

### Buch-Tipp

#### **„Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook & Co.“ Tamar Weinberg, 2010**

Früher fanden Gespräche am Gartenzaun oder am Stammtisch statt. Das gibt es nach wie vor, aber heutzutage werden Informationen, Meinungen und Erfahrungen immer mehr mithilfe von Community-Websites ausgetauscht. Das geschieht in sozialen Netzwerken wie Facebook, Xing, You Tube, Twitter und anderen. Wer als Unternehmer diese Online-Netzwerke nutzen will, um sich und sein Unternehmen dort zu etablieren, der ist bestens bedient mit dem Buch „Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook und Co“.

Schon zu Beginn legt die Autorin Tamar Weinberg dar, dass Social Media Marketing ein langfristiger, mühsamer und aufwändiger Vorgang ist. Es geht darum, in der Community Beziehungen und Vertrauen aufzubauen. Wer an den Netzwerken teilnimmt, der redet mit den anderen und nicht zu den anderen. Direktes Verkaufen, Werbung und platte Produktinformationen sind hier fehl am Platze.

Die ersten vier Kapitel beschreiben Grundsätzliches wie die Zielgruppenanalyse, das Formulieren von Zielen und das Erstellen einer speziellen Strategie. Anschließend geht es in rein in Praxis. Wie verhalte ich mich in den unterschiedlichen Netzwerken? Wie nutze ich Blogs oder Social Bookmarking? Was nutzt Twitter? Für meinen Geschmack wären hier konkrete Beispiele aus dem realen PR- und Marketing-Leben hilfreich gewesen, leider kommen diese zu kurz.

Ein Kapitel beschäftigt sich mit dem neuen Medienmix im Internet. Mit dem Einsatz von Fotografie, Podcast und Video. Allerdings entsteht dabei der Eindruck, dass es für jeden ganz einfach wäre, qualitativ hochwertige Inhalte mal eben selbst zu produzieren. Da meine ich, so einfach ist das nicht. Wenn ein Podcast oder ein Video schlecht gemacht ist, ist die negative Wirkung viel zu groß. Also, lieber Profis ranlassen oder sich wenigstens von Experten beraten lassen.

Das Buch „Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook & Co.“. Geschrieben von Tamar Weinberg. Erschienen im O´Reilly Verlag. Zum Preis von 29,90 €.