

Inhalt

DIGITAL BERGSTEIGEN

9

DIE DEMOKRATISIERUNG
DER WIRTSCHAFT

19

REALITY-CHECK:
DIE ARGUMENTE DER
SOCIAL-MEDIA-LEUGNER

25

DIE GEWINNER UND
DIE VERLIERER DER ZUKUNFT

43

DIE SOZIALEN MEDIEN IM TEST

57

WIE VIELE SOCIAL-MEDIA-
ACCOUNTS SIND GENUG?

91

DIE ZIELGRUPPE MUSS VOR
DEM PRODUKT DA SEIN

95

DIE ÜBERSCHÄTZTEN HYPES

105

FOTOS, VIDEOS ODER STORIES?

109

ES IST EIN JOB

123

ORGANISCHE REICHWEITE

131

**DU MUSST DIE WELT NICHT IMMER
NEU ERFINDEN – WIE DIGITALE
KREATIVITÄT FUNKTIONIERT**

135

**PERFORMANCE-MARKETING
UND BEZAHLTE REICHWEITE**

153

DIE GESCHÄFTSMODELLE

187

DIE ALLERERSTEN SCHRITTE

207