

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkungen	7
1 Einleitung	9
2 Herausforderungen der Medienbranche im digitalen Zeitalter	11
2.1 Veränderungen im Mediennutzungsverhalten	11
2.2 Handlungsbedarf klassischer Medienverlage	14
2.3 Etablierung neuer Online-Medien	19
3 Soziale Netzwerke als Distributionskanäle	29
3.1 Begriffserklärungen: Soziale Medien und Netzwerke	29
3.2 Geschichte und Funktionsweise Sozialer Netzwerke	30
3.3 Soziale Netzwerke als unternehmerisches Instrument	34
3.4 Einsatz von Sozialen Netzwerken im Journalismus	36
4 Virale Effekte als Schlüssel zum Erfolg im Social Web	47
4.1 Begriffserklärungen: virale Effekte und virales Marketing	47
4.2 Beispiele für die virale Verbreitung von Inhalten im Netz	50
4.3 Erkenntnisse aus der interdisziplinären Forschung	53
4.4 Erkenntnisse aus der Analyse klassischer und viraler Medien	61
5 Handlungsempfehlungen für den journalistischen Alltag	73
6 Umgang mit reichweitenstarken Inhalten: Diskussion und Ausblick	79
Glossar	83
Literaturverzeichnis	89
Abbildungsverzeichnis	99

Medienunternehmen im Social Web
Erkenntnisse zur reichweitenstarken
Content-Generierung
Goldapp, N.
2016, VIII, 91 S. 5 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-11736-8