Ansgar Zerfaß
Thomas Pleil (Hg.)

Handbuch Online-PR

Strategische Kommunikation
in Internet und Social Web

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Konstanz und München

Inhalt

Einleitung 9
(Ansgar Zerfaß, Thomas Pleil)

I Grundlagen und strategische Herausforderungen

Kommunikation in der digitalen Welt 17
(Thomas Pleil)

Strategische Kommunikation in Internet und Social Web 39
(Ansgar Zerfaß, Thomas Pleil)

II Strukturen und Basisprozesse

Online-Monitoring: Ziele und Methoden 87
(Thomas Pleil, Pia Sue Helferich)

Social Media Governance 101
(Stephan Fink, Ansgar Zerfaß, Anne Linke)

Auffindbarkeit im Web 115
(Heinz Wittenbrink)

Content-Strategie 127
(Brigitte Alice Radl, Heinz Wittenbrink)

Evaluation und Erfolgskennzahlen für die Kommunikation
in Internet und Social Media 141
(Patrick Weber, Wolfgang Schweiger)

III Stakeholder-Kommunikation in Internet und Social Web

Medienarbeit in der Online-Unternehmenskommunikation 157
(Marcel Bernet, Guido Keel)

Investor Relations: Online-Kommunikation mit Analysten und Anlegern 181
(Ansgar Zerfuß, Kristin Köhler)

Kundenkommunikation: Markenbildung und Beziehungsmanagement im Web 197
(Jörg Hoepfner)

Public Relations: Online-Kommunikation und
Reputationsmanagement im gesellschaftlichen Umfeld 209
(Arne Westermann, Michaela Schmid)

Digital Public Affairs: Interessenvermittlung im politischen Raum
über das Social Web 221
(Caja Thimm, Jessica Einspänner-Pflock)

Interne Kommunikation: Digitale Strategien für Mitarbeiter und Führungskräfte 237
(Sabine Einwiller, Christine Korn)

IV Instrumente und Plattformen

Websites als Basis der Unternehmenskommunikation im Internet	255
(Mark-Steffen Buchele, Saim Alkan)	
Microblogging am Beispiel von TWITTER	273
(Stephan Fink)	
Web-Videos in der internen und externen Unternehmenskommunikation	289
(Nikolai A. Behr)	
Wikis in Wissensmanagement und Unternehmenskommunikation	305
(Thomas Pleil, Daniel Rehn)	
Online-Communities im Kommunikationsmanagement	317
(Thomas Pleil, Matthias Bastian)	
FACEBOOK als Instrument der Unternehmenskommunikation	333
(Madlen Mammen)	
Online-Pressebereich und Social Media Newsroom: Konzeption und Praxis	349
(Dominik Ruisinger)	
Social Intranets	363
(Thomas Mickeleit, Daniel Pankatz)	
Mobile Media in der Unternehmenskommunikation	373
(Katarina Stanoevska-Slabeva)	

V Spezifische Konzepte und Herausforderungen

Online-Kampagnen	391
(Diana Ingenhoff, Britta Meys)	
CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation im Internet	405
(Anne Linke)	
Employer Branding und Personalkommunikation im Web	421
(Wolfgang Jäger)	
Krisenkommunikation unter den Bedingungen von Internet und Social Web	437
(Claudia Becker)	
Personalisierung und Storytelling in der Online-Kommunikation	455
(Stefan Wehmeier, Peter Winkler)	
Dialogkommunikation und Partizipation: Wandel einer kommunikativen Praxis	467
(Dietrich Boelter, Hans Hütt)	
Autoren	480
Index	487