

# Best

**MEDIA**

**DMEXCO,**  
**15.-16.09.,**  
**KÖLN**  
[www.dmexco.de/](http://www.dmexco.de/)  
Fachmesse für  
digitales Marketing

## SOCIAL-MEDIA-NACHHILFE



### Digitalks-Gründerin Meral Akin-Hecke über Sprachverwirrungen im Web 2.0

**Bestseller** Warum haben Sie 2007 Ihre Digitalks-Plattform gegründet?

**Meral Akin-Hecke** Damals fand ich die Einstiegsangebote für Social Media in Österreich nicht berauschend. Ich wollte ein niederschwelliges, kostengünstiges Informationsangebot schaffen, um Menschen und Unternehmen neugierig und mit den neuen Kommunikationstools vertraut zu machen. Dabei sollte Digitalks auch eine erste Sammelstelle für die Erfahrungen von Web-2.0-Praktikern sein.

Richtet sich Digitalks an private oder auch an professionelle Nutzer?

**Akin-Hecke** Unsere Plattform ist sowohl für Einsteiger als auch für Experten konzipiert, sie soll aber vor allem beide Welten zusammenbringen – damit wir nicht mehr aneinander vorbeireden.

Und aus was besteht das Angebot genau?

**Akin-Hecke** Zum einen aus kostenlosen Infoabenden – den so genannten Digitalks. Dabei sind die herkömmlichen Digitalks auf die Allgemeinheit zugeschnitten, während die „Digitalks for Business“ sich an Firmen, PR- und Marketingabteilungen richten. Weiters bieten wir Intensiv-Workshops an, die „Digitools“, sowie unseren Online-Auftritt mit Blog, Livestream und Screencasts über Social Media.

Wo liegt der derzeitige Status quo bei Unternehmen in Sachen Web-2.0-Einsatz?

**Akin-Hecke** Es herrscht noch viel fehlendes Vorwissen. Viele Firmen hören von Social-Media-Erfolgen, wissen aber nicht, dass so etwas mit viel Arbeit und Einsatz verbunden ist. Social Media ist keine kurzfristige Sache, deren Erfolg an messbaren Größen festzumachen ist.

Welche Ratschläge haben Sie für diese Unternehmen?

**Akin-Hecke** Es ist wichtig, dass Unternehmen Social Media für sich selbst entdecken und zum Teil ihres Tagesablaufs machen, die Angebote im Netz erforschen, herausfinden, welche Plattformen für sie interessant und nützlich sind. Ohne eigene Nutzung kann man mit Social Media langfristig nicht erfolgreich sein. Und genau hier will Digitalks helfen.

**Ad personam.** Meral Akin-Hecke arbeitet als Online & Mobile Media Consultant. Mit „Digitalks“

gründete sie 2007 ein Netzwerk für digitale Medien, das monatlich kostenlose Veranstaltungen zum Thema Web 2.0 veranstaltet. 2009 wurde gemeinsam mit 16 Bloggern das „Digitalks – Web 2.0 Handbuch“ herausgegeben.

CD-Tipps von **Hans Kulisch**



**M.I.A.**

**Maya**  
XL

**Die Agitprop-Ikone M.I.A. ist sich auch auf ihrem dritten Album treu geblieben,**

**unbequem, lautstark, politisch wie eh und je. Dass die eigensinnige Tamilin – mittlerweile berühmt und fest verankert im Pop-Business – nicht aufgibt, Polit-Statements zu verbreiten, ist an sich schon bewundernswert. Der musikalische Unterbau setzt dann noch einen drauf mit zahlreichen Verrücktheiten und einem irren Genremix, den sie eigentlich so erst richtig eingeführt hat. Manche halten sie zwar für eine Salonaktivistin, aber musikalisch geht das dann noch immer in Richtung Zukunft. Sperrige Sache und in der Wahl der Produzenten und Mitstreiter wie zum Beispiel Diplo ist sie immer noch an vorderster Front zu finden. So klingt globalisierte Musik auf dem Minenfeld.**



**Nas & Damian Marley**  
**Distant Relatives**  
Universal

Die Presse feiert einen neuen Meilenstein. Urbaner, globaler Pop, wie er überall gespielt werden könnte. Die perfekte Mischung aus Hip-Hop, Reggae und afrikanischer Musik mit so tollen Gästen wie Mulatu Astatke oder K'naan. Hier ergänzen sich der Rapper Nas und der Marley-Sohn kongenial und frönen der panafrikanischen Idee.



**Laurie Anderson**  
**Homeland**  
Nonesuch

Laurie Anderson arbeitet noch immer

in einem Parallelluniversum der Musikbranche und widmet sich hier wieder ihrem Lieblingsthema: amerikanischer Kultur. Quasi ein Update zu ihrem Multimedia-Opus „United States I-IV“ ist sie hier eher kammermusikalisch unterwegs mit apokalyptischen Geschichten.



**Patrick Pulsinger**  
**Impassive Skies**  
Trorst

Patrick Pulsinger ist Wiens Meister der

Produktion und des Masteringbusiness, jetzt hat er sich wieder mal seiner alten Leidenschaft als Technoproduzent besonnen und ein 8-Track-Album herausgebracht, wo der Funk neben wallen Experimenten immer bestimmend ist. Geniale, jazzig angehauchte Grooves mit tollen Gästen.

**SOCIAL-MEDIA-VORSCHAU**

Die relevantesten Events zum Thema

**MEDIENCAMP VIENNA 2010, 18.09., WIEN**[www.barcamp.at/Mediencamp](http://www.barcamp.at/Mediencamp)Die neue Art der Konferenz: das Barcamp.  
Wenn Publikum und Podium auf einer Ebene  
gemeinsam über die Zukunft der  
Medien 2.0 diskutieren.**ÖSTERREICHISCHE MEDIENTAGE 2010****21.-23.09., WIEN, [www.medien-tage.at](http://www.medien-tage.at)**

Das Generalmotto: „Chaos, Krieg oder Aufbruch?“

**ONLINE DAY AUSTRIA, 23.09., WIEN**[www.medien-tage.at](http://www.medien-tage.at)

Eintägige Sonderveranstaltung im Rahmen der Medientage

**PR 2.0 FORUM 004, 01.10., Hamburg**[www.pr20forum.de](http://www.pr20forum.de)Veränderungen der Unternehmenskommunikation  
und Öffentlichkeitsarbeit in Zeiten des Web 2.0**AMBUZZADOR****BUZZATTACK, 19.10., WIEN**[www.ambuzzador.com/buzzattack](http://www.ambuzzador.com/buzzattack)„Digitale Reputation – die neue  
Währung in der Markenführung“**SOCIAL MEDIA FORUM,****28.09., HAMBURG**[www.socialmediaforum.de](http://www.socialmediaforum.de)Halbjährliche Veranstaltung  
über die Veränderungen in  
einer vom Web 2.0 beein-  
flussten Medienlandschaft**WORLD BLOGGING****FORUM 2010, 13.11., WIEN**<http://wbf2010.at>Internationale Blogger  
diskutieren über die  
Medienwelt von morgen**SOCIAL MEDIA FÜR UNTERNEHMEN,****31.08.-01.09., WIESBADEN**[www.conferencegroup.de](http://www.conferencegroup.de)Im Rahmen des Social Media Summit 2010  
diskutieren Social-Media-Experten und  
Juristen über Vorzüge und „Fallstricke“ von  
Social-Media-Strategien in Unternehmen**MEDIENTAGE MÜNCHEN,****13.-15.10., MÜNCHEN**[www.medientage-muenchen.de/](http://www.medientage-muenchen.de/)Motto 2010: „Wert(e) der  
Medien in der digitalen Welt“**RE:PUBLICA 2011,****APRIL 2011, BERLIN**<http://re-publica.de/11/>Internationale  
Social-Media-Konferenz**SOCIAL-MEDIA-NACHLESE**Hilfreiche,  
topaktuelle  
Web-2.0-Bücher**SHIH, CLARA****The Facebook Era**Prentice Hall,  
Boston 2009,256 Seiten, 19,99 Euro,  
ISBN 978-0-13-715222-3**Geschäfte unter Freunden**Wie soziale Online-Netzwerke Unterneh-  
men helfen können, bessere Produkte her-  
zustellen, neue Zielgruppen zu erreichen  
und schlicht „mehr Zeug zu verkaufen“ –  
das alles erklärt Clara Shih, Entwicklerin  
der ersten Business-Applikation für Face-  
book, in drei Teilen: Ein Überblick über die  
Geschichte von Social Media, Möglichkei-  
ten für Verkauf, Marketing, Innovation und  
Personalbeschaffung in sozialen Netzwor-  
ken sowie ein Leitfaden für die geschäftli-  
che Nutzung von Facebook führen auch  
Neulinge sicher durchs Netzwerk.**ERIK QUALMAN****Socialnomics**Verlagsgruppe Hühthig  
Jehle Rehm,  
Heidelberg 2010,246 Seiten, 24,95 Euro,  
ISBN 978-3-8266-9020-4**In Echtzeit**Erik Qualman, Global Vice President of  
Online Marketing bei EF Education, zeigt in  
„Socialnomics“ die Veränderungen durch  
Social Media für die Wirtschaft und die Ge-  
sellschaft auf. In Fallbeispielen beschreibt  
er anschaulich den sozioökologischen  
Wandel und zeigt auf, wie Unternehmen  
die neuen Kommunikationskanäle nutzen  
können – ja sollen – um am Ende nicht als  
Verlierer dazustehen. Dieses Buch ist vor  
allem für Marketer sehr interessant, aber  
sei auch all jenen, die wissen wollen, was  
hinter dem Hype steckt, sehr ans Herz  
gelegt. Der Autor freut sich über Feedback  
[twitter@erikqualman](http://twitter.com/erikqualman).**SOCIAL-MEDIA-WEGWEISER**

Unternehmensguidelines zum Nachahmen

<http://socialmediagovernance.com/policies.php> Interessante Beispielsammlung von Social-Media-Guidelines von  
internationalen Unternehmen wie Kodak, BBC, Coca-Cola, Hill und Knowlton, HP oder IBM.<http://somain.org/guidelines/> Checkliste vom Netzwerk Society for Management and Internet für Unternehmen,  
die Social-Media-Guidelines erstellen möchten.[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org) Tipps für den Einstieg ins Social-Media-Marketing sowie Richtlinien, die es zu beachten gilt  
(„Social Media Code of Ethics“) – erstellt vom Bundesverband für Digitale Wirtschaft (BVDW).[http://handbook.reuters.com/index.php/Main\\_Page](http://handbook.reuters.com/index.php/Main_Page) Selbst das Regelwerk „Handbook of Journalism“ von Reuters  
enthält mittlerweile ein Kapitel mit Social-Media-Richtlinien – über den Umgang von Reuters-Journalisten mit  
Facebook, Twitter & Co.[blog.daimler.de](http://blog.daimler.de) Blog und Kommentarrichtlinien für das Social Web von Daimler AG.[www.sapweb20.com/blog/2009/07/sap-social-media-guidelines-2009/](http://www.sapweb20.com/blog/2009/07/sap-social-media-guidelines-2009/) Social-Media-Guideline von SAP.  
Sie wurde gemeinsam per internem Wiki mit den Mitarbeitern erarbeitet.<http://www.digitaltalks.at/2010/07/06/socialmediamanual/> Überraschender Social-Media-Guide der  
voestalpine AG – auch Stahl macht Web 2.0.[www.facebookmarketing.de](http://www.facebookmarketing.de) Sehr relevanter und umfangreicher Blog rund um Facebook, Marketing und Werbung.<http://www.tourismusbesprechungsraum.at/die-10-besten-tipps-fur-social-media-im-tourismus.html>

Auch für die Tourismusbranche ist Social Media unabdingbar, hier gibt es zehn Tipps.