



Public Relations im Web 2.0 – So erreichen Sie mehr Veröffentlichungen im Internet

Grundlagen der Online-PR Teil 1

Online-PR ist in einer modernen Unternehmenskommunikation unerlässlich und eine wichtige Ergänzung zur klassischen PR. PR-Profis finden im Internet zahlreiche neue Möglichkeiten, um Pressemitteilungen und Unternehmensinformationen öffentlich zu machen und ihre Zielgruppen direkt zu erreichen. Über die neuen Medien des Web 2.0, wie Presseportale und Social Media Dienste, können Unternehmen ihre Pressemitteilungen selbst veröffentlichen und die Verbreitung ihrer Inhalte eigenhändig steuern.

Während sich die klassische PR in erster Linie an die Medien richtet, steht bei der Online-PR die Entwicklung kundenorientierter Inhalte im Vordergrund, die sowohl Kunden und Interessenten als auch Medienkontakte erreichen. Der entscheidende Unterschied zur klassischen Medienarbeit ist, die Inhalte selbst zu vermarkten. Die Online-PR erfordert daher eine neue Ausrichtung und neue Kompetenzen im Umgang mit den Medien und Instrumenten des Web 2.0.

Online-PR: Pressearbeit selbst gestalten und steuern

Die klassischen Pressemitteilungen richtet sich ausschließlich an Redaktionen, die Unternehmens- und Produktinformationen in den Printmedien abdrucken und veröffentlichen. Journalisten und Redakteure bilden die Medienmittler für den Zugang zur Öffentlichkeit. Doch bei der klassischen Pressearbeit besteht jederzeit die Möglichkeit, dass sich die Redaktionen gegen eine Veröffentlichung der Unternehmensinformationen entscheiden.



Bei der Online-PR dagegen sind Unternehmen nicht von den Redaktionen abhängig, sondern sie ermöglicht es ihnen, die Veröffentlichung selbst in die Hand zu nehmen. Unternehmen können ihre Pressemitteilungen und Produktinformationen auf Presseportalen und in Social Media Diensten selbst veröffentlichen und ihre Inhalte im Internet gezielt steuern. Die neuen Publikationsmöglichkeiten des Web 2.0 unterstützen Unternehmen zudem dabei, Kunden und Interessenten mit den Unternehmensinformationen direkt zu erreichen.

Die Online-Pressemitteilung als wichtiges Instrument der Online-PR

Die Online-Pressemitteilung entwickelt sich zu einem ganz eigenständigen Kommunikationsinstrument der Online-PR. Als öffentliches Informationsmedium richtet die Online-Pressemitteilung sich direkt an die Zielgruppen. Die Online-Pressemitteilung ist ein fertiges Leseformat für das Internet. Unternehmen können den Meldungsinhalt selbst bestimmen. Zudem bieten Online-Pressemitteilungen die nötige Gestaltungsfreiheit, um den Meldungsinhalt nicht nur mit Text, sondern ebenso mit Bildern, Graphiken oder Videos zu füllen.

Essentielle Tipps, um Pressemitteilungen formal und inhaltlich an die Anforderungen im Web 2.0 anzupassen, liefert der Fachbeitrag [„11 Tipps für optimale Pressemitteilungen“](#).

Neue Kommunikationswege erschließen

Presseportale und Social Media Dienste bieten Unternehmen die Möglichkeit, sich im Internet mit ihren Online PR-Maßnahmen zu präsentieren. Alleine in Deutschland gibt es über 150 kostenfreie Presseportale, auf denen Pressemitteilungen und Produktinformationen einfach und schnell veröffentlicht werden können. Die Presseportale bringen die Online-Pressemitteilungen in die Suchmaschinen und von dort zu den interessierten Lesern. Die Portale sind aufgrund der Aktualität und Qualität ihrer



Inhalte gut in den Suchmaschinen gelistet und indiziert. Zudem speichern die Presseportale die Pressemitteilungen über längere Zeit in ihren Archiven. So lassen sich einmal veröffentlichte Pressemitteilungen auch dauerhaft in den Suchmaschinen finden. Neben den Presseportalen spielen auch die Social Media Dienste eine immer wichtigere Rolle in der Unternehmenskommunikation. Zu den Social Media Diensten gehören unter anderem Blogs, Social Networks, Content Sharing Netzwerke und Social Bookmark Verzeichnisse. Social Media Dienste ermöglichen Unternehmen eigene Präsenzen einzurichten, auf denen sie unter anderem kurze Statusmeldungen, Pressemitteilungen, Fachbeiträge oder Linkverweise veröffentlichen und mit anderen Menschen teilen können. In den Social Media Diensten spielt Kommunikation eine wesentliche Rolle. So können Unternehmen mit Kunden und Interessenten in einen direkten Dialog treten und zum Beispiel Feedback zu ihren Online PR-Maßnahmen sammeln.

Einen Überblick über die wichtigsten Merkmale und Besonderheiten von Presseportalen und Social Media Diensten bietet der Fachbeitrag [„Presseportale und Social Media Dienste – ein Vergleich“](#).

