

## Inhalt

<b><u>Twitter und Microblogging eröffnen neue Möglichkeiten für Publisher</u></b>	<b>3</b>
Was ist Twitter?	3
Gebrauchsanweisung	4
Hintergrund zum Unternehmen	5
Mögliche Geschäftsmodelle für Twitter	5
Probleme von Twitter	6
Statistiken zur Twitternutzung	6
Das Websystem und externe Anwendungen rund um Twitter	11
Externe Twitterdienste	11
Services, die bezahlte Premiumtweets ermöglichen	12
“Real Time Search” mit Twitter und anderen Social Media	13
Wie Twitter genutzt wird	14
Verwendungszwecke	14
Tweets von Unternehmen und anderen Organisationen	15
Twitter für Publisher	16
Twitter-Initiativen im Medienbereich	16
MacWorld: Konversation mit den Lesern	16
BusinessWeek Online integriert Twitter in Redaktion, fördert Engagement	16
Marie Claire interagiert mit Leserinnen	17
Twittereinladungen in allen Artikeln bei Us Weekly	17
PCMag: Tweets haben hohe Klickraten	18
American Express Publishing vermarktet Site über Twitter seines Bloggers	18
SFGate unterstützt aktuelle Berichterstattung mit internen und externen Tweets	18
ABC News Nightline	18
LATimes: Real Time Breaking News-Berichterstattung aus vielen verschiedenen Twitter-Quellen	19
Twitter als Baustein von Glam Medias Social Media Site	19
ExecTweets hilft bei der Wahl von Manager-Tweets	19
Lokale Breaking News Sites	19
„Traditioneller“ Journalismus auf Basis von Tweets	20
Vorteile und Möglichkeiten, die Twitter Publishern bietet	21
Twitter ist „earned media“	21
Andere Microblogging-Dienste und Twitter-Alternativen	22