

Inhalt

Vorwort 7

1. Einführung

Online-PR zwischen digitalem Monolog und vernetzter
Kommunikation 10
(Thomas Pleil)

2. Unternehmensstrategien

BMW: „Branded Information“ 34
(Nora Ronellenfitsch)

Spreadshirt: „Auf einer Augenhöhe mit dem Kunden“ 52
(Johanna Wagner)

Siemens: Social Software als Kommunikationsmittel 67
(Kathrin Wallon und Corinna Warth)

3. Corporate Blogs

BASF: Weblogs contra One-Voice-Policy 80
(Marsha Haus und Daniel Kömpel)

AOL: Experiment CEO-Blog 96
(Miriam Krämer und Julia Kurtztusch)

Frosta: Transparenz in der Lebensmittelbranche 110
(Julia Bauhoff)

Kelterei Walther: Bekannt durch das Saftblog 124
(Karolin Sulzer)

TeNo: Geschichten aus dem Alltag eines Schmuckherstellers (Annette Paulus und Carolin Schmidt)	140
Edelight: Blogdelight zeigt Geschäftsgründern wie es geht (Eva Switala)	151
Espresso International: Wissenswertes über Kaffee (Natasa Juric)	168

4. Eventblog und -Podcast

Frankfurter Buchmesse: Live von der Buchmesse 2006 (Annette Paulus und Carolin Schmidt)	176
--	-----

5. Corporate & Governmental Podcasts

eBay: Eine bunte Welt für Augen und Ohren (Christian Rosenberger und Magdalena Lodzinska)	192
Ikea: Entdecke deine Möglichkeiten – Web 2.0 als Lösung für die Personalabteilung (Michael Manger)	204
Jokers: Imagebuilding mit Voiceletter und Audio-Krimi (Julia Lupp)	216
Angela Merkel: Die Kanzlerin zum Mitnehmen und Anschauen (Jessica Purkhardt)	226