

Medienarbeit des MÜNCHNER KREIS

Wieviel PR 2.0 tut dem MK gut?

September 2011

Till Breitung, Sky Communications



Media Relations seit 2007

Bestandsaufnahme

- Strategische Planung
 - Definition der Kommunikationsziele
 - Soll-Ist-Abgleich (Reputation)
 - Definition von Zielgruppen, Themen/Botschaften, Zielmedien, Maßnahmen
- Ständiges PR-Backoffices
- Presseseite auf MK-Homepage
- Laufende Betreuung und Ausbau des Mediennetzwerks
- Öffentlichkeitsarbeit zu MK-Veranstaltungen und -Publikationen
- Abstimmung und Erstellung der Presseinformationen
- Themenplatzierung
- Medienscreening, -auswertung und Dokumentation



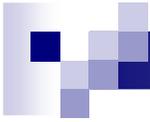
Zielmedien

- Tageszeitungen (Ressorts Wirtschaft, Politik, Technik, Medien, Wissen)
- Fachmedien (Wirtschaft, Politik, Technik, Medien, Wissenschaft)
- Onlinemedien (Ressorts Wirtschaft, Politik, Technik, Medien, Wissen)
- TV/Radio
- Nachrichtenagenturen
- Pressestellen



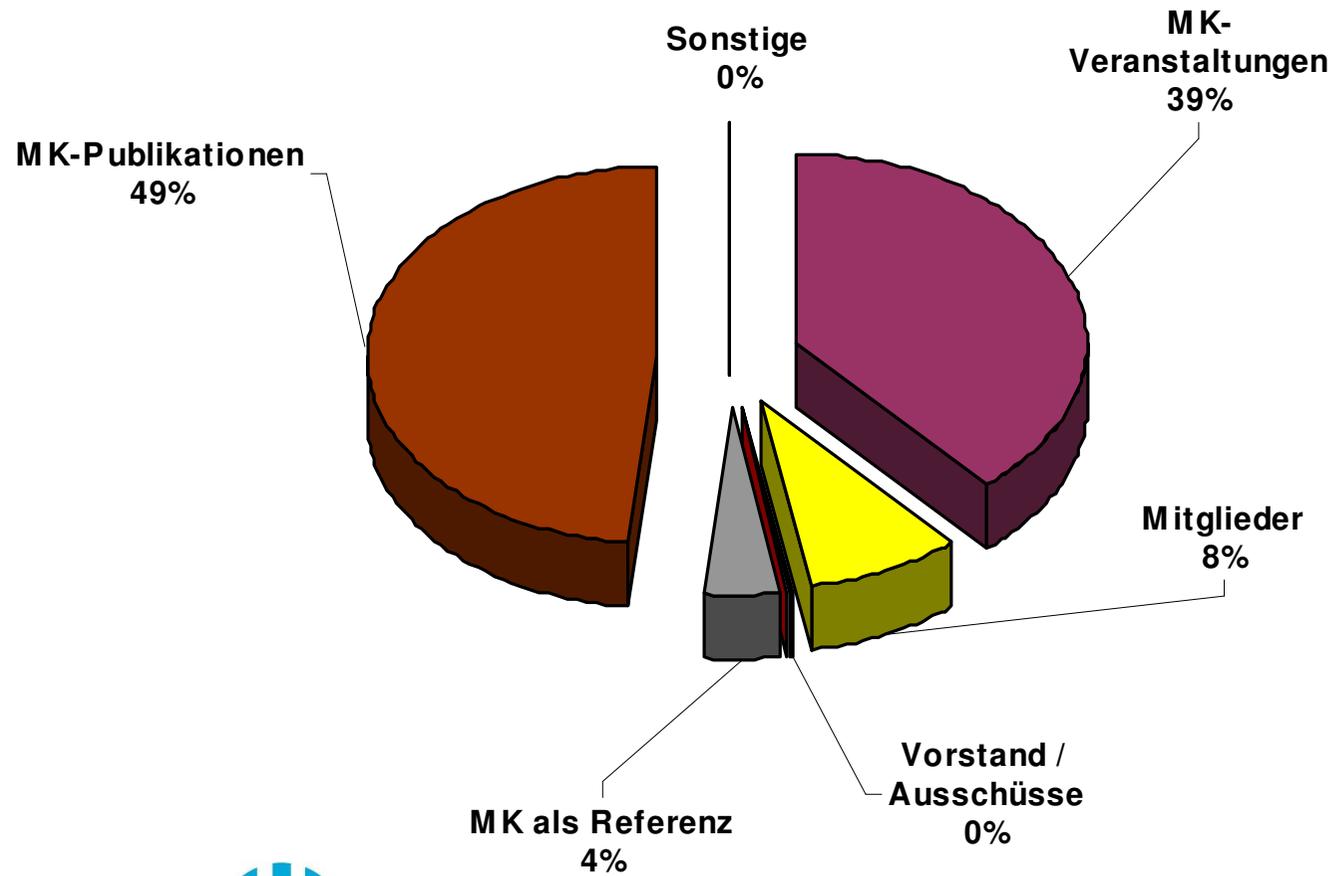
Zielthemen

- MK-Veranstaltungen
- MK-Publikationen
- MÜNCHNER KREIS: der IKT- und Medien-Thinktank
- Rolle des MÜNCHNER KREIS als Mediator zwischen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft
- Arbeit der MK-Gremien
- Ausgewählte IKT- und Medienthemen



Publizierte Themen

aus 1083 Artikeln seit 2007



Berichterstattung Printmedien

Beispiele (aus 133 Artikeln seit Ende 2007)

Standpunkt: Arnold Picot

Deutsche Breitbandstrategie hinkt hinterher

Erstmals verspricht ein Koalitionsvertrag ein echtes Engagement fürs Internet. Das ist auch nötig, denn die deutsche Breitbandstrategie hinkt im internationalen Vergleich hinterher. Australien zeigt, wie es gehen kann. Spätestens in zehn Jahren werden mehr als 95 Prozent der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland das Internet regelmäßig nutzen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Münchner Kreises zur Zukunft der Informationsgesellschaft. Die in der Studie befragten Fachleute erwarten, dass wir im Jahr 2020 mit einer durchschnittlichen Bandbreite von rund 40 Mbit/s für den Up- und Download von Daten im Internet surfen werden. Für die mobile Nutzung des Internets werden 20 Mbit/s prognostiziert. Angesichts der heutigen Durchschnittsbandbreiten von unter einem Mbit/s für stationäre Nutzung und deutlich unter 500 Kbit/s für mobile Nutzung stellt sich die Frage, ob die politischen und wirtschaftlichen Weichen für die Erreichung der erwarteten Szenarien richtig gestellt sind. Fraglich ist zudem, ob die vorausgesetzten Bandbreiten ausreichen werden.

Deutschland immense Anstrengungen unternehmen muss, will es nicht hinter andere Wirtschaftsnationen zurückfallen. Das im Februar dieses Jahres ausgearbeitete Ziel der alten Bundesregierung lautet, bis 2010 flächendeckend eine Mbit/s verfügbar zu machen. Bis 2014 sollten 7 Prozent der Haushalte mit 50 Mbit/s angebunden sein. Hierfür wurden 150 Millionen Euro bereitgestellt. Doch so viel ist sicher: Weder sind aus heutiger Sicht ein Mbit/s in der Fläche ausreichend, noch wird man mit den bisherigen Anstrengungen



Arnold Picot leitet das Institut für Information, Organisation und Management der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Fest steht, dass in zehn Jahren die tatsächlich verfügbare Bandbreite eine wesentliche größere Rolle spielen wird, als sie heute in vielen Bereichen des privaten und wirtschaftlichen Lebens spielt. Von ihr wird abhängen, welche neuen Angebote und Dienste wir im Internet nutzen werden. Sie bestimmt, wie Bildung, Unterhaltung, Kaufverhalten und nicht zuletzt unser zivilgesellschaftliches Engagement aussehen werden. Mehr noch: Die tatsächlich verfügbare Bandbreite wird über unsere Möglichkeiten zur Wertschöpfung und damit über die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft entscheiden. Auf den ersten Blick steht Deutschland nicht schlecht da. In ihrem jüngsten Report attestiert die EU der Bundesrepublik für 2008 mit 27 Prozent Breitbandpenetration ein überdurchschnittliches Niveau (EU-Durchschnitt 22,9 Prozent). Spitzenreiter sind Dänemark und die Niederlande mit 37,3 Prozent und 36,2 Prozent. Allerdings geht der Report davon aus, dass

gen auch nur annähernd den gesteckten Zielen gerecht. Politik und Wirtschaft haben in der Breitbandentwicklung mit dem Ziel zu tun, das sich ständig fortbewegt und das wieder Selbstzufriedenheit noch Stillstand erlaubt. Im Koalitionsvertrag erklärt die Bundesregierung ihre Breitbandstrategie drei Passagen. Erstens will man die Breitbandversorgung „sowohl in der Fläche als auch in der Leistungsfähigkeit“ steigern. Zweitens gehört eine flächendeckende Breitbandversorgung für die Bundesregierung „zur Daseinsvorsorge“. Und drittens sind Wettbewerb, Regulierung und Kooperation die maßgeblichen Säulen für eine zeitige Umsetzung der Breitbandstrategie. Als Maßnahmen werden ein Monitoring zum zeitzeitigen Umsetzungsstatus der Breitbandstrategie, investier-

Management der Informationen

Neuer Personalausweis: Ohne Sicherheit keine Akzeptanz

DATENSICHERHEIT UND DATENSCHUTZ

Peter Schar, Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, Prof. Dieter Kohl, Vorstandsvorsitzender der DATEV und Präsidiumsmitglied im BITKOM, sowie Dr. Ralf Schneider, CIO e Allianz Deutschland, haben durchaus unterschiedliche Ansichten dazu, was der neue Personalausweis bedeutet. Für Digitalbusiness stehen sie Till Breitung Rede und Antwort. **VON TILL BREITUNG**

SEIT NOVEMBER wird in den Bürgersammlungen von Hamburg bis Garmisch der neue Personalausweis ausgeteilt. Er wird neben dem bekannten Identifizierungswort auch neue Identifizierungsmittel wie die Online-Web-Offenheit (eID) und der qualifizierten elektronischen Signatur soll das neue Ausweindokument im Scheckkartenformat dem Bürger mehr Sicherheit im Internet bringen. Der Münchner Kreis, eine gemeinnützige Vereinigung für Kommunikationsforschung, hat die Entwicklung und Einführung des neuen Personalausweises von Anfang an begleitet. Nun befragt der Münchner Kreis die in den Startbereichen stehenden Akteure zu den Herausforderungen bei der Einführung.

Das Bundesinnenministerium hat bislang große Zustimmung zum neuen Personalausweis erklärt, aber ebenso kritisiert, dass der Schutz der persönlichen Daten bei der Verwendung des neuen Personalausweises und seiner Zusatzfunktionen Privatheit haben muss. Viele haben das ja manche unterschätzt.

Die von Herrn Schar angesprochene Kritik zu einem elektronischen Wasser in Herrn de la Motte'schen Sinne. Wir sind bei der sehr vertraut mit technischen Herausforderungen und Datenschutz. Was neuen Personalausweis gemacht auch mit Hilfe des Know-how's des Bundesinnenministeriums

digitalbusiness: Die letzten Vorbereitungen zur Einführung des neuen Ausweises laufen. Welche grundsätzlichen neuen Herausforderungen bringt dieses Projekt denn für den Datenschutz mit sich?

Schar: Beim neuen Personalausweis sind Datenschutzfragen von zentraler Bedeutung. Dies gilt für alle dort vorgesehenen Funktionalitäten, also sowohl für die benannten Merkmale als auch für die Nutzung von elektronischen Identifikationen. Dabei muss ein hohes Sicherheitsniveau gewährleistet werden. Es ist auch Voraussetzung dafür, dass der neue Personalausweis akzeptiert wird. Die Diskussion um die Sicherheit der Longcode, die von keinem entgegengesetzten

promedia: Herr Hess, wie stark sind die klassischen Sender durch die technischen Veränderungen wie Web-TV oder auch HbbTV unter Druck geraten?

Hess: Es gibt zwei wichtige technische Entwicklungen: Die eine ist die starke Ausdifferenzierung bei den Netzen. Früher lief die Distribution überwiegend über ein Netz, es herrschten Engpässe. Heute dagegen gibt es sehr viele Wege zum Nutzer. Die zweite Entwicklung vollzieht sich bei den Endgeräten: Es gab den

Hybride heute aber zu abschätzen wie v. Entwicklung und der Wissenskommunikation zwangsverändert. Verhältnis Haupt.

Entsprechend wird Medienkompetenz auch im Arbeitsumfeld der Menschen immer mehr an Bedeutung gewinnen. „Dabei ist die Entwicklung der Informationsgesellschaft kein Automatismus, der sich durch den rasanten technischen Fortschritt technologischer Entwicklungen und der Wissenskommunikation zwangsverändert einstellt“, warnen die Autoren der Studie. Trotz der schnellen Verbreitung des Internet und seiner Dienste, insbesondere der sozialen Medien, werde die Kompetenz zur Anwendung dieser Möglichkeiten in weiten Teilen der Bevölkerung noch nicht vorhanden sein. „Der Umgang und das Zurechtfinden der Menschen in dieser sich verändernden Lebenswelt, sei es privat oder beruflich, lässt sich als eine zentrale Herausforderung an moderne Gesellschaften und Wirtschaftssysteme formulieren“, heißt es in der Studie.

Die gesellschaftlichen Bedingungen müssen mit den Veränderungen Schritt halten – und zwar schnell. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Deutschland in diesem Themenkomplex derzeit nicht zum Kreis der weltweit führenden Länder gehört. Die Kompetenz der Bürger

24 | Pro Media | 6/2011 | Fernsehen

>> Das Fernsehen wandelt sich – doch der Nutzer ändert sein Verhalten nur langsam

„Content-Anbieter müssen auf singuläre Plattformen setzen“

Interview mit Prof. Dr. Thomas Hess, Direktor der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU)

„Den deutschen Fernsehmarkt kann mir Thomas Hess von der LMU München in Plattformen werde der Markt nach wie dominiert, die immer noch den Fernsehsendern die TV-Sender durch das Internet vorklein. Dabei hält Thomas Hess Plattformen gesendete Inhalte anbieten, „für eine

hl. FRANKFURT, 9. November. Spätestens in zehn Jahren werden 95 Prozent der Erwachsenen in Deutschland das Internet regelmäßig nutzen. Und spätestens in 15 Jahren ist das Internet die Unterhaltungsspielplatz Nummer eins in Deutschland. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage unter 550 Fachleuten aus Politik, Industrie und Wissenschaft zur Zukunft der Informationsgesellschaft bis zum Jahr 2030. Als Kernaufgabe dieser Entwicklung wird gesehen, alle Menschen auf diesem Weg mitzunehmen, um die digitale Spaltung zu überwinden. „Die Kluff zwischen Gesellschaften, die am digitalen Leben teilhaben, und denen, die hiervon nicht profitieren, gilt es zu überwinden. Und zwar in mehrfacher Sicht: zwischen Stadt und Land, jung und alt sowie zwischen Menschen geringerer und höherer Bildungsstände“, sagt Arnold Probst, Vorstandsvorsitzender des Münchner Kreises, der zu den Initiatoren der Studie gehört. Allerdings sind die befragten Fachleute skeptisch: Rund die Hälfte gibt davon aus, dass die digitale Spaltung aufgrund der zunehmenden Alterung der Gesellschaft erst 2030 oder vielleicht sogar nie überwunden werden wird.

Entsprechend wird Medienkompetenz auch im Arbeitsumfeld der Menschen immer mehr an Bedeutung gewinnen. „Dabei ist die Entwicklung der Informationsgesellschaft kein Automatismus, der sich durch den rasanten technischen Fortschritt technologischer Entwicklungen und der Wissenskommunikation zwangsverändert einstellt“, warnen die Autoren der Studie. Trotz der schnellen Verbreitung des Internet und seiner Dienste, insbesondere der sozialen Medien, werde die Kompetenz zur Anwendung dieser Möglichkeiten in weiten Teilen der Bevölkerung noch nicht vorhanden sein. „Der Umgang und das Zurechtfinden der Menschen in dieser sich verändernden Lebenswelt, sei es privat oder beruflich, lässt sich als eine zentrale Herausforderung an moderne Gesellschaften und Wirtschaftssysteme formulieren“, heißt es in der Studie.

Die gesellschaftlichen Bedingungen müssen mit den Veränderungen Schritt halten – und zwar schnell. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Deutschland in diesem Themenkomplex derzeit nicht zum Kreis der weltweit führenden Länder gehört. Die Kompetenz der Bürger

Hybride heute aber zu abschätzen wie v. Entwicklung und der Wissenskommunikation zwangsverändert. Verhältnis Haupt.

Entsprechend wird Medienkompetenz auch im Arbeitsumfeld der Menschen immer mehr an Bedeutung gewinnen. „Dabei ist die Entwicklung der Informationsgesellschaft kein Automatismus, der sich durch den rasanten technischen Fortschritt technologischer Entwicklungen und der Wissenskommunikation zwangsverändert einstellt“, warnen die Autoren der Studie. Trotz der schnellen Verbreitung des Internet und seiner Dienste, insbesondere der sozialen Medien, werde die Kompetenz zur Anwendung dieser Möglichkeiten in weiten Teilen der Bevölkerung noch nicht vorhanden sein. „Der Umgang und das Zurechtfinden der Menschen in dieser sich verändernden Lebenswelt, sei es privat oder beruflich, lässt sich als eine zentrale Herausforderung an moderne Gesellschaften und Wirtschaftssysteme formulieren“, heißt es in der Studie.

Die gesellschaftlichen Bedingungen müssen mit den Veränderungen Schritt halten – und zwar schnell. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Deutschland in diesem Themenkomplex derzeit nicht zum Kreis der weltweit führenden Länder gehört. Die Kompetenz der Bürger

Netzwirtschaft

Internetfachleute warnen vor digitaler Spaltung

Wichtigste Triebkraft der Entwicklung ist das mobile Internet. Von Jahr 2013 an werden mehr Menschen in Deutschland das Internet regelmäßig mit Hilfe mobiler Geräte als mit stationären Computern nutzen, sagen die Autoren der Umfrage voraus. Das mobile Internet steckt in Deutschland noch in einem Stadium, den das stationäre Netz etwa im Jahr 1999 hatte kaum Festschaltanteile, geringe Breitbandabdeckung. Doch eine Darstellung von unüberbrückbaren Informationen, die unter dem Schlagwort Augmented Reality diskutiert werden. Eine moderne Informations- und Kommunikationswelt wird künftig noch stärker das Innovationstempo vieler Schlüsselindustrien wie Medien, Energie, Automobil und Gesundheit bestimmen, schreiben die Autoren. Vom Jahr 2015 an werde es für drei Viertel der Minderjährigen in Deutschland normal sein,



Digital Natives: Medienkunde als Schulfach bringt wichtige Voraussetzungen für die Informationsgesellschaft.

im Umgang mit dem Internet und mit digitalen Daten solle von Politik und Wirtschaft gefördert werden. Auch Kinder und Jugendliche an den Schulen sollten früh an das Internet herangeführt werden, um eine wertewertungsgewisse Teilnahme an der Informationsgesellschaft zu ermöglichen. Dazu gehören auch das Schulfach Medienkunde, das überall eingeführt werden müsse.

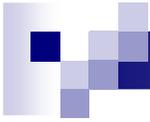
neue Gerätegeneration (angeführt von iPhone), mehr und mehr Festschaltanteile und die Einführung der vierten Mobilfunkgeneration (LTE) werden das mobile Internet schon bald zu einem Massenmarkt verweiden. Dann werden Anwendungen möglich sein, die das stationäre Netz nicht kennt. Moderne Navigationssysteme, Ortungs- und Lokalisierungsfunktionen gehören ebenso dazu wie die

ein und denselben Medieninhalt über verschiedene Träger zu nutzen – zum Beispiel Zeitungsartikel auf mobilen Geräten, Fernsehsendungen auf dem Computer oder Internetsendungen auf dem Fernseher. Die meisten Medieninhalte werden dann auf Abruf bereitgestellt, nicht mehr als vorgefertigtes Programm.

Download der Studie www.laznet.org/032



MÜNCHNER KREIS



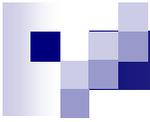
Berichterstattung Onlinemedien

Beispiele (aus 950 Artikeln seit Ende 2007)

www.netzeitung.de
www.ntz.de
www.wuv.de
www.sz-onlinde.de
www.stern.de
www.newsticker.sueddeutsche.de
www.focus.de
www.wz-net.de
www.funkschau.de
www.handelsblatt.com
www.pcwelt.de
www.ibusiness.de
www.lexisnexis.de
www.vdi-nachrichten.com
www.wissensmanagement.net
www.it-business.de
www.egovernment-computing.de
www.automobilwoche.de
www.behoerden-spiegel.de

www.marktforschung.de
www.vde.de
www.euractiv.de
www.innovations-report.de
www.bundesanzeiger.de
www.initiated21.de
www.ntz-online.de
www.funkschau.de
www.idw-online.de
www.zeit.de
www.bankkaufmann.com
www.morgenpost.de
www.blogspan.net
www.general-anzeiger-bonn.de
www.cio.de
www.fachmedien.net
www.absatzwirtschaft-biznet.de
www.heise.de





Ist der MK ein Thema in den Sozialen Medien?

Soziale Medien: Nutzer tauschen sich aus und gestalten mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft



Social Media Mentions

Beispiele aus 83 “Münchener Kreis” Erwähnungen

Quellen: SocialMention, Topsy, buzzstream

1. **prueher**: Interessante Studie: Zukunft und Zukunftsfähigkeit d. deutschen Informations- und Kommunikationstechnologie <http://bit.ly/4zoAw>
[#zukunft](#) 11/17/2009 [retweet](#)
2. “<http://twitpic.com/mc36b> - [#mke20](#) gleich [@dhinchcliffe](#) beim Münchner kreis enterprise 2.0 event bei der [#dnd09](#) ”
[_oliverg](#) 10/21/2009
3. **Münchener Kreis: Smart-City-Projekte auf dem Vormarsch - TopStory 2 - Branchenportal Portel.de**
portel.de/nachricht/artikel/44917-muenchner-kreis-smart-city-projekte-auf-dem-vormarsch/12/
“Münchener Kreis: Smart-City-Projekte auf dem Vormarsch: Große Potentiale für eine nachhaltige Organisation unserer .. ”
[_portel_de](#) 07/08/2010 [3 more](#)
4. **2 headz**: Studie zur Zukunft und Zukunftsfähigkeit der deutschen Informations- und Kommunikationstechnologie nun Online
<http://tinyurl.com/ylp39n2> 11/12/2009 [retweet](#) Münchener Kreis: [Startseite](#)
5. **ICT for the Next Five Billion People – Information and ...**
<http://www.muenchner-kreis.de/index.php?id=11>. Tags: Communications, Information Event Location: All Events, Berlin, Germany · Comments: none. Related Events:...
itevent.net/ict-for-the-next-five-billion-people-%E2%80%93-information-and-communication-for-sustainable-development
15 days ago - by admin on [google blog](#)
6. **From Germany: “Prospects and Opportunities of Information and ...**
Last year, you registered as an expert for the Muenchner Kreis project “Prospects and Opportunities of Information and Communication Technologies (ICT) and Media”...
www.warpspeed.com/wordpress/?p%3D4574
13 months ago - by dewayne on [google blog](#)
7. **Cloud Computing: Abschied von starren IT-Infrastrukturen | silicon.de**
silicon.de/cio/strategie/0,39038989,41526891,00/c...ting+abschied+von+starren+it_infrastrukturen.htm
“Der Münchner Kreis hat auf einer Konferenz gemeinsam mit rund 140 Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft über neue Wege zu mehr Sicherheit im IT-Management diskutiert. ”
02/05/2010 [3 more](#)



Social Media Kommunikation

- Ziele Social Media Kommunikation = Ziele klassischer Kommunikation! (Reputation, Akzeptanz, Verständnis, Vertrauen)
- Mittel der Social Media Kommunikation jedoch anders (Interaktion, Kollaboration, Echtzeitvernetzung, Personalisierung)
- Zielgruppen sind Kommunikationspartner (nicht allein Rezipienten)
- Neue Risiken, neue Chancen, neuer Aufwand



Mögliche Ergänzungen der MK-Kommunikation

- **MK Blog**
- **XING MK-Account**
- **MK-YouTube-Kanal**
- **Regelmäßiges Social Media Monitoring**
- MK-Twitter-Account?
- RSS-Feed auch außerhalb des geschlossenen Bereichs anbieten?
- MK-E-Mail-Alert anbieten?
- Social Bookmarking Schaltflächen anbieten?
- Suchmaschinenoptimierung für die MK-Homepage
- ...



Das MK-Themenblog

- Der MK lädt ein zur (weiterführenden) Diskussion der Veranstaltungsthemen (jeweiliger Ausgangspunkt: Gastbeitrag)
- Aktiver Austausch mit MK-lern und neuen Interessenten
- Kommunikation ohne fremde Gatekeeper (MK-eigenes Medium)
- Erhöhung der Reichweite
- Verbesserung des Suchmaschinen-Rankings
- Mögliche Zentrale für eine (zukünftige) Social-Media-Strategie
- Verlinkung zu anderen Kommunikationskanälen
- Echtzeitproblem gering
- Fortlaufendes Hosting/Blogging notwendig

Der MK XING Account

- Der MK pflegt ein ständiges XING-Profil
- Alle MK-Mitglieder mit XING-Account können sich mit diesem Profil verlinken
- XING-Newsabo
- Das MK/XING-Mitglied lädt innerhalb der eigenen XING-Kontakte zu MK-Veranstaltungen ein
- Das MK/XING-Mitglied lädt innerhalb der relevanten XING-Gruppen zu den MK-Veranstaltungen ein (Beispiel „App-Economy“ = 271 XING-Gruppen zum Thema „App“)
- Das MK/XING-Mitglied diskutiert die Themen der MK-Veranstaltung in den XING-Gruppenforen
- Verlinkung mit MK-Blog und Homepage



Der MK YouTube Kanal

- Der MK teilt das freigegebene Video-Material (oder Video-Teaser) seiner Homepage auf YouTube mit der interessierten Öffentlichkeit
- Über die Verschlagwortung der Videos erschließt sich der MK neue Interessengruppen
- „Share it“-Funktion erlaubt bessere Reichweite
- Social Sharing bringt verbessertes Suchmaschinen-Ranking (auch im „Universal Search“ Videofenster)
- Probleme: Abtretung von Urheberrechten und Wahrung der Persönlichkeitsrechte

Beispiel BITKOM

- BITKOM-Blog „Digitale Welt“
- RSS-Feed
- E-Mail-Alert
- XING Unternehmens-Account (147 News-Abonnenten, 52 BITKOM-Mitarbeiter)
- Twitter @BITKOM-Account (1.016 Tweets, 78 Following, 4.008 Follower)
- YouTube Kanal
- Flickr Fotostream
- Social-Bookmarking-Angebot

The screenshot shows the BITKOM website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'Mitglieder', 'Themen', 'Markt & Statistik', 'Presse', 'Veranstaltungen', 'Publikationen', and 'Wir über uns'. Below this, there are several news articles. The main article is titled 'Konjunktur Hightech-Märkte der BRIC-Staaten wachsen kräftig' and discusses the growth of high-tech markets in BRIC countries. Other articles include 'Internet erhalten und gleichzeitig für mehr Sicherheit im Web sorgen' and 'Deutscher Markt für Server wächst um vier Prozent'. On the right side, there are sections for 'Aktuelle Top-Themen' (Green IT, Mobile Life, Consumer Electronics, Datenschutz, Internetpolitik, Cloud Computing) and 'BITKOM-Mitglied werden'. At the bottom, there are social media icons and contact information.

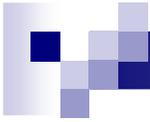


Social Media Monitoring

- Kontinuierliche Beobachtung der Online Reputation
- Einrichtung eines Social Media Dashboards (eigene SM-Aktivitäten und Monitoring-Ergebnisse: SocialMention, Google Alerts, Topsy)
- Fortlaufende Zielgruppen(medien)analyse (Wer spricht wo über den MK?)
- Monatliche qualitative und quantitative Auswertung des Monitoring

Geschätzter Aufwand

- MK Blog
 - Einrichtung: 4 Tage
 - Administration: 5 Std/Wo
 - Blogging: 5 Std/Wo
- MK XING-Account:
 - Einrichtung/Verlinkung: 1 Tag
 - Gruppenaktivitäten/Einladungen: 2 Std/Wo
- MK YouTube Kanal
 - Einrichtung: 1 Tag
 - Handling: 1 Std/Wo
- Social Media Monitoring:
 - Einrichtung: 1 Tag
 - Dokumentation und Auswertung: 2 Std/Mo



Diskussion