

Inhaltsverzeichnis

1	Intro: Was der Begriff »Ende« bedeutet	9
2	Social Media: Ein schöner Gedanke	17
2.1	Das Aufkommen des Social Web	17
2.2	Soziale Netzwerke und der Social Graph	27
3	Der Weg der Entfremdung	41
3.1	Algo Media: Algorithmen statt Freunde	41
3.2	Interest Media: Content statt People	56
3.3	Recommendation Media: Empfehlungen statt Beziehungen	64
3.4	Synthetic Media: Maschinen statt Menschen	75
3.5	Private Media: Rückzug statt Öffentlichkeit	86
4	Zwischenfazit: Die Zeichen des Wandels	97
4.1	Media: Das Ende der »Social«-Komponente	97
4.2	Menschen: Der Epilog einer Party	105
4.2.1	Auf der Suche nach den Gründen	105
4.2.2	Was Zahlen aussagen können	114
4.3	Maschinen: Entertainment statt Networking	122
4.4	Zukunft: Enklaven oder Neuanfang	128
5	Das Revival der integrierten Kommunikation	137
5.1	Strategie: Integriert denken und handeln	140
5.1.1	Social Media verstehen	140
5.1.2	Disziplinen vernetzen	145
5.1.3	Eigene Plattformen stärken	152
5.2	People: Menschen sprechen lassen	163
5.2.1	Köpfe: Digital-Communication-Manager	163
5.2.2	Mitarbeitende: Die neuen Markenbotschafter	166
5.3	Content: Inhalte gezielt aufbereiten	176
5.3.1	Strategisch	177
5.3.2	Kanalspezifisch	180
5.3.3	Sichtbar	183
5.3.4	Strukturiert	184
5.3.5	Authentisch	190
5.3.6	Interaktiv	191
5.3.7	Teilbar	194

6	Schade: Abschied von »Social«	197
7	Literatur	203
7.1	Studien	203
7.2	Bücher und Beiträge	203
	Stichwortverzeichnis	207
	Autor	211