

BVDW veröffentlicht Social Media Kompass zur dmexco 2009

Neues Standardwerk bietet Definitionen, umfassendes Know-how und Kampagnenbeispiele

Düsseldorf, 23. September 2009 – Die neu gegründete Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht ihren ersten Social Media Kompass. Das Kompendium erscheint pünktlich zur dmexco 2009 und richtet sich gleichermaßen an Agenturen, Vermarkter, werbetreibende Unternehmen und Plattform-Betreiber. Auf über 110 Seiten liefert der BVDW Social Media Kompass Definitionen, geht auf die Veränderung der Kommunikations- und Marketing-Strategien durch Social Media ein und greift Ansätze zur Monetarisierung von Social Media-Plattformen auf. Kennzahlen, Metriken sowie ein umfassendes Kapitel zum Thema Recht runden das neue Standardwerk der Social Media-Branche ab. Der Social Media Kompass ist ab sofort für 49,90 Euro im BVDW Online Shop unter www.bvdw-shop.org erhältlich.

Social Media verändert das Web grundlegend

„Social Media hat die Nutzung des Webs grundlegend verändert. Klassische Online Marketing-Strategien lassen sich nur noch bedingt auf Social Networks anwenden. Mit dem BVDW Social Media Kompass erläutern wir neue Möglichkeiten der Markenführung im Web und zeigen anhand von Best Practices Kampagnenansätze auf“, sagt Sten Franke (ethority GmbH & Co. KG), Arbeitskreisleiter Social Media im BVDW.

Einheitliche Standards werden benötigt

„Wir brauchen einheitliche Definitionen und etablierte Standards im Bereich Social Media. Der BVDW Social Media Kompass ist ein erster Schritt in diese Richtung und dient als Grundlage für eine zielführende Zusammenarbeit von Werbetreibenden, Vermarktern, Agenturen sowie Social Media Networks“, sagt Axel Schmiegelow (sevenload GmbH), Arbeitskreisleiter Social Media im BVDW.

Basics und Nutzerverhalten

Nach einer Einführung in das Thema behandelt der BVDW Social Media Kompass im Kapitel „Social Media: Die Basics“ Formen, Anwendungsfelder sowie Geschäftsmodelle. Im Bereich „Nutzerverhalten in Social Media“ wird die Mediennutzung beschrieben, die Beeinflussung von Meinungen und Kaufentscheidungen sowie die Auswirkungen auf das reale Leben.

Werbung, Kommunikation und Kampagnen

Einen Schwerpunkt des BVDW Social Media Kompass bildet das Kapitel „Werbung und Kommunikation – Brands in Social-Media-Umfeldern“. Hier geht es unter anderem um die Veränderung von Marketing-Strategien. Anhand von Fallbeispielen werden neue Kampagnenansätze

aufgezeigt, ergänzt von aktuellen Social Media-Trends. Der Bereich „Social-Media-Kampagnen im Einsatz“ geht auf die Kommunikationsarten One-To-Many sowie Many-To-Many ein und beschreibt mögliche Kampagneninstrumente. Abgerundet wird das neue Standardwerk der Social Media-Branche von „Kennzahlen und Metriken“, einem umfangreichen Kapitel zum Thema Social Media-Recht sowie von Showcases und einem Glossar.

Hochkarätige Autoren

Zu den Autoren gehören neben den jetzigen Leitern des Arbeitskreis Social Media im BVDW Sten Franke und Axel Schmiegelow führende Köpfe der Social Media Branche, unter anderem Heiko Ditges (bigmouthmedia GmbH), Sandra Griffel (denkwerk gmbh), Dr. Robert Mayer-Uellner (iCrossing GmbH), Mats Wappmann (Fox Interactive Media Germany GmbH/MySpace Deutschland) und Julian Ratzke (Microsoft Advertising).

Erstmals ist der Social Media Kompass am 23. September 2009 auf der dmexco 2009 erhältlich, am Stand des BVDW (A-001 im Messeboulevard, direkt neben der Halle 8).

Weitere Informationen auf Anfrage und unter:

www.bvdw.org/presse

Hochauflösendes Bildmaterial auf Anfrage und unter:

www.bvdw.org/presseserver/social_media_kompass

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf

www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Ingo Notthoff, Pressesprecher

Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33

notthoff@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.