

# Vorwort

Als mich der Linde Verlag ansprach, ob ich dieses Buch schreiben wollte, war ich einerseits begeistert, weil mich das Thema Social Media fasziniert. Andererseits ist es viel Aufwand, ein Buch neben dem Tagesgeschäft zu schreiben. Als die Wirtschaftswoche als Kooperationspartner hinzukam, war mein Entschluss jedoch schnell gefasst: „Ja, ich schreibe es!“ Und nun halten Sie es in Händen.

Wie ich es geschafft habe? Nun, ich habe mich daran erinnert, was ich in Kanada beim Creative Writing gelernt habe: kollaboratives Schreiben! Das heißt: Schreiben im offenen Austausch mit anderen Menschen. Zum Beispiel mit Menschen, die mir im Rahmen von Experten-Interviews ihr qualifiziertes Wissen für dieses Buch zur Verfügung gestellt haben.

Zum Beispiel Testleser, die mir jede Woche Feedback gegeben haben, das ich direkt in das Buch einarbeiten konnte. Zudem profitierte ich vom interaktiven Austausch in Facebook, auf Xing, Twitter und in Blogs, wo ich viele Anregungen erhalten habe. Auch die Social Media Akademie muss ich lobend erwähnen, die Wissen auf hohem Niveau vermittelt.

„Social Media für Unternehmer“ entstand durch eigene Erfahrungen mit Social-Media-Projekten und nach umfassenden Recherchen. Durch viele persönliche Gespräche und Experten-Interviews fasst das Buch das Know-how vieler Menschen zusammen.

In jedem Social-Media-Projekt gilt es, kompetente Menschen für einen fundierten Dialog zu finden, die Ressourcen klug zu managen und den Erkenntnisprozess fließen zu lassen. So habe ich mir beim Schreiben des Buches die Vorteile der Sozialen Medien selbst zunutze gemacht, deren Grundprinzipien liegen dem Werk zugrunde: Tempo, Dialog und Interaktivität.

Alle Inhalte sind nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert. Trotzdem ist aber eines klar: Dieses Buch kann nicht mit dem dynami-

schen Tempo von Social Media mithalten. Wohl aber kann es spannende Social-Media-Inhalte komprimiert und unterhaltsam vermitteln.

In jedem Kapitel finden Sie praktische Anleitungen und prägnante Analysen der relevanten Einzelfaktoren, auf die es ankommt. Das Buch gibt viele Anregungen und Impulse zur systematischen Optimierung Ihres Geschäfts. Es enthält interessante Praxisbeispiele, wertvolle Impulse und konkrete Tipps.

Es erhebt jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Ergänzungen und interaktiver Dialog sind daher herzlich willkommen. Dieses Buch wird sozusagen online weitergeschrieben – im Blog und auf unserer Facebook Fanpage. Wir freuen uns über Ihr Feedback, über anregende Diskussionen und sind offen für Ihre aktuellen Ergänzungen:

- Blog: [www.socialmedia24.eu](http://www.socialmedia24.eu)
- Facebook: [www.facebook.com/socialmedia24](http://www.facebook.com/socialmedia24)

Herzlichen Dank an alle Beteiligten!

- Experten-Team: Dr. Willms Buhse, Klaus Eck, Edgar Geffroy, Mirko Lange, Martin Müller, Joachim Rumohr, Evrim Sen, Thorsten Schwarz, Melanie Tamble, Dr. Carsten Ulbricht, Monika Zehmisch
- Unternehmensbeiträge: Coca-Cola, Deutsche Telekom, IBM, Grohe, Lufthansa, Mercedes Benz, Nutella
- Testleser: Dirk Carstens, Annette Elias, Marc Trützschler, Marcel Schöne, Andreas Surendorf, Karen Thiel, Julia Tholen

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Claudia Hilker

