

LESESTOFF

Zahlen & Fakten

Grundlagen & Techniken

Und was ist mit SEO?

Wird SEO noch in der Zukunft gebraucht?

Alles richtig gemacht?

So viel Sand und so viel Förmchen...



SMM

SOCIAL-MEDIA-MARKETING

ODER DIE FRAGE NACH DEM WIE UND WARUM

VON BEWEGENDEN BILDERN, 140 SCHNELLEN ZEICHEN UND DEM LIKE-BUTTON

Vorwort

Das neue Exemplar unseres „Lesestoffs“ ist da. Nach der sehr technisch orientierten ersten Ausgabe widmen wir uns heute einem sehr aktuellen Thema, dem Social Media Marketing.

Dabei gehen wir in diesem ersten Teil zu Social Media nur auf die Basics ein. Aus zahlreichen Gesprächen wissen wir, dass der Kenntnisstand zu diesem Thema unterschiedlicher nicht sein könnte, weshalb wir uns zu dieser Grundlagenausgabe entschieden haben.

Die nächste Ausgabe wird dann auf einen spezielleren Aspekt des Themas eingehen, sodass alle auf Ihre Kosten kommen.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen



Thomas Krampen
Geschäftsführer

Inhalt

1	Zahlen & Fakten	4
1.1	Nutzerzahlen Deutschland	4
1.2	Social Media in aller Munde	6
1.4	Social Media im Unternehmen - Erweitern Sie Ihre Perspektive	7
2	Der SEO-Aspekt	8
2.2	Mehr qualitativer Content = Mehr Relevanz	8
2.3	Backlinks sind gefragt	9
2.4	Word of Mouth	9
3	Was Social Media so alles kann	11
4	Social Media – alles richtig gemacht?	12
5	Integration? - Ganz einfach!	14
5.1	Facebook-Instrumente	14
5.2	Erfolgsfaktor Twitter: 140 schnelle Zeichen	15
5.3	YouTube - Bewegende Bilder	16
5.4	Der Neuling: Google+	16
6	Unsere Praxisbeispiele	17
6.1	Stadt Frankfurt am Main: WM-Portal, Mobile Webseite, Blog & mehr	17
6.2	Hotel Zugbrücke, Grensau: Social-Media-Newsroom	21
7	Unsere Arbeitsweise	23
8	Unser Kurzprofil	24
9	Feedback	27
10	Impressum	28

1 Zahlen & Fakten

1.1 Nutzerzahlen Deutschland (Stand: Juli 2011)



Update 11.07.2011 - Rasantes Wachstum von Google+

In rund 2 Wochen bereits 5 Mio. Nutzer

[weitere Informationen](#)

Quelle: chip.de (mas)

Andere Quellen wollen sprechen von 5 bis 9 Mio.

[weitere Informationen](#)

Quelle: big-screen.de

Andere Quellen wollen sprechen von 5 bis 9 Mio.

[weitere Informationen](#)

Quelle: mashable.com



Update 11.07.2011

Inzwischen sind 52,7 Millionen Personen über 14 Jahren online – das sind knapp 75% aller Deutschen!

Quelle: socialmedia-blog.de / (N)onliner Atlas 2011



Update 01.07.2011

Über 50% der deutschen Onliner besuchen Facebook! Knapp 40% von ihnen min. wöchentlich. Weitere aktuelle Vorlieben der Facebook-Nutzer gibt es bei: w3b.org

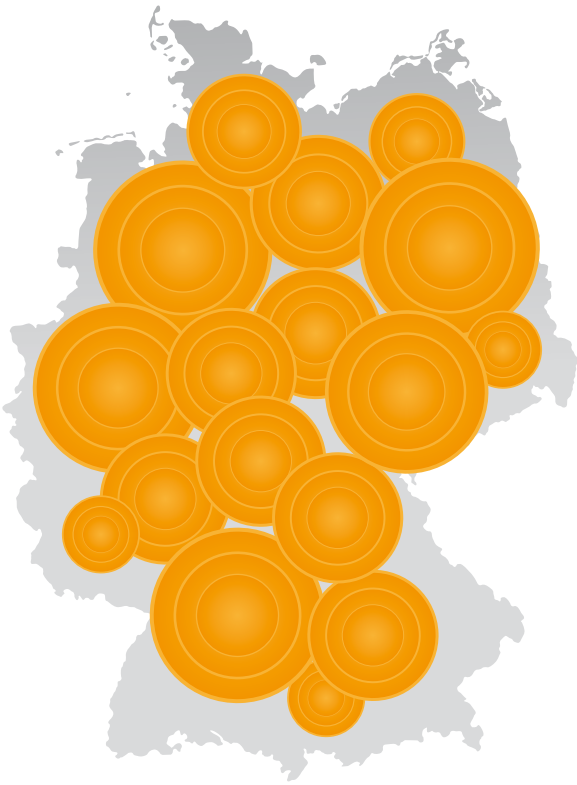
Quelle: socialmedia-blog.de / w3b.org



Update 26.05.2011

Deutschland ist im Facebook-Fieber – 25% der Deutschen sind bei Facebook registriert und machen Deutschland damit zu dem am schnellsten wachsenden Land bei Facebook!

Quelle: socialmedia-blog.de / SocialBakers



52,7 MIO.

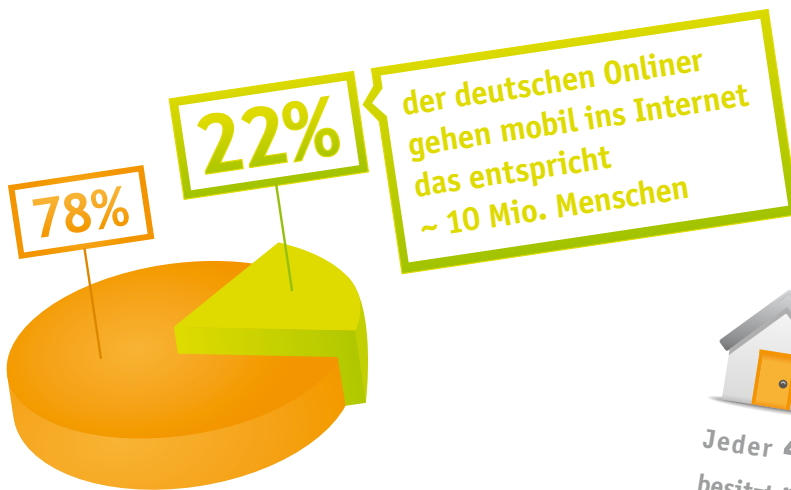
Deutsche Personen online
~65% der deutschen Bevölkerung



durchschnittlich verbringen
deutsche Onliner fast
24 Stunden pro Monat im Web



dabei fallen alleine
5 Stunden auf Facebook



Jeder **4. Haushalt** in Deutschland
besitzt mindestens 1 Smartphone



38 MIO.

haben im letzten Jahr online eingekauft
~ **83%** davon haben sich über eine
Suchmaschine vorher informiert

1.2 Social Media in aller Munde

eCircle-Studie über zu Mailmarketing zu Social Media Social Media vor SEM und SEO

Knapp 60 Prozent der Marketingentscheider setzen auf E-Mail. Mit unter den Top drei der Werbeformen sind außerdem Display (48 Prozent) und Social Media (44 Prozent). Damit hängt Social Media im Nutzungsgrad aktuell sogar die Suchmaschinenwerbung und -optimierung (beide 39 Prozent) ab.

Tanja Gabler / internet WORLD BUSINESS

Jeder vierte Facebook Nutzer will mit Marken interagieren

Immerhin 23 Prozent der Facebook Nutzer weltweit wollen auf dem sozialen Netzwerk mit Marken in Kontakt treten.

iBusiness.de

Social Sharing: Google Plus überholt Twitter-Button

Noch liegt der Like-Button von Facebook Relation Browser vorne, aber der Plus-Eins-Button von Google zur Homepage dieses Unternehmens Relation Browser holt auf, hat die Share-Buttons für Twitter Relation Browser bereits überholt, so eine Studie.

iBusiness.de

Facebook hat in Deutschland 20 Millionen Nutzer

Facebook hat in Deutschland eine Schallmauer durchbrochen: Das Online-Netzwerk verzeichnet 20 Millionen aktive Nutzer.

N24 / dpa

Ein Netzwerk dominiert die Internet-Welt

Mehr als 600 Millionen Mitglieder, 500.000 Kommentare pro Minute, erwartete Werbeeinnahmen von vier Milliarden Dollar: Facebook ist zum mächtigen Netz hinter dem Netz geworden - das birgt Risiken.

sueddeutsche.de

Google+ About To Hit 10 Million Users [REPORT]

Google's social network, Google+, might be one of the fastest-growing networks ever, having already reached 10 million users according to one estimate.

mashable.com / Stan Schroeder

intertainment

RT @jeffmann: #Socialmedia policy is about preventing bad things from happening. Social media strategy is about making GOOD things happen.

Twitter - Carsten Ulbricht

1.4 Social Media im Unternehmen - Erweitern Sie Ihre Perspektive

Im Jahr 2011 stellt sich nicht mehr die Frage, ob Social Media in Unternehmen eingesetzt werden soll, sondern nur noch wie und wo Aktivitäten stattfinden sollen.

Der Einsatz von Social Media im Rahmen der Unternehmens- und Markenkommunikation ist für viele Unternehmen bereits selbstverständlich geworden. Facebook, Twitter & Co. sind in aller Munde, in allen Medien und tagtäglich präsent. Social Media verändert unsere Kommunikation und der Anspruch an die Aktivitäten in den Social Networks steigt mittlerweile unaufhörlich.

Die Zeit des ersten Experimentierens ist vorbei. Social Media wird mehr und mehr zu einem strategischen Kommunikationsbereich, der bewusst organisiert und inszeniert werden will.

Jeden Tag kommunizieren Verbraucher millionenfach online über Marken, Produkte und Dienstleistungen. Für Unternehmen wird eine gezielte Beobachtung und aktive Mitgestaltung dieses Dialogs immer wichtiger. Die Möglichkeiten des Trackings definierter Zielgrößen (z. B. Identifikation von Multiplikatoren und Befürwortern, Früherkennung von Themen, etc.) verbessern sich kontinuierlich, sodass Social Media einen Beitrag zur Kommunikationsstrategie leisten kann und diese gezielt um eine wichtige Perspektive erweitert – um die Kunden-Perspektive.

Weiterlesen? Interessante Zahlen und mehr finden Sie in folgender Präsentation:

Präsentation anschauen
<http://slidesha.re/oxm20B>



2 Der SEO-Aspekt

oder: Warum Social Media für SEO immer wichtiger wird

Auch aus der SEO-Welt ist Social Media kaum noch wegzudenken. Aktivität in sozialen Netzwerken sorgt für die Generierung von Traffic und für ein besseres Ranking in Suchmaschinen.

Unter SEO-Gesichtspunkten wird es deshalb immer wichtiger, mit dem jeweiligen Projekt nicht nur auf einer eigenen Website präsent zu sein, sondern auch unterschiedliche weitere Möglichkeiten zu nutzen.

Optimiert man Webseiten für Social Media, spricht man von Social-Media-Optimization (SMO). Ziel von SMO ist es, schneller und einfacher von Social-Media-Diensten erfasst werden zu können und deren Vorteile hinsichtlich der Verbreitung von Content und der Generierung von Traffic zu nutzen.

Doch welche einzelnen Aspekte sind es, die hierbei eine Rolle spielen?

2.2 Mehr qualitativer Content = Mehr Relevanz

Ein wichtiger Aspekt für die Verwendung von SMO zu SEO-Zwecken, ist die Generierung von Backlinks und relevantem Content. Als Beispiel sei ein Corporate Blog genannt. In diesem berichtet das Unternehmen über aktuelle Ereignisse der Branche und Produktneuigkeiten. Häufig entstehen dadurch Diskussionen zu einzelnen Artikeln, durch die wertvoller – für das Ranking bei Suchma-

schinen berücksichtigter – Content generiert wird. Wertvoll wird dieser Content vor allem, da er viele themenrelevante Keywords enthält. Über so genannte „Pingbacks“ können darüber hinaus wichtige Backlinks produziert werden.

Ähnlich verhält es sich bei Netzwerken wie Twitter oder Facebook. Sie sind beide sehr interessant für Google und somit auch für jeden, der sich mit SEO beschäftigt. Werden Personen und Webseiten überdurchschnittlich oft bei Facebook und Twitter erwähnt, wirkt sich das positiv auf die Ergebnisse von Google aus. Darüber hinaus zieht Google Rückschlüsse auf die Reputation von Personen und Webseiten. Einfach gesagt ergibt sich daraus: Je mehr Erwähnungen, desto höher das Vertrauen bei Google & Co.

Mit dem neuen Google+ und Googles neuer Möglichkeit „+1“ können User für sie relevante Artikel nach oben bringen. Der +1 Button ist vergleichbar mit dem „Like“-Button von Facebook, allerdings bekommen die verlinkten Seiten eine höhere Priorität von Google eingeräumt. Wenn bspw. 10.000 eine Seite +1en dann ist das für Google ein Indikator, dass die Seite wichtig ist, auch wenn diese vielleicht schlecht indexiert wurde.

2.3 Backlinks sind gefragt

Abgesehen von Blogs bietet die Social-Media-Landschaft noch weitere Möglichkeiten, die eigene Relevanz in Suchmaschinen zu steigern. Backlinks können von Besuchern ganz einfach durch Social-Bookmarking-Dienste (z. B. Mister Wong oder Delicious) generiert werden. Hier setzt der Nutzer Lesezeichen zu Artikeln und Webseiten und versieht diese mit entsprechenden Keywords. Mit Hilfe dieser Keywords können andere Nutzer nun schnell interessante Bookmarks finden.

Wichtig ist hier, dass Google sogar die tatsächliche Anzahl der gebookmarkten Unterseiten bei diversen Diensten für das Ranking berücksichtigt und in die Bewertung der Website mit einfließen lässt, man verleiht dem Thema Social Bookmarking also durchaus großes Gewicht. Auch durch die Shares über Twitter und Facebook werden wichtige Backlinks generiert. Eine Integration der wichtigsten Social-Media-Dienste – möglichst zu jedem Artikel oder Beitrag – erleichtert dem Besucher Ihrer Webseite das Teilen, Weiterleiten und Speichern Ihrer Informationen.

2.4 Word of Mouth

Durch Mund-zu-Mund-Propaganda von Fans wird Traffic generiert, der das Ranking der Seite verbessert. Durch die Entwicklung des globalen „Like“-Buttons treibt Facebook diese Art von Empfehlungsmarketing weiter voran. Bereits im letzten Jahr war der „Like“-Button auf mehr als 350.000 Webseiten bereits integriert, täglich klickten rund

65 Millionen Nutzer einen solchen Button. (Quelle: facebookbiz.de). Das bietet vor allem für kommerzielle Webseiten wie Onlineshops ein enormes Traffic-Potenzial.

Das Ranking der Social-Media-Plattformen selbst ist ein weiterer Aspekt für die Suchmaschinenoptimierung. So haben Netzwerke wie Facebook oder Twitter eine sehr hohe Relevanz bei der Platzierung in den Suchergebnissen. Sofern es der jeweilige Profilhhaber zulässt, können Profile innerhalb dieser Netzwerke auf einem der obersten Plätze in den Suchergebnissen aufgeführt werden. Wichtig ist hierfür die richtige Wahl des Nutzernamens oder des Namens der Facebook-Fanpage. Auch gibt es gerade für Facebook einige weitere Punkte, die beachtet werden sollten, um die Facebook-Fanpage möglichst suchmaschinenoptimiert einzurichten. Da eine Erläuterung dazu jedoch den Rahmen dieses Dokuments sprengen würde, bieten wir gerne unsere professionelle Hilfe an und verweisen zur allgemeinen Information auf Fachblogs wie insidefacebook.com oder allfacebook.de.

Social Media und SEO sind miteinander verwurzelt, sei es nun um Links zu erzeugen, User Generated Content zu generieren, Diskussionen zu entfachen, usw. Sie ergänzen sich perfekt und können mit der richtigen Mischung das eigene Webprojekt zum Erfolg führen. Was man sich bei aller SEO-/SMO-Euphorie jedoch immer vor Augen halten sollte:

In beiden Disziplinen geht es um Qualität und nicht um Quantität.

Aktuelle Nachträge Google+ und Twitter

SEO

Google+ Bewertungen haben positive Auswirkungen

Obwohl das neue Netzwerk ‚Google+‘ noch in der Beta-phase ist, sind schon SEO-Auswirkungen sichtbar. Google+ Bewertungen haben direkte Auswirkungen auf die Suchmaschinenergebnisse. Wer ebenfalls bei Google+ ist, bekommt Empfehlungen aus dem Freundeskreis weit oben präsentiert.

Das ist das Ergebnis eines Tests von SEO Carsten Hoppe von der Social-Media-Zentrale. Hoppes Analyse: „Ein ‚+1‘ hat mehr Auswirkungen wie ein ‚Gefällt mir‘ bei Facebook.“ War irgendwie logisch.

Quelle: *iBusiness*



EINGESCHRÄNKTE FLUGZONE

Vertrag vorbei

Google findet erstmal kein Twitter mehr

Der Vertrag von Suchmaschinenbetreiber Google mit dem Microblogging-Dienst Twitter ist ausgelaufen, berichtet Mashable.com. Deswegen bietet die Suchmaschine aktuell keine Echtzeitergebnisse mehr an.

Für die meisten Nutzer der populärsten Suchmaschine der Welt war es ein gewohntes Bild: Während sie ihre Treffer aufgelistet bekamen, wurden sich selbst aktualisierende Twitter-Nachrichten eingeblendet. Seit dem vergangenen Wochenende werden keine Tweets mehr in die Google-Suche integriert. Diese seit Oktober 2009 bestehende Kooperation existiert nicht mehr, wie der IT-Blog „Search Engine Land“ als erster berichtete.

Konkurrenzangebote wie Bing von Microsoft und Yahoo haben weiterhin direkten Twitter-Zugriff. Wie Google weiter verfährt, ist bislang unklar. Generell wies das Unternehmen darauf hin, dass öffentlich zugängliche Tweets weiterhin über die Suche gefunden werden. Künftig will der Internetkonzern nach eigenen Angaben eine Echtzeitsuche anbieten, die auch das neue Soziale Netzwerk Google+ einschließt.

Quelle: *iBusiness*

3 Was Social Media so alles kann

Social Media sind weder beherrschte Kanäle (wie z. B. die eigene Website), noch bezahlte Plattformen (wie Print & TV), über die eine Marke kontrolliert und mehr oder weniger einseitig kommunizieren kann. In Social Media kommunizieren Personen, häufig auch ohne Beteiligung eines Unternehmens, untereinander über eine Marke. Doch was bringt mir die Aktivität in sozialen Netzwerken?

SOCIAL MEDIA KANN

- Marken emotional aufladen
- Kundenbindung verbessern
- Imagepflege betreiben
- Bekanntheitsgrad steigern und Aufmerksamkeit verschaffen
- Mehr Traffic auf der Webseite verschaffen
- Das Ranking in Suchmaschinen verbessern
- Absatz und Verkauf steigern

In diesem Zusammenhang, möchte ich kurz eine interessante Studie des Webportals Social Media Examiner beleuchten. Dieses befragte 3.300 Marketingfachleute aus der ganzen Welt und kommt zu dem Ergebnis, dass der Erfolg von Social Media stark von der Erfahrung der Social-Media-Verantwortlichen abhängt.

Dass das so ist, zeigt die Zustimmung zur Frage, ob Social Media die Verkäufe steigert. Während nur ein knappes Viertel der „Anfänger“ dieser Ausgabe zustimmt, bejahen fast drei Viertel der Social-Media-Profis mit mehr als drei Jahren Erfahrung diese Frage. Die Quote der Befragten, die sogar voll zustimmen, wächst mit der Erfahrung besonders schnell.

Auch andere harte Erfolgsfaktoren brauchen ihre Zeit. Während sich Aufmerksamkeit und mehr Traffic häufig sehr schnell erreichen lassen, werden neue Geschäftskontakte, qualifizierte Leads, eine Senkung der Marketingkosten und ein verbessertes Suchmaschinenranking erst mit zunehmender Erfahrung erreicht.

F.A.Z-Community
<http://bit.ly/pUbhg2>

4 Social Media – alles richtig gemacht?

KEINE ANGST UND KEINE FALSCHEN HOFFNUNGEN

Die Definition einer Zielsetzung sowie das Aufsetzen eines strategischen Social-Media-Konzeptes sind die ersten Schritte, um in Social Media einzusteigen und den Umgang damit zu professionalisieren. Social Media ist keine Frage der Tools. Am Anfang stehen die Strategie und messbare Ziele. Erst daraus lassen sich die geeigneten Prozesse und Werkzeuge ableiten.

- Definieren und lokalisieren Sie Ihre Zielgruppe
- Identifizieren Sie relevante Portale (Blogs, Foren, Vergleichsportale)
- Analysieren Sie das Stimmungsbild und hören Sie zu
- Suchen Sie zielgerichtet Ansatzpunkte für Ihr Social Media Engagement (relevante Themen, Meinungsführer, besondere Kundeninteressen) – Was hat meine Marke davon? Was hat die Zielgruppe davon?
- Definieren Sie klare quantifizierbare (Kommunikations-) Ziele und Vorgehensweisen
- Richten Sie Themen und Aktionen immer anhand der zuvor definierten Zielgruppe aus
- Nehmen Sie sich Zeit für bewusste Planung, Steuerung und Organisation
- Erstellen Sie eine Social-Media-Guideline, damit die Mitarbeiter eine Orientierung haben
- Kontinuierliches Social-Media-Monitoring misst den Erfolg und gibt Ansätze zur Verbesserung

KONTINUITÄT FÜHRT ZUM ZIEL

Ähnlich wie SEO ist auch Social-Media-Marketing keine Einmalaktion und ganz sicher keine Nebentätigkeit. Der Aufbau von Beziehungen braucht seine Zeit und bedeutet mehr als Gewinnspiele für kurzfristige Effekthascherei. Hier hilft nur Ausdauer, Kraft und eine Menge guter Ideen. Eine Art Drehbuch für einen Vorlauf von bis zu 6 Monaten kann hilfreich sein.

Ideen und Anregungen aus der Community müssen verstanden und dann auch zuverlässig aufgegriffen und weiterverfolgt werden. All dies muss natürlich möglichst transparent gemacht werden. Wenn Kunden und Konsumenten sich ernst genommen fühlen, ist das ein perfektes Unterscheidungsmerkmal gegenüber Mitbewerbern. Vorausgesetzt die Social-Media-Kommunikation wird von kompetente Mitarbeiter und nicht von Praktikanten durchgeführt. Die Kommunikationsfähigkeit, die fachliche Qualifikation, die Firmenkenntnis und ein gewisses Maß an Entscheidungskompetenz sind von großer Bedeutung für den Erfolg.

Geben Sie dem Wandel Zeit und fangen Sie klein an. Social Media verändert Ihre unternehmenseigenen Kommunikationskultur. Neue Prozesse und neue Regeln werden nicht von heute auf morgen gelebt. Auch Fehler und Missverständnisse werden sich nicht vermeiden lassen.

Definieren Sie deshalb im ersten Schritt einen relativ engen Rahmen für den Social-Media-Einsatz in Ihrem Unternehmen. Alle Erfahrungen, die Sie dabei sammeln, können Sie sofort wieder für die Verfeinerung von Strategie, Zielen und Prozessen nutzen. So nähern Sie sich Schritt für Schritt dem Optimum.

DER TON MACHT DIE MUSIK

Im Mittelpunkt der Kommunikation steht der Mensch, unabhängig von seiner jeweiligen Rolle als Kunde, Partner oder Mitarbeiter. Menschen nutzen umso bereitwilliger die Möglichkeiten von Social Media, je höher die Wertschätzung ist, die sie dabei erfahren. Jeder Beitrag sollte daher honoriert werden. Respekt und Anerkennung sind dabei die wichtigsten Motivationsfaktoren.

- Kümmern Sie sich um relevante Inhalte für Ihre Zielgruppe
- Nehmen Sie Kritik ernst
- Kommunizieren Sie offen, ehrlich, kritikfähig und menschlich
- Beweisen Sie Flexibilität
- Engagieren Sie sich täglich
- Seien Sie schnell
- Geben Sie Antworten und helfen Sie bei Problemen
- Zollen Sie Anerkennung und belohnen Sie kommunizierende Kunden
- Vermeiden Sie klassisches Marketing
- Erlauben Sie einen Blick hinter die Kulissen

Kommunikation über Social-Media-Netzwerke ist Dialog, nicht Monolog. Planen Sie also ausreichend Ressourcen ein.

Jeder, der sich hier einbringt, erwartet ein Feedback, will gehört und verstanden werden, und zwar möglichst schnell.

Social Media ist nicht einfach ein weiterer Kommunikationskanal, über den Botschaften in nur einer Richtung vom Unternehmen zur jeweiligen Zielgruppe transportiert werden. Social-Media-Kommunikation geht immer in beide Richtungen.

WICHTIG

Social Media stellt keinen eigenständigen Kommunikations- oder Vermarktungskanal dar.

Es sollte als zusätzlicher Bestandteil in den Marketing-Mix integriert werden und in die unternehmenseigene Marketing-Strategie eingebettet werden.

Die 30 besten Tipps im Social Media Marketing
<http://bit.ly/qoFg64>

5 Integration? - Ganz einfach!

„Sharing“, das Zauberwort der sozialen Netzwerke – Es ist wichtig, dass Bilder, Videos und Texte möglichst einfach weiter zu versenden und zu empfehlen sind.

Die Möglichkeiten der Integration sind nahezu grenzenlos und reichen von einfachen Toolbars über Widgets bis hin zur nahtlosen Integration via API-Schnittstelle.

Über den technischen Einsatz von API (Application Programming Interface) können verschiedene Informationen aus Social Networks auf der eigenen Webseite (im eigenen Layout) präsentiert werden. So können beispielsweise News, die Sie auf Ihrer Webseite einstellen, automatisch auf Twitter als Tweet und/oder bei Facebook als Pinnwandeintrag veröffentlicht werden. Man kann also durchaus davon sprechen, dass Webseiten und soziale Netzwerke immer mehr verschmelzen.

5.1 Facebook-Instrumente

Facebook bietet eine große Anzahl an Integrationsmöglichkeiten, z. B.:

„LIKE“-BUTTON



Gefällt mir! Benutzer zeigen ihren Freunden, dass ihnen ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Webseite etc. gefällt. Virales Marketing par excellence. Die Online-Version

der Mund-zu-Mund-Propaganda ist schnell, direkt und persönlich und durchaus effektiv. Wussten Sie z. B., dass jeder Facebook-Nutzer im Durchschnitt ca. 150 Freunde hat?

FACEBOOK CONNECT



Neben dem allseits bekannten „LIKE“-Button und umfangreichen Schnittstellenfunktionen bietet Facebook mit Facebook Connect einen sehr nützlichen Service für Seitenbetreiber an.

Über Facebook Connect ist es möglich, dass sich Benutzer mit Facebook-Account auf fremden Webseiten anmelden können, ohne sich dort registrieren zu müssen. Die Nutzer akzeptieren diesen Service, denn so müssen sie sich nicht bei einer weiteren Webseite registrieren.

Aber damit nicht genug, neben reinen Login-Prozessen besteht sogar die Möglichkeit, die Kontaktdaten und Interessen des Benutzers auszulesen und auf deren Basis die eigene Webseite für den Besucher zu personalisieren.

So könnte man z. B. in einem Onlineshop passende Produkte zu den Interessen des Benutzers einblenden.

SOCIAL PLUGINS

REGISTRATION LOGIN BUTTON
 LIKE BOX RECOMMENDATIONS
 SEND BUTTON ACTIVITY FEED
 LIKE BUTTON COMMENTS
 FACEPILE LIVE STREAM

Über vorgefertigte Plugins können bestimmte Funktionen aus Facebook mit einem geringen Aufwand in Ihre Webseiten integriert werden.

OPEN GRAPH PROTOCOL

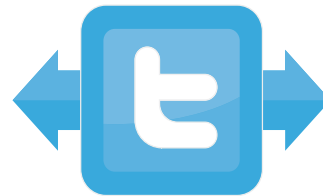


Mit dem Open Graph Protocol können über eine API-Schnittstelle Informationen zwischen Ihrer Webseite und Facebook ausgetauscht werden. So können Sie z. B. Posts aus dem Firmenblog oder News aus der Webseite automatisch auch auf Ihrer Facebook-Fanseite veröffentlichen.

5.2 Erfolgsfaktor Twitter: 140 schnelle Zeichen

Wenn es um Newsmeldungen geht, ist Twitter eine unverzichtbare Plattform. Gerade im B2B-Bereich erfreut sich der Kurznachrichtendienst großer Beliebtheit.

TWITTER-API



Dank Twitter-API ist es möglich, News oder andere Ereignisse, die auf Ihrer Webseite veröffentlicht werden, automatisch auch auf Twitter als Tweet zu posten.

Umgekehrt schaffen Sie sich durch die Microblogging-Funktion von Twitter einen neuen Kanal zur Veröffentlichung von kurzen Meldungen, die vielleicht als offizielle „News-Meldung“ keine besondere Relevanz gehabt hätten.

Als kurzer Tweet jedoch können Sie damit trotzdem für Aufmerksamkeit bei Ihren Followern sorgen.

5.3 YouTube - Bewegende Bilder

YouTube ist zweifellos das bekannteste Videoportal und die erste Anlaufstelle wenn es darum geht, Videos über Produkte oder Unternehmen zu finden.

Veröffentlichen Sie Ihre Videos bei YouTube und integrieren Sie die Videos dann in Ihre Webseiten. So erhalten Sie einen zweifachen Nutzen: Ihre Videos können weltweit verbreitet werden, Ihr Server spart Leistung und Traffic und wird somit entlastet, da die Videos direkt von YouTube aus abgespielt werden.

YOUTUBE-API



Neben der einfachen Integration des YouTube-Players bietet die YouTube-API eine optimale Integration von Videos in Ihre Webseite an.

Neben den einzelnen Videos ist es auch möglich, die Kommentare zu den Filmen via API in Ihre Seite zu integrieren. Auch komplette Video-Channels können ausgelesen werden.

5.4 Der Neuling: Google+

+1 BUTTON



Mit dem Google +1-Button reiht sich ein weiterer Button in die Social-Media-Leiste der meisten Webseiten ein. Aufgrund der zu erwartenden SEO-Effekte empfiehlt sich eine Integration des +1-Buttons.

Man darf nicht vergessen, dass das aktuelle Google+ eigentlich nur eine Vorschau sein soll. Deshalb fehlen noch viele Features wie beispielsweise eine öffentliche API. Sie wird kommen und eine wichtige Rolle spielen. Es ist wohl kaum übertrieben zu sagen: Sie wird ein entscheidender Baustein für den Erfolg. Entwickler werden die Chance bekommen, Google+ um viele interessante weitere Möglichkeiten zu erweitern. Wir sind gespannt.

Alles Weitere ist bisher nur Spekulation. Dennoch werden sich ganz bestimmt für Unternehmen Chancen ergeben, in diesem Netzwerk tätig zu werden. So berichtete iBusiness schon am 05. Juli, dass offensichtlich bei Google+ schon bald Firmenseiten nach dem Fanpage-Vorbild von Facebook geplant sind. Es bleibt also spannend.

Quelle: <http://www.ibusiness.de/members/aktuell/db/851088sh.html>

6 Unsere Praxisbeispiele

6.1 Stadt Frankfurt am Main: WM-Portal, Mobile Webseite, Blog & mehr

Nachdem wir bereits 2006 die Webseite der Stadt Frankfurt zur FIFA-WM umsetzen durften, haben wir uns besonders gefreut, dass man in Frankfurt auch bei der Fußball-WM der Frauen in diesem Jahr auf unsere Dienste zurückgreifen wollte.

Von 2006 bis 2011 hat sich in der Technik immens viel getan, sodass man aus einer Fülle an neuen Möglichkeiten auswählen konnte und vor allen Dingen, einen Dialog mit der Zielgruppe der Frauen-Fußball-Fans initiieren konnte.

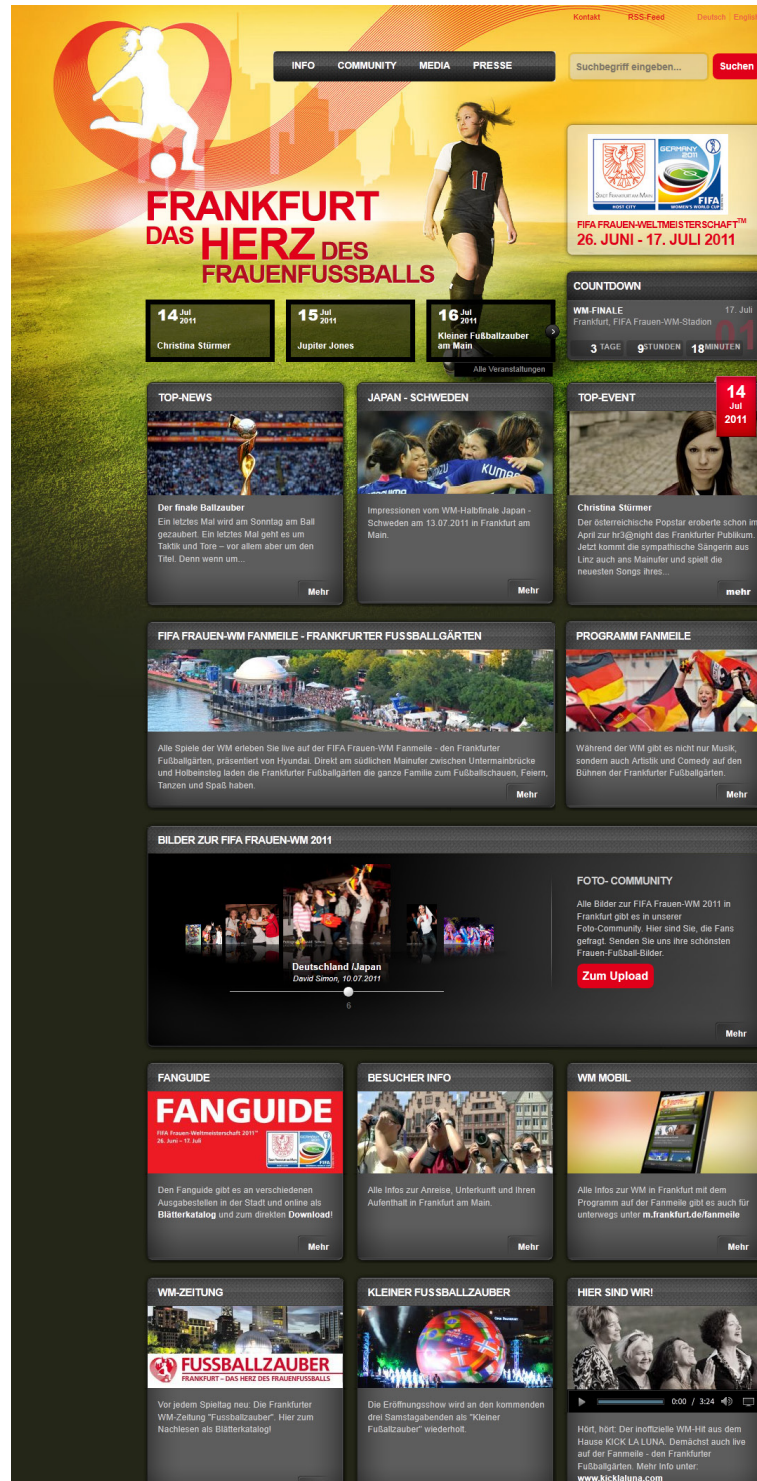
DIE HERAUSFORDERUNG

Das Webportal, die mobile Webseite und die Social-Media-Komponenten sollten ein stimmiges Gesamtbild ergeben und die WM-Stimmung schon vor dem eigentlichen Start der Sportveranstaltung anheizen.

Hier die einzelnen Bestandteile der Frankfurter Online-WM-Kommunikation in der Übersicht:

DIE WEBSEITE

Unter <http://www.fifafrauenwm2011.frankfurt.de/> werden alle frankfurtbezogenen, WM-relevanten Informationen gebündelt. Eine weitreichende Social-Media-Integration stellt den direkten Draht zur fußballinteressierten Bevölkerung her. Aktuelle News und ein Veranstaltungskalender halten Fans und



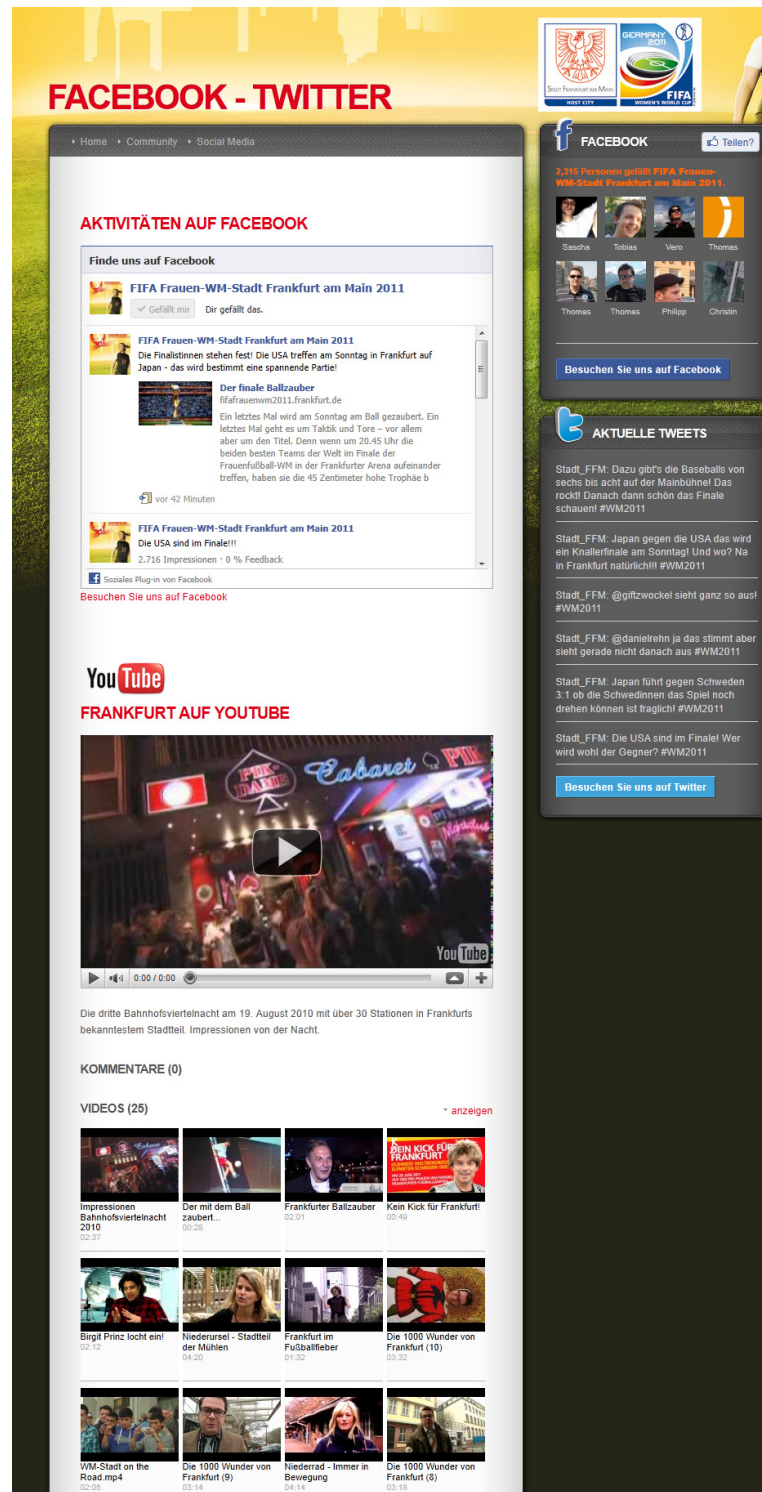
Besucher über das Großereignis in der Stadt auf dem Laufenden.

Emotionale Zielgruppenansprache und größtmögliche Interaktivität waren Hauptziele des neuen Portals. Im Community-Bereich können sich Fußballbegeisterte nicht nur mit ihren selbstgeschossenen Fotos verewigen, sondern auch ihre Eindrücke auf Facebook und Twitter schildern und damit ein Teil des Fußballfestes in Frankfurt werden. Ein separater Social-Media-Bereich bietet den kompletten Überblick über die aktuellsten Aktivitäten in den Social Networks. Der YouTube-Channel wurde per API angebunden und zeigt u. a. Impressionen der Veranstaltungen, Comedy-Videos und mehr.

Beim Design der Seite wurden die Corporate Design Vorgaben der FIFA und der Stadt Frankfurt berücksichtigt und durch vielfältige kreative Details verfeinert. Technische Basis ist die neueste Version unseres Content-Management-Systems netUpdater® CMS. Neben dem Portal wurde auch die Fanseite auf Facebook realisiert.

SOCIAL-MEDIA-KOMPONENTEN: FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE

Dass bei dieser WM die Kommunikation über Facebook eine Rolle spielen sollte, war gleich zu Beginn klar. Deshalb entschied man sich zur Einrichtung einer Fanseite, die auf große Resonanz stieß.



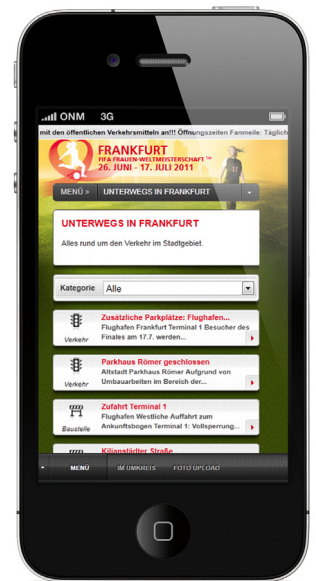
Die Willkommenseite wurde mit HTML/FBML erstellt. Diese enthält sowohl die Links zu den verschiedenen Tabs auf der Fanpage, als auch eine Pinnwandfunktion.

Innerhalb des Social-Media-Showrooms der WM-Seite wurden neben der Integration der Facebook Like-Box, Share-Button und Activity-List auch aktuelle Feeds via Twitter realisiert. Interaktivität wird durch den YouTube-Player vermittelt, welcher sich ebenso auf den Channel der WM bezieht.

DIE MOBILE WEBSEITE

Alle wichtigen Infos rund um die WM für unterwegs. Ob Sport-Location, Veranstaltung, Sehenswürdigkeit oder Parkmöglichkeit, auf technischer Basis von HTML5 wurden vielfältige Features umgesetzt, die den Aufenthalt in Frankfurt erleichtern und bereichern:

- **POI's im Umkreis:** Es wurde eine Übersichtskarte in Google Maps programmiert, die über eine Abfrage der Geo-Koordinaten des Benutzers im Umkreis liegende Events, Sehenswürdigkeiten und Ausflugstipps anzeigen kann.
- **Navigationsfunktion:** Über Google Maps wurde zudem eine Navigationsfunktion integriert. Nach einer automatischen Standortermittlung, kann der User das Ziel aus einer Liste der Points of interest auswählen. Nun muss nur noch



bestimmt werden, ob zu Fuß oder per Auto navigiert werden soll und schon wird die Route per Textinfo ausgegeben und in die Karte eingezeichnet.

- Parkhausbelegung und Verkehrsmeldungen:** Damit bei der Fahrt durch die Stadt alles gut läuft, wurde die mobile Seite per Schnittstelle an die Systeme des Straßenverkehrsamtes („mainziel“) angebunden. Von dort werden die aktuellen Belegungsdaten der Parkhäuser in Echtzeit abgefragt und angezeigt. Um den Benutzer über eventuelle Staumeldungen und die aktuelle Verkehrsführung zu informieren, sind alle Verkehrs- und Baustellenmeldungen innerhalb der Web-App abrufbar.

■ **Wordpress-Blog**

Auch ein Wordpress-Blog für Fußball-Nationalspielerinnen Svenja Huth wurde im Rahmen der WM und im Auftrag der Stadt Frankfurt umgesetzt.

Auf der derzeit neuesten Version 3.0.5 von Wordpress und in individuellem Design, beinhaltet der Blog einen RSS-Feed, eine Suchfunktion sowie eine Bildgalerie mit Lightbox-Funktionalität. Zur einfachen Pflege von Artikel-Vorschau-Bildern wurde die neue „Post Thumbnail Funktionalität“ inklusive interaktiver Bildbearbeitungsfunktionen integriert.

Zur Bekämpfung von Spam-Kommentaren sind die Plugins Akismet und Antispam Bee im Einsatz. Eine übersichtliche Gestaltung

wird durch die Paginierung der Artikel ermöglicht.

Eine an das Layout individuell angepasste Facebook Like-Box sowie eine interne Statistikfunktion komplettieren den Blog.



6.2 Hotel Zugbrücke, Grensau: Social-Media-Newsroom

Als einer der ersten Kunden mit einer Social-Media-Affinität wagte das Hotel Zugbrücke aus Grensau Anfang 2010 den Weg in die Welt des sozialen Webs.

DIE HERAUSFORDERUNG

Das Hotel aus dem Brexbachtal wollte mit seiner „Social-Media-Lounge“ Interessierten einen Blick hinter die Kulissen bieten und die Möglichkeit zu einem direkten Dialog mit potenziellen Hotelgästen bieten. Das alles in übersichtlicher und ansprechender Form sowie mit größtmöglicher Automatisierung.

DIE UMSETZUNG

Nachdem der Newsroom innerhalb des Gesamtdesigns der Seite seinen Platz fand, ging es darum, die Social-Media-Lounge mit hochwertigen Informationen zu füttern.

Dazu werden die in unserem hauseigenen Content-Management-System netUpdater® CMS gepflegten News, Pressemitteilungen, Blogbeiträge, Aktionen sowie Veranstaltungen automatisch ausgelesen, Pressebilder über die CMS-Bildgalerie generiert.

Über unsere Twitter- und Flickr-Widgets für den netUpdater® CMS werden Inhalte aus diesen Medien ausgelesen und nahtlos in die Seiten integriert, Suchfunktion inklusive. YouTube ist ebenso mit dabei wie Facebook, XING und wer-kennt-wen.

ONLINE RESERVIERUNG mit Best-Preis-Garantie

SOCIAL MEDIA LOUNGE

ZUGBRÜCKE
GRENSAU

Blog-Einträge Pressemitteilungen

- 17 JUN** **ZUGBRÜCKE beim Münz-Firmenlauf**
Auch in diesem Jahr waren die Mitarbeiter der ZUGBRÜCKE beim Firmenlauf in Koblenz dabei. Es war ein schöner und erfolgreicher Tag für alle Teilnehmer.
- 14 DEZ** **Unsere neue Lounge**
Im Brexbachtal zwitschern nun dank Web 2.0 nicht mehr nur die Vögel - Blog von Olaf Gsetzner, Geschäftsführer der ZUGBRÜCKE
- 21 AUG** **7 Prozent für mehr Gastfreundschaft - unser Wahlversprechen**
Wir senken schon mal die Mehrwertsteuer für Sie

Alle Einträge

News Aktionen Veranstaltungen

- 23 FEB** **CampusCar by ZUGBRÜCKE**
Hotel unterstützt innovatives Projekt der WHU Vallendar
- 01 JAN** **Gelungene Premiere für Grenzauer Senioren-Cup**
Tischtennis: Positive Bilanz nach dem 1. Grenzauer Senioren-Cup
- 27 SEP** **Hotel Zugbrücke Grensau bestätigt starken dritten Platz**
4-Sterne-Superiorhotel aus Höhr-Grenzhausen erneut unter den besten Tagungshotels

Alle Einträge

PRESSEKONTAKT
Anprechpartner für PR:


Jasmin Debus
Teamleiterin Verkauf
0 26 24-10 54 68
j.debus@zugbruecke.de

Ansprechpartner für Reservierungen:


Daniela Wolf
Reservierungs- und Veranstaltungsleiterin
0 26 24-10 54 64
d.wolf@zugbruecke.de

SOCIAL MEDIA LOUNGE
f x k fr t

Hier gelangen Sie zur Zugbrücke Social Media Lounge

Hotel Zugbrücke auf Facebook
Gefällt mir

ZUGBRÜCKE BEI YOUTUBE

Zugbrücke Grensau bei Center TV
by ZugbrueckeGrensau

ZUGBRÜCKE BEI TWITTER

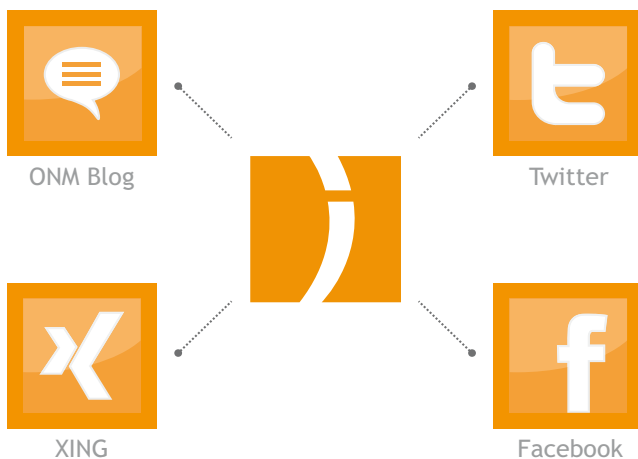
ZUGBRÜCKE BEI FLICKR

PODCASTS
radio/aviva_balancecenter_und_social_media.mp3

Wohin wird die Reise gehen?

Das kann keiner so genau sagen. Spekulationen sind an der Tagesordnung, momentan geht es darin hauptsächlich um Google+. Wie wird sich das neue Netzwerk entwickeln? Wird es Facebook Paroli bieten können oder aber scheitern? Wird es für Unternehmen interessant werden und wenn ja, wie? Wir bleiben für Sie am Ball.

In unserem **Technoblog** und über **Twitter** sind Sie immer gut informiert über News und Trends unserer Branche. Natürlich steht Ihnen das gesamte Team auch jederzeit gerne für ein persönliches Gespräch zur Verfügung.



ONM im Social Web

Natürlich sind wir selbst mit ONM auch in den sozialen Netzwerken aktiv.

- Besuchen Sie uns auf **Twitter** und erhalten Sie stets aktuelle Top-Branchennews
- Werden Sie Fan auf **Facebook** und werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen unserer Agentur
- Oder vernetzen Sie sich mit uns auf XING

7 Unsere Arbeitsweise

Was können wir für Sie tun?

Wir beraten fair, individuell und vor allem im Gesamtkontext Ihrer Unternehmenskommunikation. Wir verleihen Ihrem Unternehmen ein ansprechendes und sympathisches Äußeres, egal auf welchem Kanal. Dabei ist es egal, ob Sie uns für die Umsetzung eines fertigen Konzepts buchen oder aber ganz bei null anfangen wollen und unsere Beratungs- und Konzeptionsstärke benötigen. Wir docken uns dort an, wo unsere Leistung gebraucht wird.

Ein Wort vorneweg: Wir sind strikt gegen Social Media Aktionismus und stellen auch schon mal kritische Fragen. Denn wo es viele Chancen und großen Nutzen gibt, da gibt es auch Risiken und Stolpersteine. Diese soweit wie möglich auszumerzen sehen wir als unsere Aufgabe an.

Wir identifizieren für Sie die Plattformen, auf denen Sie Ihre potenziellen Kunden finden. Denn genauso wenig, wie man auf allen TV-Kanälen Werbespots schalten sollte, hilft auch im Bereich Social Media viel

nicht unbedingt immer viel. Das Ziel sollte nicht sein, unbedingt alle Kanäle bespielen zu wollen, nur weil sie gerade in aller Munde sind. Der Frage nach dem Wo sollte genauso viel Beachtung geschenkt werden, wie dem inhaltlichen Konzept. D.h. welcher Kanal passt am besten zu mir als Unternehmen und gleichzeitig zu meiner Zielgruppe. Gerne begleiten wir Sie auf Ihrem Weg in einen erfolgreichen digitalen Kundendialog.

Wir hoffen, dass wir Ihnen mit diesem Dokument einen kleinen Einblick in die große Welt der sozialen Medien geben konnten. Für alle weiteren Fragen, stehen wir Ihnen sehr gerne persönlich zur Verfügung.

Vielleicht fragen Sie sich z. B. gerade, wie Sie Ihre Kommunikation sozialer gestalten können und welche Plattformen Ihnen geschäftlichen Nutzen bringen könnten. Sie haben eine Idee für einen themenspezifischen Blog oder Sie möchten auf Twitter aktiv werden. Dann sprechen Sie uns gerne persönlich an!

THOMAS KRAMPEN

Geschäftsführer

Telefon: 0261 / 30 380-80

Telefax: 0261 / 30 380-88

tk@onm.de

PHILIPP PUTZER

Beratung / Strategie

Telefon: 0261 / 30 380-80

Telefax: 0261 / 30 380-88

pp@onm.de

8 Unser Kurzprofil

ONM – Leidenschaft für das Ergebnis

Open New Media GmbH, die Internetagentur mit Geschichte und Erfahrung: Seit 1997 bieten wir Ihnen das komplette Portfolio webbasierter Kommunikationslösungen.

Unser Leistungsspektrum reicht von der Beratung über Konzeption, Kreation und Design bis zur technischen Umsetzung und Betreuung digitaler Lösungen.

Unsere Kernkompetenzen sind Websites und Portale, Intranet-Lösungen, E-Commerce-Lösungen sowie digitales Marketing.

Dabei legen wir Wert auf eine ganzheitliche und individuelle Betrachtung Ihres Projekts sowie eine zuverlässige und transparente Abwicklung.

Digital Passion vereint Leidenschaft mit Verstand. Wir arbeiten mit Leidenschaft für Ihr Ergebnis – zielgruppenorientiert und budgettreu. Weil wir Spaß daran haben und unsere Arbeit gerne tun. Das bestätigen uns vor allem unsere Kunden, von denen wir viele schon über Jahre begleiten.



Leistungen – Von der Einzelleistung bis zur Full-Service-Betreuung

Unser Leistungsangebot verfolgt einen ganzheitlichen und nachhaltigen Ansatz. Wir bieten die komplette Bandbreite digitaler Kommunikation, benötigen Sie jedoch nur ein Teilstück davon, sind wir in der Lage dieses ohne Medienbrüche umzusetzen und in bestehende Maßnahmen zu integrieren.

Beratung & Konzeption

- Online-Markenführung
- Online-Strategieberatung
- Technische Konzeption
- Design & Usability

Online-Marketing

- Suchmaschinenmarketing (SEO/SEM)
- Social-Media-Lösungen (SMO/SMM)
- E-Mail-Marketing
- Online-PR

Weitere Services

- Support
- Schulung
- Dokumentation
- Hosting

Webbasierte Kommunikationslösungen

- Corporate Websites
- Webportale
- Intranet & Extranet
- E-Commerce
- Individuelle Anwendungen
- Rich Internet Applications
- Mobile Anwendungen
- Social Media Integration

Eigene Produktlinie netUpdater®

- Content Management
- E-Mail-Marketing
- Webanalyse
- Onlineshop



Kunden (Auszug)



Zahlen und Fakten im Überblick

Rechtsform:

GmbH, HRB 5372, Amtsgericht Koblenz

Gründung:

August 1997

Geschäftsführer:

Inhabergeführt von Thomas Krampen
und Thomas Petmecky

Anzahl Mitarbeiter:

14

9 Feedback

Sie konnten nützliche Informationen aus diesem Dokument entnehmen? Wenn ja, dann war unsere Arbeit nicht umsonst. Damit wir noch besser auf Ihre Wünsche und relevante Themen eingehen können, würden wir uns über ein Feedback freuen.

Unser Online-Feedbackformular erreichen Sie unter

www.onm.de/feedback/

Oder besuchen Sie uns in folgenden Communities



facebook



twitter



XING

10 Impressum

Herausgeber

Open New Media GmbH
Agentur für digitale Kommunikation
Simrockstraße 5
56075 Koblenz

Tel.: 0261 / 30 380-80

Fax: 0261 / 30 380-88

E-Mail: info@onm.de

Web: www.onm.de

Redaktion

Brigitte Krampen (bk@onm.de)

Thomas Krampen (tk@onm.de)

Design & Layout

Gerold Hinzen (gh@onm.de)

Bildquellen in dieser Ausgabe

Früchte © Open New Media GmbH

Open Graph © <http://ogp.me/>

Rechtliche Hinweise

© 2011 Open New Media GmbH, Koblenz.

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium als Ganzes oder in Teilen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Herausgebers.

Die verwendeten Markennamen und -logos sind Eigentum der Hersteller und unterliegen deren Copyright-Bestimmungen. Informationen hierzu entnehmen Sie bitte den Hinweisen der Hersteller auf deren Webseiten.

Haftungsausschluss

Für Fehler in Text, Bildern, Code etc. übernimmt die Open New Media GmbH keine Haftung.

Gerichtsstand ist Koblenz.

Open New Media GmbH

Agentur für digitale Kommunikation

Simrockstraße 5
56075 Koblenz

Tel.: 0261 / 30 380-80

Fax: 0261 / 30 380-88

info@onm.de
www.onm.de