

**Daniel Michelis | Thomas Schildhauer [Hrsg.]**

# **Social Media Handbuch**

**Theorien, Methoden, Modelle und Praxis**

**2. aktualisierte und erweiterte Auflage**



**Nomos**

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	13
Einleitung	15
<i>von Daniel Michelis und Thomas Schildhauer</i>	
<b>Teil 1 Einführung</b>	17
Kapitel 1 Social Media Modell	19
<i>von Daniel Michelis</i>	
Kapitel 2 Strategischer Leitfaden	31
<i>von Daniel Michelis</i>	
<b>Teil 2 Theorien, Methoden und Modelle</b>	43
Kapitel 3 Die Sozialen Medien des Web 2.0	45
<i>von Stefan Münker</i>	
Kapitel 4 Die Sprache der Neuen Medien (Lev Manovich)	56
<i>von Daniel Michelis</i>	
Kapitel 5 Tipping Point (Malcolm Gladwell)	67
<i>von Fabian Greskamp und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 6 Das Cluetrain Manifest (Levine, Locke, Searls, Weinberger)	81
<i>von Markus Korbien</i>	
Kapitel 7 Naked Conversations (Robert Scoble, Shel Israel)	90
<i>von Karin Schlüter</i>	
Kapitel 8 Die Weisheit der Vielen (James Surowiecki)	104
<i>von Hendrik Send</i>	
Kapitel 9 Organisieren ohne Organisationen (Clay Shirky)	118
<i>von Daniel Michelis</i>	
Kapitel 10 Crowdsourcing (Jeff Howe)	134
<i>von Bastian Unterberg</i>	
Kapitel 11 The Future Of Ideas (Lawrence Lessig)	149
<i>von Stefanie Funke</i>	
Kapitel 12 Wikinomics (Don Tapscott, Anthony D. Williams)	162
<i>von Alexander Kain</i>	
Kapitel 13 Vernetzte Informationswirtschaft (Yochai Benkler)	174
<i>von Tilo Schmalz</i>	

## Inhaltsverzeichnis

Kapitel 14	Was würde Google tun? (Jeff Jarvis).....	182
	<i>von Lutz Schirrmeister</i>	
Kapitel 15	Open Leadership (Charlene Li).....	193
	<i>von Tom Reichstein und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 16	The Long Tail (Chris Anderson).....	203
	<i>von Daniel Michelis und Tanja Michelis</i>	
Kapitel 17	Free (Chris Anderson).....	219
	<i>von Anna Riedel</i>	
Kapitel 18	POST-Methode (Charlene Li, Josh Bernoff).....	234
	<i>von Daniel Michelis</i>	
Kapitel 19	HERO-Konzept (Josh Bernoff, Ted Schadler).....	247
	<i>von Stefan Stumpp und Daniel Michelis</i>	
<b>Teil 3</b>	<b>Praxis: Analysen, Berichte und Handlungsempfehlungen</b> .....	<b>257</b>
Kapitel 20	Die sozialen Medien des Web 2.0: Strategische und operative Erfolgsfaktoren am Beispiel der Facebook-Kampagne des WWF	259
	<i>von Sascha Gysel, Daniel Michelis, Thomas Schildhauer</i>	
Kapitel 21	Tipping Point: Anwendungsfall Mil Santos.....	275
	<i>von Ira Schiwiek</i>	
Kapitel 22	Das Cluetrain Manifest: Anwendungsfall Publicis Conversation Reader®.....	282
	<i>von Ralf Löffler und Florian Maier</i>	
Kapitel 23	Here Comes Everybody: Anwendungsfall WARSTEINER.....	293
	<i>von Ben Künkler und Thorsten Terlohr</i>	
Kapitel 24	Crowdsourcing: Anwendungsfall Jovoto.....	303
	<i>von Conradin Mach-Sonnenberg</i>	
Kapitel 25	The Future of Ideas: Anwendungsfall CreativeCommons.....	311
	<i>von Sebastian Volkmann</i>	
Kapitel 26	Open Leadership: Anwendungsfall Berliner Stadtreinigung.....	323
	<i>von Anna Riedel und Steffen Albrecht</i>	
Kapitel 27	Long Tail: Anwendungsbeispiel freies Theater.....	331
	<i>von Robert Christott</i>	
Kapitel 28	POST-Methode: Anwendungsfall MÄRZ München AG.....	336
	<i>von Nicole Krake, Florian Resatsch, Manuela Schnitzenbaumer, Daniel Michelis</i>	
	Stichwortverzeichnis.....	351