

# Inhalt

Vorwort .....	8
Einleitung.....	10
<b>1 Kommunikation 2.0</b>	
Was besagt die 2.0? .....	13
Verändertes Konsumentenverhalten.....	16
Konsequenzen für die PR.....	20
<b>2 Anwendungen und Chancen für die PR</b>	
Vernetzung für jedermann.....	25
Weblogs .....	27
Audio- und Video-Podcast .....	43
RSS.....	55
Social Networking.....	60
Social Bookmarking .....	66
Virtuelle Welten.....	74
Wikis.....	78
Social Commerce.....	84
Facebook, Twitter & Co. ....	94
<b>3 Multiplikatoren</b>	
Finden der Meinungsmacher.....	100
Einordnung der Relevanz .....	102
Monitoring.....	104
Kontaktaufbau und Reputationsmanagement .....	106
<b>4 Evaluation</b>	
Wissen einsammeln.....	110
Rückfragen.....	113
Dialoge führen .....	114

## 5 Issue Management

Einsatzbereiche.....	118
Maßnahmen.....	120
Bedeutung für die PR .....	124

## 6 Interne Kommunikation

Der Change-Prozess .....	128
Basisaufgaben.....	130
Fürsprecher motivieren .....	133
Corporate Blogging im Intranet.....	135

## 7 Pressearbeit 2.0

Journalismus und das Internet .....	139
Multimedia-Pressemitteilung .....	143
Versand via RSS.....	146
Verteiler aufbauen .....	148

## 8 Umsetzung

Bedarfsanalyse.....	151
Ziel- und Zielgruppenbestimmung.....	155
Überzeugungsarbeit .....	160
Ideen finden .....	162
Marketing.....	165
Virale Kampagnen.....	171
Umgangsformen im Web.....	173
Rechtliche Aspekte.....	175
Erfolgsfaktoren der Kommunikation 2.0.....	180

## 9 Empfehlungsmarketing

Multiplikatoren finden und motivieren.....	183
Glaubwürdigkeit .....	184

Involvement ..... 185  
 Erfolgsmessung ..... 187

**10 Praxisbeispiele**

Podcast-Einführung bei SPORT BILD..... 190  
 Sportvereine-Weblog von ten°east..... 195  
 Facebook zur Reputationssteigerung nutzen..... 201

Ausblick: Kommunikation im Web 3.0 ..... 208

Glossar ..... 211  
 Literatur und Studien ..... 221  
 Index ..... 224