitarbeiterfindung 197
 - Personengruppen 195
- Customer-Relationship-Management 43

D

- Daimler AG
 - Guidelines 93
- Daten
 - Eigentümer 113
- Datenhoheit 113
- Designhoheit 212
- Deutsche Bahn
 - Beispiel 107, 130
- DEWmocracy
 - Beispiel 205
- Dienstleister
 - externer 58

E

- Eigene Plattform
 - Alternativen 113, 116
 - Kosten 113
- Erfolgsbasis 141
- Erwartungshaltung 167
- Extrinsisches Motiv 165

F

- Facebook 24, 191
 - Beispiel Deutsche Bahn 130
 - Beispiel für Start 118
 - Community-Aufbau 117
 - Crowdsourcing 192
 - Gewinnspiele 151
 - Plattform für Community 113
 - Privatsphäre 41
 - Rangliste bei Nutzern 15
- Facebook-Places 34
- Fake-Profil 57
- Feedback
 - Zeitspanne 87
- Flanieren
 - Tipps 40
- Flickr 30

Index

Fokussieren 83
Forum 21
Foursquare 33
Frage
– Zeitspanne für Antwort 87

G

Gewinnspiel
– Facebook 151
Google
– Rangliste bei Nutzern 15
Google Places 34
Google-Blog-Suche 38
Gowalla 34
Griess, Andreas
– Interview 137
Guidelines
– Beispiele 90
– Daimler AG 93
– Krones AG 91

H

HABA
– Beispiel 46, 150
Habbo Hotel 206
Hedonismus-Motiv 168
HolidayCheck 35
Humor 141
– und Themenrelevanz 145

I

IKEA
– Beispiel 123
Imagegewinn 205
Incentivierung 65
– Beispiel 170
– Strategie 170
Informationsfluss 137
Inhalte-Management 123

Innosabi 62
Innovation 194
Instagram 30
Interview
– Andreas Griess 137
– Carsten Knobloch 81
– Charles Schmidt 84, 197
– Kirstin Walther 185
– Krones AG 68, 84
– Rheinischer Hof 139
Intrinsisches Motiv 168
iPhone
– Instagram 30

J

JAKO
– Beispiel 76

K

Kampagne
– Blogger
– Crowdsourcing 65
– negative 73
– Viralmarketing 68
Kauperts
– Beispiel 118
Kelterei Walther
– Beispiel 185
Kommentar
– löschen 75, 80
Kommunikation 129
– Anlässe 148
– im Netz 42
– kontrollieren 42
– Strategie 86
Kontrolle
– Kommunikation *siehe siehe* Monitoring 42
Kontrollgewinn 202

Index

- Kooperation
 - mit Community 57
- Kreativ-Contest 203
- Krise meistern 72
- Kritik 72
 - löschen 75
 - Reaktion 71
 - Umgang mit 75
- Krones AG
 - Beispiel 154
 - Guidelines 91
 - Interview 68, 84
- Kundenbindung 136, 200
- Kundenfeedback 74
- Kundenorientierung 131

- L**
- Launch 146
- Like-Button 191
- LinkedIn 35

- M**
- Markenaufbau 205
- Markenimage 139
- Marketing 194, 216
- Marktforschung 204
- Marktnähe 205
- Materialsammlung 199
- Mehrwert 193
- Microblogging-Dienst 28
- Mitarbeiter
 - finden durch Crowdsourcing 197
 - Schulung 88
- Mobil-Gerät 13
 - Anteil der Bevölkerung 15
- Moderator 99
 - Motor-Talk.de 101
- Monitoring 42
 - Definition 43
 - per E-Mail 44
 - Shitstorm 75
 - Themenfeld 51
 - Tools 43
- Monitoring-Software
 - Nutshell-Mail 44
 - Socialmention 48
- Motivationsgrund
 - für Community 164
 - Übersicht 165
- Motor-Talk.de 54
 - Moderatoren-Rolle 101
- Mountain Dew
 - Beispiel 205
- Multiplikator 109
 - Experten 112

- N**
- Negativ-Kampagne 73
- Netflix
 - Beispiel 195
- Netiquette
 - Tchibo 95
- Netz
 - Soziales *siehe* Social Web 19
- Netzwerk
 - Soziales *siehe* Social Network 24
- News-Aggregator 77
- Norm-Motiv 165
- Notebooksbilliger.de 80
- NutshellMail 44
- Nutzer
 - Wünsche 56
- Nutzmotiv 165

- O**
- Online-Marktplatz 66

P

- Partner
 - externer 53
- Planungsphase 84
- Privatsphäre
 - Facebook 41
- Produktdesign 203
- Produktdesigner 110
- Produkthoheit 202
- Produktverbesserung 204

Q

- Qype 34

R

- Rangliste
 - Plattformen 15
- Reaktion
 - auf Kritik 72
 - auf Shitstorm 74
 - Zeitspanne 87
- Ressourcen
 - planen 98
- Return on Investment 196
- Rheinischer Hof
 - Beispiel 133
 - Interview 139
- ROI 196

S

- Schmidt, Charles
 - Interview 68, 84, 197
- Sharing 114
- Shitstorm
 - Beispiel 76, 80
 - Gründe 73
 - Reaktion 74

Shitstorm-Krisenmanagement

- gelungen 80
 - misslungen 76
 - Social Media 22
 - Social Network
 - Anteil der Bevölkerung 11
 - Bestandteile 23
 - internationale Plattformen 52
 - Rangliste der Plattformen 15
 - standortbezogenes 33
 - Überblick 24
 - Social Web
 - Begriffe 21
 - Definition 19
 - flanieren 40
 - internationale Plattformen 52
 - private Bilder 41
 - Privatsphäre 41
 - Tipps 40
 - Übersicht 24, 52
 - Unterschied zu Social Media 22
 - Social-Media-Abteilung 86
 - Socialmention 48
 - Soziales Netzwerk *siehe* Social Network 24
 - Strategie
 - Community-Aufbau 125
 - Krisenfälle 79
 - Strategiepapier 126
 - Struktur
 - Entscheidungsfindung 87
 - Suchmaschinenoptimierung 161, 189, 204
- ## T
- Tchibo
 - Beispiel 108, 114
 - Beispiel für Netiquette 95

Index

Testimonial 207
Themenfeld
– Monitoring 51
Themenkompetenz 138
Themennetzwerk 21
Themenrelevanz 123
– und Humor 145
Threadless
– Beispiel 200
Tool
– Monitoring 43
Twitter 28
– Beispiel Deutsche Bahn 131
– Beispiel Mountain Dew 211

U
Umfragetool 150
Unzufriedenheit
– als Motiv 166
Usability 122
User generated content (UGC) 22

V
Vergütung 167
Viralität 140, 144
Viralmarketing 68
Volksbank Bühl
– Beispiel 121

W

Walther, Kirstin
– Interview 185
Wiki 23, 199
Wikipedia 23
– Rangliste bei Nutzern 15

X

Xing 34

Y

YouTube 32, 38
– Beispiel 170, 173
– Beispiel BlendTec 143
– Rangliste bei Nutzern 15

Z

Zeitraumen
– Community-Aufbau 124
– Feedback 87
Ziel
– definieren 85
Zielgruppe
– definieren 107
– Käufer 109
– Produktdesigner 110
Zusammenarbeit
– mit Community 57