

„Social Media“ und Musikschule

Referentin: Karin Janner

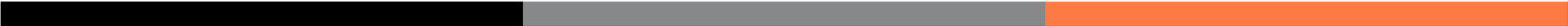
AG 1, Freitag, 20. Mai 2011

Social Media und Musikschule

**Workshop
Musikschulkongress**

Mainz

Mai 2011



Karin Janner

Zu meiner Person...

Karin Janner,
freie Marketing- und PR-Beraterin,
Trainerin + Workshopleiterin,
Schwerpunkte Kulturmarketing, Social Media
Berlin

<http://www.kultur-projekte.net>

Mit-Initiatorin + Organisatorin der
stARTconference
Konferenz zu Kultur + Social Media

<http://www.startconference.org>

Bloggerin

<http://kulturmarketingblog.de>

<http://newmarketingblog.de>



Das erwartet Sie im Workshop...

- ❑ Was ist das Web 2.0 / Social Media? (Philosophie)
- ❑ Kommunikation, Informationsbeschaffung, Weiterempfehlung
Partizipation, Dialog, Transparenz, Storytelling
- ❑ Do`s and Don`ts
- ❑ Strategie: Welche Ziele kann ich erreichen? Wie gehe ich vor bei der
Social Media-Implementierung? Wie passe ich Social Media in
meinen Kommunikationsmix ein?
- ❑ Inhalte und Stil für Social Media
- ❑ Die wichtigsten Werkzeuge (Blog, Foto- und Videoplattformen,
Twitter, Facebook):
- ❑ Verknüpfung der Tools



Aufgabe: Was ist das Web 2.0/Social Media?

Kennzeichen, Schlagworte?

Web 2.0, Social Media, Soziales Web – was bedeutet das?

- „**Mitmach-Web**“
- **Weiterentwicklung** des Internet, neue Art der Internetnutzung
- Web 1.0 → Web 2.0 =
Informationsmedium → **Austauschmedium**
- Keine Trennung zwischen Web 1.0 und Web 2.0
- **Philosophie** steht im Vordergrund, nicht die Technologie

Kennzeichen

- **Jeder** kann mitmachen.
Nicht nur als **Empfänger**, sondern auch als **Sender** von Informationen, Statements, Fotos etc.
- **Partizipation**: Teilhaben, teilen, bewerten.
Jeder ist Teil des Netzes.
- **Vernetzung, Austausch.**
- Das **Web als Plattform** löst lokalen Rechner ab.
(Zugriff von überall auf der Welt; Google Docs, Wikis, Flickr...)
- **Perpetual Beta.**

Wer nutzt das Web (2.0)?

Deutsche Internetnutzer in %, ard-zdf-Onlinestudie 2010

Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2010
gelegentliche Onlinenutzung

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gesamt	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7	65,8	67,1	69,4
<i>Geschlecht</i>														
männlich	10,0	15,7	23,9	36,6	48,3	53,0	62,6	64,2	67,5	67,3	68,9	72,4	74,5	75,5
weiblich	3,3	5,6	11,7	21,3	30,1	36,0	45,2	47,3	49,1	52,4	56,9	59,6	60,1	63,5
<i>Alter</i>														
14-19 J.	6,3	15,6	30,0	48,5	67,4	76,9	92,1	94,7	95,7	97,3	95,8	97,2	97,5	100,0
20-29 J.	13,0	20,7	33,0	54,6	65,5	80,3	81,9	82,8	85,3	87,3	94,3	94,8	95,2	98,4
30-39 J.	12,4	18,9	24,5	41,1	50,3	65,6	73,1	75,9	79,9	80,6	81,9	87,9	89,4	89,9
40-49 J.	7,7	11,1	19,6	32,2	49,3	47,8	67,4	69,9	71,0	72,0	73,8	77,3	80,2	81,9
50-59 J.	3,0	4,4	15,1	22,1	32,2	35,4	48,8	52,7	56,5	60,0	64,2	65,7	67,4	68,9
60 +	0,2	0,8	1,9	4,4	8,1	7,8	13,3	14,5	18,4	20,3	25,1	26,4	27,1	28,2
<i>Berufstätigkeit</i>														
in Ausbildung	15,1	24,7	37,9	58,5	79,4	81,1	91,6	94,5	97,4	98,6	97,6	96,7	98,0	100,0
berufstätig	9,1	13,8	23,1	38,4	48,4	59,3	69,6	73,4	77,1	74,0	78,6	81,8	82,3	82,4
Rentner/nicht berufstätig	0,5	1,7	4,2	6,8	14,5	14,8	21,3	22,9	26,3	28,3	32,0	33,6	34,7	36,4

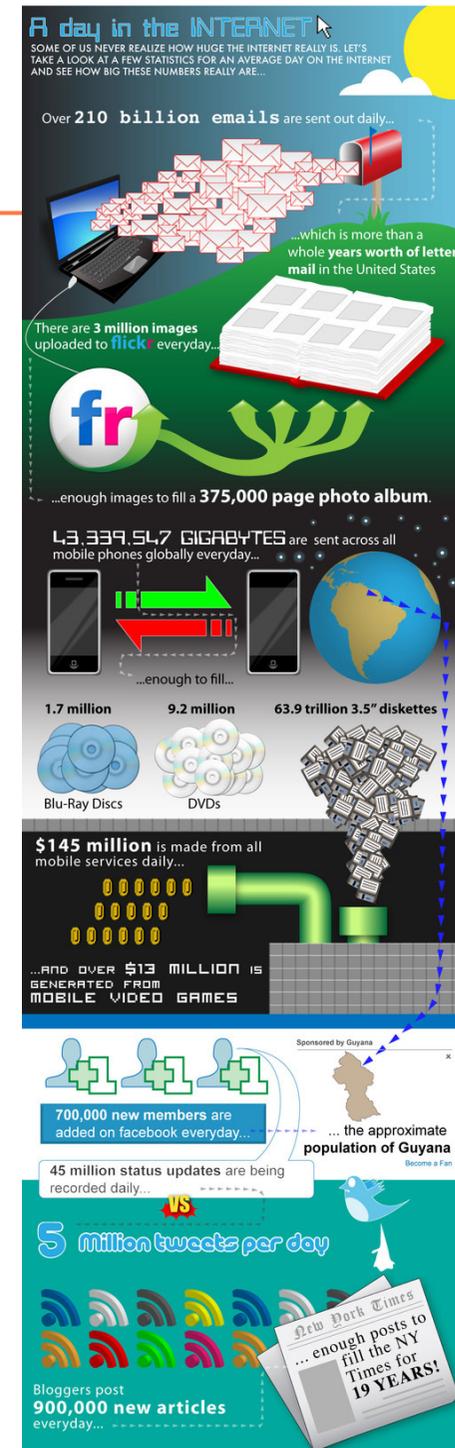
Ein Tag im Internet

- 3 Mio Bilder bei Flickr hochgeladen (damit könnte man ein 375.000 Seiten dickes Fotoalbum füllen)
- 210 Billionen e-Mails
- 700.000 Neue Mitglieder auf Facebook
- 5 Mio Tweets (genug Posts, um die NY Times für 19 Jahre zu füllen)

Zahlen und Vergleiche, Quelle:

<http://kingnils.de/wordpress/2009/12/10/ein-tag-im-internet>

Mai 2011, Karin Janner



Veränderung der Kommunikation im Laufe der Zeit

One to one (direkte Kommunikation von Mensch zu Mensch vor der Zeit der Massenmedien) →

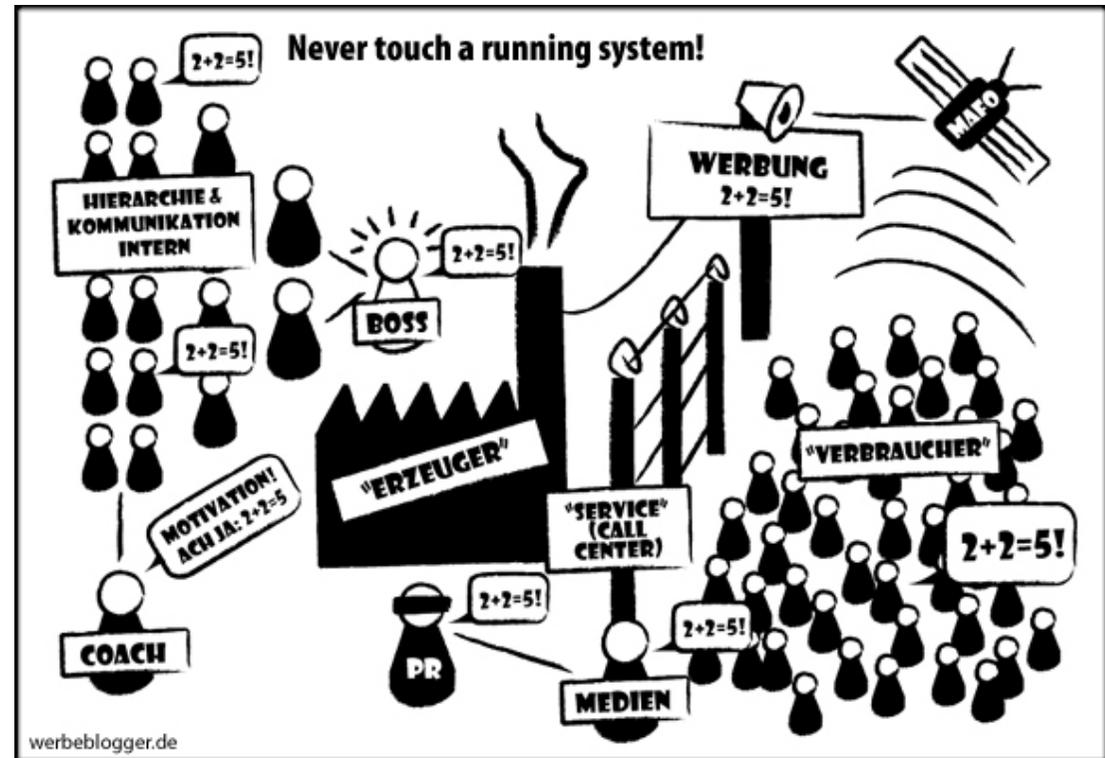
One to many (Massenmedien) →

One to one: (Mails, Newsletter, persönliche Anschreiben, Callcenter) →

Many to many: Web 2.0 (Blogs, Foren, Twitter...)

Kommunikation in den klass. Massenmedien

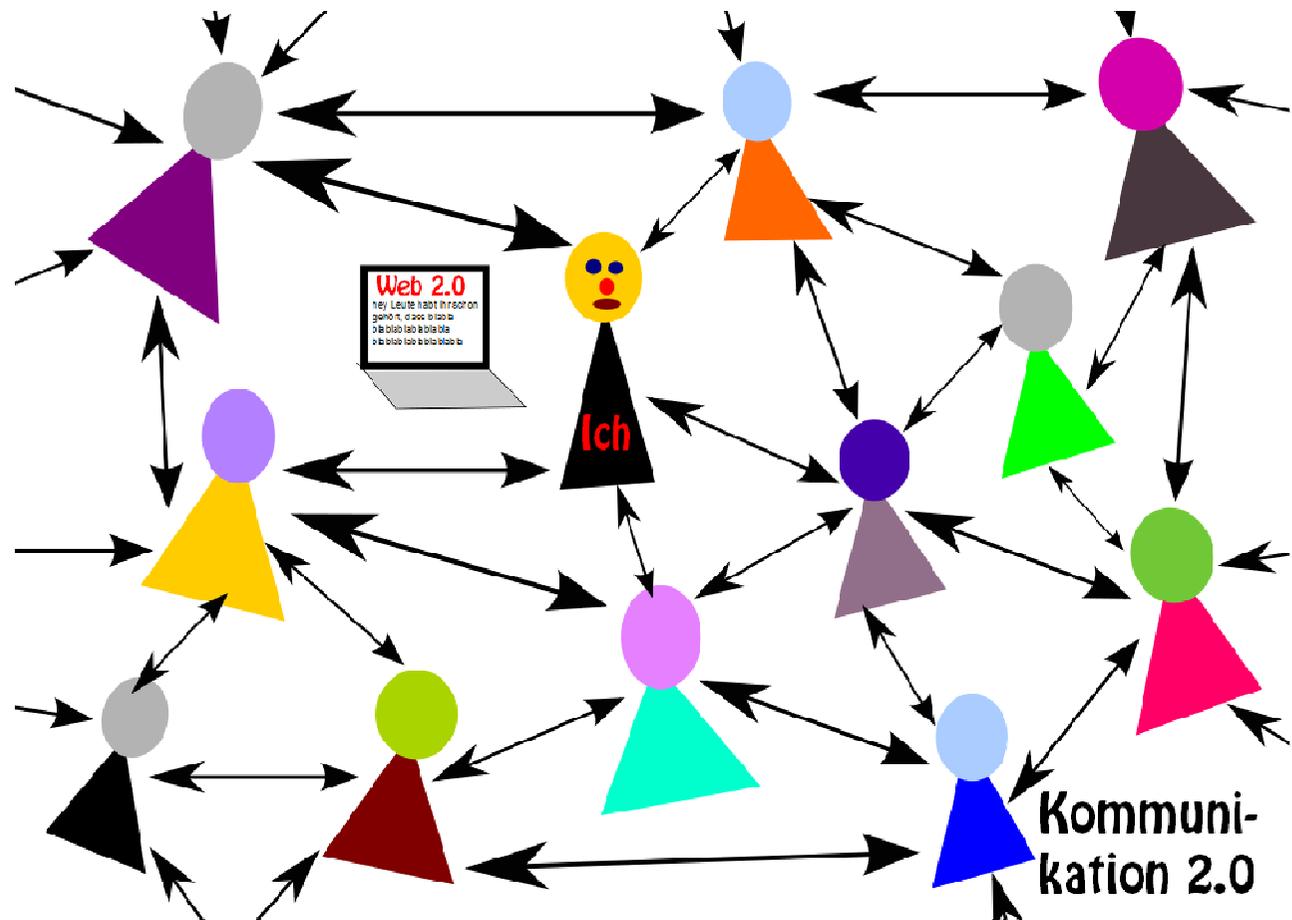
- Top-Down
- One-way, kein Rückkanal
- Kommunikation nach außen: nicht direkt, sondern über die Medien als Mittler
- Marketing und PR getrennt:
 - Werbung in den Massenmedien, Werbebotschaften aus der Marketingabteilung
 - PR mit Fokus auf der Pressearbeit. Journalisten = „Tor zur Öffentlichkeit“



Grafik: Patrick Breitenbach, Werbeblogger,
<http://www.werbeblogger.de/2007/09/16/corporate-blogs-und-andere-utopien-teil-1>

Kommunikation im Web 2.0

- direkt, ungefiltert
- Rückkanal, Feedback
- Netzwerk
- nicht hierarchisch
- Verbreitung steigt, Kontrolle sinkt



Grafik: Lena Janner

Neue Regeln für die Kommunikation

- ❑ **Direkte Kommunikation + Beziehungsaufbau** statt nerviger Unterbrecherwerbung.
- ❑ **Rückkanal** – Austausch, Feedback. Partizipation
Zuhören, nicht nur Informationen austreuen!
- ❑ **Authentizität**
Persönliche und reale Darstellung von Unternehmen/Institutionen + Personen, die dahinter stehen.
Tonalität muss zu den entsprechenden Personen passen.
Nicht versuchen, die Jugendsprache nachzuahmen (dann lieber gleich Jugendliche kommunizieren lassen...)
- ❑ **Transparenz**
Lügen werden schnell entlarvt...
- ❑ **Geschwindigkeit**
- ❑ **Kommunikation im Netzwerk + auf Augenhöhe**
mit der Community, Mitarbeitern, Partnern, Sponsoren, Schülern...

Informationsbeschaffung im Web 1.0

Suchbegriff in
Suchmaschine eingegeben,
Interessante Seite
gefunden, Lesezeichen im
Browser gespeichert



Von Zeit zu Zeit diese
Seite besucht, geschaut,
ob dort etwas Neues
passiert ist.



Entweder viel Zeit damit verbracht, alle interessanten Seiten
regelmäßig zu besuchen oder die Seiten wieder vergessen.



Infobeschaffung im Web 2.0: RSS Feed

Format für die einfache und strukturierte Veröffentlichung von Änderungen auf Websites.

Infos kommen zu mir -



Abonnieren mittels Feedreader

The image shows a screenshot of a Google Reader interface on the left and a grid of RSS feeds on the right. The Google Reader interface includes a search bar, a sidebar with 'Abonnements' (subscriptions) and 'Personen, deren regelmäßiger Les...' (people whose regular reading...), and a main content area with various articles. The RSS feed grid on the right contains multiple columns of feeds, each with a title, a 'Share' button, and a 'Bearbeiten' (edit) button. The feeds include titles like 'NewMarketing Blog', 'ANDERS(denken)', 'Basic Thinking Blog', 'Bernd Rothlingshofer', 'Socialnetworkstrategien', 'Fischmarkt', 'Besondererblog • Marketing für', 'www.best-practice-business', 'Guerrilla-Marketing Blog', 'Werbeideen auf Marketing Guide', 'ConnectedMarketing.de', 'netzwertig.com', 'Email Marketing Blog', 'KMU-Marketing Blog', 'Moderne Unternehmenskommunikation.de', and 'facebookmarketing.de'. Each feed entry shows a snippet of text and a date.

<http://www.google.de/reader>

Mai 2011, Karin Janner

<http://www.netvibes.com>

Für welche Inhalte RSS-Feed anbieten?

Blogs bieten RSS-Feeds für Blogbeiträge oder Kategorien (Bestandteil jeder Blogsoftware). Sie können auch RSS-Feed bieten, wenn Sie kein Blog betreiben. Z.B. für aktuelle Meldungen, Veranstaltungen...



Unterschied RSS Feed - Newsletter

RSS-Feed

- ❑ Anonymes Abo (Hürde geringer, aber auch schneller wieder weg)
- ❑ Kommt in: Feedreader
- ❑ Einspeisen in Dienste wie Twitter, Friendfeed od. Social Networks – automat. Verteilung im Netz

Newsletter

- ❑ Email-Adresse hergeben, wenn man Abo möchte
- ❑ Kommt in: Mailbox

Empfehlung: beides anbieten. Email-Newsletter der Blogbeiträge über Feedblitz <http://www.feedblitz.com> möglich.

Infobeschaffung im Web 2.0:

Filter, Empfehlung, Teilen: Social Bookmarking

Herausforderung im Web: Informationsüberflut filtern!

Öffentl. Bookmarks: merken + taggen + empfehlen + teilen
Feed erzeugen – Verbreitung!

<http://delicious.com>

18. Mai 2011
VdM veranstaltet mit Musikschulkongress den größten Bildungskongress Deutschlands
Einsortiert unter: Musikschulkongress – franzmichaeldeimling @ 13:24
Tags: Jürgen Hurre, Jens Beutel, Musikschulkongress, Verband deutscher Musikschulen, Winfried Richter



In der heutigen Auftakt-Presskonferenz zum Musikschulkongress in Mainz hat der Verband deutscher Musikschulen (VdM) seine Positionierung in der aktuellen Bildungsdiskussion geschärft. „Musikschule – Bildung mit Zukunft!“ veranstaltet der VdM den größten Bildungskongress in der Bundesrepublik, eine Fortbildungsveranstaltung mit mehr als 1.500 Teilnehmern vom 20. bis 22. Mai 2011 im Centrum Mainz. Musikalische Bildung muss in Deutschland einen ebenso großen Stellenwert haben wie die so genannten MINT-Fächer. Das betonte der Bundesvorsitzende des VdM, Winfried Richter, in seiner Eröffnungserklärung. Die Musikschulen präsentieren sich in Mainz als gestaltender Partner der aktuellen Bildungspolitik. Angesichts der derzeit zu beobachtenden Schulzeitverdrängung im Rahmen von Ganztagsschulen erklärte er: „Kinder und Jugendliche aller Schichten müssen auch zukünftig die Möglichkeit haben, an musikalischer Bildung teilzuhaben. Dafür ist es notwendig, dass Schulen genügend Zeit haben – und dass den Musikschulen öffentliche Räume in den allgemein bildenden Schulen zur Verfügung stehen.“ Der Oberbürgermeister von Mainz, Winfried Richter, erklärte: „Musik ist ein wertvoller Bestandteil der kulturellen Bildung. Dabei verleiht sie der Bildung eine besondere integrative Kraft. Die Musikschulen leisten einen kulturell erfüllten Beitrag zum Leben“, so Beutel.

Save a Bookmark

delicious Save a Bookmark Signed in as karinjanner

URL <http://musikschulnews.wordpress.com/2011/05/18/vdm-veranstaltet-mit-musikschulkongress-den-groesten-bildungskongress-deutschlands> Mark as Private

TITLE VdM veranstaltet mit Musikschulkongress den größten Bildungskongress Deutschlands « MusikschulNews

NOTES

TAGS vdm musikschulen musikschulkongress konferenz

SEND Send your bookmarks

Tags Send

As there are no popular tags for this, we can't recommend any tags for you.

Save Cancel

Kindern in Rheinland-Pfalz, erwartet von dem Kongress größere Aufmerksamkeit für die Musikschulen im Land, sowohl in der Bevölkerung als auch bei den Verantwortlichen in den Kommunen. Der Verband deutscher Musikschulen (VdM) veranstaltet den größten Bildungskongress in der Bundesrepublik, eine Fortbildungsveranstaltung mit mehr als 1.500 Teilnehmern vom 20. bis 22. Mai 2011 im Centrum Mainz. Musikalische Bildung muss in Deutschland einen ebenso großen Stellenwert haben wie die so genannten MINT-Fächer. Das betonte der Bundesvorsitzende des VdM, Winfried Richter, in seiner Eröffnungserklärung. Die Musikschulen präsentieren sich in Mainz als gestaltender Partner der aktuellen Bildungspolitik. Angesichts der derzeit zu beobachtenden Schulzeitverdrängung im Rahmen von Ganztagsschulen erklärte er: „Kinder und Jugendliche aller Schichten müssen auch zukünftig die Möglichkeit haben, an musikalischer Bildung teilzuhaben. Dafür ist es notwendig, dass Schulen genügend Zeit haben – und dass den Musikschulen öffentliche Räume in den allgemein bildenden Schulen zur Verfügung stehen.“ Der Oberbürgermeister von Mainz, Winfried Richter, erklärte: „Musik ist ein wertvoller Bestandteil der kulturellen Bildung. Dabei verleiht sie der Bildung eine besondere integrative Kraft. Die Musikschulen leisten einen kulturell erfüllten Beitrag zum Leben“, so Beutel.

Der Verband deutscher Musikschulen (VdM) veranstaltet den größten Bildungskongress in der Bundesrepublik, eine Fortbildungsveranstaltung mit mehr als 1.500 Teilnehmern vom 20. bis 22. Mai 2011 im Centrum Mainz. Musikalische Bildung muss in Deutschland einen ebenso großen Stellenwert haben wie die so genannten MINT-Fächer. Das betonte der Bundesvorsitzende des VdM, Winfried Richter, in seiner Eröffnungserklärung. Die Musikschulen präsentieren sich in Mainz als gestaltender Partner der aktuellen Bildungspolitik. Angesichts der derzeit zu beobachtenden Schulzeitverdrängung im Rahmen von Ganztagsschulen erklärte er: „Kinder und Jugendliche aller Schichten müssen auch zukünftig die Möglichkeit haben, an musikalischer Bildung teilzuhaben. Dafür ist es notwendig, dass Schulen genügend Zeit haben – und dass den Musikschulen öffentliche Räume in den allgemein bildenden Schulen zur Verfügung stehen.“ Der Oberbürgermeister von Mainz, Winfried Richter, erklärte: „Musik ist ein wertvoller Bestandteil der kulturellen Bildung. Dabei verleiht sie der Bildung eine besondere integrative Kraft. Die Musikschulen leisten einen kulturell erfüllten Beitrag zum Leben“, so Beutel.

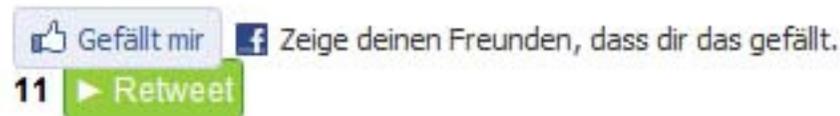
Der Verband deutscher Musikschulen (VdM) veranstaltet den größten Bildungskongress in der Bundesrepublik, eine Fortbildungsveranstaltung mit mehr als 1.500 Teilnehmern vom 20. bis 22. Mai 2011 im Centrum Mainz. Musikalische Bildung muss in Deutschland einen ebenso großen Stellenwert haben wie die so genannten MINT-Fächer. Das betonte der Bundesvorsitzende des VdM, Winfried Richter, in seiner Eröffnungserklärung. Die Musikschulen präsentieren sich in Mainz als gestaltender Partner der aktuellen Bildungspolitik. Angesichts der derzeit zu beobachtenden Schulzeitverdrängung im Rahmen von Ganztagsschulen erklärte er: „Kinder und Jugendliche aller Schichten müssen auch zukünftig die Möglichkeit haben, an musikalischer Bildung teilzuhaben. Dafür ist es notwendig, dass Schulen genügend Zeit haben – und dass den Musikschulen öffentliche Räume in den allgemein bildenden Schulen zur Verfügung stehen.“ Der Oberbürgermeister von Mainz, Winfried Richter, erklärte: „Musik ist ein wertvoller Bestandteil der kulturellen Bildung. Dabei verleiht sie der Bildung eine besondere integrative Kraft. Die Musikschulen leisten einen kulturell erfüllten Beitrag zum Leben“, so Beutel.

gg Drucken

<http://musikschulnews.wordpress.com/2011/05/18/vdm-veranstaltet-mit-musikschulkongress-den-groesten-bildungskongress-deutschlands>

Wie erreiche ich, dass meine Seiten gebookmarkt werden?

- ❑ **Qualität** + interessante Inhalte
- ❑ Jede Seite sollte über eine **eigene permanente URL** verfügen, die gebookmarkt werden kann (1. keine Frames, 2. vergangene Veranstaltungen nicht löschen, sondern in Archiv)
- ❑ **Um Weiterempfehlung bitten:** „sexy bookmark buttons“, „Retweet Button“, Facebook „like“ Button



Infobeschaffung im Web 2.0:

Filter, Empfehlung, Teilen: Social Networks

□ **Bsp. Twitter:**

Ich folge Personen, denen ich vertraue, diese filtern für mich Infos.

Umgekehrt: ICH bin Filter für meine Followers.

Was ich twitterte oder retweetete, bekommen meine Followers zu lesen.

□ **Bsp. Facebook:**

Genauso: Meine Freunde filtern Infos für mich, ich für meine Freunde (privat) oder Fans (offizielle Seite).

Updates, Links, Inhalte von anderen, die ich teile bekommen meine Freunde (Fans) zu lesen.

□ Von Twitter/Facebook profitieren: dabei sein (Account), interessante Inhalte bereitstellen, Dialog

Infobeschaffung im Web 2.0:

In Echtzeit: Twitter, Facebook, Blogs

- ❑ Twitter + Facebook: Statusupdates in Echtzeit
- ❑ Twitter „von außen“ durchsuchen <http://search.twitter.com> oder Suchfunktion der Twitter-Dienste (z.B. <http://hootsuite.com>).
Nach Hashtag suchen (#) und in Echtzeit zu diesem Thema informiert werden.
- ❑ Facebook:
Interne Facebook-Suche (wenn eingeloggt):
durchsuchen kann man „alle Beiträge“, „Beiträge von Freunden“
„Veranstaltungen“ etc.
Extern: <http://www.booshaka.com> <http://youropenbook.org>
nur öffentliche Beiträge.
- ❑ Blogs: Blogsuche <http://technorati.com/search> od. <http://blogsearch.google.com>

Echtzeit-Suche: Google



<http://www.google.de/realtime>

z.B. Diskussionen:

Bei der Suchanfrage ist einstellbar:

Zeitraum

Art der Diskussion

Nur Websites mit Bildern, etc.

- Alles
- Bilder
- Videos
- News
- Shopping
- Bücher
- Places
- Blogs
- Statusupdates
- Diskussionen**
- Weniger

Das Web
Seiten auf Deutsch
Seiten aus Deutschland

Alle
Letzte Stunde
Letzte 24 Stunden
Letzte Woche
Letzter Monat
Letztes Jahr
Zeitraum festlegen...

Nach Relevanz sortiert
Nach Datum sortiert

Alle Diskussionen
Foren
Fragen und Antworten

Standardformat
Websites mit Bildern
Mehr Text

Infobeschaffung im Web 2.0:

Spontan + vorort

- ❑ Mobiles Internet verändert Verhalten der Nutzer: Gesucht wird nicht mehr zu Hause am Rechner, lange, bevor man an einem Ort eintrifft, sondern **spontan vorort über das Handy**
- ❑ **Apps:** Facebook, Twitter, Google Suche, Google Maps...; eigene Apps
- ❑ Internetseiten für mobile Endgeräte optimiert

Social Media for Business: Do's and Don'ts

The Do's and Don'ts of SOCIAL MEDIA for BUSINESS

DO'S

- Create Measurable GOALS**: Have a **PLAN** before you start.
- Be Consistent**:
 - Keep your message on target and stick to your brand.
 - Stick with business messages only.
- Be a good social citizen**: Give **GREAT CONTENT** that your network will share.
- Build a Strong Network**: Be **Engaging** - Communicate regularly with your network.
- Be A Good Listener**: Hear what your network is telling you.

DON'TS

- Build your network too quickly**: Besides diluting your network, you could be banned from the site.
- Rely on one application**: Each application has its own **strengths and weaknesses**.
- Be PUSHY**: People will not respond well... remember, everyone connected to you can see what you write.
- Spam social sites**: x1000
- Forget to thank people**: When people promote you to their network be overly polite.
- Try and sell people**: Allow your network to discover what you do. **SALE!**
- Use generic marketing techniques**: Make it personal. One size does not fit all.

www.TheSteelMethod.com

The Steel Method

Quelle: David Steel,
http://davidsteel.typepad.com/my_weblog/2010/06/the-dos-and-dont-of-social-media-for-business.html

Mai 2011, Karin Janner

Strategie - Analyse

- ❑ Ziele – was wollen wir erreichen?
(Besucher, Mitglieder, Schüler, Interessenten, Sponsoren gewinnen; Austausch mit Schülern, Stakeholdern; Steigerung des Bekanntheitsgrades; Imageverbesserung; Thema an die Öffentlichkeit bringen, um Interesse zu wecken und Verständnis zu erlangen)
- ❑ Zielgruppen: Wen wollen wir ansprechen? Wo erreichen wir unsere Zielgruppe, welche Tools nutzt sie?
- ❑ Inhalte: Was soll kommuniziert werden?
- ❑ Image: Wie soll es kommuniziert bzw. aufgenommen werden, welches Gefühl wollen wir hervorrufen?
- ❑ Intern: Personal / Zeitbudget / Internetaffinität + Vorkenntnisse? Hilfe von außen?
- ❑ Bestandsanalyse: Was gibt es schon (Website, News, Twitter, Facebook...?)

Strategie - Planung

- ❑ Ziele, Teilziele und Zielgruppen abstecken, messbare Ziele festlegen
- ❑ Corporate Media Policy aufstellen (Auftritt nach außen, Verhalten innerhalb der Organisation; wer spricht für die Institution, wer darf im Krisenfall an die Öffentlichkeit treten; Image, Tonalität)
- ❑ Verantwortliche, Ansprechpartner, Umsetzer für die Maßnahmen festlegen
- ❑ Inhalte: Redaktionsplan
- ❑ Workflow festlegen
- ❑ Timeline

Strategie - Umsetzung

- ❑ Mit den Maßnahmen Beauftragte sollten diese eigenständig durchführen dürfen! (unter Beachtung der Corporate Media Policy)
- ❑ Größere Vorhaben und heikle Themen gesondert besprechen. Das Internet „merkt“ sich Fakten und Äußerungen lange, also keine Schnellschüsse...
- ❑ Bei aller Planung flexibel bleiben – zuhören und Feedback ernst nehmen, ggf. umplanen
- ❑ Zeit zum Experimentieren nehmen

Strategie - Kontrolle

- ❑ Analyse-Instrumente (Piwik oder Google Analytics; Google Alerts etc.)
- ❑ Klassische Marktbeobachtung nicht vergessen – die Erfolge der Onlinekommunikation sollten auch in der „Offline“-Welt messbar sein
(Anzahl der Besucher/Schüler gestiegen; Sponsoren gewonnen; Zufriedenheit der Mitglieder/ Teilnehmer, Besucherzahl bei Veranstaltungen, Einnahmen...)
- ❑ Mitarbeiterbefragung: Zufriedenheit, Verhältnis Nutzen zu eingesetztem Zeitbudget

Inhalte + Schreibstil im Social Web

WAS SCHREIBE ICH DENN IN
EIN BLOG, BEI TWITTER
ODER FACEBOOK REIN??

UND IN WELCHEM STIL SOLL
ICH IM SOCIAL WEB
SCHREIBEN?



Quelle: Gerd Altmann, <http://www.pixelio.de>

Worüber berichten?

- ❑ Veranstaltungen, Auftritte, Seminare, Kurse: Ankündigung, Livebericht, Nachberichterstattung
- ❑ Persönliche Eindrücke (Musiker, Lehrer, Schüler, Besucher bei Veranstaltungen, Mitarbeiter): eigene Blogbeiträge, Interviews, Fotos, Videos...
- ❑ Hintergrundberichte, „Storys“
- ❑ News, Aktuelles
- ❑ Wissensvermittlung, Fachartikel, Tipps
- ❑ Thema bekannt machen
- ❑ Aufruf zur Mithilfe

Wie?

- ❑ **Ihre Zielgruppe** soll sich angesprochen fühlen!
- ❑ Sprache im Social Web näher der gesprochenen Sprache als Website Texte oder Pressemitteilungen.
- ❑ **Persönlichkeit** hineinbringen, **Geschichten erzählen, Spannung aufbauen**, authentisch schreiben.
- ❑ **Transparenz!** Verfasser der Beiträge möglichst namentlich nennen.
- ❑ Dialog. Rückkanal!
- ❑ **Fotos, Videos, Audiofiles etc. einbinden**, machen Blogbeiträge + FB/Twitter Statusmeldungen interessanter, aussagekräftiger und lebendiger!
- ❑ Keine PR-Texte, Pressemitteilungen, unkommentierten Imagebroschüren oder Programmflyer, keine wissenschaftlichen Abhandlungen

Warum? (1)

- ❑ Kostengünstigen und **direkten Zugang zur Öffentlichkeit**
- ❑ Austausch und **Kontaktpflege mit Besuchern, Interessenten + Stakeholdern** auf unkomplizierte Weise
- ❑ Steigerung des **Bekanntheitsgrades** (gute Auffindbarkeit in Suchmaschinen)
- ❑ Erreichen neuer **Zielgruppen**
- ❑ Imageaufbau oder Verbesserung des **Images**

Warum? (2)

- ❑ **Authentische, transparente + persönliche Darstellung** nach außen
- ❑ Aufbau und Pflege eines **Netzwerks**
- ❑ **Ressourcen beschaffen** (Mitarbeiter, Unterstützung für Kampagnen, Spenden)
- ❑ **Themen seiner Wahl an die Öffentlichkeit bringen**, Diskussionen auslösen, Interessenten für seine Themen gewinnen
- ❑ Instrument der **Wissensvermittlung / Kulturvermittlung**

Warum? (3)

- **Persönliche Weiterbildung**
- **Dokumentation, Archiv**
- **Innenwirkung:** Wertschätzung für Mitarbeiter, Schüler, Lehrer
- Intern: **Projektzusammenarbeit**

Bsp. Blog Kulturinitiative: Auftritt

Kulturinitiative New Generation, Karneval der Kulturen, Juni 2009

„Der Auftritt beim Karneval der Kulturen hat großen Spaß gemacht. Dort vor all den Leuten auf der Bühne zu stehen war toll. Wir haben versucht immer zu lächeln (manchmal kann es natürlich passieren, dass man es kurz vergisst), aber nach dem Auftritt hatte ich vom Lächeln ganz schön Muskelkater.“

(Lena, 10 Jahre alt)

Mai 2011, Karin Janner

Wagadou: Das Video vom Auftritt beim Karneval der Kulturen

9. Jun 2009 von Lena Bearbeiten |



New Generation Berlin - Wagadou. Auftritt Karneval der Kulturen from Karin Janner on Vimeo.

Der Auftritt beim Karneval der Kulturen hat großen Spaß gemacht.

Dort vor all den Leuten auf der Bühne zu stehen war toll.

Wir haben natürlich versucht immer zu lächeln (manchmal kann es natürlich passieren, dass man es kurz vergisst),

aber nach dem Auftritt hatte ich vom Lächeln ganz schön Muskelkater.

<http://www.new-generation-berlin.de/wagadou-das-video-vom-auftritt-beim-karneval-der-kulturen/107>

Bsp. Blog „Behind the Scenes“

Behind the Scenes at the Cinderella Photoshoot

„Dancers [Quenby Hersh](#) and [Christopher Harrison](#) will be starring in the new poster for the 2010/11 season of Cinderella, and last week, they took part in a photoshoot with photographer Graham Wylie and make-up artist Ainslie Currie. The finished results will be popping up on our site soon, but in the meantime, here's a sneak peek behind the scenes.“

<http://blog.scottishballet.co.uk/archive/2010/04/01/photo-blog-week-4-behind-the-scenes-at-the.aspx>

Mai 2011, Karin Janner



Bloggen: Spannung aufbauen - Infos über die Aufbauarbeit

Opernwerkstatt Blog

Gemeinsam lüfteten Opernfestspielleiter [Marcus Bosch](#) und Regisseur Martin Philipp am Montagabend das rote Tuch des Modells und damit das bisher gut gehütete Geheimnis des Bühnenbildes: Ein großes Kreuz und ein roter Quader sind die zentralen Elemente, die nach den Worten Philipps die Puccini-Oper "[Tosca](#)" symbolisieren.

Mai 2011, Karin Janner

19.04.10 - Das Geheimnis gelüftet: Das Bühnenbild ist da!



Bühnenbild und Kostümentwürfe

Gemeinsam lüfteten Opernfestspielleiter [Marcus Bosch](#) und Regisseur Martin Philipp am Montagabend das rote Tuch des Modells und damit das bisher gut gehütete Geheimnis des Bühnenbildes: Ein großes Kreuz und ein roter Quader sind die zentralen Elemente, die nach den Worten Philipps die Puccini-Oper "[Tosca](#)" symbolisieren.

<http://www.opernwerkstatt.net/2010/04/das-geheimnis-geluftet-das-buhnenbild-ist-da>

Bloggen: Was machen Musiker, wenn sie gerade nicht musizieren?

Dacapo, Duisburger Philharmoniker –
Tourneebericht mit persönlichen Eindrücken der Musiker

„Eine Tournee ist eine gute Gelegenheit, einzelne MusikerInnen besser kennen zu lernen. Uns interessiert auf dieser Tournee besonders die persönliche Perspektive der TeilnehmerInnen. Was bietet sich hier besser an, als einen Blick auf die Fotos zu werfen, die von Ihnen aufgenommen wurden.

[Friedemann Pardall](#), 1. Solo-Cellist der Duisburger Philharmoniker, hat uns seine Fotos spontan zur Verfügung gestellt.“

<http://www.dacapo-dp.de/allgemein/tournee-2009-blickwinckel-friedemann-pardall-494.html>

Musiker sind auch Menschen ;-)



<http://www.dacapo-dp.de/allgemein/tournee-2009-blickwinkel-friedemann-pardall-494.html>

Bloggen: Mitarbeiter zu Wort kommen lassen

Wiener Kammeroper: Praktikantin aus Ungarn bloggt mit

...ich komme aus Ungarn für ein vier monatiges Praktikum zur Kammeroper, während meiner Aufenthalt schreibe ich meine Bachelor-Arbeit, ich studiere Ökonomie, der Schwerpunkt meiner Arbeit sind die einzelnen Prozessen und ihre Zusammenhänge in einem Opernhaus.

<http://wienerkammeroper.blogspot.com/2010/03/evelins-praktikantinnen-blog.html>

Mai 2011, Karin Janner

Evelins Praktikantinnen-Blog



Hallo liebe Leser,

ich bin noch immer die gleiche, die euch den Blog für die Gespenstersonate mit Laura geschrieben habe. Aber einiges von mir zur Erinnerung: ich komme aus Ungarn für ein vier monatiges Praktikum zur Kammeroper, während meiner Aufenthalt schreibe ich meine Bachelor-Arbeit, ich studiere Ökonomie, der Schwerpunkt meiner Arbeit sind die einzelnen Prozessen und ihre Zusammenhänge in einem Opernhaus. Für meine ersten zwei Monate konnte ich eine Regiehospitalanz leisten, da aber momentan nichts gespielt wird und die Proben für die nächste Produktion erst am Beginn von April beginnen werden, arbeite ich jetzt im Künstlerischen Betriebsbüro. Es ist ganz anders, aber auch sehr interessant hier. Es freut mich, dass ich einen Blick auch von dieser Seite sehen und "spüren" werde. In den nächsten Wochen werde ich die Abteilungen im Haus besuchen und euch darüber ein bißchen informieren.

Alles gute Euch alle und bis bald!

Eure Evelin

Facebook: Kurzberichte



Kreismusikschule Nordhausen

Waldhörner für Musikschule gespendet

Nordhausen (pln 59/11). Goldglänzend liegen sie in den schwarzen Koffern: vier Waldhörner für Kinder. „Gut klingt es“, urteilt die 7-jährige Rosa spontan, nachdem sie das neue Horn in der Kreismusikschule ausprobiert hat. Für den neuen Zuwachs in der Instrumentenfamilie hat die Nordhäuser Zahnarztpr...

[Mehr anzeigen](#)



 18. Februar um 12:32 · [Teilen](#)

 6 Personen gefällt das.

<http://www.facebook.com/pages/KreismusikschuleNordhausen/149908598360906>

Ankündigungen

Kreispräsident Peter Sönnichsen wird Grüne Note 2011 eröffnen

18. MAI 2011

von kreismusikschule

tags: Alte Schlossgärtnerei, Grüne Note 2011, Kulturforum Schwimmhalle Schloss Plön, Naturpark-Haus, Nikolaikirche, Peter Sönnichsen, Plöner Schlossgebiet, Prinzenhaus, Reitbahn



Die diesjährige **Grüne Note** wird am 5. Juni um 11.30 Uhr im Plöner Prinzenhaus von **Kreispräsident Peter Sönnichsen** eröffnet werden.

An sechs Spielstätten sind 18 Konzerte zu hören. Zu Beginn spielen nach der Eröffnung durch den Kreispräsidenten Preisträgerinnen und Preisträger des Kreis-Musikwettberbs 2011 im Prinzenhaus. Um 16 Uhr verleiht der Förderverein der Kreismusikschule Plön seine

diesjährigen Förderpreise an **Maren Bruschkat** (Akkordeon, Lehrkraft: Birgit Welk), **Jade Lehmann** (Klarinette, Klavier, Lehrkräfte: Lena und Alexander Lell), **Gesche Lohmann** (Querflöte, Lehrkraft: Vida Koebcke) und **Jonas Schüler** (Klavier, Lehrkraft: Dorothee Berndt) in der Alten Schlossgärtnerei.

Die traditionelle Grüne Note findet bereits zum 19. Mal statt und vereint Musik und Natur in angenehmer Atmosphäre im Plöner Schlossgebiet.

Für alle Besucher, die bereits **Twitter** mobil nutzen, haben wir eine **Twitterwall** eingerichtet. Alle mit dem Hashtag #GrüneNote getwitterten Nachrichten werden dort live erscheinen.

Blog der Kreismusikschule Plön:

<http://t.co/wFYD4ps>

Mai 2011, Karin Janner



Klesmer im Kloster - Karten sichern.....@klesmer @kapelje-freiburg
<http://bit.ly/keAeaO>

9 Mai via Seismic Desktop ☆ Als Favorit markieren ↻ Retweet ↩ Antworten



Städtische Musikschule Bamberg

Am 20. und 21. Mai jeweils um 20.30 Uhr ist es wieder soweit: die Bands der Städtischen Musikschule kommen aus ihren Proberäumen und zeigen dem Publikum auf der professionellen Bühne, was sie so drauf haben. Auch in diesem Jahr laufen die sechs Bands der Städtischen Musikschule wieder mit einem vielseitigen Programm auf. So sind am Fre...

[Mehr anzeigen](#)



10. Mai um 11:59 · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Facebook: städtische Musikschule Bamberg

Der Social Media Werkzeugkoffer - die wichtigsten Tools

- ❑ Blogs, (Podcasts)
- ❑ Social Bookmarking Dienste (z.B. Delicious)
- ❑ Online Communities / Social Networks (bes. Facebook)
- ❑ Foto- und Videoplattformen (z.B. Flickr, YouTube, Vimeo)
- ❑ Filesharing- und andere Plattformen (z.B. Slideshare, Issuu)
- ❑ Microblogs, z.B. Twitter
- ❑ Analyse-Tools, z.B. Google Analytics
- ❑ Altbekanntes nicht vergessen: Wikis, Wikipedia, Online Veranstaltungskalender, Qype (Empfehlungsplattform)
- ❑ Google Places

Die Tools – Technik und Kosten

- Technik: Die meisten Tools sind **ohne technische Vorkenntnisse** nutzbar.

Herausforderung im Web 2.0 ist nicht die Technik, sondern die Inhalte!

- Kosten: Die meisten Tools sind **kostenlos** oder zumindest sehr günstig zu haben. Kommunikation im Web 2.0 ist aber zeitintensiv

Die Kosten entstehen über die Arbeitszeit und nicht über die Technik!

Blog

WAS IST EIN BLOG und wie unterscheidet sich ein Blog von einer klassischen Website?



Mai 2011, Karin Janner

Blog - Zeitschiene

Der aktuelle Beitrag ist immer der oberste

<http://www.startconference.org>

Mai 2011, Karin Janner

Verstärkung für das stART-Team: Julia Verfürth

Autor: Julia Verfürth

Allgemeines zur stARTconference | 2 Kommentare

Hallo, ich bin Julia und neu im stART-Team. Bis vor Kurzem habe ich in Hildesheim Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis studiert.

Als ich vor zwei Jahren das erste Mal über eine mögliche Fragestellung für meine Diplomarbeit nachgedacht habe, war dieses ganze Web 2.0-Thema gerade im Kulturbereich noch ziemlich neu. Ich hatte aber schon so viele Low-Budget-Projekte hinter [...]

[Beitrag bearbeiten](#)

[weiterlesen →](#)

Die Sprecher der stART.10: Axel Vogelsang und Bettina Minder „Das Forschungsprojekt audience+ an der Hochschule Luzern“

Autor: Axel Kopp

Allgemeines zur stARTconference, Sprecher der stART10 | 1 Kommentar

Dr. Axel Vogelsang hat visuelle Kommunikation studiert und in London zur Thematik der Nutzung von Bild und Text in Hypertextmedien promoviert. Bettina Minder ist Literatur- und Filmwissenschaftlerin sowie ausgebildete Grafik-Designerin. Zusammen mit Vogelsang leitet sie das Forschungsprojekt Audience+. Dieses untersucht den Einsatz von Social Media für Zwecke des Marketing, der Vermittlung, Archivierung, Forschung und internen Kommunikation im Museumskontext der Schweiz. Auf der Konferenz werden sie das Projekt, ihre Erfahrungen sowie erste Resultate vorstellen.

[Beitrag bearbeiten](#)

[weiterlesen →](#)

Die Sprecher der stART.10: Shelley Bernstein „Engaging Community at the Brooklyn Museum“

Autor: Axel Kopp

Allgemeines zur stARTconference, Sprecher der stART10 | 1 Kommentar

Shelley Bernstein is the Chief of Technology at the Brooklyn Museum. She is the digital and community manager of the Museum's initiatives on the social web, she co-created 1stfans: a socially networked museum membership and she organized Click! A Crowd-Curated Exhibition. In her presentation Bernstein shows how the Brooklyn Museum built an online community and foster relationships that bring people through our doors.

[Beitrag bearbeiten](#)

[weiterlesen →](#)

stARTspiel: Gemeinsam online ein Social Media Brettspiel entwickeln und auf der stART10 präsentieren!

Autor: Karin Janner

Partner der stART10, Projektmanagement und Online Collaboration, stARTprojekte | 3 Kommentare

Blog – Verschlagwortung + Archiv

Wie findet man Blogbeiträge später wieder?

Kategorien + „Tags“

Damit werden Blogartikel über die interne Blogsuche und über Google gefunden

Archiv:

Blogartikel werden automatisch im Archiv gespeichert

Tagcloud

Tags
amiando basics
basiswissen berlin Best Practice Duisburger Philharmoniker Fundraising Sponsoring und Kulturfinanzierung 2.0 Gastbeiträge
Grundlagenwissen
Web 2.0 Internet Interviews Konferenzpartner Kultur 2.0 Kulturbereich kulturmanagement Kulturmarketing / PR Kulturmarketing / PR Kulturvermittlung Macromedia marketing medienpartner Online-Marketing Partner Projektmanagement und Online Collaboration referenten Second Life Serie Social Media Social Networking sprecher stART.tv stART09 stARTconference Tag hinzufügen tickets transmediale trendmarke 2009 Twitter Video
Vorträge Web 2.0
Web2.0 Web 2.0-Tools workshop Workshops

Kategorien
ALLGEMEINES ZUR STARTCONFERENCE
ÄSTHETIK 2.0 + KUNSTWERK 2.0
BEST PRACTICE
DOKUMENTATION START.09
FUNDRAISING, SPONSORING UND KULTURFINANZIERUNG 2.0
GRUNDLAGENWISSEN WEB 2.0
INTERVIEWS
KULTURMARKETING / PR
KULTURVERMITTLUNG
LITERATUR - UND LINKTIPPS
PARTNER

ARCHIV

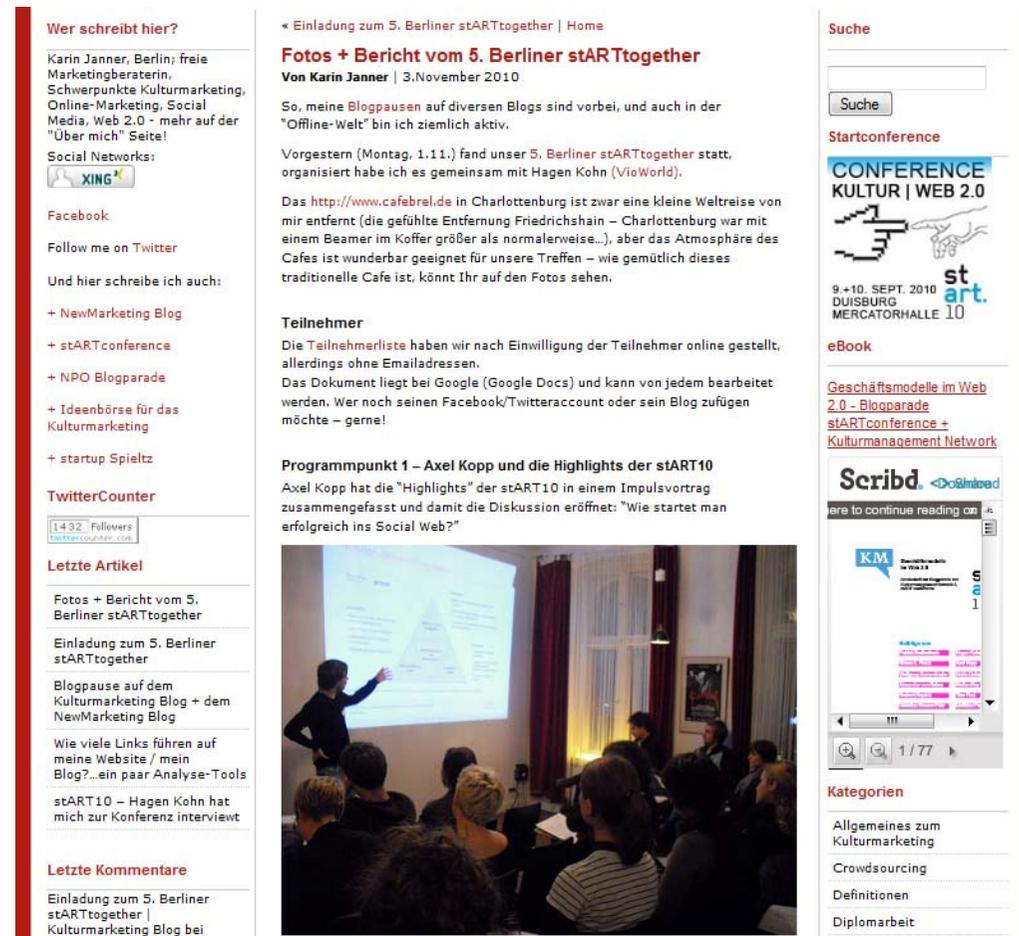
- November 2010
- Oktober 2010
- September 2010
- August 2010
- Juli 2010
- Juni 2010
- Mai 2010
- April 2010
- März 2010
- Februar 2010
- Januar 2010
- Dezember 2009
- November 2009
- Oktober 2009
- September 2009
- August 2009
- Juli 2009
- Juni 2009
- Mai 2009
- April 2009
- März 2009
- Februar 2009
- Januar 2009

Jeder Blogbeitrag hat eigene URL

 <http://kulturmarketingblog.de/fotos-bericht-vom-5-berliner-starttogether/286>

Jeder Blogbeitrag besitzt eine **eigene URL**, mit der er verlinkt werden kann.

(Im Blogsystem kann man einstellen, dass automat. „sprechende URLs“ generiert werden)



The screenshot shows a blog post page with a sidebar on the left and a search bar on the right. The main content area contains the following sections:

- Wer schreibt hier?** Karin Janner, Berlin; freie Marketingberaterin, Schwerpunkte Kulturmarketing, Online-Marketing, Social Media, Web 2.0 – mehr auf der "Über mich" Seite!
- Social Networks:** XING, Facebook, Follow me on Twitter
- Und hier schreibe ich auch:** NewMarketing Blog, stARTconference, NPO Blogparade, Ideenbörse für das Kulturmarketing, startup Spieltz
- TwitterCounter** 1432 Followers
- Letzte Artikel**
 - Fotos + Bericht vom 5. Berliner stARTtogether
 - Einladung zum 5. Berliner stARTtogether
 - Blogpause auf dem Kulturmarketing Blog + dem NewMarketing Blog
 - Wie viele Links führen auf meine Website / mein Blog?...ein paar Analyse-Tools
 - stART10 – Hagen Kohn hat mich zur Konferenz interviewt
- Letzte Kommentare**
 - Einladung zum 5. Berliner stARTtogether | Kulturmarketing Blog bei

The main content area includes:

- « Einladung zum 5. Berliner stARTtogether | Home
- Fotos + Bericht vom 5. Berliner stARTtogether** Von Karin Janner | 3. November 2010
- So, meine Blogpausen auf diversen Blogs sind vorbei, und auch in der "Offline-Welt" bin ich ziemlich aktiv.
- Vorgestern (Montag, 1.11.) fand unser 5. Berliner stARTtogether statt, organisiert habe ich es gemeinsam mit Hagen Kohn (VioWorld).
- Das <http://www.cafebrel.de> in Charlottenburg ist zwar eine kleine Weltreise von mir entfernt (die gefühlte Entfernung Friedrichshain – Charlottenburg war mit einem Beamer im Koffer größer als normalerweise...), aber das Atmosphäre des Cafes ist wunderbar geeignet für unsere Treffen – wie gemütlich dieses traditionelle Cafe ist, könnt Ihr auf den Fotos sehen.
- Teilnehmer**

Die Teilnehmerliste haben wir nach Einwilligung der Teilnehmer online gestellt, allerdings ohne Emailadressen. Das Dokument liegt bei Google (Google Docs) und kann von jedem bearbeitet werden. Wer noch seinen Facebook/Twitteraccount oder sein Blog zufügen möchte – gerne!
- Programmpunkt 1 – Axel Kopp und die Highlights der stART10**

Axel Kopp hat die "Highlights" der stART10 in einem Impulsvortrag zusammengefasst und damit die Diskussion eröffnet: "Wie startet man erfolgreich ins Social Web?"

The sidebar on the right contains:

- Suche
- Startconference
- CONFERENCE KULTUR | WEB 2.0
- 9.-10. SEPT. 2010 DUISBURG MERCATORHALLE 10
- eBook
- Geschäftsmodelle im Web 2.0 - Blogparade
- stARTconference + Kulturmanagement Network
- Scribd
- Kategorien: Allgemeines zum Kulturmarketing, Crowdsourcing, Definitionen, Diplomarbeit

At the bottom of the main content area, there is a photo of a person presenting to an audience in a room with a projector screen.

Blog - Große Website mit vielen Unterseiten

- ❑ **Gut gepflegte Blogs sind für Google „große“ Internetseiten!**
- ❑ Jeder Blogbeitrag = eine Unterseite des Blogs/ der Website (1 Blogbeitrag/Tag ergibt im Jahr 365 neue Seiten)
- ❑ Google liebt Webseiten mit vielen Unterseiten, die kontinuierlich wachsen
- ❑ Das bedeutet: Pluspunkte für das Google-Ranking!
- ❑ **Achtung! Alte Beiträge, alte Veranstaltungshinweise NICHT löschen!**
Wandern automatisch ins Archiv, stören dort die Übersichtlichkeit der Website nicht.

Blog - Vernetzung

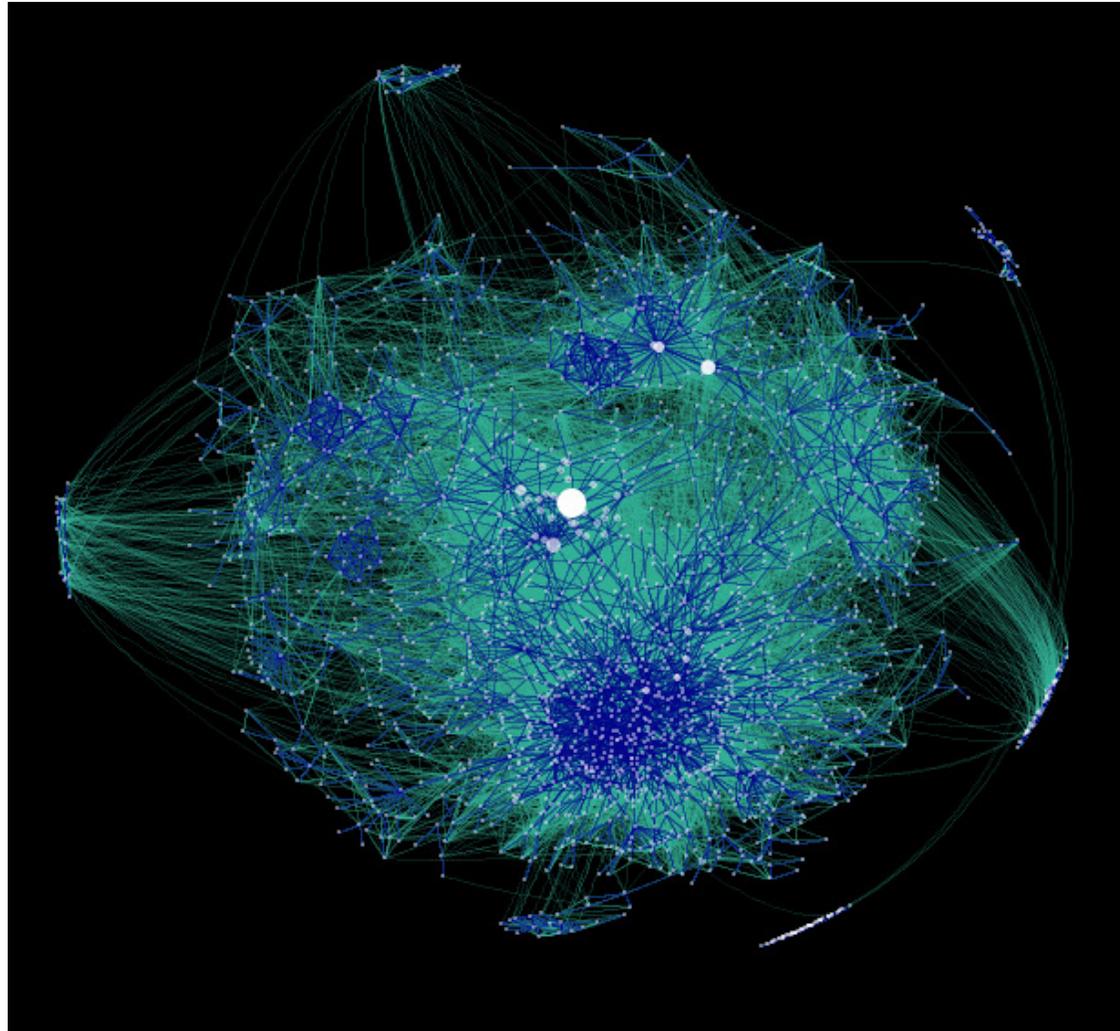
Hoher Vernetzungsgrad

durch eine Vielzahl von Links

Blogosphäre, ein weltumspannendes Netzwerk

Quelle:

<http://datamining.typepad.com/gallery/blog-map-gallery.html>



Blog – Kommentarfunktion

Kommentar
hinterlassen:

Unter jedem
Blogbeitrag befindet
sich ein Feld für
Kommentare

Mai 2011, Karin Janner

Eine aktuelle Liste mit nahezu allen deutschsprachigen Presseportalen findet sich hier:
<http://www.pmaximus.de/liste-aller-deutschen-und-kostenlosen-presseportale.html>

@ Regina Deckart

Auch eine Verteilung von Pressemitteilungen ist jederzeit möglich auch mit entsprechenden Anker Texten sofern das Presseportal diese Funktion unterstützt (ab nur 10,- Euro).

Kommentar von [pmaximus](#) — 2. September 2010 um 02:04

Im Online-Magazin kundennutzen.ch gab es kürzlich einen Beitrag zu diesem Thema:
<http://www.kundennutzen.ch/offene-presseportale.php>

Habe festgestellt, dass Websites / Blogs Beiträge aus den Pressportalen übernehmen. Diese bringen oftmals wesentlich mehr Besucher auf die Website als die Presseportale. So wird mit einem kleinen Umweg das gewünschte Ziel doch noch erreicht.

Kommentar von [Walter B. Walser](#) — 6. September 2010 um 08:09

Da haben wir jetzt insgesamt eine tolle Tipp- und Linksammlung zusammenbekommen, vielen Dank an alle!

Auch über weitere Kommentare freue ich mich...

Kommentar von [Karin Janner](#) — 6. September 2010 um 08:19

Einen Kommentar hinterlassen

<input type="text"/>	Name (erforderlich)
<input type="text"/>	Email (wird nicht angezeigt) (erforderlich)
<input type="text"/>	Website
<input type="text"/>	Schutz: Was ist die Summe von eins und zwei ?
<input type="text"/>	
<input type="submit" value="Submit Comment"/>	

[RSS Feed für Kommentare zu diesem Post..](#) [TrackBack URI](#)

Blog- Möglichkeiten für Kommentare

3 Möglichkeiten:

- ❑ Kommentare ohne Moderation zulassen
- ❑ Kommentare erst nach Moderation zulassen (verschiedene Einstellungsmöglichkeiten)
- ❑ Kommentare gar nicht zulassen – nicht empfohlen

Kommentare

Wir freuen uns über Ihre Kommentare! Beachten Sie jedoch, dass Ihr Beitrag nach der Vorschauansicht sofort online erscheint. Wir bitten Sie also, die üblichen Regeln des menschlichen Umgangs zu respektieren.

Name

E-Mail (wird nicht veröffentlicht)

Web (optional)

Nachricht

Vorschau Absenden

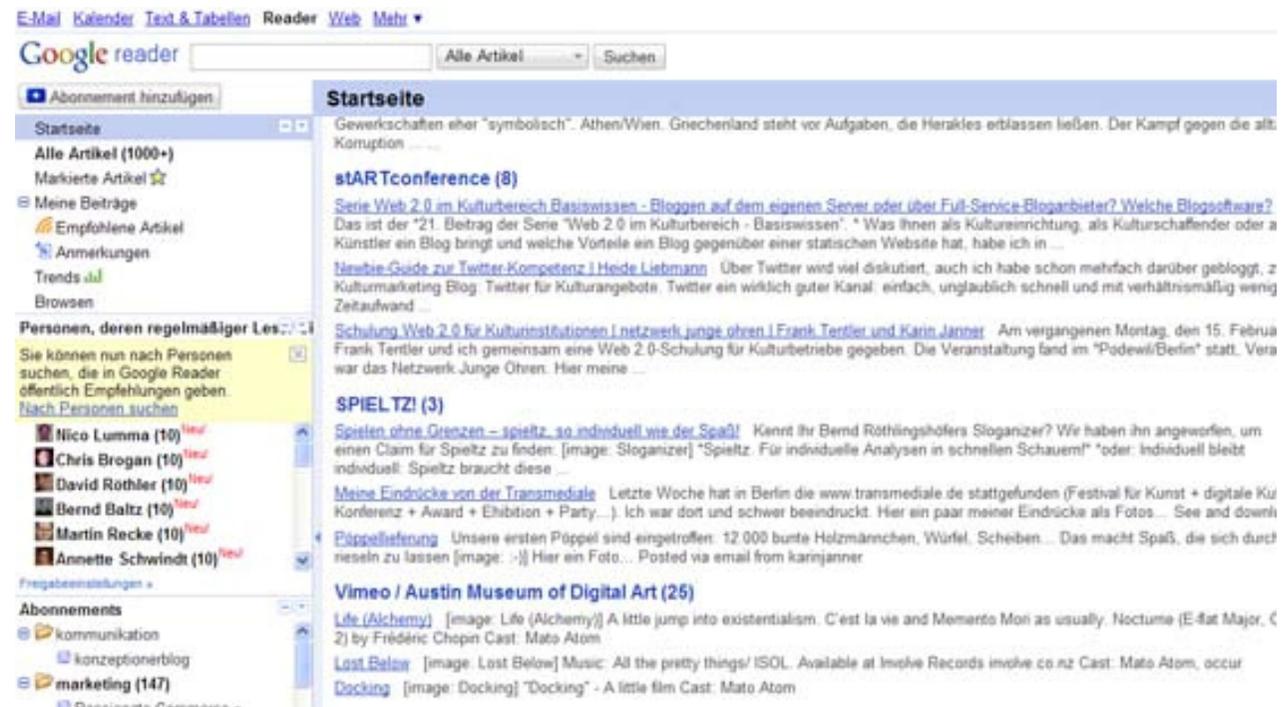
Bsp.: Bayrische Staatsoper
<http://blog.staatsoper.de>,
lässt Kommentare ohne Moderation zu.

Blog – RSS-Feed

Abonnierbar per **RSS-Feed**

Feed für Beiträge (alle Beiträge oder verschiedene Feeds zu einzelnen Kategorien), Feed für Kommentare

 [ALLE BEITRÄGE](#) | [KOMMENTARE](#) | [E-MAIL-NEWSLETTER](#)



The screenshot shows the Google Reader web interface. At the top, there are navigation links for 'E-Mail', 'Kalender', 'Text & Tabellen', 'Reader', 'Web', and 'Mehr'. The main header includes the 'Google reader' logo, a search bar with 'Alle Artikel' and a 'Suchen' button, and a 'Abonnements hinzufügen' button. The left sidebar contains a 'Startseite' section with links to 'Alle Artikel (1000+)', 'Markierte Artikel', 'Meine Beiträge', 'Empfohlene Artikel', 'Anmerkungen', 'Trends', and 'Browsen'. Below this is a section for 'Personen, deren regelmäßiger Les...' with a list of users like Nico Lumma, Chris Brogan, David Rothler, Bernd Baltz, Martin Recke, and Annette Schwindt. The main content area is titled 'Startseite' and displays several article snippets, including 'Gewerkschaften eher "symbolisch"', 'stARTconference (8)', 'SPIELTZ! (3)', and 'Vimeo / Austin Museum of Digital Art (25)'. Each snippet includes a title, a brief description, and a 'More' link.

Blog - Aktualität

regelmäßig aktuelle
Beiträge



Mai 2011, Karin Janner

Bildquelle: Pixelio/ Fotograf Hans Snoek,
<http://www.pixelio.de>

Blogbeispiel

Kulturmarketing Blog <http://kulturmarketingblog.de>

Kulturmarketing Blog

Home Über mich Publikationen Literaturempfehlungen

Wer schreibt hier?
Karin Janner, freie Marketingberaterin, Schwerpunkte Kulturmarketing, Small-Business-Marketing, Online-Marketing, Social Media, Web 2.0 - mehr auf der "Über mich" Seite!
Social Networks:
 XING
Facebook
Follow me on Twitter
Und hier schreibe ich auch:
+ NewMarketing Blog
+ stART.09 Konferenzblog
+ NPO Blogparade
+ Ideenbörse für das Kulturmarketing
+ startup Spieltz
Letzte Beiträge

Veranstaltungshinweis - PlusPunkt KULTUR-Fachforum „Web 2.0 - Potentiale für Kulturelle Bildung und Engagement“
Von Karin Janner | 1. Dezember 2009

"Das Web 2.0 bietet für Einrichtungen der Jugend-, Bildungs- und Kulturarbeit sowie der Kulturellen Bildung großartige Potentiale für die eigene Arbeit und für die Zusammenarbeit mit freiwillig Engagierten. Die gesellschaftliche Durchdringung durch das Web 2.0 ist aber auch eine große Herausforderung, sowohl für die Gesellschaft als auch für Einrichtungen, die mit jungen Menschen etwas erreichen wollen.

Denn das Internet ist längst im Alltag der jungen Menschen verankert und verbindet Virtualität und Realität auf komplexeste Art und Weise. Ob Barcamps, Flashmobs oder der große Erfolg von sozialen Netzwerken. Unsere Symbolwelten werden neu formatiert, immaterialisiert, rematerialisiert und flexibleren Formen des Austauschs unterworfen. Das Web 2.0 ist Ausdrucksform einer neuen kulturellen Interaktions- und Handlungsweise."

schreibt Mathias Riesterer, Organisator des "Pluspunkt Kultur" Fachforums zum Thema „Web 2.0 - Potentiale für Kulturelle Bildung und Engagement“, das am kommenden Freitag, den 4.12. im JugendKulturZentrum Pumpe (Berlin) stattfinden wird. Und weiter:

Feeds
 RSS Feed

stART.09
CONFERENCE KULTUR | WEB 2.0

24.-25. SEPT. 2009
DUISBURG
MERCATORHALLE 09

Kategorien
Allgemeines zum Kulturmarketing
Definitionen
Diplomarbeit
E-Book
Expertenbefragung Online-Marketing im Kulturbereich

Mai 2011, Karin Janner

Welche Blogsoftware? Serverbasiert, webbasiert?

Blogsoftware, läuft auf dem eigenen Server

(alle Parameter können verändert werden; kann gleichzeitig als CMS genutzt werden)

- Z.B. <http://wordpress.org>

(Beispiele: stARTconference, Kulturmarketing Blog, Duisburger Philharmoniker)

- <http://www.joomla.de> (Bsp: Bühnen Halle)

Webbasiert / gehostetes Blog: keine Software runterladen, nur im Web anmelden

- <http://posterous.com> (Bsp: Neanderthal Museum)
- <http://de.wordpress.com> (Bsp: Künstlerblog: Susanne Haun)
- <http://www.blogger.com> (Bsp: Wiener Kammeroper)
- <https://www.typepad.com> (Bsp: British Library)

Blog - Die Technik:

Design (Templates) und Inhalte

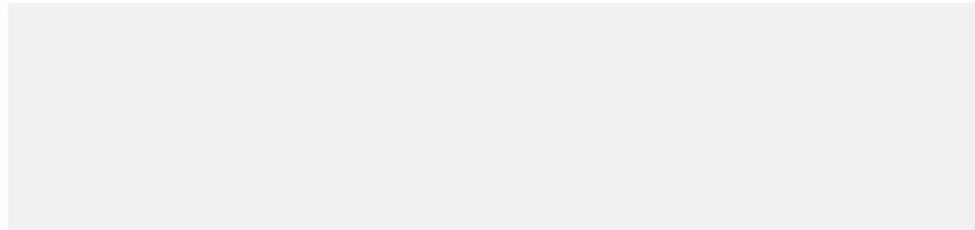
- ❑ Design und Inhalt getrennt
- ❑ Design über Templates / Themes wählbar
- ❑ Templates sind durch CSS anpassbar. Bei selbstgehosteten Varianten sind alle Parameter veränderbar (Zugriff auf alle Templatedateien).
- ❑ Frontend (sehen alle) + Admin-Oberfläche (Bearbeitungsmodus)
- ❑ Blogbeiträge schreiben: WYSIWYG Editor („What You See Is What You Get“)
- ❑ Neues Design (neues Template) auf Knopfdruck, die Inhalte bleiben gleich

Blog - Die Technik: Template

Wordpress Theme ET-
Starter von
empirethemes

ET-Starter Demo

Just another Empire Themes Preview Site



[HOME](#) [ABOUT](#) [ARCHIVES](#) [CONTACT](#)

Categories

[Donec pede justo](#)
[Lorem ipsum dolor sit amet](#)
[Uncategorized](#)

Pages

[About](#)
▪ [Child Page 1](#)
▪ [Child Page A](#)
▪ [Child Page 2](#)

[Archives](#)
[Contact](#)

Blogroll

[WordPress.com](#)
[WordPress.org](#)

Nullam Dictum Felis

March 11th, 2010 | [Donec pede justo](#) | 8 Comments

Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus.

- [Nullam dictum felis](#)
- [Phasellus viverra](#)
- [Nam eget dui](#)

Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus.

Donec Pede Justo

March 11th, 2010 | [Donec pede justo](#) | 0 Comments

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo.

Lorem Ipsum Dolor Sit Amet

March 11th, 2010 | [Lorem ipsum dolor sit amet](#) | 0 Comments

Search

What I'm Doing...

New VIP section coming soon:
<http://empirethemes.com/new-vip-section-coming-soon/>
2 weeks ago

Cumulus 1.1 Has Been Released. Download the update today:
<http://empirethemes.com/cumulus-a-portfolio-theme/>
2 weeks ago

New bbPress theme site:
<http://bbterminal.net/>
3 weeks ago

[More updates...](#)

Powered by [Twitter Tools](#)

[Pages](#)

Blog - Die Technik: Template, angepasst

Angepasst:
Website
stARTconference

st
art.
10

st
art.
publications

st
art.
education

st
art.
events



BLOG ÜBER START.10 PROGRAMM SPRECHER SPONSOREN DOKUMENTATION PRESSE KONTAKT

Die Sprecher der stART.10: Karin Drda-Kühn "Kulturwirtschaft und IT-gestützte Netzwerkbildung"

Autor: Axel Kopp

16
06
10 Allgemeines zur stARTconference, Sprecher der stART10 | 0
Kommentare

Dr. Karin Drda-Kühn ist Geschäftsführerin des Vereins Kultur und Arbeit e. V., der auch das Kulturwirtschaftsportal vertikult betreibt. Drda-Kühn untersucht derzeit die Möglichkeiten von Web 2.0 im Kontext kommunaler Wirtschaftsförderung, insbesondere im Kulturtourismus. Auf der startconference wird sie eine multimediale Plattform für kulturtouristische Produkte und Dienstleistungen vorstellen, die momentan von einem Expertenteam entwickelt wird und zunächst dem Altenkirchener Kultur-Touristischen Netzwerk zur Verfügung steht.

[Beitrag bearbeiten.](#)

[weiterlesen →](#)

"Unternehmerisches Handeln im Kulturbereich" als Thema des 2. Treffpunkt KulturManagement

Autor: Christian Henner-Fehr

14
06
10 Konferenzen / Veranstaltungen, termin | 0 Kommentare

Auf den 2. Treffpunkt KulturManagement freue ich mich persönlich ganz besonders, denn mit Dr. Elmar. D. Konrad haben wir einen Sprecher gewinnen können, dessen Beschäftigung mit dem Thema Kulturunternehmertum ich schon seit einigen Jahren verfolge und dessen Arbeit ich sehr schätze. Konrad, der an der Universität Karlsruhe Wirtschaftsingenieurwesen und angewandte Kulturwissenschaft studierte und dort als wissenschaftlicher [...]

[Beitrag bearbeiten.](#)

[weiterlesen →](#)

subnet und stARTconference laden ein zum
stARTtogether am 18. Juni in Salzburg

START10, 9.+10. SEPT. 2010,
DUISBURG
MERCATORHALLE

KATEGORIEN

ALLGEMEINES ZUR
STARTCONFERENCE
ÄSTHETIK 2.0 + KUNSTWERK 2.0
BEST PRACTICE
DOKUMENTATION START.09
FUNDRAISING, SPONSORING UND
KULTURFINANZIERUNG 2.0
GESCHÄFTSMODELLE IM WEB
2.0
GRUNDLAGENWISSEN WEB 2.0
INTERVIEWS
KONFERENZEN /
VERANSTALTUNGEN
KULTURELLE BILDUNG
KULTURMARKETING / PR
KULTURVERMITTLUNG
LITERATUR - UND LINKTIPPS
PARTNER
PROGRAMM
PROJEKTMANAGEMENT UND
ONLINE COLLABORATION
SERIE START.GAST -
GASTBEITRÄGE
SERIE WEB 2.0 IM
KULTURBEREICH - BASISWISSEN
SPRECHER DER START09
SPRECHER DER START10
START.TV
START09
START10
STARTPROJEKTE

RSS
KOMMENTARE
NEWSLETTER

Stichwort eingeben

TERMINKALENDER

« Mai  Jul »
Juni 2010
M D M D F S S
1 2 3 4 5 6
7 8 9 10 11 12 13
14 15 16 17 18 19 20
21 22 23 24 25 26 27
28 29 30

NÄCHSTE TERMINE

- 18.-20.6.2010, Rendsburg:
Wochenendseminar Web 2.0

- 28.6.2010, Berlin:
stARTtogether

- 3.7.2010, Essen: stARTcamp

START NETZWERK


NETWORKED BLOGS

Blog - Die Technik: Design programmiert

Oder nach
Designvorgaben
programmiert

Synapse,
The
International
Curators'
Network at
Haus der
Kulturen der
Welt

The screenshot displays the Synapse website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'ABOUT SYNAPSE' and 'LOGIN'. Below this is a search bar. The main navigation menu includes 'BLOG', 'CURATORS', 'MERIDIAN | URBAN PROJECTS' (highlighted in red), 'OPEN CALL', and 'OPEN CALL APPLICATION'. The page title is 'HOME // PROJECTS // BERLIN LAUGHTER PROJECT'. The main content area features a grid of images showing people laughing, with the text 'Berlin Laughter Project' above it. To the right of the images, there is a text block describing the project, mentioning curators Orlando Britto-Jinorio and artists Norbert Francis Attard and Simone Eisler. The text explains that laughter is an essential element for health and well-being, regulated by the brain, and that it helps humans clarify their intentions in social interaction. It also mentions that laughter is contagious and can be provoked by others as a positive feedback. Modern neurophysiology states that laughter is linked to the activation of the ventromedial prefrontal cortex, which produces endorphins after a rewarding activity. There is a positive link between laughter and healthy function of blood. Humor and laughter strengthen your immune system, boost your energy, diminish pain, and protect you from the damaging effects of stress. Best of all, this priceless medicine is fun, free, and easy to use. Laughter is a powerful antidote to stress, pain, and conflict. Nothing works faster or more dependably to bring your mind and body back into balance than a good laugh. Humor lightens your burdens, inspires hopes, connects you to others, and keeps you grounded, focused, and alert. Below this text, it states that the Berlin Laughter Project has three focuses: 1. Use the main windows of shops, department stores and malls in central Berlin, especially those with televisions/screens/visual electronic displays in them. We are negotiating with some of these stores and companies for permission to show a looped video, designed by the artists, in these businesses at different times of the day. The video, created during 2011. To the right of the main content, there is a sidebar with a section titled 'MERIDIAN | URBAN PROJECTS' containing links for 'AN ELIXIR REALIGNING | LOGS' by Deeksha Nath, 'BERLIN LAUGHTER PROJECT | LOGS' by Orlando Britto-Jinorio, 'METROTOPIE | LOGS' by Keumhwa Kim, 'INNERSCAPES | LOGS' by Manuela Lietti, and 'INVISIBLE TWINNING | LOGS' by Francesca Mila Nemni. Below this is a 'TAGS' section with 'LAUGHTER' and 'MERIDIAN URBAN PROJECT IDEA' highlighted. At the bottom of the sidebar is an 'ARCHIVE' section with 'MAY 2011' and 'APRIL 2011' listed.

<http://www.synapse.info>

Blog - Die Technik: Bearbeitungsmodus (Admin), hier bei Wordpress

Bsp. stARTconference

The screenshot shows the WordPress 2.8.6 admin interface for a new article. The top navigation bar includes the site name 'stARTconference', a 'Neuer Artikel' button, and user information 'Willkommen Karin Janner | Turbo | Abmelden'. A yellow notification bar indicates 'WordPress 2.8.6 ist verfügbar! Jetzt aktualisieren.' The main content area is titled 'Neuer Artikel' and features a rich text editor with a toolbar containing various formatting options like bold, italic, link, and image. Below the editor, there are sections for 'Auszug', 'Trackbacks senden', and 'Publizieren'. The 'Publizieren' section includes buttons for 'Speichern', 'Vorschau', and 'Publizieren', along with status and visibility options. The 'Tags' section has a 'Tag hinzufügen' input and a 'Hinzufügen' button. The 'Kategorien' section shows a list of categories with checkboxes, including 'Abendprogramm stART.09', 'About', 'Allgemein', 'Ästhetik 2.0', 'Best practice', 'Blog', 'Dokumentation stART.09', and 'Fundraising'. A '+ Neue Kategorie hinzufügen' link is at the bottom of the categories list.

Blog bekannt machen

- ❑ Qualität! Dann wird es automatisch verlinkt
- ❑ Andere Blogs verlinken + zitieren
- ❑ In anderen Blogs kommentieren (Trackback)
- ❑ Andere Blogger um Vernetzung bitten
- ❑ Über Social Networks bekannt machen (Facebook, Twitter);
händisch oder per Feed
- ❑ Um Weiterempfehlung bitten (Sexy Bookmarks, tweetthis-
Button, Facebook Like Button)
- ❑ Suchmaschinenoptimiert schreiben
- ❑ An „Blogparaden“, „Stöckchenwürfen“ etc. teilnehmen

Zurzeit das größte Social Network: Facebook



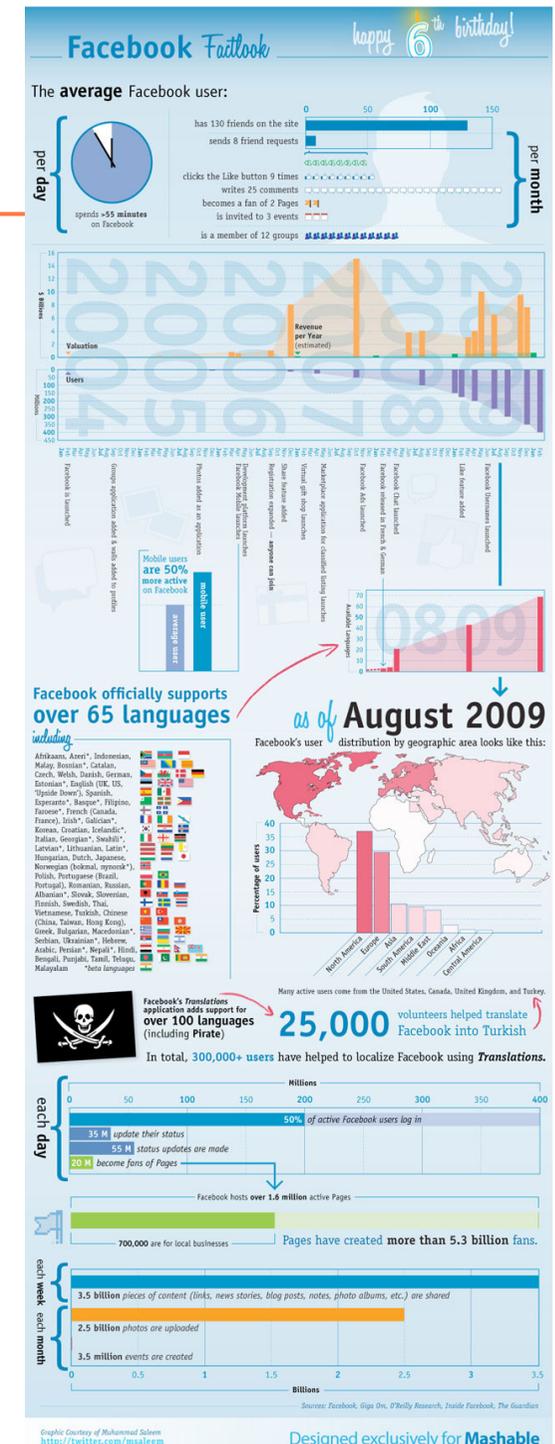
- **Vernetzung, Diskussion, Austausch, Weiterempfehlung an Freunde, Information**
- **Verbreiten und Teilen von Inhalten** ist extrem einfach – „Schneeballeffekt“.
 - Teilen durch „share“ Button (innerhalb Facebook),
 - Teilen durch „Facebook Like Button“ (Inhalte v. außen nach FB holen)
 - die Möglichkeit, Feeds einfließen zu lassen.
 - die Möglichkeit, ganz schnell Links zu posten

Facebook: Ein paar Zahlen

- Der durchschnittliche Facebook User verbringt 55 min/ Tag auf Facebook, hat 130 „Freunde“, schreibt 15 Kommentare pro Monat und ist Mitglied in 12 Gruppen.
- Facebook unterstützt über 65 Sprachen
- Jeden Tag werden 55 Mio Statusupdates gemacht, 20 Mio User werden Fan einer Seite
- Jede Woche werden 3,5 Billionen Inhalte geteilt (Links, News, Blogposts, Fotos...)

Quelle: <http://mashable.com/2010/02/10/facebook-growth-infographic>

Mai 2011, Karin Janner



Facebook – die Möglichkeiten

1. **Personenprofil** anlegen (nicht für Institutionen oder Unternehmen gedacht)
2. **„Offizielle Seite“** (früher „Fanseite“) anlegen, darf nur offizieller Beauftragter der Institution; die richtige Lösung für Unternehmen, Institutionen, Organisationen, Vereine etc. Achtung: ZUERST muss Personenprofil angelegt werden, aus diesem Profil heraus dann die offizielle Seite!
3. **Gruppe** anlegen (offen oder geschlossen; Gruppe=„Fanclub“ darf jeder anlegen, als Diskussionsforum gedacht; als offizielle Seite nicht geeignet)
4. **Gemeinschaftsseiten**: Werden automatisch generiert, z.B. sobald jemand in seinem Profil „Interesse“ oder „Hochschule“ etc. einträgt.
5. **Facebook Places**: Geo-Location Facebook Dienst. User „checken ein“ und sehen, welche Freunde sich am selben Ort oder in der Nähe befinden.

Facebook: der eigene Stream

Sie sehen die Aktivitäten Ihrer Freunde - wie üblich im Web 2.0 - angeordnet als Stream, (an einer Zeitschiene), in Echtzeit.

Die neueste Aktion erscheint ganz oben.

The screenshot shows the Facebook news feed interface. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Startseite', 'Profil', and 'Konto'. The main content area is titled 'Neuigkeiten' and 'Hauptmeldungen'. The feed displays several posts from friends and public pages, including updates from Karin Janner, Wolfgang Gumpelmaier, Stefan Wolpers, and Hannes Jähner. On the right side, there are sections for 'Veranstaltungen', 'Personen, die du vielleicht kennst', 'Gesponsert', 'Anstupser', and 'Vernetze dich'. The interface is designed to show the most recent activity at the top of the stream.

Facebook Personenprofil

So sehen andere Ihr Profil

- einstellen: Öffentlich od. nur für „Freunde“ sichtbar,

Beispiel Facebook Profil Karin Janner

The screenshot shows the Facebook profile of Karin Janner. The profile picture is a close-up of her smiling face. The cover photo is a dark image. The profile information includes her name, relationship status (Married), birthday (January 28), and hometown (Berlin, Germany). She has 169 friends. The recent activity section shows several posts, including one about a fan of Igor Falecki, one about becoming friends with Willibert Verhöfen, and one about writing on Kidd Kurbler's wall. There are also ads for LSU Tigers Mascot and Klunkerfisch Jewels.

<http://www.facebook.com/karinjanner>

Facebook „offizielle Seite“ (früher: Fanseite)

Die offizielle Seite ist auf jeden Fall öffentlich einsehbar,

Bsp: Facebook-Seite stARTconference

<http://www.facebook.com/startconference>



The screenshot displays the Facebook interface for the 'stARTconference' page. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for 'Startseite', 'Profil', and 'Konto'. The main content area features the 'st art. 10' logo and a navigation menu with tabs for 'Pinnwand', 'Info', 'News', 'Twitter', 'Felder', and 'Fotos'. Below the navigation is a status update box with the text 'Was machst du gerade?' and a 'Teilen' button. The main feed contains several posts, including a post about the 'Eindrücke von der Transmediale' conference, a post titled 'stARTconference Visualizing 6 Years of Facebook [INFOGRAPHIC]', and a post about 'Ästhetik 2.0: Kunst-Kubus verkauft sich selbst auf eBay | Basic Thinking Blog'. The right sidebar contains a 'Werbeanzeige erstellen' section and a 'Gib jemandem ein Geschenk' section.

Das Herzstück der FB Seite: Die Pinnwand

Was schreibt man an die „Pinnwand“?

- ❑ Statusmeldungen + Aktuelles, Fragen, Antworten... Etwas mehr Platz als bei Twitter, Links, Fotos, Videos, Audiofiles anhängen
- ❑ An die Pinwand schreiben darf: Einstellung „nur ich“ oder „Freunde“
- ❑ Kommentare: direkt unter dem Post



Köln Für das Spiel gibt es noch 5000 Karten.
Heute Entscheidungsspiel gegen Slowakei | [Koeln.de](http://www.koeln.de)
www.koeln.de
Im Zwischenrundenfinale gegen die Slowakei hat das Team von Bundestrainer Uwe Krupp heute sein Schicksal selbst in der Hand. Mit einem Sieg kann Deutschland erstmals seit 2003 das Viertelfinale der Eishockey-Weltmeisterschaft erreichen.

vor 11 Stunden · Kommentieren · Gefällt mir · Teilen

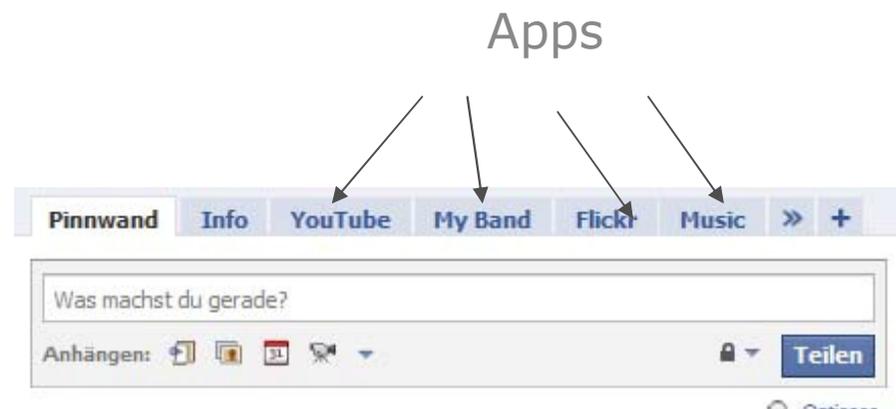
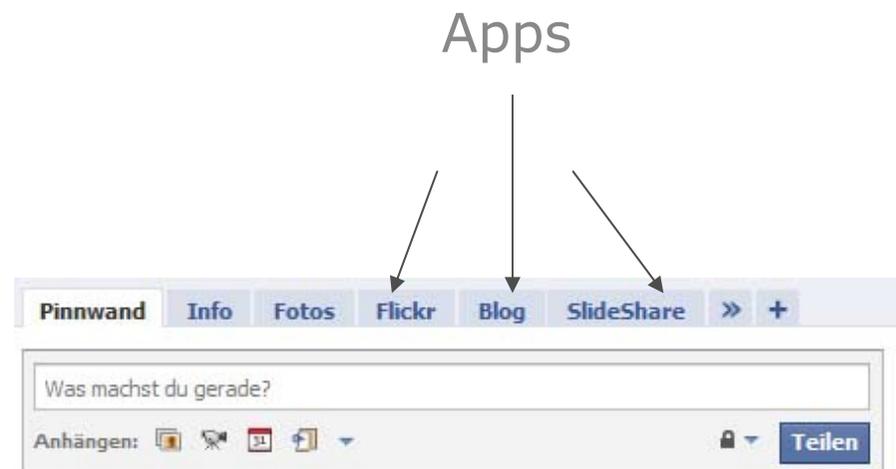
10 Personen gefällt das.

- Ingo Seifert** Dann wundert es mich nicht, dass sie auf XING verschenkt werden...
vor 11 Stunden · Melden
- Klaus Greiber** wo werden die verschenkt?
vor 11 Stunden · Melden
- Holger Greulich** würde mich jetzt auch interessieren, denn ich kann bei XING nichts finden.
vor 10 Stunden · Melden
- Hanna Kobylka** dito
vor 10 Stunden · Melden
- Frank Helsper** https://www.xing.com/net/p_rice4273x/koeln/
vor 10 Stunden · Melden
- Michael Hinz** danke!
vor 10 Stunden · Melden
- K-tee Heroine** Ich wäre soooooooooooooooooooooo gern da, soooooooooooooooooooooooooooooo, aber ich muss arbeiten,scheiße, und warum ist das eigentlich nich ausverkauft? hauptsache auf schalke, wo man hinten NICHTS mehr sieht.... pf.
vor 10 Stunden · Melden
- Maximilian Krautta** tja, wenn ich nich in stuttgart wohnen würde wär ich dabei, die 2 spiele die ich schon live in köln gesehn hab warn der hammer...
vor 10 Stunden · Melden
- Jörg Röhrig** Sogar im Stehplatzbereich sind derzeit noch gut 450 Plätze zu haben.
vor 8 Stunden · Melden
- Zazie Bürger** In der Regionalgruppe Köln gab es eine Aktion.
vor 7 Stunden · Melden
- André Helpensteller** Perfekt, bin drin :-)) danke an xing!
vor 5 Stunden · Melden
- Allam Khashan** acheisse ich bin nicht da.
vor 2 Stunden · Melden

Schreibe einen Kommentar ...

Facebook Apps

- ❑ Funktionsumfang durch Apps erweitern, z.B. YouTube Kanal, Flickr Fotos, Musicplayer etc.
- ❑ Apps nur zu einem kleinen Teil von FB selbst programmiert, der Rest kommt von außen
- ❑ Qualität der FB-Apps sehr unterschiedlich
- ❑ Viele Apps sind für Privatprofile kostenlos, müssen aber für Seiten bezahlt werden



Facebook Gruppen

- Einfacher, unkomplizierter, rascher Austausch mit Gleichgesinnten
- Email-Benachrichtigung bei neuen Einträgen und Kommentaren
- Links, Videos, Fotos mit einem Klick mit der ganzen Gruppe teilen



Facebook Gruppe stART11en:
http://www.facebook.com/home.php?sk=group_166401880046552&ap=1

Facebook filtern

Listen anlegen für verschiedene Freundeskategorien (in diese Kategorien kann man auch Fanseiten aufnehmen)

Man kann den Stream jeder Liste extra aufrufen (Klick auf: Neueste Meldungen; Pfeil rechts)

Mai 2011, Karin Janner

The screenshot shows a Facebook profile for Karin Janner. On the left, a custom list named "Social Media" is selected, containing categories like "Kultur", "Marketing", and "Privat". The main content area displays a feed of posts from this list, including updates from Bjoern Eichstaedt, Michael Wunsch, Gerd Leonhard, Oliver Gassner, and Arnold Melm. The interface includes a search bar, navigation tabs, and a "Freunde im Chat" section at the bottom.

Inhalte von „außen“ zu Facebook holen

Mit dem „Facebook Like Button“ machen Sie Ihre Blogbeiträge oder Internetseiten leicht über Facebook weiterempfehlbar – Inhalte „von außen“ können mit einem Klick zu Facebook geholt und dort verbreitet werden.

Neuer Rekord: 600 Millionen aktive Facebook Nutzer

 Karin Janner und 186 weiteren Personen gefällt das. Gefällt mir nicht mehr

 Dir gefällt **facebookmarketing.de | Neuer Rekord: 600 Millionen aktive Facebook Nutzer.** Gefällt mir nicht mehr

Ge
du

MIMENTARE >

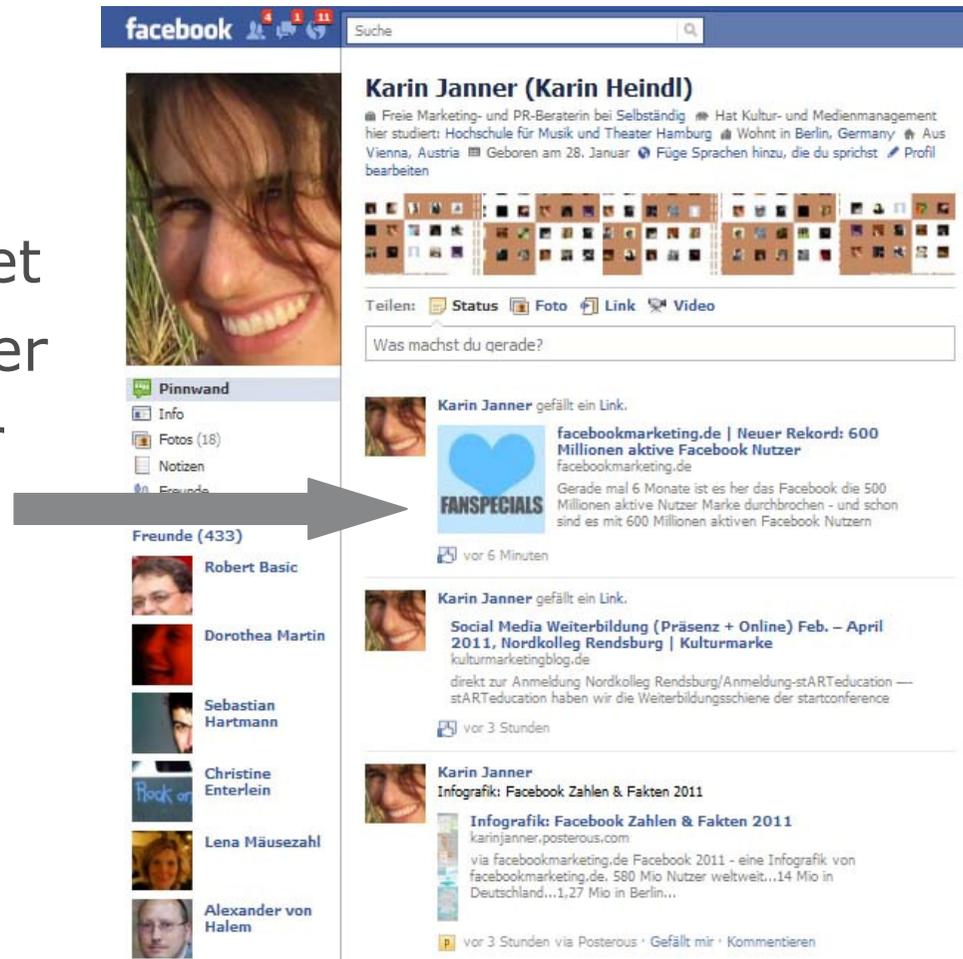
Millionen aktive Nutzer Marke

aktiven Facebook Nutzern wieder 100

Millionen mehr. Laut Allfacebook.com sind es bereits 600 Millionen aktive Nutzer, glaubt man Social Bakers ist Facebook nur noch knapp unter dem Wert. Bei dem aktuellen Wachstum dürften die 700 Millionen bis zum Sommer erreicht werden die 750 Millionen dann zum Herbst. Dabei zählt Facebook nur die aktiven Nutzer, d.h. Nutzer die sich innerhalb der letzten 30 Tage mindestens einmal auf Facebook eingeloggt haben.

Inhalte von „außen“ an die Facebook Pinnwand

Klicken Sie als angemeldeter Facebook User irgendwo im Internet auf „like“, so erscheint der betreffende Link an Ihrer Pinnwand.



<http://www.facebook.com/karinjanner>

Dynamische Inhalte von Facebook nach draußen bringen (z.B. ins Blog holen)

Facebook Soziales Plugin:

„Like Box“

Verschiedene
Einstellungsmöglichkeiten



Wir twittern
Follow us on Twitter
Twitter Counter
723 Followers
Spieltz auf Facebook
Dir gefällt das. Gefällt mir nicht mehr
Spieltz spielt: @egoo_de die schokoladen von @chocri sind doch auch personalisiert + bio, oder nicht? #miraqo
13. Januar um 15:25 · über RSS Graffiti
Spieltz spielt: RT @egoo_de: Dank Karin von @Spieltz gibt es jetzt eine neue Kategorie: Individuelles Spielzeug <http://egoo.de/shops/spielzeug>
13. Januar um 14:54 · über RSS Graffiti
Spieltz "Spieltz bringt Euer Spiel ins Spiel" - geizkragen.de berichtet über uns. das startspiel gibts ja kostenlos, und vielleicht will
160 Personen gefällt Spieltz.
Johannes Nicole Maria
Winfried Andrea Annette
Soziales Plug-in von Facebook

Blogparade+Sammlung: Das beste Spiel aller Zeiten?!

Von Karin Janner | 18. Januar 2011

Gefällt mir Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.

Spiel des Jahres -

...und wer fragt BLOGGER nach ihrem Lieblingsspiel?

Was ist für Euch das beste (Brett-)spiel aller Zeiten?
Könnt Ihr das Spiel beschreiben?
Was fasziniert Euch daran so?

Hier soll eine Sammlung von tollen Spielen entstehen, empfohlen von Bloggern für Blogger.

Achtung! Wer kein eigenes Blog hat kann gerne auf dem Spieltz-Blog einen Gastartikel schreiben!

Dabei ist es egal, in welchem Verlag das Spiel erschienen ist und welche Kritiken es bekommen hat – Eure Meinung zählt! Es kann gerne auch ein nicht publiziertes oder selbst erfundenes Spiel sein (vorausgesetzt, es ist wirklich gut. Nur Eigenwerbung wäre nicht toll...)

Wer sich nicht entscheiden kann macht einfach eine Liste, z.B. meine Top3, Top5, Top10.

Die Blogparade beginnt:
SOFORT

und endet: NIE
Das ist ungewöhnlich für eine Blogparade, aber ich will hier gerne eine umfassende Sammlung von Brettspielempfehlungen zusammenbekommen – Geheimtipps Willkommen! 😊

(Was ist eine Blogparade?)

Eine Blog-Parade (auch genannt: Blog-Karneval) ist eine Blog-Veranstaltung, die wie folgt abläuft:
Ein Blog-Betreiber (in diesem Fall: stARTconference) legt ein Thema fest
(z.B. das Beste aller Zeiten) und veröffentlicht dieses in Form eines

<http://spieltz.de/blog/>

Verwirrung pur: Facebook Gemeinschaftsseiten

Werden **automatisch** generiert, wenn jemand den Begriff unter „Interesse“ oder „Ausbildung“ etc. in sein Profil einträgt.

Bsp: „Gemeinschaftsseite“ der Deutschen Oper Berlin. Inhalte erscheinen dort automatisch, sobald sich jemand in seinem Privatprofil über die Deutsche Oper äußert. Deutsche Oper hat keinen Einfluss darauf.

Es gibt sogar 3 verschiedene automat. generierte Seiten „Deutsche Oper Berlin“:

Suche

<http://www.facebook.com/search/?init=quick&q=deutsche%20oper%20Oberlin&ref=ts>

Mai 2011, Karin Janner



The screenshot shows a Facebook page for 'Deutsche Oper Berlin'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for 'Startseite', 'Profil', and 'Konto'. The main content area features a cover photo of a building, followed by tabs for 'Info', 'Ähnliche Beiträge', and 'Wikipedia'. The 'Info' tab is active, displaying a description of the opera house, its history, and a list of people who liked the page. A post by Thomas Zomack is visible, mentioning a performance of Otello. The page also includes a 'Werbeanzeige erstellen' button and a 'Tritt mit weiteren Freunden in Verbindung' button.

<http://www.facebook.com/pages/Deutsche-Oper-Berlin/105593006141518?ref=ts>

Fotos, Videos, Audiofiles etc. einbinden - in Blog, Website, Facebook, MySpace

2 Möglichkeiten für Fotos, Videos, Audiodateien, Präsentationen etc.

1. **direkt im Blog**, Website, Facebook hochladen

2. Auf **Plattform** hochladen

(z.B. Flickr=Fotos, YouTube=Videos, Slideshare=Präsentationen etc.)

und von dort über URL oder Widget in Website/Blog und Facebook/ MySpace etc. **einbinden**.

Plattformen: Jedes Dokument bekommt eigene URL und einen HTML-Code zum Einbetten.

Einbetten in Blog/Website über URL

TITLE

Blogpause auf dem Kulturmarketing Blog + dem NewMarketing Blog

B *I* U ABC Font size 

Wer regelmäßig mein [Kulturmarketing Blog](#) + [NewMarketing Blog](#) liest, wird festgestellt haben:
Hier passiert im Moment gerade nicht sehr viel ;)

Grund ist:

Einige Projekte, besonders die [startconference](#), haben sehr viel Zeit verschlungen, so dass ich erst langsam mit allen

<http://www.flickr.com/photos/muellergirod/4977960288/>

Und mit meinem restlichen Zeug komme ich nur langsam wieder auf Gleich, weil auch die Nachbereitung der stART1
"stricken"...

Posterous-Blog, Bearbeitungsmodus:
URL des Fotos einfach in den Text schreiben
<http://www.flickr.com/photos/muellergirod/4977960288>

eingebettet ins Blog
<http://karinjanner.posterous.com/blogpaus-e-auf-dem-kulturmarketing-blog-dem-ne>

Mai 2011, Karin Janner



Foto, auf Flickr hochgeladen

Blogpause auf dem Kulturmarketing Blog + dem NewMarketing Blog

Wer regelmäßig mein [Kulturmarketing Blog](#) + [NewMarketing Blog](#) liest, wird festgestellt haben:

Hier passiert im Moment gerade nicht sehr viel ;)

Grund ist:

Einige Projekte, besonders die [startconference](#), haben sehr viel Zeit verschlungen, so dass ich erst langsam mit allem, was dadurch liegen geblieben ist, nachkomme...



Und mit meinem restlichen Zeug komme ich nur langsam wieder auf Gleich, weil auch die Nachbereitung der stART10 ganz schön viel Zeit in Anspruch nimmt, und gerade bin ich dabei, einen Tagungsband zu "stricken"...

Einbetten in Blog/Website über Widgets

Mag ich Speichern in Weiterleiten **<Einbetten>**

```
<object width="480" height="385"><param name="movie" value="http://www.youtube.com/v/dYP-wBaqQAI?fs=1&amp;hl=de_DE"></param><param name="allowFullScreen" value="true"></param></object>
```

Nachdem du eine Auswahl getroffen hast, kannst du den Einbettungscode oben kopieren und einfügen. Der Code ändert sich je nach deiner Auswahl.

Ähnliche Videos zeigen
 Rahmen anzeigen
 Erweiterten Datenschutzmodus aktivieren [?]
 iframe-Einbettungscode verwenden (Beta) [?]

425 x 344 480 x 385 640 x 505 960 x 745 Benutzerdefiniert
Breite: px
Höhe: px

HTML-Code

copy-paste –
eingebettet ins
Wordpress-Blog

Mai 2011, Karin Janner

YouTube Suchen Kategorien Video hoch

The Twitter Song
ihatemorningsdotcom 18 Videos Abonnieren

0:10 / 3:33 240p

ihatemorningsdotcom 25. August 2008 **358.308** Aufrufe
Demi Moore retweeted the Twitter song. Finally I exist. :o): [http://twitter.c...](http://twitter.com/mrskutcher/status/1518430826)

Mag ich Speichern in Weiterleiten **<Einbetten>**

YouTube Video

NewMarketing Blog

Trends, Geschäftsideen und innovative Produkte, neue Ideen für Marketing, PR und Werbung, und natürlich Social Media

Sonntag, 29 August 2010 [Bearbeiten](#)
You're No One If You're Not On Twitter

The Twitter Song

1:48 / 3:32

via youtube.com

"You're No One If You're Not On Twitter" – my tribute to Twitter, the status update site that anyone who's anyone is using...
Get on Twitter and follow me at <http://www.twitter.com/ihatemornings>
Demi Moore retweeted the Twitter song. Finally I exist. :o):
<http://twitter.com/mrskutcher/status/1518430826>

Seiten
Buchempfehlungen
Kontakt/Impressum
Über mich

Suche nach:

Suchen

Kategorien
akquise
Bloggen
Branding und Markenführung
Design
Direktmarketing
E-Commerce/ Social Commerce
Entrepreneurship
Eventmarketing
Geschäftsideen und neue Produkte
Guerrilla-Marketing
Internet
Kampagne
Kulturmarketing
Lesetipps
Marketing – Sonstiges

RSS Feed

stART10
CONFERENCE
KULTUR | WEB 2.0
9.+10. SEPT. 2010
DUSBURG
MERCATORHALLE 10
st.art.

Wer schreibt hier?
Karin Janner, freie Marketingberaterin.
Mehr auf der ["Über mich"-Seite](#)

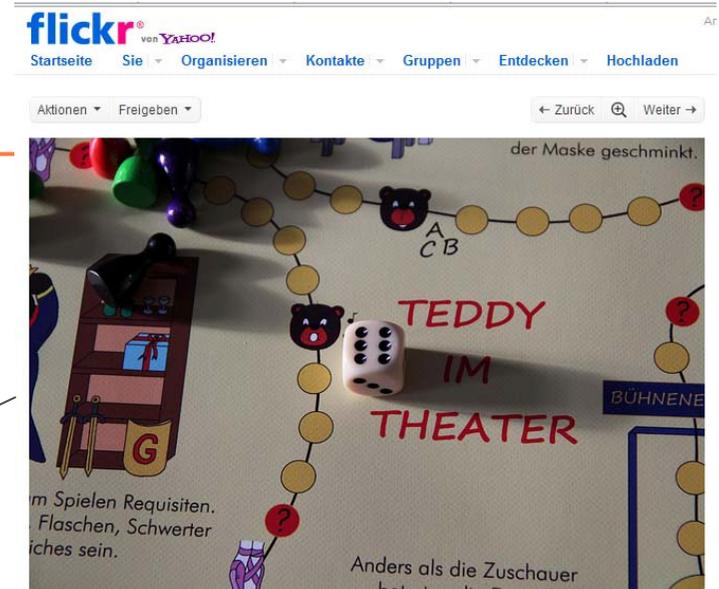
XING

Follow me on [Twitter](#)
Hier schreibe ich auch:
[Kulturmarketing Blog](#)
[stART 09 Konferenzblog](#)
[NPO Blogparade](#)
[Hessenbörse für das Kulturmarketing](#)

An die Facebook-Pinnwand posten

Foto auf Flickr

Statusmeldung,
URL anhängen



Teddy im Theater - das Spiel_Spieltz-0563



Auf Facebook
Pinnwand posten



Flickr: Photostream, Bsp. New Generation Berlin

<http://www.flickr.com/photos/newgeneration-berlin>

flickr Signed in as New Generation Berlin (1 new) Help Sign Out

Home You Organize Contacts Groups Explore Search your photostream Search

Your photostream 146 items / 986 views
Collections Sets Galleries Tags Archives Favorites Popular Profile

newgenerationberlin-wagadou

IMG_2562

Wagadou-Fernsehaufttritt-offener Kanal Berlin - auf der Fernseh-Bühne

Anyone can see this photo (edit)

Uploaded on Aug 12, 2009 | Delete

6 views / 0 comments

Wagadou-Fernsehaufttritt-offener Kanal Berlin - auf der Fernseh-Bühne, Josie singt

Anyone can see this photo (edit)

Uploaded on Aug 12, 2009 | Delete

2 views / 0 comments

IMG_2561

Wagadou-Fernsehaufttritt-offener Kanal Berlin - auf der Fernseh-Bühne

Anyone can see this photo (edit)

Uploaded on Aug 12, 2009 | Delete

3 views / 0 comments

IMG_2560

Wagadou-Fernsehaufttritt-offener Kanal Berlin - auf der Fernseh-Bühne, Lalia als "die..."

Anyone can see this photo (edit)

Uploaded on Aug 12, 2009 | Delete

2 views / 0 comments

Fotoalben

Wagadou Fernsehaufttritt
14 photos | Edit

Wagadou - Auftritt bei Baobab...
34 photos | Edit

Wagadou - Auftritt Karneval...
50 photos | Edit

Flickr Slideshows + Widgets ins Blog einbinden, Bsp. New Generation Berlin

<http://new-generation-berlin.de/heute-kommt-wagadou-im-fernsehen>

Flickr Slideshow, über Widget ins Blog eingebunden

« 125 Jahre Kongo (Africa) Konferenz zu Berlin

Die nächste Probe, Dienstag, 08.09.09 »

Heute kommt Wagadou im Fernsehen!

9. Aug 2009 von wagadou1

Heute sind wir im Fernsehen, um 11 Uhr!

Wo? Offener Kanal Berlin

Hier ein paar Fotos von der Studioaufnahme:



Tags: [auftritt](#), [fernsehauftritt](#), [fernsehen](#), [fotos](#), [fotostream](#), [New Generation Berlin](#), [offener kanal berlin](#), [wagadou](#)

Gepostet in [Auftritte](#), [fotos](#), [wagadou](#)

Flickr



By Erik Rasmussen

New Generation Berlin TV – unsere Videokanäle

[New Generation Berlin YouTube Kanal](#)

[New Generation Berlin Vimeo Kanal](#)

Kategorien

[Allgemein](#)

[Auftritte](#)

[fotos](#)

[Hinter den Kulissen](#)

[Proben](#)

Bewegung im Blog über Flickr Widget in der rechten Spalte

Videoplattformen, z.B. YouTube

R.E.M - Everybody Hurts (Live)

YouTube r.e.m. Suchen Kategorien Video hochladen Konto erstellen Anmelden

R.E.M - Everybody Hurts (Live)

blackzat 29 Videos Abonnieren

1:56 / 6:16 240p

blackzat | 28. Oktober 2008
Live 2005 London
R.E.M. - Everybody Hurts
2.879.143 Aufrufe

Mag ich Speichern in Weiterleiten <Einbetten>

Auf dieses Video antworten...

R.E.M. - Mix von YouTube PLAYLIST 41 Videos

Dirty Dancing - Time of my Life (Final Dance) -...
38.890.432 Aufrufe
CPhillips92 Vorgestelltes Video

REM Everybody Hurts
3.712.954 Aufrufe
sheyemmy

R.E.M. Losing My Religion
11.527.118 Aufrufe
marcelolucio

R.E.M. Drive
1.042.041 Aufrufe
stipey104

R.E.M. - The One I Love
2.353.001 Aufrufe
rhoda0103

Everybody Hurts - REM Live
359.242 Aufrufe
betarugo01

Man On The Moon - from R.E.M. Live

<http://www.youtube.com/watch?v=IPZzWYkdS6Y>

Beispiel YouTube Video

Youtube, Musikvideo Mädchenband FireFlowers: „Love is blind“

YouTube

Suchen | Durchsuchen | Video hochladen | Konto erstellen | Anmelden

Love Is Blind | FireFlowers live bei der Fiesta Kreuziga

FireFlowersBerlin 11 Videos Abonnieren

0:17 / 3:05 360p

FireFlowersBerlin — 10. Juni 2010 — Keine Beschreibung verfügbar 29 Aufrufe

Mag ich | Speichern in | Weiterleiten | <Einbetten>

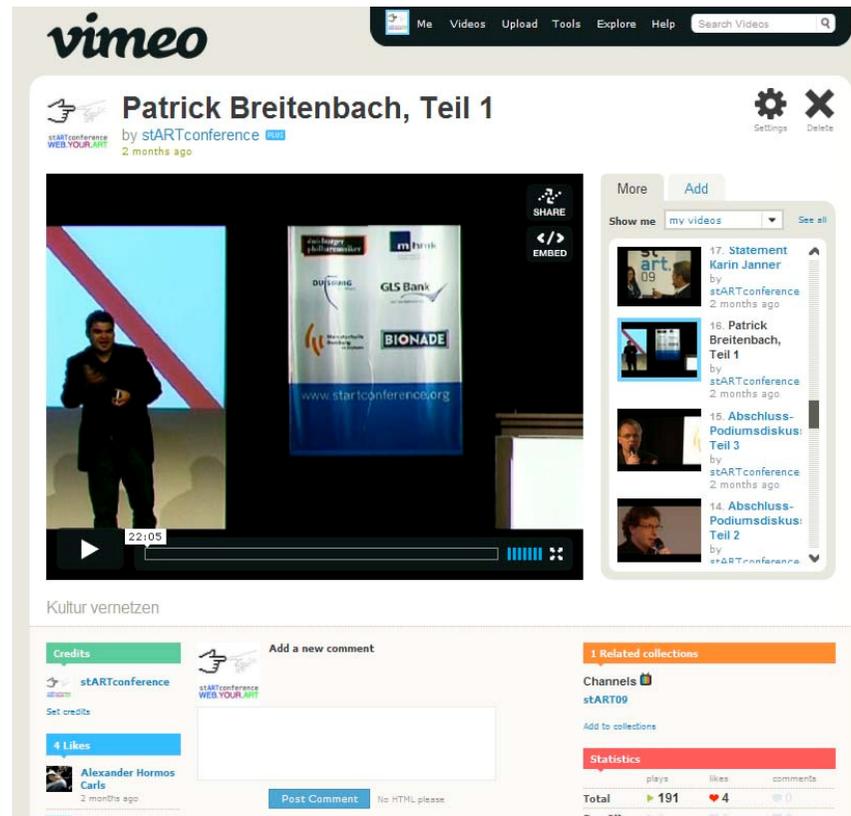
Auf dieses Video antworten...

- Happy Birthday | FireFlowers live bei der Fiest... 23 Aufrufe FireFlowersBerlin 2:32
- You Make Me Crazy | FireFlowers live bei der Fi... 29 Aufrufe FireFlowersBerlin 3:11
- Pink Panther | FireFlowers live bei der Fiesta ... 21 Aufrufe FireFlowersBerlin 2:25
- Fireflowers - We are the FireFlowers! Live bei ... 304 Aufrufe FireFlowersBerlin 4:37
- Love Is Blind | FireFlowers live im Probenkeller 108 Aufrufe FireFlowersBerlin 3:26
- FireFlowers | Pink Panther 62 Aufrufe FireFlowersBerlin 2:52
- We are the Fireflowers | FireFlowers live bei d... 26 Aufrufe FireFlowersBerlin 3:59
- 合唱『Fire@Flower』（鏡音レンオリジナル） 248.299 Aufrufe yesmider1 4:21

<http://www.youtube.com/watch?v=aSJXwiaIOwA>

Andere Video-Plattform: Vimeo

Vimeo, stARTconference, Dokumentation der Konferenz
Vortrag Patrick Breitenbach



<http://vimeo.com/6818788>

Video ins Blog einbinden

Bsp. Tanztage, YouTube-
Video ins Blog eingebunden

<http://tanztage.posterous.com/finale-63>

Mai 2011, Karin Janner

Im ausverkauften Theater am Marienthor fand am Sonntag den 21.02.2010 die finale Runde für fast 500 Tanzgruppen und deren 5000 Mitglieder statt. Die Stimmung hätte nicht besser sein können, denn die begeisterten Zuschauer sparten nicht mit Applaus und klatschten rhythmisch zur Musik. Alle Gruppen gaben ihr Bestes und so hatte die Jury es nicht leicht die Gewinner der verschiedenen Kategorien zu ermitteln. Drei junge Männer der Gruppe "Creationz" erzielten mit 99 von 100 möglichen Punkten die höchste Wertung und gaben zum großen Finale eine Zugabe. Mehr Informationen unter <http://www.duisburger-tanztage.de/>

CREATIONZ aus Bonn siegt bei den Duisburger Tanztagen ...



YouTube

0:42 / 4:17 360p

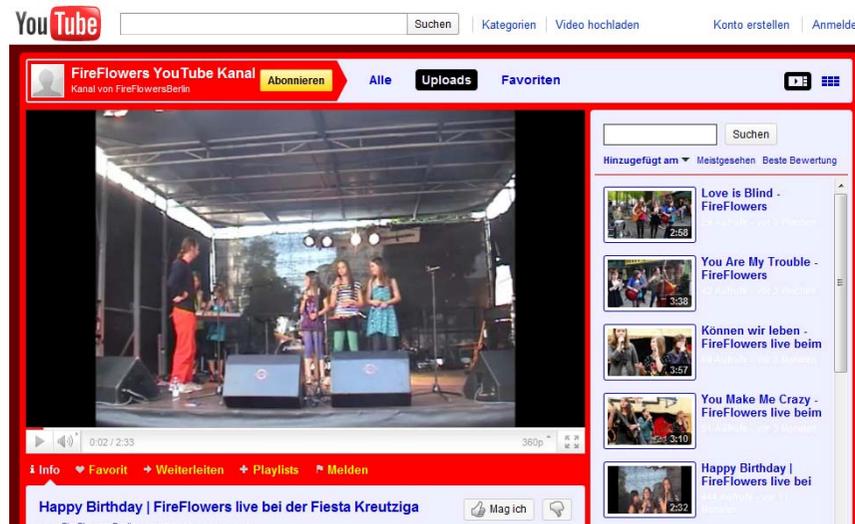
0 Comments

Posted 1 month ago by Christoph Müller-Girod

2 mentions Retweet Like

Videokanäle

Kanäle per RSS Feed abonniebar. Kanäle können über App bei Facebook eingebunden werden.



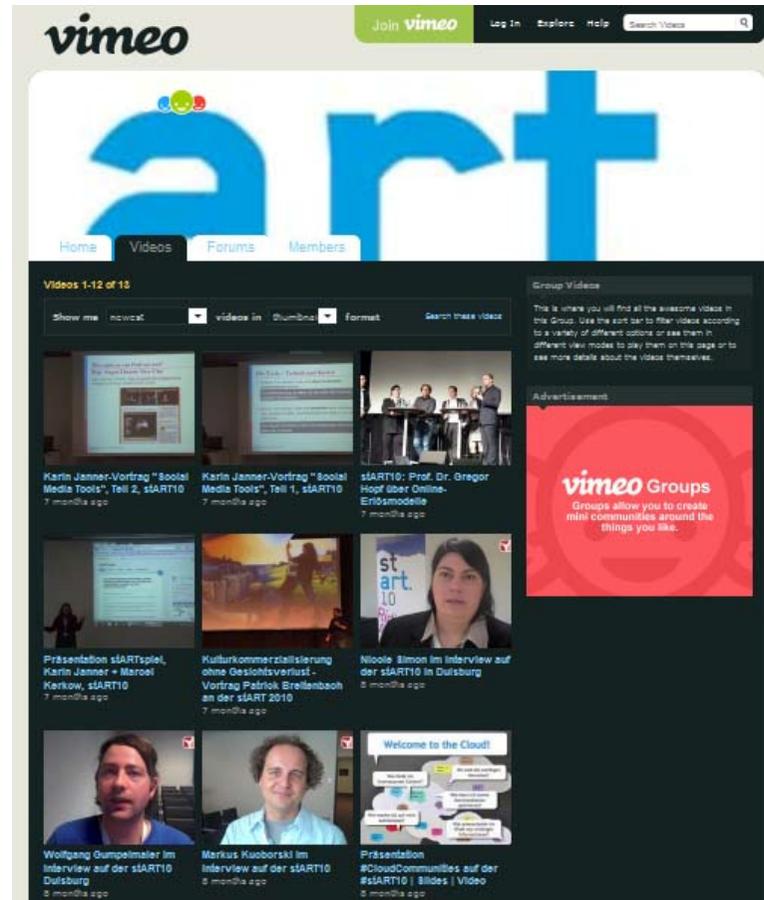
Bsp. YouTube Kanal: FireFlowers
<http://www.youtube.com/FireFlowersBerlin>

Bsp. Vimeo Kanal
stARTconference

<http://vimeo.com/channels/start09>



Videogruppen

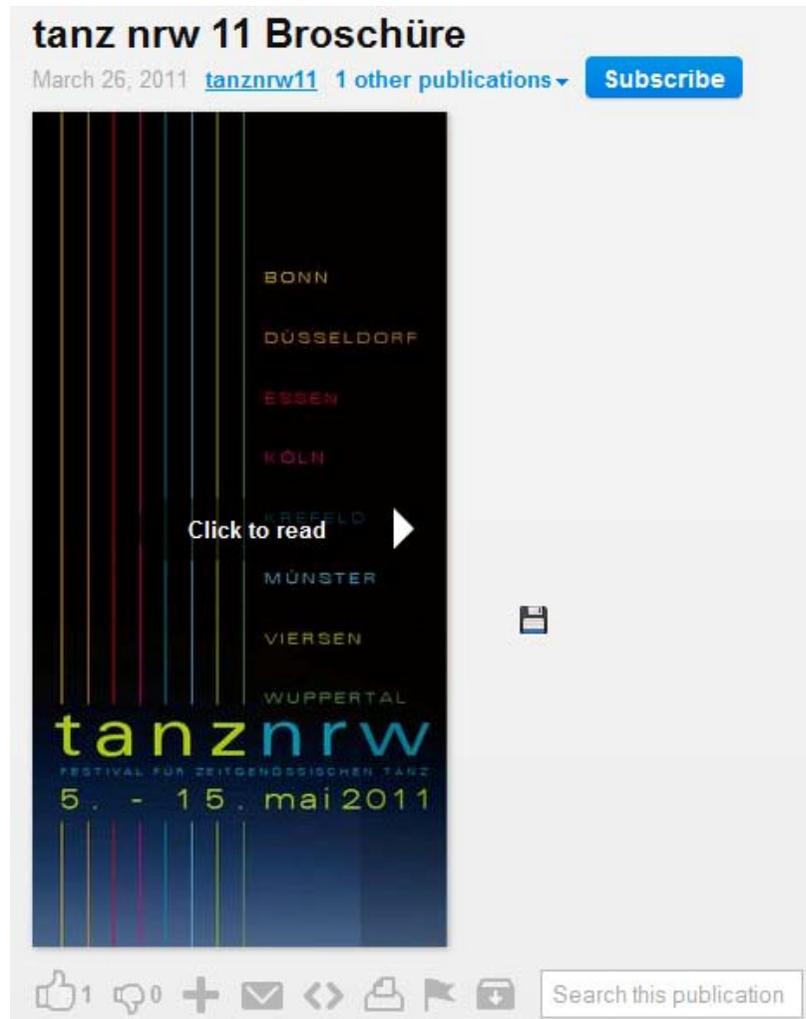


<http://vimeo.com/groups/start10>

Mai 2011, Karin Janner

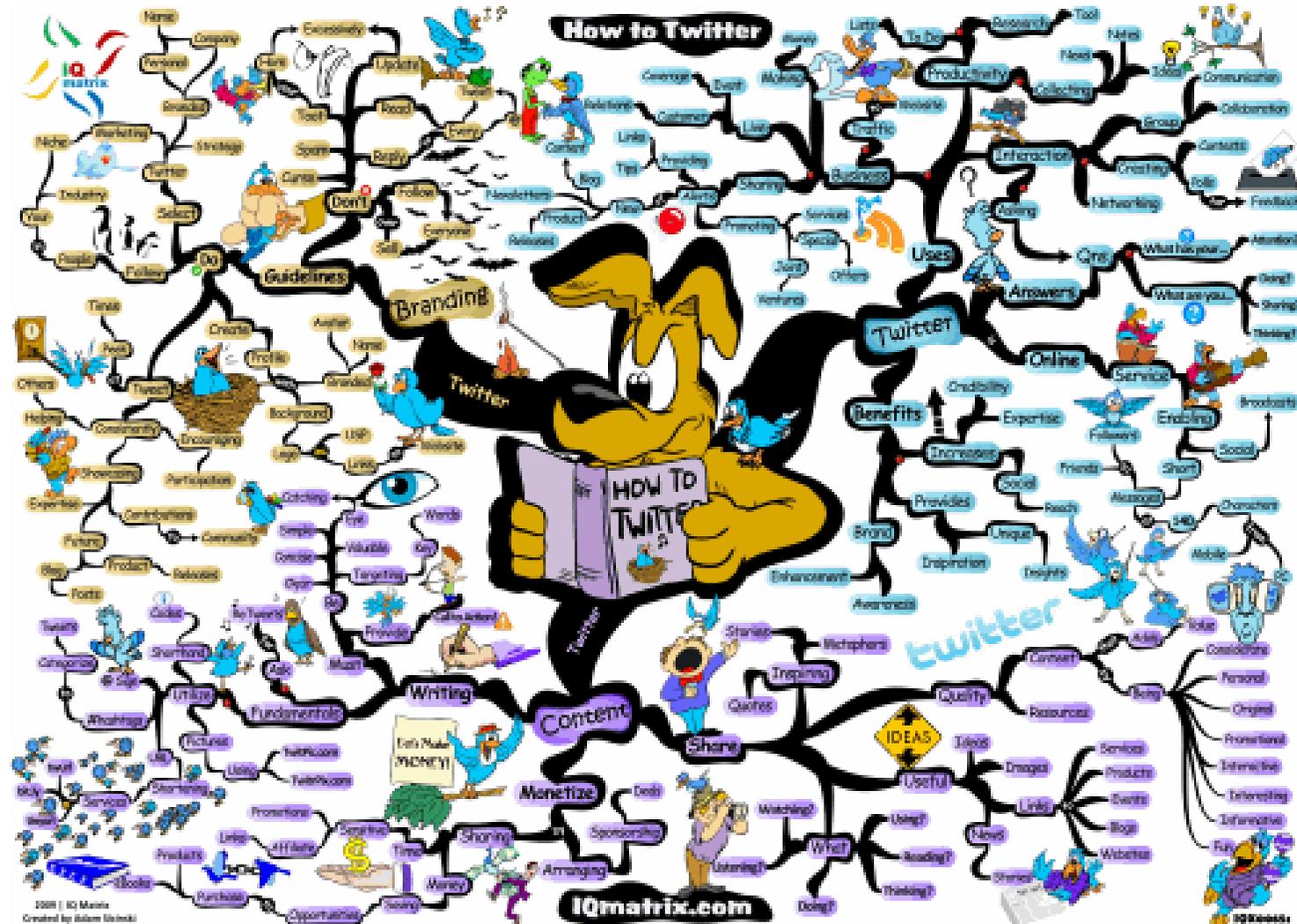
Filesharing Plattformen: Bsp. Programmheft

Bsp: Programmheft
tanznrw11



<http://issuu.com/tanznrw11/docs/programm-tanznrw11-web>

Was ist Twitter?



Kurznachrichten senden + empfangen

„Chatten“ mit vielen
gleichzeitig
1 Tweet=140 Zeichen



#webteam article 5. Philharmonisches
Konzert | Meeresrauschen <http://bit.ly/akcWuJ>
published #photo #video

5:01 AM Feb 4th via TweetDeck

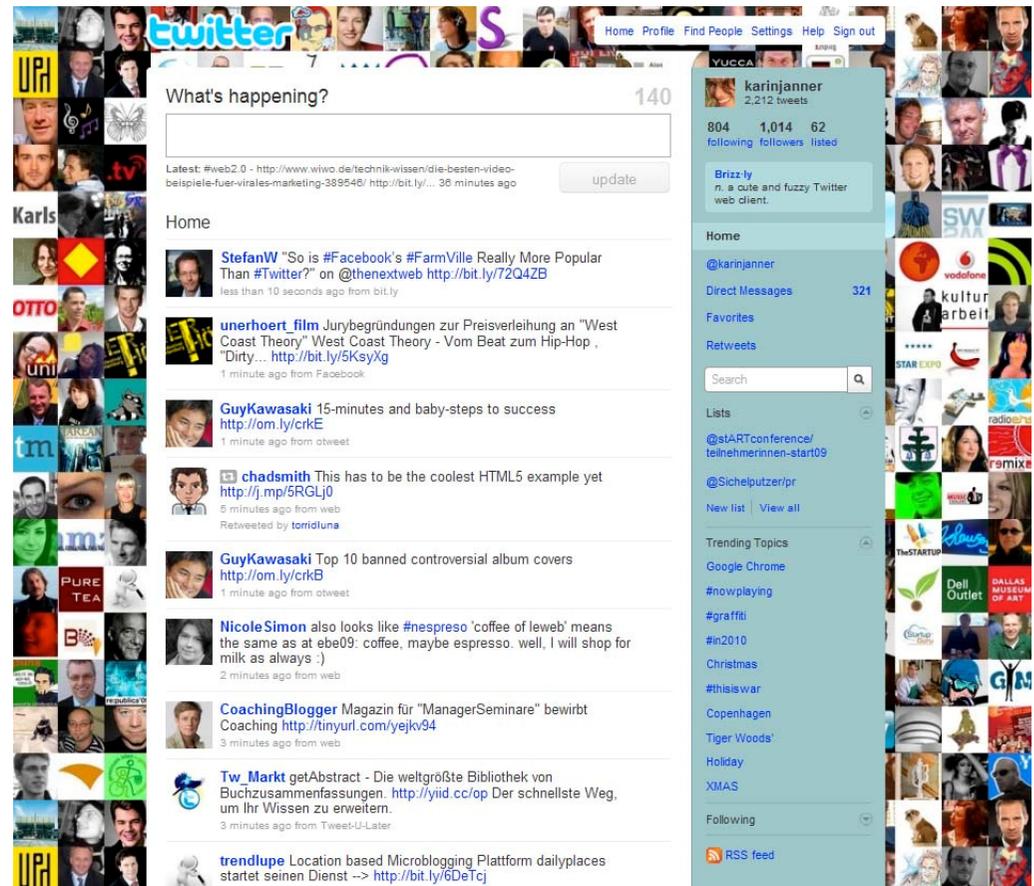
Reply Retweet



philharmoniker
Philharmoniker

Twitter – der eigene Stream

Sie bekommen in Ihrem Stream zu sehen, was die Personen twittern, denen Sie „folgen“ – in Echtzeit.



Twitter <http://twitter.com> – (hier: Account Karin Janner)

Twitter – so sehen andere Ihr Profil

Wenn andere Ihr Profil besuchen, bekommen sie zu sehen, was Sie getwittert haben (Meldungen orientieren sich an der Zeitschiene).



Mai 2011, Karin Janner

Twitter <http://twitter.com/karinjanner>

„Verfolgte“ und „Folger“ (Followers)



Bild: RainerSturm / pixelio.de

Vernetzung bei Twitter ist
NICHT automatisch beidseitig!

**Wessen Tweets
bekommen Sie zu
sehen?**

- Tweets von Personen,
denen Sie folgen

**Wer bekommt Ihre
Tweets zu sehen?**

- Personen, die Ihre Tweets
abonniert haben (Ihre
„Follower“)

Was können Sie twittern?

Statements, Links, Fragen,
(Z.B. Hinweise auf Blogbeiträge, Neuigkeiten,
Veranstaltungen, Projekte,...)

The image is a collage of several screenshots from a Twitter interface and other web pages. At the top left, a blue Twitter header shows the logo and navigation links: Home, Profile, Find People, Settings, Help, Sign out. Below it is a tweet from 'philharmoniker' (Philharmoniker) with a profile picture showing a 'play' button. The tweet text reads: 'Marianne ROSENBERG LIVE beim (queer) Kulturfestival in Wien - 18. Juni 2010 @ wiener stadthalle - Tickets online buchen <http://bit.ly/9xgtWW>'. It includes a 'Reply' button and a star icon. To the right, a white box contains text: 'Lesung „Ein Rabenaas wird 60“ Heitere Betrachtungen über das Älterwerden <http://tinyurl.com/2wew9kj> Donnerstag, 29.4. um 20 Uhr im'. Below this, another Twitter post from 'nrw_forum' (NRW-Forum Düsseldorf) is shown. The tweet text reads: 'Julian Schnabel im Gespräch <http://post.ly/jUOr> NRW-Forum Düsseldorf'. It includes a 'Reply' button, a 'Retweet' button, and a star icon. At the bottom left, there is a snippet of a website article with the text: '#webteam article 5. Philharmonisches Konzert | Meeresrauschen <http://bit.ly/akcWuJ> published #photo #video'. The footer of the Twitter interface shows: '© 2010 Twitter About Us Contact Blog Status Goodies API Business Help Jobs Terms Privacy'.

Empfehlung + Verbreitung: Retweet

Empfehlung und Verbreitung: Retweet
„Schneeballeffekt“



RT @stARTconference: Call for Papers ☆
#stART10 <http://ow.ly/19olH> !
Hauptthemen: Mobile Web | Neue
Geschäftsmodelle
3:57 PM Feb 20th via HootSuite ↩ Reply ↻ Retweet



philharmoniker
Philharmoniker



RT @UlrikeSchmid: RT @karinjanner: ☆
Die Sprecher der #start10: Marc van
Bree “A Framework for Social Media
Strategy” <http://bit.ly/boO688>
less than 20 seconds ago via HootSuite ↩ Reply ↻ Retweet



4_CULTURE
4CULTURE

Die wichtigsten Twitter-Begriffe

- ❑ @ → jemanden persönlich ansprechen
- ❑ DM → direct message
- ❑ Retweet: Empfehlungen + virale Verbreitung.
RT @herrx → leitet Tweet von Herrn X weiter, kann zu Schneeballeffekt werden
- ❑ URL-Verkürzungsdienste wie z.B. <http://tinyurl.com>
(man hat ja nur 140 Zeichen Platz)
- ❑ # Hashtag → wie Tag bei Blog od. Social Bookmarking-Dienst; wird in Twitter-Suche gefunden; macht gleichzeitig klar, worauf man sich bezieht

Followers gewinnen

- ❑ Aussagekräftiges Twitter-Profil, Seite gestalten, Hintergrundbild hochladen, Keywords eintragen
- ❑ Interessant, spannend, witzig twittern
- ❑ Personen, von denen man verfolgt werden möchte, folgen (Follow Button klicken). Wie findet man die?
 - man sucht sich interessante Personen und schaut, wem sie folgen
 - Listen
 - Vorschläge von Twitter, auf Basis von Interessen und Personen, denen man folgt
- ❑ Von Website, Facebook-Profil etc. verlinken
- ❑ In Email-Signatur, Briefpapier; Flyer; Plakate etc.

Twitter-Seite individuell gestalten

Gestaltungsmöglichkeiten, Bsp. <http://twitter.com/spieltz>

Hintergrundbild

Foto oder Logo

Hintergrundbild

Rechte Spalte:
Name
Location
Web → Link eintragen!
Bio: Keywords,
Persönlichkeit

spieltz
www.spieltz.de

Individuelle Spiele, gedruckt auf LKW-Plane.

Das Berliner Social Commerce startup berichtet - Idee, Konzept, Fortschritte... Launch im Oktober.

Es twittert:
@karinjanner

(Ihr kennt mich aus: NewMarketing Blog, Kulturmarketing Blog, stARTconference)

twitter

spieltz

Following

@SpieleAkademie danke für die weiterempfehlung! #ff

1:43 PM Nov 27th from HootSuite in reply to SpieleAkademie

folgt @SpieleAkademie, das SpieleBlog gibt es jetzt auf Twitter!

2:05 PM Nov 25th from HootSuite

Der Nutzen von Spieltz für Spieleautoren, Grafiker, Illustratoren – Beitrag zur Blogparade von Kerstin Ho... <http://bit.ly/210Dtb>

1:39 PM Nov 20th from twitterfeed

Unsere Spieltz-Visitenkarten als Reisespiele... So, nun haben wir einen ganzen Berg Visitenkarten gedruckt... <http://bit.ly/46RkMW>

4:39 PM Nov 17th from twitterfeed

#spiele Clicker Spiele - Impressum <http://bit.ly/1fyJgu>

5:35 PM Nov 15th from twitterfeed

@koeningerjoerg wir halten dich auf dem laufenden, wenn du #spieleautoren #illustratoren etc. kennst, die shop eröffnen - her damit :)

1:52 PM Nov 4th from HootSuite in reply to koeningerjoerg

@PaLeDe wir halten dich auf dem laufenden! wenn du kreativlinge kennst, die shop eröffnen wollen (#spieleautoren #grafiker) - her damit :)

1:51 PM Nov 4th from HootSuite in reply to PaLeDe

#spiele Willkommen bei der Spielmanufaktur <http://bit.ly/2iGPsY>

2:30 PM Nov 3rd from twitterfeed

#spiele Erstellen und spielen Sie Ihr eigenes Spiel bei Mygame.com <http://www.mygame.com/>

3:50 PM Oct 28th from twitterfeed

Name Spieltz
Location Berlin Friedrichshagen
Web <http://www.spielz.de>
Bio Individuelle Spiele auf LKW-Plane. Social Commerce startup, ab November Shop. Über Konzept + Fortschritte twittert @karinjanner

1,132 464 7
following followers listed

Tweets 78

Favorites

Actions
message spieltz
block spieltz
report for spam

Following

View all...

RSS feed of spieltz's tweets

Tools rund um Twitter

- ❑ Twitterfeed: automatisch Feeds einfließen lassen
<http://twitterfeed.com>
- ❑ Twitteroberfläche, z.B. <http://hootsuite.com>,
<http://www.tweetdeck.com>
- ❑ Twitter Suche
<http://search.twitter.com>
<http://search.twitter.com/advanced>
- ❑ Fotos sofort twittern über Twitpic <http://twitpic.com>
- ❑ Twitterwand: <http://twitterwallr.com>, <http://twitterwall.me>
- ❑ Tweetmeme <http://tweetmeme.com> checkt die häufigsten Links, die getwittert werden; Retweet Button

Tools rund um Twitter

Multiuser-twittern, Twitteroberfläche Hootsuite <http://hootsuite.com>

The screenshot displays the Hootsuite web interface for user 'karinjanner'. At the top, there are navigation buttons like 'Shrink It', 'Send Later', and 'Send Now', along with social media icons and a 'Hello, Karin Janner' greeting. Below the navigation bar, there are tabs for different social networks: 'startconference', 'karinjanner', '4_culture', 'Featured', and 'spieltz'. The main content area is divided into four columns:

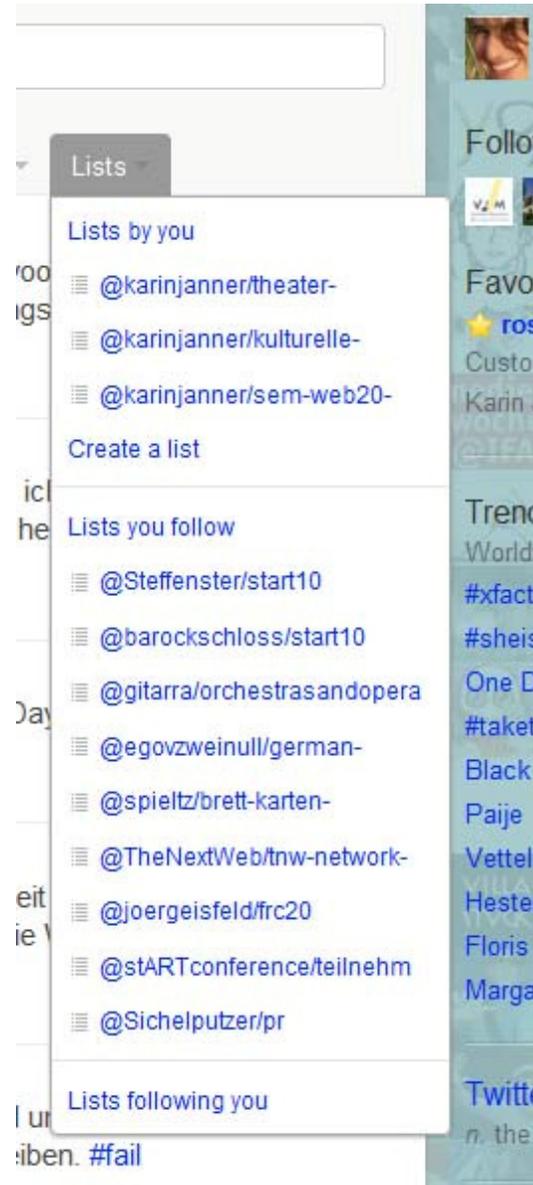
- Home Feed (karinjanner):** Shows a list of tweets from various users including DallasMuseumArt, Guggenheim, UliBeudgen, kmto, TimoAeden, and og73.
- Mentions (karinjanner):** Displays tweets mentioning the user, such as PlusPunkt, frank_tentler, stevy2, stARTconference, and VioWorld.
- Direct Message (Inbox) (karinjanner):** Contains private messages from KronbergAcademy, npo_vernetzt, VioWorld, and PlusPunkt.
- Sent Tweets (karinjanner):** Lists tweets sent by the user, including ones about #web2.0, Google goggles, and a kindergarten theater.

At the bottom of the interface, there are utility buttons for 'Streams', 'Stats', and 'Settings', along with promotional banners for 'Get the Hootlet!', 'VOTE DAILY! OPEN WEBWARDS', and 'Tweet the Love!'.

Mai 2011, Karin Janner

Twitter filtern

Listen anlegen, man kann auch den Listen anderer folgen



Hootsuite:
eigene Spalte für
Liste anlegen

Inhalte „von außen“ zu Twitter holen

20. NPO-Blogparade: Crowdsourcing und Crowdfunding für Non Profit Organisationen

Von Karin Janner | 6. Januar 2011

 Gefällt mir  Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.

Retweet Button

Wow! Ich stelle gerade fest, dass mit dieser Frage die **NPO-Blogparade** bereits in die 20. Runde geht!

Meine Frage an die Blogosphäre ist:

„Crowdsourcing und Crowdfunding – Nutzen, Chancen und Risiken im Non-Profit-Bereich“

<http://kulturmarketingblog.de/20-npo-blogparade-crowdsourcing-und-crowdfunding-fur-non-profit-organisationen/311>

9
tweets

retweet



tweetmeme

 Willkommen Karin Janner | Logout

Retweet diesem

19

RT @karinjanner 20. NPO-Blogparade: Crowdsourcing und Cro.. <http://bit.ly/e7P7yd> #blogparade #crowdfunding #crowdsourcing

Tweet

Stornieren

Inhalte von Twitter dynamisch auf Blog/Website holen

Viel Glück im neuen Jahr!

Veröffentlicht am 1. Januar 2011 | 2 Kommentare

Ein frohes, gesundes und glückliches neues Jahr wünsche ich euch allen!



© Foto: bejes|ha

@BE_ES_HA BEI TWITTER

- macht sich auf den Weg nach Köln zum @texttreff Stammtisch #Netzwerk #weltbestes 13 hours ago
- Gleich geht's los und @gumpelmaier hat noch ein Last-Minute-Angebot: Webinar #Crowdfunding im Kultur- und Sozialbereich <http://bit.ly/glbasV> 1 day ago
- @lisagrafie Kopilot gibt's beim Tandem keinen, nur Heizer [ich] und Kapitän ;-) Der war mit Karl dem Käfer beschäftigt: <http://ow.ly/i/7hwD> 2 days ago



Twitter-Feed eingebunden ins Blog (rechte Spalte)

3 PÜNKCHEN ...

- Fidelity FutureStage Holiday Ecards: Wir grüßen, sie spenden!

<http://auslassungspunkte.wordpress.com>

Tools verknüpfen: Verlinkung

The screenshot shows the top part of the website. At the top right, there is a social media sharing bar with icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, and RSS, along with a 'SHARE' button. Below this is the website title 'NRW-FORUM DÜSSELDORF'. A navigation menu contains the following items: AUSSTELLUNGEN, ÜBER UNS, INFO, KUNSTVERMITTLUNG, NEWSROOM, PRESSE, SHOP, MAGAZIN, VIDEO, and AUDIOGUIDE. Below the menu is a large banner image of a young man with glasses. To the right of the banner is a section titled 'ÖFFNUNGSZEITEN' (Opening Hours) with a small photo of people and the text: 'Dienstag bis Sonntag: 11 – 20:00 Uhr, freitags von 11 bis 24 Uhr geöffnet. [weitere Infos >](#)'.

The screenshot shows the Twitter profile for 'nrw_forum'. The profile name is 'nrw_forum' with a blue verified badge. The bio reads: 'Name NRW-Forum Düsseldorf Location Düsseldorf, Germany Web http://www.nrw-forum.de Bio Aktuelle Ausstellung: Robert Mapplethorpe - Eine Retrospektive 6. Februar – 15. August 2010'. The profile has 4,875 following, 4,487 followers, and 260 listed. A tweet is visible: 'THE AUTOBIOGRAPHY AND SEX LIFE OF ANDY WARHOL als Neuauflage <http://post.ly/jaE1> NRW-Forum Düsseldorf 5 minutes ago via Posterous'. Below the tweet is another tweet: '#Styleclicker im NRW-Forum Düsseldorf - 25.7. - 8.8. "Menschen des 21. Jahrhunderts" <http://mjlzt.xrt.me> about 3 hours ago via SplitWest'.

The screenshot shows the Facebook page for 'NRW-Forum Düsseldorf'. The page features a cover photo of an art installation. The main text reads: 'NRW-Forum Düsseldorf Jetzt mit FOURSQUARE: @ NRW-Forum: Erhalten Rabatt beim Kauf eines NRW-Forum Ausstellungsplakates in unserem Shop. Get 50% off on NRW-Forum-exhibition-posters every 5th check-in vor 2 Stunden'. Below this are tabs for 'Pinnwand', 'Info', 'Serie', 'Video', 'Fotos', and 'Veranstaltungen'. The 'Info' tab is selected, showing details: 'Allgemeines', 'Ort: Ehrenhof 2 Düsseldorf, Germany, 40479', 'Telefon: +49 (0)211 - 89 26690', 'Di - Do: 11:00 - 20:00', 'Fr: 11:00 - 00:00', 'Sa - So: 11:00 - 20:00'. Under 'Detaillierte Informationen', it lists the website 'http://www.nrw-forum.de' and 'http://www.nrw-forum.de/newsletter_bestellen'. It also mentions 'Parken: Parkplatz' and 'Parken: Parkplätze am Tonhallenufer gegenüber NRW-FORUM / Tonhalle'.

Tools verknüpfen:

Einmal durch`s Web und wieder zurück

- ❑ 1 x Content erzeugen (Blog, Youtube, Flickr...), diesen dann über Feeds im Netz verteilen.
Feeds einbinden bei Twitter, Facebook, Netvibes etc.
- ❑ Antworten kommen in den unterschiedlichen Tools (je nach Vorliebe des Users) – es werden Reaktionen von Ihnen erwartet
- ❑ Social Bookmarking:
Delicious <http://delicious.com>, Mr Wong <http://www.mister-wong.de>, Diigo: <http://www.diigo.com>
- ❑ Twitter → Facebook, Facebook → Twitter
Twitter → Blog, Blog → Twitter
Posterous: Autopost (Blog, Twitter, Facebook, Friendfeed...)

Tools, um Feeds automat. einfließen zu lassen

□ **Twitter → Facebook**

Tweets ins Privatprofil (Pinnwand):

- <http://apps.facebook.com/twitter>

- <http://apps.facebook.com/selectivetwitter>: nur Tweets, die mit #fb gekennzeichnet sind, fließen bei Facebook ein.

Tweets auf die offizielle Seite ("Fanseite"):

<http://www.facebook.com/RSS.Graffiti> (damit kann man alle

Feeds automatisch auf die Pinwand einer offiziellen Seite posten: Twitter, Blog, Flickr...)

□ **Facebook → Twitter**

- Facebook Profil → Twitter: <http://www.facebook.com/socialtoo>

- Facebook-Seite → Twitter: <http://www.facebook.com/twitter>

□ Alle möglichen Feeds in Twitter einfließen lassen: [Twitterfeed](#)

Womit fange ich an? Und welche dieser Tools sind für mich sinnvoll?

- ❑ Es sollte einen **Knotenpunkt** geben, an dem die Social Media Aktivitäten zusammenlaufen. Das ist idealerweise eine Website oder ein Blog. Dort sollten alle Social Media Kanäle **verlinkt** sein.
- ❑ **Alle Kanäle** sollten **querverlinkt und verknüpft** sein (tw. über Feeds)
- ❑ **Facebook und Twitter** sind als Ergänzung sinnvoll – denn dort halten sich Ihre Besucher (zumindest ein Teil davon) online auf.
- ❑ **Fotos und Videos, Audiodateien etc.** sollten – zumindest zum Teil - auf den entsprechenden Plattformen hochgeladen und von dort in Website/Blog/Facebook eingebunden werden.
- ❑ **„Basis“-Ausstattung:** Website+Blog, Videoplattform (z.B. Youtube), Fotoplattform (z.B. Flickr), Facebook, Twitter; ev. Filesharing-Plattform (z.B. Scribd od. Issuu), FeedReader, ev. Social Media Newsroom

Web 2.0-Implementierung in 4 Schritten

1. Sie setzen sich mit der **Philosophie** des Web 2.0 auseinander. Sie sehen sich an, wie andere sich im Web bewegen und „hören zu“, bevor Sie selbst starten.
2. Sie experimentieren mit den **Tools** (Blog, Facebook, Twitter...) - nicht nur als Einrichtung, sondern auch als Privatperson. Sie beteiligen sich an Webgesprächen (kommentieren in Blogs, teilen bei Facebook), damit fällt es Ihnen leichter, sich in Ihre Zielgruppe hineinzusetzen und ein Gespür für die Kommunikation im Social Web zu entwickeln. Sie tasten sich langsam vor – Tool für Tool.
3. Sie formulieren **Strategie, Ziele und Kommunikationsbotschaften** (WAS will ich sagen → dann erst: mit welchen Tools will ich das sagen)
4. Sie legen los. Dabei nehmen Sie den Rückkanal ernst, reagieren auf Feedback und reagieren flexibel auf Kritik, aktuelle Ereignisse und technische Neuerungen.

Die Tools sind Ihren Zielen untergeordnet und sowohl untereinander als auch mit den anderen Kommunikationskanälen verzahnt (Integrierte Social Media Strategie).

Praxis: Das eigene Blog starten

- ❑ Gehostetes Blog bei Wordpress.com <http://de.wordpress.com>:
anmelden, Blogdomain eintragen (xxx.wordpress.com),
losbloggen
- ❑ Genauso einfach bei Posterous <http://posterous.com>
- ❑ Wordpress Software auf der eigenen Domain:
 - Domain auswählen (Name)
 - Provider wählen (Paket: PHP + MySQL Datenbank)+ Domain registrieren bzw. Subdomain anlegen
 - auf <http://wordpress-deutschland.org> gehen und Wordpress auf den Rechner laden (Download Button) + entpacken (Zip-Datei)
 - FTP-Client installieren + Dateien hochladen
 - Theme wählen (Theme-Kataloge), ev. anpassen
ODER nach Designvorgaben programmieren lassen
 - Einstellungen machen + losbloggen

Das einfachste Blogsystem - Posterous

Das einfachste
(gehostete)
Blogsystem:
<http://posterous.com>

Einfach Email
schicken, Fotos,
Videos, MP3's
etc. anhängen

Den Rest macht
Posterous
automatisch.

posterous™ is the dead simple place to post everything. just email us.

Returning user? [Login](#)

step 1 | ~~Create an account.~~
Skip it! No setup or signup

step 2 | **Email anything to post@posterous.com**
Attach photos, video, MP3's, and files

step 3 | **See the site you made**
We reply instantly with your new posterous at
<http://yourname.posterous.com>

Who's it for?

- First timers
- Casual bloggers
- Social media pros
- Families and groups

"What might be the simplest blogging platform to date..."
-Michael Arrington, Techcrunch

Try it now by emailing post@posterous.com from

...or any other mail program. Posterous works wherever you have email.
[Email post@posterous.com »](mailto:post@posterous.com)

Or see what others are posting...

 adventures in 中

 Ashiro's LabZone

 The Official Posterous Posterous

 Ijustine's posterous posties

 TED Fellows

 the3six5's posterous

Explore thousands more »

Schnell angemeldet bei Posterous

Account anlegen: Email-Adresse, Passwort - fertig

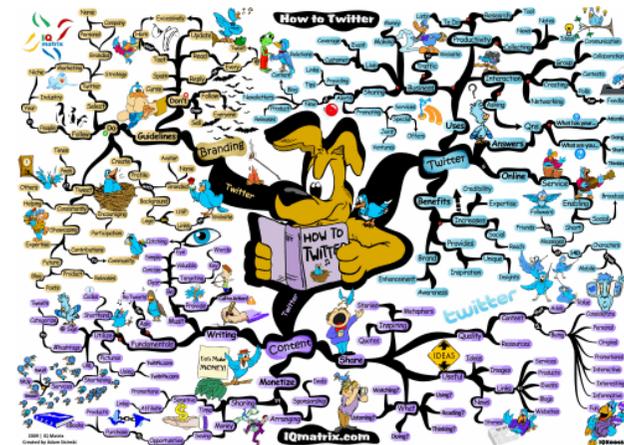
The screenshot shows the Posterous website's login and registration interface. At the top left is the 'posterous' logo. At the top right are links for 'Login' and 'Get your own Posterous'. The main heading is 'Hi, welcome!'. On the left side, there are two input fields for 'Email address' and 'Password', a checkbox for 'Remember me on this computer.', a 'Login' button, and a link for 'I forgot my password'. On the right side, there is a section for 'Got Facebook?' with a 'Login' button featuring the Facebook logo, and a section for 'Don't have an account?' with a 'Sign up with Posterous' button. The footer contains the 'posterous' logo, navigation links for 'Our Official Blog', 'Explore', 'FAQ', 'Help', 'Mobile', and 'About', a list of links for 'Jobs', 'API', 'Privacy Policy', and 'Terms of Service', the text 'Powered by Rackspacecloud', and a 'Send Feedback' link.

Praxis: Facebook

- ❑ Erst Personenprofil anlegen. Schritt-für-Schritt-Anleitung im Kulturmarketing Blog:
<http://kulturmarketingblog.de/facebook-profil-einrichten-schritt-fur-schritt/365>
- ❑ Dann über das Personenprofil Fanseite der Einrichtung. Schritt-für-Schritt-Anleitung von Annette Schwindt auf dem stARTBlog
<http://www.startconference.org/2009/11/02/annette-schwindt-facebook-fanseiten-fur-kultureinrichtungen-und-kulturschaffende>
- ❑ Facebook Apps,
z.B. RSS Graffiti <http://www.facebook.com/RSS.Graffiti>,
Networked Blogs <http://www.facebook.com/networkedblogs>

Praxis: Twitter

- ❑ Twitterprofil anlegen
- ❑ Interessante Personen oder Einrichtungen suchen, folgen + Followers gewinnen
- ❑ Lostwittern - dabei Hashtags, Linkverkürzungsdienste, RT, @ und DM benutzen
- ❑ Multiuser-tweetern mit Hootsuite
- ❑ Twitter mit Facebook verknüpfen
- ❑ Twitter filtern



Anhang: Internetrecht

- ❑ Das Internet ist kein rechtsfreier Raum!
- ❑ Eine Veröffentlichung im Netz ist keine Freigabe zum Kopieren! Urheberrecht gilt auch für Inhalte, die ins Netz gestellt werden (Texte, Fotos, Videos, Musik). Wer etwas kopieren will, braucht Erlaubnis des Urhebers/Lizenz dafür.
- ❑ Gefahr von Urheberrechtsverletzungen und unrechtmäßigen Kopien im Internet höher als „offline“, weil kopieren im Internet einfacher ist.
- ❑ Urheberrechtsverletzungen und andere Rechtsverstöße werden verfolgt. Schwierig, wenn man sich in andere Länder/andere Rechtssysteme begibt.

Mehr Flexibilität bezügl. Urheberrecht:

Creative Commons

	Can someone use it commercially?	Can someone create new versions of it?
Attribution 		
Share Alike 		Yup, AND they must license the new work under a Share Alike license.
No Derivatives 		
Non-Commercial 		Yup, AND the new work must be non-commercial, but it can be under any non-commercial license.
Non-Commercial Share Alike 		Yup, AND they must license the new work under a Non-Commercial Share Alike license.
Non-Commercial No Derivatives 		

Quelle:

<http://scottfisk.com/design/use-creative-commons>

Beachten

- ❑ Beim Publizieren auf Plattformen Dritter (z.B. Foto- und Videoplattformen) die AGB`s + Rechteklausel lesen! Man darf nur Inhalte hochladen, deren Rechte man besitzt.
- ❑ Lizenzverträge genau beachten! Eine Printlizenz beinhaltet nicht automatisch die Erlaubnis, ein Bild auf die Website zu stellen oder bei Flickr hochzuladen!
- ❑ Bei Rechtsverstößen: möglichst erst freundlicher Hinweis, nicht gleich Abmahnung. Plattformbetreiber haftet erst ab Kenntnis – daher Plattformbetreiber informieren.

Dokumentation der Schulung

**Präsentationsfolien, Fragen aus der Schulung +
weiterführende Links**

<http://kultur-projekte.net/musikschulkongress>

Vielen Dank!

Karin Janner, Berlin

Email: janner@kultur-projekte.net
<http://www.kultur-projekte.net>
<http://www.startconference.org>

<http://www.netvibes.com/karinjanner>

Blogs

<http://kulturmarketingblog.de>
<http://newmarketingblog.de>

Twitter + Social Networks

<http://twitter.com/karinjanner>
https://www.xing.com/profile/Karin_Janner
<http://www.facebook.com/karinjanner>

