

Thomas Pleil (Hg.)

Online-PR im Web 2.0

**Fallbeispiele aus Wirtschaft
und Politik**

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Inhalt

Vorwort	7
---------	---

1. Einführung

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

2. Unternehmensstrategien

BMW: „Branded Information“ (Nora Ronellenfitsch)	34
---	----

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

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

3. Corporate Blogs

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

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

Frosta: Transparenz in der Lebensmittelbranche (Julia Bauhoff)	110
---	-----

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

TeNo: Geschichten aus dem Alltag eines Schmuckherstellers 140
(Annette Paulus und Carolin Schmidt)

Edelight: Blogdelight zeigt Geschäftsgründern wie es geht 151
(Eva Switala)

Espresso International: Wissenswertes über Kaffee 168
(Natasa Juric)

4. Eventblog und -Podcast

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

5. Corporate & Governmental Podcasts

eBay: Eine bunte Welt für Augen und Ohren 192
(Christian Rosenberger und Magdalena Lodzinska)

Ikea: Entdecke deine Möglichkeiten – Web 2.0 als Lösung
für die Personalabteilung 204
(Michael Manger)

Jokers: Imagebuilding mit Voiceletter und Audio-Krimi 216
(Julia Lupp)

Angela Merkel: Die Kanzlerin zum Mitnehmen und Anschauen 226
(Jessica Purkhardt)